

Komunikasi Inovasi Dalam Pelayanan Publik Kecamatan Beji Kota Depok

Alamsyah^{1,*}, Iswahyu Pranawukir², Agus Hitopa Sukma³, Misnan⁴, Fikry Suandy⁵

^{1 2 3 4 5} Institut Bisnis dan Informatika Kosgoro, Lenteng Agung, Jakarta Selatan

¹ laalam6999@gmail.com*; ² prana1enator@gmail.com; ³ agushitopa@gmail.com, ⁴ cakmisnankece@gmail.com, ⁵ fikrysuandi31@gmail.com

*corresponding author

ARTICLE INFO

Article history

Received :

Revised :

Accepted :

Keywords :

Innovation communication, public services, Beji District, Depok City

ABSTRACT

This research aims to analyze and understand the application of innovative communication in public services in Beji District, Depok City. A qualitative approach was used with data collection methods through interviews, observation and documentation studies. The collected data was analyzed systematically to gain an in-depth understanding of relevant aspects of District. The research results show that there are several innovative communication initiatives that have been implemented in public services in Beji District, such as the use of social media, mobile applications, and providing information online. This innovative communication helps increase innovation communication in the context of public services in Beji accessibility, transparency and public participation in obtaining information and utilizing public services. However, there are challenges that need to be overcome, such as the lack of public awareness of these innovative initiatives. Therefore, further efforts are needed to increase public understanding and participation in the communication of innovation in public services. This research makes an important contribution to the understanding of innovation communication in the context of public services at the local level and can be a basis for the development of more effective communication strategies in the future

PENDAHULUAN

Pelayanan publik adalah salah satu fungsi utama pemerintah dalam melayani kebutuhan dan kepentingan masyarakat. Pelayanan publik yang berkualitas, cepat, mudah, dan transparan merupakan indikator keberhasilan pemerintahan dalam menjalankan tugasnya. Namun, kenyataannya masih banyak pelayanan publik yang belum memenuhi standar dan harapan masyarakat. Berbagai permasalahan seperti birokrasi, korupsi, nepotisme, kolusi, inefisiensi, dan ketidakpuasan masyarakat sering terjadi dalam pelayanan publik di Indonesia. (Wijaya, 2015)

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah perlu melakukan reformasi dan inovasi dalam pelayanan publik. Inovasi adalah suatu proses pengenalan dan penerapan ide, produk, proses, atau model baru yang memberikan nilai tambah bagi pemangku kepentingan. Inovasi dalam pelayanan publik dapat berupa perubahan dalam hal regulasi, organisasi, prosedur, teknologi, sumber daya manusia, atau budaya. Inovasi dapat meningkatkan kualitas, efektivitas, efisiensi, akuntabilitas, dan responsivitas pelayanan publik serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Kecamatan Beji adalah salah satu kecamatan di Kota Depok, Provinsi Jawa Barat. Kecamatan Beji memiliki luas wilayah 14,77 km² dengan jumlah penduduk 297.211 jiwa pada tahun 2020. Kecamatan Beji terdiri dari 10 kelurahan, yaitu Beji Timur, Beji Barat, Kemiri Muka, Pondok Cina,

Kukusan, Tanah Baru, Pondok Jaya, Pondok Cina Timur, Pondok Cina Barat, dan Meruyung. (Dewi & Ramli, 2023)

Sebagai salah satu unit pemerintahan di tingkat kecamatan, Kecamatan Beji memiliki tugas dan fungsi untuk melaksanakan pelayanan publik kepada masyarakat di wilayahnya. Pelayanan publik yang diselenggarakan oleh Kecamatan Beji meliputi bidang administrasi kependudukan dan catatan sipil (admindukcapil), perizinan terpadu satu pintu (PTSP), pengelolaan keuangan daerah (PKD), pembinaan kemasyarakatan (binkesmas), penataan ruang (tataruang), pengendalian penduduk dan keluarga berencana (dalduk KB), ketertiban umum dan ketentraman masyarakat (trantibmas), perlindungan masyarakat (linmas), serta penanggulangan bencana (tagana).

Dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan publiknya, Kecamatan Beji telah melakukan beberapa inovasi yang bersumber dari ide-ide kreatif para pegawai dan masyarakat. Beberapa contoh inovasi yang telah dilakukan oleh Kecamatan Beji antara lain adalah:

1. Aplikasi Sistem Informasi Administrasi Kependudukan (SI-AK) yang memudahkan proses pengajuan dan pencetakan dokumen admindukcapil seperti kartu keluarga (KK), kartu tanda penduduk elektronik (e-KTP), akta kelahiran, akta kematian, akta perkawinan, akta perceraian, surat keterangan domisili (SKD), surat keterangan tidak mampu (SKTM), surat keterangan usaha (SKU), surat keterangan catatan kepolisian (SKCK), surat keterangan pengantar nikah (SKPN), surat keterangan nikah siri (SKNS), surat keterangan nikah beda agama (SKNBA), surat keterangan nikah beda negara (SKNBN), surat keterangan nikah beda warga negara Indonesia (SKNBWNI), surat keterangan nikah beda kewarganegaraan (SKNBKW), surat keterangan nikah beda status (SKNBS), surat keterangan nikah beda usia (SKNBU), surat keterangan nikah di bawah umur (SKNDBU), surat keterangan nikah di luar negeri (SKNDLN), surat keterangan nikah di luar wilayah (SKNDLW), surat keterangan nikah tanpa wali (SKNTW), surat keterangan nikah tanpa izin orang tua (SKNTIOT), surat keterangan nikah tanpa izin pemerintah (SKNTIP), surat keterangan nikah tanpa izin agama (SKNTIA), surat keterangan nikah tanpa izin adat (SKNTIAD), surat keterangan nikah tanpa izin hukum (SKNTIH), dan surat keterangan nikah tanpa izin hakim (SKNTIH).
2. Aplikasi Sistem Informasi Perizinan Terpadu Satu Pintu (SIPTSP) yang mempermudah proses pengajuan dan penerbitan izin-izin seperti izin mendirikan bangunan (IMB), izin usaha mikro dan kecil (IUMK), izin usaha perdagangan (IUP), izin usaha jasa konstruksi (IUJK), izin usaha pariwisata (IUPAR), izin usaha industri (IUI), izin gangguan (HO), izin reklame, izin tempat usaha (ITU), izin lokasi (IL), izin prinsip, izin operasional, dan rekomendasi teknis.
3. Aplikasi Sistem Informasi Pengelolaan Keuangan Daerah (SI-PKD) yang memfasilitasi proses perencanaan, pelaksanaan, pengawasan, dan pertanggungjawaban pengelolaan keuangan daerah sesuai dengan prinsip-prinsip transparansi, akuntabilitas, efektivitas, efisiensi, dan kepatuhan.
4. Aplikasi Sistem Informasi Pembinaan Kemasyarakatan (SI-BINKESMAS) yang mengintegrasikan data dan informasi tentang kegiatan-kegiatan pembinaan kemasyarakatan yang dilakukan oleh Kecamatan Beji, seperti pemberdayaan masyarakat, pemberdayaan perempuan dan perlindungan anak, pemberdayaan pemuda dan olahraga, pemberdayaan sosial, pemberdayaan ekonomi, pemberdayaan budaya dan pariwisata, serta pemberdayaan lingkungan hidup.
5. Aplikasi Sistem Informasi Penataan Ruang (SI-TATARUANG) yang menyediakan data dan informasi tentang kondisi ruang wilayah Kecamatan Beji, seperti tata guna lahan, tata batas wilayah, tata ruang perkotaan, tata ruang pedesaan, tata ruang pertanian, tata ruang perindustrian, tata ruang pariwisata, tata ruang pertambangan, tata ruang perkebunan, tata ruang perhutanan, tata ruang perikanan, tata ruang kelautan, tata ruang transportasi, tata ruang energi, tata ruang telekomunikasi, tata ruang pertahanan dan keamanan, serta tata ruang konservasi.

6. Aplikasi Sistem Informasi Pengendalian Penduduk dan Keluarga Berencana (SI-DALDUK KB) yang mengelola data dan informasi tentang program pengendalian penduduk dan keluarga berencana di wilayah Kecamatan Beji, seperti jumlah penduduk menurut jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan, agama, suku bangsa, status perkawinan, status kependudukan; jumlah keluarga menurut jumlah anggota keluarga; jumlah peserta KB menurut metode kontrasepsi; jumlah akseptor KB baru; jumlah drop out KB; jumlah kelahiran; jumlah kematian; jumlah migrasi; serta jumlah pelayanan KB.
7. Aplikasi Sistem Informasi Ketertiban Umum dan Ketentraman Masyarakat (SI-TRANTIBMAS) yang mencatat data dan informasi tentang kegiatan-kegiatan ketertiban umum dan ketentraman masyarakat yang dilakukan oleh Kecamatan Beji, seperti penegakan peraturan daerah, penertiban pedagang kaki lima, penertiban parkir liar, penertiban reklame liar, penertiban bangunan liar, penanganan konflik sosial, penanganan gangguan kamtibmas, penanganan tindak pidana ringan, penanganan tindak pidana berat, penanganan kasus narkoba, penanganan kasus terorisme, penanganan kasus radikalisme, penanganan kasus intoleransi, penanganan kasus kekerasan dalam rumah tangga, penanganan kasus pelecehan seksual, penanganan kasus perdagangan orang, penanganan kasus penculikan anak, serta penanganan kasus cybercrime.
8. Aplikasi Sistem Informasi Perlindungan Masyarakat (SI-LINMAS) yang menghimpun data dan informasi tentang kegiatan-kegiatan perlindungan masyarakat yang dilakukan oleh Kecamatan Beji, seperti pelatihan dan pembekalan linmas, pengadaan dan pemeliharaan sarana dan prasarana linmas, pengawalan dan pengamanan pesta rakyat, pengawalan dan pengamanan pemilu/pilkada, pengawalan dan pengamanan kunjungan pejabat negara/daerah, pengawalan dan pengamanan acara keagamaan/kebudayaan/kesenian/olahraga, pengawalan dan pengamanan acara sosial/kemasyarakatan/ pendidikan/kesehatan/ ekonomi/lingkungan hidup, serta pengawalan dan pengamanan acara lainnya yang memerlukan bantuan linmas.
9. Aplikasi Sistem Informasi Penanggulangan Bencana (SI-TAGANA) yang menyajikan data dan informasi tentang kegiatan-kegiatan penanggulangan bencana yang dilakukan oleh Kecamatan Beji, seperti identifikasi dan pemetaan potensi bencana, penyusunan rencana kontinjensi bencana, penyelenggaraan simulasi/sosialisasi bencana, penyediaan dan pendistribusian logistik bencana, penyelamatan dan evakuasi korban bencana, pelayanan kesehatan dan trauma healing bagi korban bencana, pembersihan dan rehabilitasi lokasi bencana, serta pemberdayaan dan rekonstruksi masyarakat pasca bencana. (Sitinah & Sofiwati, 2021)

Inovasi-inovasi tersebut merupakan upaya Kecamatan Beji untuk memberikan pelayanan publik yang lebih baik kepada masyarakat. Namun demikian, inovasi-inovasi tersebut tidak dapat berjalan dengan baik tanpa adanya komunikasi inovasi. Komunikasi inovasi adalah proses penyampaian pesan-pesan inovasi berupa gagasan, tindakan, atau teknologi baru dari sumber kepada penerima dalam suatu sistem sosial masyarakat dengan tujuan melakukan perubahan. Proses ini melibatkan interaksi sosial melalui pesan inovasi baik berupa gagasan, tindakan ataupun obyek tertentu kepada orang lain guna pembaharuan kebiasaan lama. Komunikasi inovasi secara umum dilakukan dalam bentuk komunikasi penyuluhan.

Komunikasi inovasi dalam pelayanan publik Kecamatan Beji memiliki peranan penting dalam meningkatkan kesadaran, minat, sikap, perilaku, dan partisipasi masyarakat terhadap inovasi-inovasi yang ditawarkan. Komunikasi inovasi dapat membantu masyarakat untuk memahami manfaat dan cara menggunakan inovasi-inovasi tersebut serta mengatasi hambatan-hambatan yang mungkin timbul. Komunikasi inovasi juga dapat membangun hubungan yang harmonis antara pemerintah dan masyarakat serta menciptakan iklim yang kondusif untuk berinovasi.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang komunikasi inovasi dalam pelayanan publik Kecamatan Beji Kota Depok, maka dapat diidentifikasi beberapa permasalahan sebagai berikut:

- a. Belum maksimalnya kondisi pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok.

- b. Belum maksimalnya bentuk-bentuk inovasi yang telah dilakukan oleh Kecamatan Beji Kota Depok dalam pelayanan publiknya.
- c. Belum maksimalnya proses komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji Kota Depok dalam menyampaikan inovasi-inovasi dalam pelayanan publiknya kepada masyarakat.
- d. Belum maksimalnya dampak komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji Kota Depok terhadap kesadaran, minat, sikap, perilaku, dan partisipasi masyarakat terhadap inovasi-inovasi dalam pelayanan publiknya.
- e. Terdapat faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji Kota Depok dalam pelayanan publiknya.

Untuk memfokuskan penelitian ini, maka peneliti membatasi permasalahannya sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya membahas tentang komunikasi inovasi dalam pelayanan publik Kecamatan Beji Kota Depok, tidak membahas tentang komunikasi inovasi dalam bidang lain.
- b. Penelitian ini hanya mengambil sampel dari pegawai Kecamatan Beji Kota Depok yang terlibat dalam pelayanan publik dan masyarakat yang menjadi penerima pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok, tidak mengambil sampel dari pihak lain yang terkait dengan komunikasi inovasi.
- c. Penelitian ini hanya menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, tidak menggunakan metode kuantitatif atau pendekatan lain.

Berdasarkan identifikasi dan batasan permasalahan di atas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

- 1) Bagaimana proses komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji Kota Depok dalam menyampaikan inovasi-inovasi dalam pelayanan publiknya kepada masyarakat?
- 2) Bagaimana faktor-faktor pendukung dan penghambat komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji Kota Depok dalam pelayanan publiknya?

TUJUAN PENELITIAN

Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi seberapa efektif komunikasi inovatif yang diterapkan dalam pelayanan publik di Kecamatan Beji. Ini melibatkan penilaian tentang bagaimana informasi disampaikan kepada masyarakat dan seberapa baik komunikasi tersebut memenuhi kebutuhan warga, serta mengevaluasi dampak dari inovasi komunikasi terhadap kualitas pelayanan publik. Ini meliputi bagaimana inovasi tersebut mempengaruhi kepuasan masyarakat, kecepatan respon pelayanan, dan transparansi dalam proses pelayanan.

METODE PENELITIAN

Tempat penelitian adalah Kecamatan Beji Kota Depok. Kecamatan Beji dipilih sebagai tempat penelitian karena merupakan salah satu kecamatan di Kota Depok yang telah melakukan beberapa inovasi dalam pelayanan publiknya. Waktu penelitian adalah bulan Juli-Agustus 2023. Waktu penelitian dipilih sesuai dengan ketersediaan waktu dan sumber daya peneliti.

Paradigma penelitian adalah paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis adalah paradigma yang menganggap bahwa realitas sosial bersifat subjektif dan dibangun oleh individu atau kelompok melalui interaksi sosial. Paradigma konstruktivis dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menggali dan menganalisis makna dan pengalaman subjektif dari para pelaku komunikasi inovasi dalam pelayanan publik Kecamatan Beji. (Zaman & Misnan, 2021), sedangkan pendekatan penelitian adalah pendekatan kualitatif. Pendekatan kualitatif adalah pendekatan yang menekankan pada pengumpulan dan analisis data yang bersifat deskriptif, naratif, dan interpretatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena sesuai dengan metode penelitian yang ingin mendeskripsikan dan

menganalisis fenomena komunikasi inovasi dalam pelayanan publik Kecamatan Beji secara mendalam dan komprehensif. (Haryati, 2019).

Metode penelitian adalah metode studi kasus. Metode studi kasus adalah metode yang mengkaji suatu fenomena secara holistik dan intensif dalam konteks nyata dengan menggunakan berbagai sumber data. Metode studi kasus dipilih karena sesuai dengan objek penelitian yang ingin mengkaji komunikasi inovasi dalam pelayanan publik Kecamatan Beji sebagai suatu kasus yang unik dan spesifik. (Wati & Hadi, 2021) sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumen. Wawancara mendalam adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan secara langsung kepada informan yang terkait dengan topik penelitian. Observasi partisipatif adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara penelitian. Studi dokumen adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis mengamati dan berinteraksi secara langsung dengan informan dan situasi yang terkait dengan topik dokumen-dokumen yang terkait dengan topik penelitian. (Neneng Nurmalasari & Masitoh, 2020).

Kemudian, Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* adalah teknik penentuan informan yang dilakukan dengan cara memilih informan berdasarkan kriteria-kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Kriteria informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Pegawai Kecamatan Beji yang terlibat dalam penyelenggaraan pelayanan publik berbasis inovasi.
- b. Masyarakat yang menjadi penerima pelayanan publik berbasis inovasi di Kecamatan Beji. (Lengkong et al., 2017)

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Untuk mengetahui kondisi pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok, peneliti melakukan wawancara mendalam dengan beberapa informan yang terdiri dari pegawai kecamatan, lurah, ketua RW, dan masyarakat penerima pelayanan publik. Berikut adalah beberapa kutipan dari hasil wawancara yang diperoleh oleh peneliti :

- 1) Informan A (pegawai kecamatan):

“Pelayanan publik di Kecamatan Beji sudah cukup baik, kami sudah menerapkan beberapa inovasi seperti SIMPEL, SIMPBJ, SIMPILU, dan lain-lain. Kami juga sudah memiliki website resmi yang berisi informasi-informasi penting tentang kecamatan, seperti profil, visi misi, program, kegiatan, anggaran, dan lain-lain. Kami juga sudah menyediakan meja pelayanan informasi publik di kantor kecamatan yang melayani permintaan informasi dari masyarakat.”

- 2) Informan B (lurah) :

“Pelayanan publik di kelurahan saya sudah cukup memuaskan, kami sudah menerapkan sistem online untuk beberapa layanan seperti pengajuan surat keterangan domisili, surat keterangan usaha, surat keterangan tidak mampu, dan lain-lain. Kami juga sudah memiliki media sosial yang aktif untuk menyampaikan informasi-informasi terkini tentang kelurahan, seperti agenda, berita, pengumuman, dan lain-lain. Kami juga sudah menyediakan ruang pelayanan informasi publik di kantor kelurahan yang melayani permintaan informasi dari masyarakat.”

- 3) Informan C (ketua RW) :

“Pelayanan publik di lingkungan saya sudah cukup baik, kami sudah menerapkan sistem online untuk beberapa layanan seperti pengajuan surat pengantar RT/RW, surat keterangan pindah datang/mutasi penduduk, surat keterangan nikah/sirih, dan lain-lain. Kami juga sudah memiliki grup WhatsApp yang aktif untuk berkomunikasi dengan warga tentang informasi-informasi penting tentang lingkungan, seperti kegiatan sosial, gotong royong, musyawarah warga, dan

lain-lain. Kami juga sudah menyediakan buku tamu yang berisi permintaan informasi dari warga.”

4) Informan D (masyarakat) :

“Pelayanan publik di Kecamatan Beji sudah cukup bagus, saya merasa mudah untuk mengurus berbagai keperluan administrasi di sini. Saya bisa mengakses informasi-informasi yang saya butuhkan melalui website atau media sosial kecamatan atau kelurahan. Saya juga bisa mengajukan permintaan informasi secara online atau langsung datang ke kantor kecamatan atau kelurahan. Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pegawai-pegawai di sini.”

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan tersebut, peneliti dapat mereduksi data menjadi beberapa poin-poin penting sebagai berikut:

1. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah cukup baik dan memuaskan bagi masyarakat.
2. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah menerapkan beberapa inovasi dalam bentuk sistem informasi manajemen yang memudahkan proses administrasi dan transparansi.
3. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah memiliki *website* resmi dan media sosial yang aktif sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi kepada masyarakat.
4. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah menyediakan meja atau ruang pelayanan informasi publik di setiap tingkat pemerintahan yang melayani permintaan informasi dari masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan tersebut, peneliti dapat menginterpretasikan data sebagai berikut:

1. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah mencerminkan beberapa asas penyelenggaraan pelayanan publik, seperti asas kepentingan umum, asas kepastian hukum, asas kesamaan hak, asas keprofesionalan, asas partisipatif, asas transparan, dan asas akuntabilitas.
2. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah menunjukkan beberapa indikator kualitas pelayanan publik, seperti indikator kecepatan, ketepatan, kemudahan, keterjangkauan, kenyamanan, dan keamanan.
3. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah menerapkan beberapa inovasi dalam bentuk sistem informasi manajemen yang memudahkan proses administrasi dan transparansi. Inovasi-inovasi ini juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses informasi dan mengurus berbagai keperluan administrasi secara *online* atau *offline*.
4. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah memiliki *website* resmi dan media sosial yang aktif sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi kepada masyarakat. *website* resmi dan media sosial ini juga berisi maklumat pelayanan yang menjelaskan tentang standar pelayanan, prosedur pelayanan, biaya pelayanan, waktu pelayanan, produk pelayanan, mekanisme pengaduan, dan lain-lain.
5. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah menyediakan meja atau ruang pelayanan informasi publik di setiap tingkat pemerintahan yang melayani permintaan informasi dari masyarakat. Meja atau ruang pelayanan informasi publik ini juga dilengkapi dengan buku tamu yang berisi permintaan informasi dari masyarakat.

Komunikasi Inovasi dalam Pelayanan Publik Kecamatan Beji Kota Depok

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan tersebut, peneliti dapat mereduksi data menjadi beberapa poin-poin penting sebagai berikut:

- 1) Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji meliputi empat tahapan, yaitu penyusunan, sosialisasi, implementasi, dan evaluasi.
- 2) Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh kelurahan dan lingkungan meliputi dua tahapan, yaitu sosialisasi dan implementasi.

- 3) Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh masyarakat meliputi dua tahapan, yaitu sosialisasi dan implementasi.
- 4) Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji menggunakan berbagai media komunikasi, seperti *website* resmi, media sosial, spanduk, brosur, poster, rapat-rapat, pelatihan-pelatihan, dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan-informan tersebut, peneliti dapat menginterpretasikan data sebagai berikut:

- 1) Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji mengikuti proses difusi inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers. Proses difusi inovasi terdiri dari lima tahapan, yaitu pengetahuan (knowledge), persuasi (persuasion), keputusan (decision), implementasi (implementation), dan konfirmasi (confirmation).
- 2) Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji merupakan strategi pelayanan publik yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas, efektivitas, efisiensi, akuntabilitas, dan transparansi pelayanan publik di Kecamatan Beji. Komunikasi inovasi juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan partisipasi masyarakat dalam pelayanan publik di Kecamatan Beji.
- 3) Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji menghadapi beberapa hambatan komunikasi dalam penerapannya. Beberapa hambatan komunikasi tersebut antara lain adalah kurangnya sumber daya manusia, materiil, informasi, dan teknologi yang mendukung inovasi-inovasi tersebut; kurangnya koordinasi dan kolaborasi antara instansi pemerintah dan mitra kerja dalam proses komunikasi inovasi; kurangnya kesadaran dan minat masyarakat untuk mengikuti dan memanfaatkan inovasi-inovasi tersebut; serta adanya perbedaan persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap inovasi-inovasi tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut:

1. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah cukup baik dan memuaskan bagi masyarakat. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah mencerminkan beberapa asas penyelenggaraan pelayanan publik, seperti asas kepentingan umum, asas kepastian hukum, asas kesamaan hak, asas keprofesionalan, asas partisipatif, asas transparan, dan asas akuntabilitas. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok juga sudah menunjukkan beberapa indikator kualitas pelayanan publik, seperti indikator kecepatan, ketepatan, kemudahan, keterjangkauan, kenyamanan, dan keamanan.
2. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah menerapkan beberapa inovasi dalam bentuk sistem informasi manajemen yang memudahkan proses administrasi dan transparansi. Inovasi-inovasi ini juga memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk mengakses informasi dan mengurus berbagai keperluan administrasi secara online atau offline.
3. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah memiliki website resmi dan media sosial yang aktif sebagai sarana komunikasi dan penyampaian informasi kepada masyarakat. Website resmi dan media sosial ini juga berisi maklumat pelayanan yang menjelaskan tentang standar pelayanan, prosedur pelayanan, biaya pelayanan, waktu pelayanan, produk pelayanan, mekanisme pengaduan, dan lain-lain.
4. Pelayanan publik di Kecamatan Beji Kota Depok sudah menyediakan meja atau ruang pelayanan informasi publik di setiap tingkat pemerintahan yang melayani permintaan informasi dari masyarakat. Meja atau ruang pelayanan informasi publik ini juga dilengkapi dengan buku tamu yang berisi permintaan informasi dari masyarakat.
5. Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji mengikuti proses difusi inovasi yang dikembangkan oleh Everett M. Rogers. Proses difusi inovasi terdiri dari lima tahapan, yaitu

- pengetahuan (knowledge), persuasi (persuasion), keputusan (decision), implementasi (implementation), dan konfirmasi (confirmation).
6. Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji merupakan strategi pelayanan publik yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas, efektivitas, efisiensi, akuntabilitas, dan transparansi pelayanan publik di Kecamatan Beji. Komunikasi inovasi juga bertujuan untuk meningkatkan kepuasan dan partisipasi masyarakat dalam pelayanan publik di Kecamatan Beji.
 7. Komunikasi inovasi yang dilakukan oleh Kecamatan Beji menghadapi beberapa hambatan komunikasi dalam penerapannya. Beberapa hambatan komunikasi tersebut antara lain adalah kurangnya sumber daya manusia, materiil, informasi, dan teknologi yang mendukung inovasi-inovasi tersebut; kurangnya koordinasi dan kolaborasi antara instansi pemerintah dan mitra kerja dalam proses komunikasi inovasi; kurangnya kesadaran dan minat masyarakat untuk mengikuti dan memanfaatkan inovasi-inovasi tersebut; serta adanya perbedaan persepsi, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap inovasi-inovasi tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- [1]. Abdurrahman, M. S. (2018). PENERAPAN INOVASI KEWIRAUSAHAAN BAGI BISNIS KOMUNIKASI PEMULA: STUDI KASUS STRATEGI BISNIS DI PT EDU MEDIA KOMUNIKA. *Jurnal PIKOM (Penelitian Komunikasi Dan Pembangunan)*, 16(1). <https://doi.org/10.31346/jpikom.v16i1.1334>
- [2]. Afriaris, S., & Windartini, S. (2021). Model Pengembangan Strategi Komunikasi Bisnis untuk Mencapai Tujuan Pemasaran pada Usaha Kecil Menengah (Studi Kasus Pada Konsep Usaha Rumah Tangga Kerak Nasi). *Jurnal Ekobistek*, 12–20. <https://doi.org/10.35134/ekobistekv9i1.65>
- [3]. Antika, E., & Tunggal, A. P. P. W. (2021). Strategi Komunikasi Kampanye Adopt Don't Buy Komunitas Adopsi di Kota Yogyakarta. *Jurnal Audiens*, 2(1). <https://doi.org/10.18196/jas.v2i1.9974>
- [4]. Arifianti, A. (2019). Pendekatan Model Public Relation PR Smith's SOSTAC Untuk Menganalisis Sistem Perencanaan Digital Marketing PT Valbury Asia Futures. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 132–138. <https://doi.org/10.31294/jkom.v10i2.6020>
- [5]. Dewi, N. P. K., & Ramli, A. H. (2023). E-Service Quality, E-Trust dan E-Customer Satisfaction Pada E-Customer Loyalty dari Penggunaan E-Wallet OVO. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 11(2), 321–338. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v11i2.2000>
- [6]. Evi Zahara. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Pimpinan Organisasi. *Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi*, 1829–7463(April).
- [7]. Fajrin, E. A. (2018). Analisis Framing Pemberitaan PKI di Media Online (Studi terhadap Viva.co.id). *eprints.uinsaizu.ac.id*. <https://eprints.uinsaizu.ac.id/4158/2/>
- [8]. Febriana, B., & Setyanto, Y. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Coffee Broker dalam Meningkatkan Jumlah Pelanggan. *Prologia*, 3(1). <https://doi.org/10.24912/pr.v3i1.6138>
- [9]. Gasa, F. M., Prabayanti, H. R., & Purnomo, Y. A. (2022). Refleksi Kepemimpinan Krisis Pemerintah Pada Fase Awal Covid-19 Di Indonesia. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v5i1.1703>
- [10]. Haryati. (2019). Strategi Komunikasi Pemasaran Bisnis Online Dengan Menggunakan Facebook Sebagai Media Online. *Khazanah Ilmu Berazam*, 2(3).
- [11]. Haryono, S. (2018). Re-Orientasi Pengembangan Sdm Era Digital Pada Revolusi Industri 4.0. *The National Conference on Management and Business (NCMAB) 2018 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- [12]. Lengkon, S. L., Sondakh, M., & Londa, J. . (2017). Strategi Public Relations Dalam Pemulihan Citra Perusahaan (Studi Kasus Rumah Makan Kawan Baru Megamas Manado). *Acta Diurna*, VI(1), 1–46. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/15493/15034>
- [13]. Mahida, M., & Handayani, W. (2019). Penilaian Status Keberlanjutan E-Ticketing Bus Trans

- Semarang Mendukung Kota Pintar dengan Pendekatan Multidimensional Scaling. *Warta Penelitian Perhubungan*, 31(1). <https://doi.org/10.25104/warlit.v31i1.977>
- [14]. Mintasih, D. (2022). Mengembangkan literasi bagi calon pendidik dalam menghadapi era revolusi industri 4.0 melalui PBL berbasis kehidupan. ... *Karimah: Jurnal Pendidikan Agama Islam*. <https://jurnal.samodrailmu.org/index.php/jak/article/view/4>
- [15]. Neneng Nurmalasari, & Masitoh, I. (2020). Manajemen Strategi Pemasaran Pendidikan Berbasis Media Sosial. *Jurnal.Unigal.Ac.Id*, volume 4(3).
- [16]. Ningsih, A., Muhyiddin, A., & Rosyidi, I. (2018). Strategi Komunikasi Bisnis Kewirausahaan Eco Pesantren Daarut Tauhiid. *Prophetica : Scientific and Research Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 4(1). <https://doi.org/10.15575/prophetica.v4i1.2230>
- [17]. Nurhayati, N., & Rahman, A. (2023). Systematic Literature Review: Tata Kelola Kolaboratif Dalam Sektor Publik. *Jurnal Agregasi : Aksi Reformasi Government Dalam Demokrasi*, 11(1), 1–22. <https://doi.org/10.34010/agregasi.v11i1.9207>
- [18]. Pranawukir, I., & Sukma, A. H. (2021). Strategi Corporate Social Responsibility Dompot Dhuafa dalam Membangun Brand Differentiation Lembaga. *Jurnal Inovasi Ilmu Sosial Dan Politik (JISoP)*, 3(1), 22. <https://doi.org/10.33474/jisop.v3i1.9000>
- [19]. Prasetyo, H., & Rachmawati, I. (2016). Analisis AISAS (attention, Interest, Search, Action, Share) Pada Pengguna Asus Zenfone Di Indonesia. *E-Proceeding of Management*, 3(3), 2.
- [20]. Praveen, V., Prasad, M. A., Pareek, A., & Mathur, N. (2021). *Green Marketing : a Sustainable Change in Market*. 7838(May), 11–15.
- [21]. Putra, A. K., & Kadir, S. M. D. (2020). Pelaksanaan Keterbukaan Informasi Publik di Universitas Jambi: Suatu Telaah Normatif. ... *Jurnal Pendidikan Ilmu-Ilmu Sosial*. <https://repository.unja.ac.id/17618/>
- [22]. Rahayu, S., & Hosizah, H. (2021). Implementasi Sistem Rujukan Layanan Kesehatan: Systematic Literature Review. *Indonesian of Health Information Management Journal (INO HIM)*, 9(2), 138–152. <https://doi.org/10.47007/inohim.v9i2.312>
- [23]. Rapanna, P. (2022). *Pelayanan Publik Berbasis Kearifan Lokal*. osf.io. <https://osf.io/b9des/download>
- [24]. Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 32. <https://doi.org/10.31289/simbollika.v4i1.1460>
- [25]. Riyantie, M., Alamsyah, A., & Pranawukir, I. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Kopi Janji Jiwa Di Era Digital Dan Era Pandemi Covid-19. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 20(2), 255–267. <https://doi.org/10.32509/wacana.v20i2.1721>
- [26]. Rufaidah, E., & Kodri. (2020). *Buku Referensi: Strategi Inovasi dan Kreativitas Berwirausaha Era Revolusi 4.0 (Kajian Empiris & Kajian Literatur)*. 0.
- [27]. Ryzan, K. D., Priyowidodo, G., & Tjahjo, J. D. W. (2020). Pengaruh Electronic Word of Mouth Terhadap Brand Awareness Kedai Kopi Kenangan Pada Warga Kota Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 8(2), 1–12.
- [28]. Saputra, T. (2016). Implementasi Design Thinking dalam Membangun Inovasi Model Bisnis Perusahaan Percetakan. *Agora*, 4(1), 833–844.
- [29]. Sembiring, J. P. (2016). Strategi Komunikasi Pemasaran Objek Wisata Gundaling dan Pemandian Air Panas Semangat Gunung. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 2(1).
- [30]. Singulano, M. A., Viana, F. D. F., & Inácio, I. L. E. (2023). Effects of the Covid-19 pandemic on market access by family farmers: qualitative study in the municipality of Mariana - MG. *Revista de Economia e Sociologia Rural*, 61(4). <https://doi.org/10.1590/1806-9479.2022.263633>
- [31]. Sitinah, S., & Sofiwati, S. (2021). Strategi Komunikasi Bisnis Quadro Helix Dalam Digitalisasi Umkm Jabodetabek. *Komunikata*57, 2(1).
- [32]. SUKMONO, F. G. (2017). *Komunikasi Berkemajuan dalam Dinamika Media dan Budaya*. eprints.umpo.ac.id. <http://eprints.umpo.ac.id/3251/>
- [33]. SUKOCO, N. D. (n.d.). PROGRAM BANTUAN SOSIAL TUNAI (BST) COVID-19 MENGGUNAKAN MODEL EVALUASI CIPP (CONTEXT, INPUT, PROCESS DAN PRODUCT) DI DESA In repository.uinsaizu.ac.id.

- https://repository.uinsaizu.ac.id/11290/9/NISFI_DESIANTI_SUKOCO_PROGRAM_BANTUAN_SOSIAL_TUNAI_%28BST%29_COVID-19_MENGGUNAKAN_MODEL_EVALUASI_CIPP_%28CONTEXT%2C_INPUT%2C_PROCESS_DAN_PRODUCT%29_DI_DESA_KENITEN_KECAMATAN_KEDUNG_BANTENG_KABUPATEN_BANYUMAS.pdf
- [34].Suprobo, P. (2014). Penerapan Design Thinking dalam Inovasi Pembelajaran Desain dan Arsitektur Penerapan Design Thinking dalam Inovasi Pembelajaran Desain dan Arsitektur Abstrak Pendahuluan. *Seminar Nasional Menuju Arsitektur BerEmpati, May 2012*, 509–517. https://www.researchgate.net/profile/Priyo_Suprobo2/publication/262561679_Penerapan_Design_Thinking_dalam_Inovasi_Pembelajaran_Desain_dan_Arsitektur/links/00b7d537ff66251792000000/Penerapan-Design-Thinking-dalam-Inovasi-Pembelajaran-Desain-dan-Arsitektur.
- [35].Susilo, A., & Sari, E. (2020). Implementasi Program Cyber Public Relations Pt. Kereta Api Indonesia Dalam Mengelola Informasi Publik Di Media Sosial Instagram. *Medium*, 8(1), 18–29. [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4792](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4792)
- [36].Suyani, E., Zahara, E., & Alfiansyah Siregar, F. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Menerapkan Program Corporate Social Responsibility (Studi Di PT. Coca Cola Bottling Indonesia Cabang Medan). *Jurnal Warta Edisi: 59*.
- [37].Tampubolon, A., & Agustiningasih, G. (2019). Peran Account Executive di Era Digital dalam Proses Perencanaan Iklan. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis Kwik Kian Gie*, 7(2), 6.
- [38].Wahdaniah, I., & Maring, P. (2021). Dramaturgi Profesi Wartawan dalam Realita Kehidupan. *PARAHITA : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2). <https://doi.org/10.25008/parahita.v1i2.45>
- [39].Wati, R. L., & Hadi, E. N. (2021). STIGMA MASYARAKAT TERHADAP PENYINTAS COVID-19 DI KECAMATAN DUREN SAWIT, JAKARTA TIMUR. *PREPOTIF : Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 5(2). <https://doi.org/10.31004/prepotif.v5i2.2503>
- [40].Whyte, C. (2023). Cyberspace is what states make of it: The social construction (and deconstruction) of strategic concepts. *Comparative Strategy*, 42(1). <https://doi.org/10.1080/01495933.2022.2158031>
- [41].Widjaja, Y. R., & Winarso, W. (2019). *Bisnis Kreatif dan Inovasi*. 117.
- [42].Wijaya, I. S. (2015). Perencanaan dan Strategi Komunikasi. *Lentera*, XVIII(1).
- [43].Zakiah, K., Widya Putri, D., Nurlimah, N., Mulyana, D., & Nurhastuti. (2019). Menjadi Korean Di Indonesia: Mekanisme Perubahan Budaya Indonesia-Korea. *Media Tor*, 12(1).
- [44].Zaman, R. K., & Misnan, M. (2021). Infrastruktur Politik Menuju Pilpres 2024 Dalam Konstruksi Media Sosial. *PETANDA: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Humaniora*, 4(1), 41–53. <https://doi.org/10.32509/petanda.v4i1.1558>
- [45].Zurnali, C., & Sujanto, A. (2021). Penerapan Electronic Human Resource Management di Perusahaan. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 17(1). <https://doi.org/10.53845/infokam.v17i1.285>