

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Strategi Komunikasi Persuasif Pemerintah Kota Bandung Pada Pelayanan Digital Sadayana Dalam Rangka Penggunaan Informasi di Masyarakat Kota Bandung.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif Pemerintah Kota Bandung Pada Pelayanan Digital Sadayana Dalam Meningkatkan Penggunaan Informasi di Masyarakat Kota Bandung, dengan dilihat berdasarkan tiga strategi komunikasi persuasive menurut Melvin L. DeFleur dan Sandra J. Ball Roceach, yaitu strategi yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya melalui hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Hasil penelitian ini adalah strategi psikodinamika yang diimplementasikan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam Layanan Sadayana dengan melakukan sosialisasi, kolaborasi dan komunikasi antar dinas setempat. Dalam strategi sosiokultural, masyarakat yang tertarik dalam penggunaan Layanan Digital Sadayana, dimulai dari penggunaan Bahasa atau nilai kebudayaan lokal yang tertera dalam Layanan Sadayana. Pada strategi *the meaning construction* pada Layanan Sadayana dengan memodifikasi penggunaan Bahasa, serta ikuti dengan visual dan konten-konten yang menarik sehingga masyarakat dapat memahami dengan mudah dan tertarik dalam menggunakan Layanan Sadayana.

Kesimpulan yang didapat dari penelitian ini yaitu strategi yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam Layanan Sadayana dan beberapa kedinasan yang terlibat sudah cukup berhasil dalam meningkatkan penggunaan penggunaan informasi di Masyarakat Kota Bandung sesuai dengan teori yang digunakan pada penelitian ini.

Kata kunci : Strategi Komunikasi Persuasif, Pemerintah Kota Bandung, Layanan Sadayana

ABSTRACT

This research is entitled Persuasive Communication Strategy of the Bandung City Government on Sadayana Digital Services in the Context of Information Use in Bandung City Communities.

The purpose of this research is to find out how the Bandung City Government's persuasive communication strategy for Sadayana Digital Services increases the use of information in the Bandung City Community, based on three persuasive communication strategies according to Melvin L. DeFleur and Sandra J. Ball Roceach, namely the strategies used in This research is descriptive qualitative with data collection techniques through observation, interviews and documentation.

The results of this research are psychodynamic strategies implemented by the Bandung City Government in Sadayana Services by conducting outreach, collaboration and communication between local agencies. In the sociocultural strategy, people who are interested in using Sadayana Digital Services start from using local language or cultural values stated in Sadayana Services. The meaningful construction strategy for the Sadayana Service is by modifying the use of language, as well as following it with visuals and interesting content so that people can understand easily and are interested in using the Sadayana Service.

The conclusion obtained from this research is that the strategy implemented by the Bandung City Government in Sadayana Services and several agencies involved has been quite successful in increasing the use of information in the Bandung City Community in accordance with the theory used in this research.

Keywords: Persuasive Communication Strategy, Bandung City Government, Sadayana Services

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan Stratégi Komunikasi Persuasif Pamaréntah Kota Bandung dina Sadayana Palayanan Digital dina Kontéks Pemakaian Informasi di Masarakat Kota Bandung.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho kumaha strategi komunikasi persuasif Pamaréntah Kota Bandung pikeun Sadayana Digital Services ngaronjatkeun pamakean informasi di masarakat Kota Bandung, dumasar kana tilu stratégi komunikasi persuasif numutkeun Melvin L. DeFleur jeung Sandra J. Ball Roeach, nya éta stratégi anu digunakeun dina ieu panalungtikan nya éta déskriptif kualitatif kalawan téhnik ngumpulkeun data ngaliwatan observasi, wawancara jeung dokuméntasi.

Hasil tina ieu panalungtikan mangrupa stratégi psikodinamika anu dilaksanakeun ku Pamaréntah Kota Bandung dina Layanan Sadayana ku cara ngayakeun sosialisasi, gawé bareng jeung komunikasi antar instansi satempat. Dina stratégi sosiokultural, masarakat anu resep ngagunakeun Layanan Digital Sadayana dimimitian tina ngagunakeun basa lokal atanapi ajén budaya anu aya dina Sadayana Services. Strategi pangwangunan anu bermakna pikeun Layanan Sadayana nyaéta ku cara ngarobihkeun panggunaan basa, ogé nuturkeun kalayan visual sareng eusi anu pikaresepeun supados masarakat tiasa ngartos sareng resep ngagunakeun Layanan Sadayana.

Kacindekan tina ieu panalungtikan nya éta strategi anu dilaksanakeun ku Pamaréntah Kota Bandung dina Layanan Sadayana jeung sababaraha instansi anu kalibet geus cukup suksés dina ngaronjatkeun pamakean informasi di masarakat Kota Bandung luyu jeung tiori anu digunakeun dina ieu panalungtikan.

Kata Kunci: Stratégi Komunikasi Persuasif, Pamaréntah Kota Bandung, Jasa Sadayana