

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PEMERINTAH KOTA TANGERANG DALAM MENYEBARLUASKAN INFORMASI REVITALISASI PASAR ANYAR

WAFIQ ROKHMAH



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Tangerang dalam Menyebarluaskan Informasi Revitalisasi Pasar Anyar” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir laporan akhir ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2025

Wafiq Rokhmah
J0301211203

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

WAFIQ ROKHMAH. Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Tangerang dalam Menyebarkan Informasi Revitalisasi Pasar Anyar. *The Digital Communication Strategy of the Tangerang City Government in Disseminating Information on the Revitalization of Pasar Anyar*. Dibimbing oleh WILLY BACHTIAR.

Pemerintah Kota Tangerang sebagai penyelenggara layanan publik memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat secara luas. Pemanfaatan media digital, khususnya media sosial, memberikan dampak positif dalam proses penyebaran informasi karena mampu menjangkau audiens secara *real time*, mendorong partisipasi, serta memungkinkan masyarakat untuk berbagi, berinteraksi, dan menerima informasi tanpa batasan geografis. Hal ini turut diterapkan dalam penyebaran informasi mengenai Proyek Strategis Nasional (PSN) revitalisasi Pasar Anyar.

Penelitian ini dilaksanakan bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital yang dijalankan oleh Pemerintah Kota Tangerang dalam menyampaikan informasi revitalisasi Pasar Anyar kepada publik, serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mendukung dan menghambat jalannya strategi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka.

Penelitian ini juga menggunakan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang bisa saja muncul dalam proses penyebaran informasi revitalisasi Pasar Anyar melalui media sosial (media digital) serta model SMART yang digunakan sebagai panduan dalam menilai kejelasan setiap tujuan, dapat diukur hasilnya, realistis untuk dicapai, selaras dengan masalah yang dihadapi, dan mempunyai batas waktu yang jelas untuk pelaksanaannya. Penelitian ini juga mengkaji empat unsur penting dalam perancangan strategi komunikasi ataupun strategi komunikasi digital, yakni identifikasi khalayak, perancangan isi pesan, penentuan metode komunikasi, dan pemilihan media komunikasi. Strategi komunikasi yang dijalankan juga dianalisis melalui tiga tahapan penting: perencanaan strategi (formulasi tujuan), pelaksanaan strategi (implementasi), dan penilaian strategi (evaluasi).

Hasil dari penelitian ini memperlihatkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Pemerintah Kota Tangerang dalam menyebarkan informasi revitalisasi Pasar Anyar sudah dilakukan secara menyeluruh mulai dari prarevitalisasi, masa revitalisasi, hingga pascarevitalisasi. Namun demikian, masih terdapat beberapa kendala, seperti kurangnya integrasi data antar dinas terkait dan terbatasnya variasi konten. Penulis menyarankan agar Pemerintah Kota Tangerang terus mengoptimalkan media digital, meningkatkan koordinasi antardinas, serta menyiapkan perencanaan konten yang lebih strategis dan berkelanjutan guna mendukung keberhasilan komunikasi publik.

Kata kunci: komunikasi digital, menyebarkan informasi, Pasar Anyar, Pemerintah Kota Tangerang, revitalisasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2025
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL PEMERINTAH KOTA TANGERANG DALAM MENYEBARLUASKAN INFORMASI REVITALISASI PASAR ANYAR

WAFIQ ROKHMAH

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

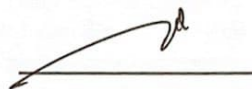
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Tangerang dalam
Menyebarkan Informasi Revitalisasi Pasar Anyar

Nama : Wafiq Rokhmah
NIM : J0301211203

Disetujui oleh

Pembimbing:
Dr. Willy Bachtiar, S.I.Kom., M.I.Kom.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP 196607171992031003





Tanggal Ujian: 22 Juli 2025

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanaahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah berupa riset terapan ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Januari 2025 hingga bulan Juli 2025 ini adalah “Strategi Komunikasi Digital Pemerintah Kota Tangerang dalam Menyebarluaskan Informasi Revitalisasi Pasar Anyar”. Tidak lupa, terima kasih penulis ucapkan kepada:

1. Dosen pembimbing yaitu Dr. Willy Bachtiar, S.I.Kom., M.I.Kom. yang telah membimbing dan banyak memberikan saran.
2. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi IPB University yang senantiasa memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis selama proses penyusunan laporan akhir ini, sehingga penelitian dapat berjalan lancar sesuai dengan standar akademik yang telah ditetapkan.
3. Ungkapan terima kasih disampaikan kepada Dekan Sekolah Vokasi IPB University yaitu Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. yang telah memberikan dukungan dan semangat secara kelembagaan.
4. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada almarhum Bapak, Ibu, Adik, dan seluruh keluarga yang tidak bisa disebutkan satu per satu yang telah memberikan dukungan, doa, serta kasih sayangnya tiada henti hingga akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi ini.
5. Selanjutnya, terima kasih dengan tulus disampaikan kepada Bapak D beserta keluarga karena telah berkontribusi penuh dan bertanggung jawab terhadap kehidupan penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini hingga akhir dengan tepat waktu.
6. Ucapan terima kasih kepada Nova Fitriani, Cindy Niken, dan Dinda yang telah menemani, membersamai, dan ikut serta memberikan dukungan moral dan material kepada penulis selama menyusun laporan akhir ini.

Semoga karya ilmiah berupa laporan akhir ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Wafiq Rokhmah

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ix
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR LAMPIRAN	ix
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan	4
1.4 Manfaat	4
1.5 Ruang Lingkup	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Komunikasi Publik	7
2.2 Komunikasi Organisasi	7
2.2.1 Tujuan Komunikasi Organisasi	8
2.2.2 Fungsi Komunikasi Organisasi	8
2.3 Komunikasi Pemerintahan	8
2.3.1 Karakteristik Komunikasi Pemerintahan	9
2.3.2 Peran Komunikasi Pemerintahan	10
2.4 Informasi Publik	11
2.5 Revitalisasi	12
2.5.1 Tahap-tahap Revitalisasi	13
2.5.2 Tujuan Revitalisasi	13
2.6 Komunikasi Digital	13
2.7 Strategi Komunikasi	19
2.7.1 Jenis-jenis Strategi Komunikasi	20
2.7.2 Tahap Strategi Komunikasi	20
2.7.3 Tujuan Strategi Komunikasi	22
2.7.4 Prinsip-prinsip Strategi Komunikasi	23
2.7.5 Ruang Lingkup Strategi Komunikasi	24
2.8 Strategi Komunikasi Digital	24
2.9 Analisis SWOT	26
2.10 Penelitian Terdahulu	26
2.11 Kerangka Pemikiran	36
III METODE	39
3.1 Lokasi dan Waktu	39
3.2 Data dan Instrumen	39
3.3 Teknik Pengumpulan Data	40
3.4 Analisis Data	41
3.5 Subjek Penelitian	42
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	45
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	45
4.1.1 Pemerintahan Kota Tangerang	45
4.1.2 Logo Pemerintahan Kota Tangerang	47
4.1.3 Pasar Anyar Kota Tangerang	49



4.2	Strategi Komunikasi Digital	51
4.2.1	Perencanaan Strategi (Formulasi Tujuan)	51
4.2.2	Pelaksanaan Strategi (Implementasi)	58
4.2.3	Penilaian Strategi (Pengukuran)	73
4.3	Analisis SWOT dalam Menyebarluaskan Informasi Revitalisasi Pasar Anyar	77
4.4	Faktor Pendukung dan Penghambat	81
	SIMPULAN DAN SARAN	83
5.1	Simpulan	83
5.2	Saran	83
	DAFTAR PUSTAKA	85
	LAMPIRAN	89
	RIWAYAT HIDUP	113

DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	26
2	Informan Penelitian	42
3	Analisis SWOT Strategi Komunikasi Digital Revitalisasi Pasar Anyar	77

DAFTAR GAMBAR

1	Jumlah Tingkat Penetrasi Internet di Indonesia Tahun 2024	15
2	Waktu Orang Indonesia Mengakses Media Digital (Tahun 2024)	16
3	Platform Media Sosial yang Banyak digunakan di Indonesia Tahun 2024	16
4	Tampilan <i>Website</i> Pemerintah Kota Tangerang	19
5	Kerangka Berpikir	37
6	Peta Administrasi Kota Tangerang	46
7	Logo Pemerintahan Kota Tangerang	48
8	Kondisi Pasar Anyar Sebelum di Revitalisasi	49
9	Kondisi Pasar Anyar Setelah di Revitalisasi	51
10	Data Statistik Media Sosial di Kota Tangerang	54
11	Analisis SWOT Kegiatan Revitalisasi Pasar Anyar	57
12	Tampilan <i>Website</i> Berita Mengenai Revitalisasi Pasar Anyar	58
13	Konten Kondisi Pasar Anyar Rusak dan Komentar Masyarakat	59
14	Infografis Rencana Desain Pasar Anyar	61
15	Konten Pemberitahuan Pasar Anyar Sedang Direvitalisasi	62
16	Konten Gapura Pasar Anyar Dibongkar	64
17	Konten Berita Akses Jalan ke Pasar Anyar Dibatasi dan Dipasang Portal	65
18	Konten Tempat Relokasi Pedagang ke Metropolis	66
19	Konten Tempat Relokasi Pedagang ke Plaza Shinta	67
20	Konten Tempat Relokasi Pedagang ke Pasar Anyar Selatan dan Pasar Mambo	69
21	Konten Berita Kementerian PU Serahkan Operasional Pasar Anyar ke Pemkot Tangerang	70
22	Konten Wakil Presiden Gibran Rakabuming Melakukan Evaluasi Perkembangan Revitalisasi Pasar Anyar	74
23	Konten Berita Ketua DPRD Kota Tangerang Mendampingi Wakil Presiden Gibran Rakabuming Meninjau Revitalisasi Pasar Anyar	76

DAFTAR LAMPIRAN

1	Strategi Komunikasi dan SWOT Kegiatan Revitalisasi Pasar Anyar	91
2	<i>Action Plan</i> Kegiatan Revitalisasi Pasar Anyar	92
3	<i>Social Media Plan</i> Kegiatan Revitalisasi Pasar Anyar	96
4	Gambar Pasar Anyar Setelah Revitalisasi	97
5	Gambar Baliho Iklan Pasar Anyar	97
6	Gambar Spanduk Iklan Pasar Anyar	98
7	Wawancara dengan Ketua Tim Diseminasi Informasi Media Elektronik Pemerintah Kota Tangerang	98



8	Wawancara dengan <i>Marketing Communication</i> Pemerintah Kota Tangerang	99
9	Wawancara dengan Narasi dan Reporter Pemerintah Kota Tangerang	99
10	Wawancara dengan <i>Content and Social Media Specialist</i> Pemerintah Kota Tangerang	100
11	Transkrip Wawancara Informan Kunci 1	101
12	Transkrip Wawancara Informan Kunci 2	106
13	Transkrip Wawancara Informan Kunci 3	107
14	Transkrip Wawancara Informan Kunci 4	111

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.