

Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Perencanaan Pembangunan Kota Melalui Bandung *Planning Gallery*

Nia Maesaroh¹, Mohamad Syahriar Sugandi, SE., M.I.Kom¹

¹ Universitas Telkom Bandung

¹e-mail niamaesaroh5@gmail.com, ¹mohcyahriar@gmail.com

Abstract

Bandung Planning Gallery is Bandung planning platform as a form of transparency in terms of development by the government of Bandung. In claim as a platform of city planning with the most advanced technology facilities in Indonesia such as interactive touch screen, augmented reality technology, to virtual reality technology. The presence of Bandung Planning Gallery is expected to be a step appropriate communication strategy in conveying information related to urban development planning to the people of Bandung. The purpose of this research is to know the role of knowing how communication strategy used by Bandung Planning Gallery in socializing Bandung development plan. Departure by qualitative descriptive method, this research use some data collecting technique that is deep interview technique, observation and document. The research finds that Bandung Planning Gallery has an important role and strategy used in conveying the development planning of Bandung city in the past, the city of Bandung today, and the development planning of Bandung city in the future

Keywords: *Bandung Planning Gallery, sophisticated technology, development planning of Bandung city*

Abstrak

Bandung Planning Gallery ialah anjungan perencanaan Kota Bandung sebagai bentuk transparansi dalam hal pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung. Di *claim* sebagai anjungan perencanaan kota dengan fasilitas teknologi tercanggih yang ada di Indonesia seperti layar sentuh interaktif, teknologi *augmented reality*, hingga teknologi *virtual reality*. Hadirnya Bandung Planning Gallery diharapkan bisa menjadi langkah strategi komunikasi yang tepat dalam menyampaikan informasi terkait perencanaan pembangunan kota kepada masyarakat Kota Bandung. Tujuan penelitian ini ialah mengetahui peran serta mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Bandung Planning Gallery dalam mensosialisasikan perencanaan pembangunan Kota Bandung. Berangkat dengan metode deskriptif kualitatif, penelitian ini menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menemukan bahwa Bandung Planning Gallery memiliki peran penting serta strategi yang digunakan dalam menyampaikan perencanaan pembangunan Kota Bandung pada masa lalu, Kota Bandung masa kini, dan perencanaan pembangunan Kota Bandung pada masa mendatang

Kata kunci : Bandung Planning Gallery, teknologi tercanggih, perencanaan pembangunan Kota Bandung

A. Pendahuluan

Pertaturan pemerintah pada Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 memuat tentang suatu wilayah atau kota seharusnya memiliki inovasi dalam pembangunan yang dapat menonjolkan dan mengemas potensi daerah yang dimiliki sehingga memiliki daya tarik berbeda dengan kota lainnya. Salah satu kota yang memiliki kelebihan tersebut ialah Kota Bandung dilihat dari penghargaan yang di terimanya dari *United Nations Educational, Scientific, dan Cultural Organization* (UNESCO) sebagai kota bidang desain dan penghargaan lain seperti *Indonesia's Attractiveness Award* (IAI) 2017 yang mana Kota Bandung terpilih sebagai kota nomor satu terbaik se-Indonesia dalam berbagai kategori salah satunya kota terbaik kategori Infrastruktur.

Program pembangunan infrastruktur pada umumnya fokus pada peningkatan kebutuhan dasar dan konektivitas manusia seperti air, listrik, energi hingga transportasi (jalan raya, kereta api, pelabuhan, dan bandara). Melihat penghargaan yang didapatkan Kota Bandung sebagai salah satu kategori infrastruktur kota terbaik se-Indonesia dalam ajang penghargaan *Indonesia's Attractiveness Award* (IAI) 2017 diatas, maka Kota Bandung dianggap sebagai salah satu kota yang telah memenuhi kriteria dalam ketersediaan infrastruktur yang dimaksudkan.

Infrastruktur yang ideal bagi suatu daerah menjadi acuan bagi Pemerintah Kota Bandung dalam melakukan perencanaan pembangunan di Kota Bandung yang bersifat adil, terbuka, dan akuntabel. Perencanaan pembangunan

kota sudah seharusnya dilakukan oleh setiap kota karena memiliki dampak yang penting sehingga perlu untuk dikomunikasikan. Melalui komunikasi yang baik antara pemerintah dan masyarakat maka pembangunan yang direncanakan akan memberikan manfaat positif sehingga tujuan yang diinginkan dapat dicapai.

Komunikasi dalam perencanaan pembangunan pada masa kini telah mengalami perubahan proses dan arah, yang pada mulanya *top-down* menjadi *bottom-up* yang artinya pendekatan pembangunan bukan hanya di orientasikan pada pemerintah semata namun juga pada masyarakatnya. Salah satu kota yang melakukan pendekatan dengan sistem *bottom-up* dalam pelaksanaan beberapa program pemerintahan ialah kota Bandung. Upaya yang dilakukan pemerintahan Kota Bandung dalam membangun ruang komunikasi yang sifatnya dua arah mengenai perencanaan pembangunan Kota Bandung tersebut ialah dengan membangun anjungan perencanaan kota yaitu Bandung *Planning Gallery*.

Bandung *Planning Gallery* resmi dibuka pada tanggal 1 Agustus 2017 oleh Pemerintah Kota Bandung sebagai anjungan perencanaan Kota Bandung yang bisa dikunjungi gratis oleh masyarakat umum. Bandung *Planning Gallery* yang berlokasi di Jalan Aceh no 36 Bandung ini merupakan bentuk transparansi baru dari pembangunan yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung. Menyerupai galeri yang ada di luar negeri yakni Singapore City *Gallery* membuat Bandung *Planning Gallery* di *claim* sebagai anjungan perencanaan kota dengan fasilitas teknologi tercanggih yang ada di Indonesia seperti layar sentuh interaktif, teknologi *augmented reality*, hingga teknologi *virtual reality*.

Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan (BAPPELITBANG) Bandung merancang Bandung *Planning Gallery* sebagai wahana informasi pembangunan kota bagi warga, yang salah satu tujuannya ialah agar setiap perencanaan pembangunan bisa diketahui oleh masyarakat sehingga memunculkan nilai keterbukaan. BAPPELITBANG menginginkan kerjasama antara pihak pemerintahan dengan masyarakat kota Bandung terkait perencanaan pembangunan Kota Bandung agar bisa berjalan dengan baik. Kerjasama antara BAPPELITBANG dan masyarakat akan berjalan maksimal jika didukung dengan komunikasi yang efektif antara kedua belah pihak, dan untuk mencapai komunikasi efektif tersebut diperlukan strategi komunikasi yang tepat pula sehingga tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Oleh karena itu, hadirnya Bandung *Planning Gallery* diharapkan bisa menjadi langkah strategi komunikasi yang tepat dalam menyampaikan informasi terkait perencanaan pembangunan Kota Bandung kepada masyarakat Kota Bandung. Hal ini penting untuk diteliti dan ditelusuri lebih jauh lagi melihat keberadaan Bandung *Planning Gallery* sebagai anjungan kota pertama di Indonesia sehingga berjudul : **“Strategi Komunikasi dalam Sosialisasi Perencanaan Pembangunan Kota Melalui Bandung *Planning Gallery*”**.

Berangkat dari pemaparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai : (1) Bagaimana Bandung *Planning Gallery* berperan sebagai medium atau wahana perencanaan pembangunan di Kota Bandung? Dan (2) Bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Bandung *Planning Gallery* untuk mensosialisasikan perencanaan pembangunan Kota Bandung?

Tujuan penelitian ini adalah (1) Mengetahui bagaimana Bandung *Planning Gallery* berperan sebagai medium atau wahana perencanaan pembangunan di Kota Bandung dan (2) Mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang digunakan Bandung *Planning Gallery* untuk mensosialisasikan perencanaan pembangunan Kota Bandung.

Dalam menemukan jawaban penelitian diperlukan sebuah metode penelitian yang tepat dan sesuai, pada penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Berangkat dari pengertian Nazir (2003) bahwa metode deskriptif merupakan suatu metode yang meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Bersadar hal tersebut pada penelitian ini peneliti berusaha untuk mendeskripsikan strategi komunikasi yang digunakan untuk sosialisasi perencanaan pembangunan Kota Bandung melalui anjungan perencanaan Kota Bandung yaitu Bandung *Planning Gallery*. Didalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu teknik wawancara mendalam, observasi dan dokumen. Pada dasarnya teknik tersebut merupakan teknik pengumpulan data yang khas di dalam melakukan penelitian kualitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan Model Miles dan Huberman yaitu data yang dikumpulkan akan mengalami data reduksi, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Sedangkan untuk keabsahan data, penulis menggunakan triangulasi sumber dan triangulasi metode pada penelitian yang dilakukan.

B. Konsep Komunikasi

Menurut Dilla (2012:131) strategi komunikasi merupakan manajemen serta panduan dari perencanaan secara menyeluruh untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Dalam sebuah buku berjudul komunikasi pembangunan, Dilla (2012:132) memaparkan beberapa tahapan-tahapan dalam melakukan perencanaan komunikasi (Dilla, 2012) sehingga dapat tercapai tujuan yang diinginkan :

1. Pemilihan komunikan dan komunikator secara tepat
2. Isi pesan yang disampaikan harus sesuai etika dan norma-norma
3. Memilih media atau saluran yang tepat
4. Menetapkan frekuensi yang sesuai
5. Menetapkan waktu dan tempat atau lokasi yang tepat

Konsep Rogers (1976) menjelaskan tiga unsur pembangunan antara lain : *Pertama*, Informasi yang menyebar secara merata. *Kedua*, masyarakat berpartisipasi dalam perencanaan, pengelolaan, dan pelaksanaan pembangunan juga disertai dengan desentralisasi kegiatan tertentu di daerah-daerah. *Ketiga*, mampu berdiri serta mandiri dalam pembangunan, dengan memanfaatkan potensi sumber daya setempat. Pada dasarnya suatu pembangunan pasti melibatkan minimal tiga komponen penting yakni:

1. Komunikator pembangunan yaitu aparat pemerintah atau masyarakat
2. Pesan pembangunan merupakan gagasan atau program pembangunan yang harus dijalankan
3. Target pembangunan atau komunikan dari pembangunan merupakan masyarakat luas baik masyarakat desan maupun kota.

Dalam melakukan perumusan strategi komunikasi, ada beberapa hal yang harus diperhatikan (Abidin, 2015) antara lain sebagai berikut :

1. Tujuan, adanya tujuan harus mampu memastikan bahwa strategi komunikasi yang dikembangkan merupakan tuntutan dari kebutuhan organisasi bukan karena adanya kebutuhan atas komunikasi.
2. Sasaran yang tepat dapat membantu dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Sasaran yang dimaksud ialah masyarakat yang disebut juga dengan khalayak atau *audience*. Masyarakat merupakan target program dari aktivitas komunikasi yang dilakukan. Mereka sebagai penentu berhasil atau gagalnya suatu program, karna jika mereka tidak tertarik dengan program yang ditawarkan, maka kegiatan komunikasi yang dilakukan menjadi sia-sia.
3. Pesan, ialah segala sesuatu yang disampaikan oleh seseorang dalam bentuk simbol yang dipersepsi dan diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Pesan bergantung pada program yang akan disampaikan. Jika program bersifat komersial maka pesan haruslah persuasif dan provokatif, jika program bersifat penyuluhan maka pesan harus bersifat persuasif dan edukatif. Syarat yang diperlukan agar komunikasi menjadi efektif bagi sebuah pesan ialah apabila pesan yang disampaikan menarik, memperoleh kebutuhan individual pada komunikan, pesan dapat memuaskan kebutuhan emosional komunikan juga menjadi harapan logis bagi komunikan.
4. Instrumen dan Kegiatan, mengenal instrumen dan kegiatan yang sesuai untuk mengkomunikasikan pesan yang ingin disampaikan. Gagasan ini dapat diperoleh dari pendengar atau dari pesan-pesan atau kombinasi dari keduanya. Dalam merancang instrumen dan kegiatan harus disesuaikan dengan sumber daya dan dana yang tersedia.

5. Sumber daya dan skala waktu, menggunakan sumber daya yang memang tersedia dalam mencapai tergetan yang ditentukan, dan skala waktu yang sesuai sehingga ada penepatan dalam tenggat waktu sehingga tujuan dapat diwujudkan.
6. Evaluasi, mempertimbangkan audit komunikasi untuk memperkirakan efektivitas strategi komunikasi dengan pendengar internal atau eksternal. Evaluasi merupakan metode pengkajian dan penilaian keberhasilan dari kegiatan komunikasi yang telah dilakukan. Dengan tujuan untuk memperbaiki atau meningkatkan keberhasilan yang telah dicapai dengan metode sebelumnya. Evaluasi dilakukan untuk mengukur sejauh mana keberhasilan dari suatu program yang dilaksanakan.

Berdasarkan pemaparan mengenai perumusan strategi komunikasi tersebut, maka dapat dilihat bahwa menyusun sebuah strategi komunikasi merupakan suatu hal yang penting. Berangkat dari hal tersebut dan juga menurut pengamatan serta observasi yang dilakukan oleh penulis, perumusan strategi komunikasi oleh Abidin (2015:118) dapat digunakan sebagai alat untuk melihat lebih jauh lagi bagaimana proses strategi komunikasi yang terjadi didalam Bandung *Planning Gallery* melihat poin-poin yang disebutkan sudah mewakili kebutuhan dalam merancang strategi komunikasi yang digunakan.

C. Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi yang dilakukan oleh penulis, didapatkan hasil mengenai tujuan dibangunnya Bandung *Planning Gallery* yaitu sebagai berikut :

1. Sebagai wadah sosialisasi dan pusat penginformasian pemerintah kepada masyarakat mengenai perencanaan pembangunan Kota Bandung
2. Sebagai bentuk transparansi pemerintahan kepada masyarakat terkait perencanaan pembangunan Kota Bandung
3. Sebagai wisata edukasi yang profesional
4. Sebagai sarana aspirasi bagi masyarakat mengenai perencanaan pembanguann Kota Bandung

Bandung Planning Gallery menerapkan target sasaran yang dituju dalam mencapai perencanaan tujuan yang telah dibuat, target sasaran yang dimaksud ialah seluruh lapisan masyarakat yakni tidak terbatas usia dan jenis kelamin, seluruh kalangan status sosial serta masyarakat dari daerah manapun bisa berkunjung ke Bandung Planning Gallery.

Pesan disampaikan secara menarik maksudnya Bandung Planning Gallery menyajikan informasi dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Informasi atau pesan yang disampaikan kepada masyarakat didalam Bandung Planning Gallery secara garis besar terbagi menjadi tiga yakni :

1. Bandung pada masa lalu, yakni informasi terkait profil Kota Bandung pada masa lalu, seperti sejarah terbantuknya Bandung, peran Bandung pada masa-masa penting Indonesia juga perkembangan perencanaan pembangunan Kota Bandung.
2. Bandung pada masa kini, yakni informasi terkait profil Bandung pada saat ini mulai dari kondisi geografis Kota Bandung, perkembangan pembangunan yang sedang terjadi, Bandung dalam angka, program Pemerintah Kota Bandung yang sedang berjalan, juga *update* pencapaian yang didapatkan oleh Kota Bandung. Program-program yang sedang berjalan seperti :
 - Bandung kota Pintar Bandung kota Pintar (Smart City) yaitu informasi yang bertujuan untuk menciptakan *e-government* yang efektif dan efisien dalam mengelola kota bagi warga Bandung, *smart city* diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan kota untuk ditinggali, kemudahan dalam mendapatkan informasi dan pelayanan publik, pendidikan, bisnis dan mobilitas dalam kota. Proyek *smart city* seperti *Bandung Command Center* dan *Panic Button* serta *Urban Mobility Projects* seperti monorel, bus Trans Metro Bandung, Skybridge (*cable car*) dan *Bike Sharing*.

3. Bandung pada masa depan, yaitu informasi terkait segala perencanaan pembangunan yang akan dilaksanakan pada masa mendatang. Perencanaan pembangunan Kota Bandung tersebut seperti :
 - a) Informasi mengenai *Light Rail Transit* (LRT) yang merupakan program Bandung lancar 2031 sebagai solusi transportasi di Kota Bandung pada masa yang akan datang. Bandung Planning Gallery menyediakan teknologi Virtual Reality sebagai gambaran visualisasi dari LRT yang akan dibuat
 - b) Rencana pembangunan infrastruktur di Kota Bandung yang disajikan dalam bentuk Bandung maket. Dengan proyeksi *video mapping* pada maket, terdapat informasi mengenai rencana pengembangan kawasan di Kota Bandung. Maket lainnya yakni maket pusat kota yang merupakan rencana pengembangan area alun-alun dan jalan Asia Afrika kedepannya.
 - c) Informasi mengenai Bandung Teknopolis, yaitu konsep pengembangan masa depan Kota Bandung ke arah timur kawasan Gedebage yang dicanangkan akan selesai pada tahun 2030. Teknopolis Gedebage akan diarahkan pada smart industry yaitu industri yang berlandaskan pada *Scientific, Man-Made, Artistic*, serta *Research dan Technology*.

Instrumen atau alat yang digunakan dalam menyampaikan informasi terkait perencanaan pembangunan Kota Bandung disajikan dengan teknologi canggih serta mumpuni di Bandung Planning Gallery, sehingga masyarakat yang dituju menjadi lebih tertarik serta antusias dalam penerimaannya ketika datang ke Bandung Planning Gallery. Instrumen atau alat yang dimaksud tersebut ialah :

- a) Video animasi interaktif
- b) Layar sentuh
- c) Instalasi interaktif augmented reality
- d) Teknologi virtual reality
- e) Video interaktif dengan navigasi *Kinect Gesture*
- f) Video mapping
- g) Maket

Dari segi kegiatan, berdasarkan keterangan dari informan kunci ada harapan untuk melakukan agenda secara fisik. Maksudnya akan ada rencana untuk membuat sebuah kegiatan yang dimaksudkan untuk menginformasikan terkait Bandung Planning Gallery.

Melalui wawancara yang dilakukan oleh penulis ditemukan hasil mengenai SKPD yang berhubungan dengan Bandung Planning Gallery. Satuan Kerja Perangkat Daerah tersebut antara lain yaitu :

- a) Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO)
- b) SKPD Humas
- c) Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan (BAPPELITBANG)
- d) Badan Pusat Statistik
- e) Dinas Penataan Ruang (DISTARU)

Sedangkan untuk skala waktu pada penelitian ini ditunjukkan pada timeline agenda yang dimiliki oleh Bandung Planning Gallery demi berlangsungnya kegiatan sesuai dengan yang direncanakan. Melalui wawancara yang

dilakukan diperoleh hasil bahwa Bandung Planning Gallery baru berdiri dan dapat beroperasi setelah dua tahun masa perencanaan oleh pemerintahan Kota Bandung. Skala waktu dalam melakukan pembaruan konten yang ada di Bandung Planning Gallery paling lama selama tiga bulan sekali. Sedangkan untuk kegiatan di media komunikasinya belum memiliki timeline rutin karena sejauh ini dilakukan hanya sesuai dengan kebutuhan yang dirasa perlu. SOP (*Standard Operating Procedure*) terkait waktu baru akan dibuat demi anjungan perencanaan kota yang semakin baik kedepannya.

Umpan balik atau *feedback* yang diberikan oleh pengunjung Bandung Planning Gallery bisa dilihat di area kubah aspirasi dan juga galeri temporer. Di kubah aspirasi pengunjung yang datang bisa menuliskan ide atau aspirasinya di *Post It* kecil yang kemudian nanti akan mengalami perekapan untuk ide atau tanggapan yang memang berhubungan dengan perencanaan pembangunan Kota Bandung. Pada galeri temporer aspirasi masyarakat bisa tersimpan secara digital karena Bandung Planning Gallery menyediakan tempat untuk saran masukkan melalui teknologi layar sentuh selain dari pendapat yang ditulis secara manual di kubah aspirasi. Tujuan dari dilakukannya perekapan *feedback* masyarakat ialah untuk mengevaluasi Bandung Planning Gallery sendiri, untuk mengetahui kekurangan serta kelebihan Bandung Planning Gallery di mata masyarakat atau pengunjung yang datang. Akan lebih baik lagi jika memang ada saran membangun dari masyarakat terkait perencanaan pembangunan Kota Bandung kedepannya sehingga masyarakat memiliki peran dalam pembangunan yang terjadi.

D. Kesimpulan

1. Peran Bandung Planning Gallery

Kesimpulan yang didapatkan oleh penulis terkait peran Bandung *Planning Gallery* sebagai medium atau wadah perencanaan pembangunan Kota Bandung terdiri dari 5 poin penting yaitu ; (1) Bandung *Planning Gallery* sebagai strategi dalam mengkomunikasikan terkait perencanaan pembangunan antara pemerintah kepada masyarakat, (2) Bandung *Planning Gallery* sebagai wadah sosialisasi dan pusat informasi perencanaan pembangunan Kota Bandung, (3) Bandung *Planning Gallery* sebagai bentuk transparansi pemerintahan Kota Bandung terkait perencanaan pembangunan yang akan dilakukan, (4) Bandung *Planning Gallery* sebagai wisata edukasi profesional bagi masyarakat, dan (5) Bandung *Planning Gallery* sebagai sarana aspirasi masyarakat terhadap perencanaan pembangunan Kota Bandung. Perencanaan pembangunan kota yang ingin disampaikan melalui Bandung *Planning Gallery* kepada masyarakat ialah terkait perencanaan pembangunan Kota Bandung pada masa lalu, masa kini, dan masa mendatang yang dikemas dengan menarik menggunakan kecanggihan teknologi didalam Bandung *Planning Gallery*.

2. Strategi Komunikasi yang Digunakan Bandung Planning Gallery

Strategi komunikasi yang digunakan Bandung *Planning Gallery* dalam mencapai tujuan yang direncanakan ialah dengan menetapkan beberapa hal, yakni memiliki pesan yang ingin disampaikan kepada masyarakat, sasaran yang ditetapkan untuk dapat menerima pesan yang disampaikan, instrumen serta kegiatan yang digunakan sehingga penerapan peran Bandung *Planning Gallery* bisa terlaksana, adanya sumber daya yang membantu berjalannya peran Bandung *Planning Gallery*, penetapan skala waktu dalam operasional serta melakukan evaluasi terhadap keberhasilan Bandung *Planning Gallery* secara berlanjut.

Dengan target sasaran yang umum, yaitu masyarakat Kota Bandung maupun luar Bandung dengan usia antara anak-anak hingga tua, Bandung *Planning Gallery* memberikan pelayanan yang baik untuk membantu pengunjung mendapatkan informasi mengenai perencanaan pembangunan Kota Bandung.

Dengan tujuan yang dimiliki serta target sasaran yang ditetapkan mengharuskan pemilihan instrumen atau alat yang tepat sehingga pesan atau informasi yang dimaksudkan dapat tersampaikan secara baik. Melihat hal demikian maka pemerintahan Kota Bandung merencanakan penyajian dengan semenarik mungkin yakni dengan memanfaatkan kecanggihan teknologi. Pengemasan pesan atau informasi dilakukan agar pengunjung tidak merasa jenuh dan bosan. Kecanggihan teknologi dalam menyampaikan pesan terkait perencanaan pembangunan di Bandung *Planning Gallery* yang dimaksud ialah seperti dengan video animasi interaktif, layar sentuh, Instalasi interaktif *augmented reality*, teknologi virtual reality, video interaktif dengan navigasi Kinect Gesture, video mapping, dan maket. Selain instrumen canggih tersebut dalam menyampaikan perannya, Bandung *Planning Gallery* juga

melakukan kegiatan publikasi demi menunjang keberhasilannya menyampaikan pesan kepada masyarakat sasaran, yaitu kegiatan publikasi melalui media sosial instagram, website, facebook, dan youtube.

Untuk memenuhi peran Bandung *Planning Gallery* agar dapat berjalan maksimal, tidak terlepas dari kerjasama antar Satuan Kerja Perangkat Daerah (SKPD) di Kota Bandung. SKPD tersebut ialah Dinas Komunikasi dan Informatika (DISKOMINFO), SKPD Humas, Badan Perencanaan Pembangunan, Penelitian dan Pengembangan (BAPPELITBANG), Badan Pusat Statistik, dan Dinas Penataan Ruang (DISTARU). Selain sumber daya ada skala waktu dalam pembaharuan konten-konten didalam Bandung Planning Gallery yakni setiap tiga bulan sekali yang berhubungan dengan SKPD terkait dalam pembaharuan yang terjadi.

Evaluasi dilakukan salah satunya berdasarkan hasil rekapan pada tanggapan yang disampaikan pengunjung pada kubah aspirasi atau di galeri temporer mengenai perencanaan pembangunan Kota Bandung. Melalui saran, masukan, juga kritik yang disampaikan oleh pengunjung dapat dijadikan bahan perbaikan diri Bandung *Planning Gallery* juga perencanaan pembangunan Kota Bandung yang lebih baik.

Melihat strategi yang digunakan Bandung *Planning Gallery* dalam mengkomunikasikan perencanaan pembangunan Kota Bandung, penulis melihat bahwa Bandung *Planning Gallery* berhasil megantarkan pesan yang ingin disampaikannya terkait perencanaan pembangunan kota kepada masyarakat. Terlepas dari keberhasilan tersebut penulis juga melihat kekurangan yang terjadi, yakni kehadiran Bandung Planning Gallery masih belum diketahui oleh masyarakat secara luas karena masa operasionalnya yang masih terbilang baru sehingga diperlukan langkah publikasi yang lebih untuk mengenalkan Bandung *Planning Gallery* terlebih dahulu. Selain itu kekurangan yang penulis lihat ialah belum adanya SOP (Standard Operating Procedure) yang terstruktur dalam operasional kesehariannya sehingga akan memunculkan ketidakmaksimalan peran yang ingin dilakukan.

Daftar Pustaka

Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep, dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia
Bandung Planning Gallery. 2017. *Fasilitas Canggih yang Bisa Dinikmati*. From www.bdgplanninggallery.com

Cangara, H. H. 2013. *Perencanaan dan Strategi komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada

Dilla, Sumadi. 2012. *Komunikasi Pembangunan Pendekatan Terpadu*. Bandung : Simbioasa Rekatama Media

Indonesia's Attractiveness Award (AIA). 2017. *Daftar Pemenang dengan Kategori Infrastruktur Kota Terbaik se-Indonesia*. From www.indonesiaattractiveness-award.com

Nazir, Moh. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia

[1] Kompas Regional. 2017. Ridwan Kamil : *Coba "Virtual Reality" Bandung Planning Gallery*. From www.regional.kompas.com