LAMPIRAN

GUBERNUR DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

YOGYAKARTA MEDIA CENTER
(YMC)

PEDOMAN UMUM

PEMERINTAH PROPINSI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA
JUNI 2002

DAFTAR ISI

I. PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Pengertian 2
C. Tujuan Pedoman Umum 2

II. KOMPONEN DASAR YMC 3
A. Maksud 3
B. Tujuan 3
C. Peran 3
D. Sasaran 3
E. Strategi 4

III. KOMPONEN UTAMA YMC 5
A. Data Base 5
B. Forum Pimpinan 6
C. Pakar Komunikasi 6
D. Plaza Informasi 7
E. Teknologi Informasi 7

IV. PENGORGANISASIAN 9
A. Pusat Administrasi 9
B. Forum Komunikasi 10
C. Aksesibilitas Informasi 10

V. MEKANISME KEGIATAN 12
A. Penetapan Visi Strategis YMC 12
B. Penetapan Strategi Komunikasi Informasi 14
C. Pelaksanaan Komunikasi Informasi 15
D. Evaluasi 16

VI. PEMBIAYAAN 17

VII. PENUTUP 18

LAMPIRAN :

Lampiran I **Alur Informasi**
- Tanpa YMC
- Dengan YMC

Lampiran II **Arah Isi Informasi**
- Tanpa YMC
- Dengan YMC

Lampiran III **Dinamika YMC**

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada bulan Februari 2001 Pemerintah Propinsi DIY bekerja sama dengan Mark Plus & Co., Indonesia Marketing Association (IMA) Chapter Yogyakarta dan Landor Association telah meluncurkan *brand name* Yogyakarta: *Jogja Never Ending Asia* sebagai suatu strategi membangun *brand image* DIY. Hal ini merupakan suatu upaya strategis Pemerintah Propinsi DIY untuk menemukan identitas dan ciri khas yang dapat menjadi daya tarik bagi para pelajar, wisatawan, pedagang, pengembang maupun investor untuk menyelenggarakan aktivitasnya di Yogyakarta.

Pemerintah Propinsi DIY memang harus secara serius membangun posisi yang jelas, kekuatan yang khas dan *brand image* yang unik. Upaya-upaya telah dilakukan untuk membangun suatu kondisi yang memberikan kemudahan dan kenyamanan untuk hidup, berinvestasi, berkunjung maupun bersekolah. Harapannya semua itu pada akhirnya akan berdampak pada peningkatan standar hidup masyarakat Yogyakarta.

Ketika suasana mulai membaik dengan meningkatnya kunjungan wisatawan ke Yogyakarta yang memang merupakan daerah yang aman, damai, harmonis dan demokratis, tersiarlah berita mengenai aksi sweeping terhadap orang asing di kota Solo sebagai reaksi atas tuduhan AS bahwa dalam peristiwa pemboman gedung kembar *World Trade Centre* (WTC) pada tanggal 11 September 2001 adalah Osama bin Laden dengan Al Qaeda-nya. Tidak lebih dari 2 menit CNN menayangkan berita tersebut, maka opini dunia segera terbentuk dan para wisatawan serta investor yang sedianya telah berencana ke Yogyakarta membatalkan semua kunjungannya ke Yogyakarta. Meskipun Gubernur DIY telah mencoba untuk memberikan penjelasan atas tayangan tersebut, bahwa hal tersebut tidak terjadi di Yogyakarta dan Yogyakarta dijamin aman, namun tetap belum membawa hasil yang positif.

Dari penjelasan tersebut, maka kami selaku Gubernur DIY mencoba untuk menggagas pembentukan **Yogyakarta Media Center (YMC)**. Dengan dibangunnya YMC diharapkan akan dapat merupakan suatu langkah strategis dan berkelanjutan dalam rangka membangun suatu sinergi dari seluruh potensi yang dimiliki DIY maupun yang dapat dimanfaatkan DIY untuk membangun jaringan komunikasi dan informasi sebagai upaya membangun citra positif DIY dan menghilangkan hambatan yang diakibatkan oleh disinformasi dan miskomunikasi.

Perkembangan jaman yang terjadi memang telah menunjukkan bahwa informasi dimiliki oleh setiap orang, tetapi juga dibutuhkan oleh setiap orang. Informasi diperlukan untuk mengatasi berbagai masalah. Informasi juga berperan untuk meningkatkan wawasan, pengetahuan, kecerdasan dan kebijaksanaan. Juga semakin disadari bahwa pada saat ini, kemampuan intelektual menjadi lebih penting dari pada kemampuan fisik ataupun sumber daya alam.

Informasi yang ada dapat diperoleh dan berasal dari siapa saja serta dari manapun juga dan dikembangkan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik. Hal ini tentu perlu pengelolaan secara tepat agar menjadi akurat, tepat waktu dan bermanfaat bagi penggunanya.

Disadari juga, bahwa pengelolaan informasi merupakan suatu proses yang tidak akan pernah berakhir seiring dengan perkembangan informasi yang semakin cepat dan kompleks yang didorong kemajuan teknologi informasi. Melalui kemajuan

teknologi informasi, maka dunia menjadi seolah tanpa batas. Peristiwa yang saat ini terjadi di belahan dunia lain, pada saat yang sama akan dapat diketahui di belahan dunia lainnya. Hal ini tentu saja dapat memberikan keuntungan, disamping juga dapat menimbulkan dampak negatif, jika tidak dikelola secara baik.

Untuk dapat mengelola informasi yang demikian cepat berkembang, khususnya dalam merintis suatu upaya membangun citra positif DIY ke dunia global, diperlukan suatu sistem atau strategi komunikasi informasi. Sistem tersebut bertugas menjadi semacam jembatan atau mediator arus informasi dari DIY memasuki jaringan global. Kondisi seperti itu, semakin mendorong Pemerintah Propinsi DIY untuk membangun Yogyakarta Media Centre (YMC).

B. Pengertian.

Melalui pendekatan pemikiran yang kami coba kembangkan dalam menyusun konsep YMC:

1. Dengan YMC diupayakan untuk mensinergiskan seluruh potensi yang ada di DIY atau yang dapat digerakkan untuk kepentingan DIY.
2. Pola pengembangan YMC dilakukan dengan pendekatan sistem.
3. Pengembangan YMC dilakukan dengan tidak membentuk / mengembangkan lembaga baru, tetapi memanfaatkan secara optimal lembaga yang sudah ada.
4. Pengembangan YMC secara langsung atau tidak langsung akan mendorong peningkatan kinerja atau penyelenggaraan pelayanan dari seluruh *stakeholder*.

Dengan dasar pendekatan pemikiran tersebut, kiranya dapat dirumuskan bahwa YMC akan merupakan suatu sistem pengelolaan informasi berdasarkan kinerja yang ada atau tata cara pelayanan publik yang prima dengan memanfaatkan seluruh potensi media informasi yang ada di DIY atau media informasi di luar DIY (dalam maupun luar negeri) yang bisa dimanfaatkan untuk membangun citra positif DIY. Jadi informasi yang dikembangkan dalam YMC adalah informasi yang berdasarkan pada fakta yang sebenarnya, yang kemudian dikemas sedemikian rupa dalam berbagai bentuk publikasi / pemberitaan. Umpan balik dari berbagai publikasi / pemberitaan tersebut pada akhirnya akan merupakan masukan bagi perbaikan kinerja lembaga yang bersangkutan.

YMC dalam melaksanakan aktivitasnya bersifat lintas peran dan lintas lembaga, seperti Pemerintah Daerah, dunia usaha (swasta), pakar komunikasi dan seluruh elemen masyarakat. YMC pada akhirnya akan berperan sebagai 'pusat' dari seluruh wahana pengelolaan informasi dalam bentuk riil dari *sharing* dan sinergi seluruh potensi yang ada. YMC dimaksudkan sebagai wahana utama untuk memadukan semua media informasi maupun sumber informasi bagi penciptaan citra positif DIY dan menjadikannya sebagai tanggungjawab bersama, kewajiban bersama, yang pada gilirannya semua pihak akan dapat mengambil manfaat secara optimal.

C. Tujuan Pedoman Umum

Pembuatan Pedoman Umum YMC dimaksudkan untuk dijadikan acuan pola pikir dan pola tindak dari seluruh pengelola informasi dalam penyusunan perencanaan dan pelaksanaan program-program publikasi dan promosi perwujudan citra positip DIY.

BAB II
KONSEP DASAR YMC

A. Maksud

1. Terwujudnya pelayanan informasi terpadu untuk mewujudkan masyarakat berbudaya informasi, mandiri, partisipasif, berdaya saing, berdaya seleksi dan sejahtera.
2. Terwujudnya suasana DIY yang kondusif, penuh damai dengan semangat keharmonisan, saling menghormati dan demokratis.

B. Tujuan

1. Terwujudnya keselarasan informasi dan komunikasi menuju informasi yang sinergis dan terintegrasi.
2. Tersedianya fasilitas dan kemudahan akses informasi bagi masyarakat DIY, masyarakat Indonesia, dan masyarakat global.
3. Tersedianya muatan informasi layanan dan aturan yang lengkap dan transparan dalam penyelenggaraan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan masyarakat dalam rangka mewujudkan *good governance*.
4. Terbangunnya opini publik tentang DIY yang menguntungkan semua pihak.
5. Terbangunnya proses komunikasi timbal balik yang harmonis dan bertanggungjawab antara pemerintah dengan masyarakat dan sektor swasta.
6. Meningkatnya jumlah, intensitas, jenis dan penyebaran informasi penyelenggaraan pemerintahan dan lembaga swasta / masyarakat ke luar negeri dalam rangka mengembangkan citra positif DIY dengan *brand name* yang sedang dibangun ***Jogja Never Ending Asia*** ke dunia internasional.
7. Terpublikasikannya / tersiarkannya Yogyakarta sebagai daerah tujuan wisata, kota pelajar dan tempat berinvestasi dengan berbagai potensinya serta mitra kerja bisnis yang potensial.
8. Terwujudkannya perbaikan kinerja dan pelayanan publik secara terus menerus sesuai dengan perkembangan tuntutan publik.

C. Peran

1. Mengoptimalkan segenap potensi dan komponen yang ada sebagai suatu sistem pengelolaan informasi dalam rangka pemberdayaan masyarakat di bidang informasi dan komunikasi.
2. Meningkatkan kualitas dan kuantitas arus informasi antar lembaga dan media informasi.
3. Mengembangkan kegiatan penyediaan, penyebaran dan pemerataan informasi tentang DIY dengan memanfaatkan berbagai media.
4. Mengembangkan jaringan informasi baik di dalam maupun di luar negeri.
5. Meningkatkan posisi tawar DIY dalam mewujudkan citra positif DIY baik di dalam maupun di luar negeri.

D. Sasaran

Sasaran YMC dapat dikelompokkan dalam :

1. Sasaran Internal
   a. Masyarakat Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri.

BAB III
KOMPONEN UTAMA YMC

Komponen utama YMC adalah bagian atau unsur yang merupakan sub sistem dimana akan dikembangkan menjadi sistem pengelolaan informasi dalam wadah YMC. Adapun komponen utama tersebut terdiri dari :

- Data Base
- Forum Pimpinan
- Pakar Komunikasi
- Plaza Informasi
- Teknologi Informasi.

A. Data Base.

Data Base merupakan komponen utama dan pertama dari YMC berupa basis data sebagai sumber dan landasan kegiatan informasi dan komunikasi. Data base YMC tidak dapat berdiri sendiri melainkan terkait dengan komponen YMC yang lain terutama dalam mendukung isi Data Base. Adapun mekanisme Data Base mengikuti atau menyatu serta mempengaruhi (saling memberi dan menerima) pada kegiatan di :

1. Forum Pimpinan : Eksekutif (Dinas, Badan, Biro, Kantor, BUMD, UPTD, Kabupaten/Kota), Legislatif, Organisasi Profesi/ Fungsional, LSM.
2. Pakar Komunikasi : baik dari Perguruan Tinggi Negeri ataupun swasta, MMTC, PUSKAT, ISI, Kantor Berita Asing, Media Massa.
3. Plaza Informasi.
4. Teknologi Informasi.

Kesemuanya dikomunikasikan melalui suatu sistem informasi dengan cara manual maupun memanfaatkan teknologi informasi sehingga membentuk suatu data base yang mudah untuk saling dikomunikasikan. Termasuk di dalamnya dukungan sarana prasarana berupa *software*, *hardware*, *brainware* dan jaringan komunikasi.

Dari segi jenis datanya secara umum dapat digabungkan dalam suatu bank data yang dapat mencakup : data teks, data statistik, data gambar, data spasial, data suara, data movie. Data-data tersebut secara bersama akan membentuk basis data yang memungkinkan untuk pencarian dari katalog maupun pencarian langsung dari teks secara mudah, cepat dan akurat.

Mengembangkan data base yang dapat dipercaya dan relevan merupakan tugas berat dan memerlukan partisipasi dari berbagai lembaga. Pelaksanaannya tidak dapat sekaligus melainkan secara bertahap dimulai dari kebutuhan yang paling mendesak. Untuk menjamin data yang mutakhir data base harus memiliki prosedur pemutakhiran yang jelas dan rutin, jika mungkin dipadukan dalam prosedur-prosedur operasional dari lembaga/instansi yang memelihara data tersebut. Apabila prosedur telah dilaksanakan secara rutin, laporan ringkas dapat dibuatkan maka data sharing akan dapat dilaksanakan. Koordinasi data sharing ini dapat meningkatkan kualitas data dan dapat mengurangi biaya. Langkah utama dalam mencapai sistem data sharing sebaiknya mencakup hal-hal sebagai berikut :

1. Pengenalan teknologi informasi dan perbaikan sistem informasi yang ada di masing-masing lembaga.
2. Pembentukan wadah atau forum pertukaran data.
3. Pembentukan pusat informasi.

Mengingat sangat kompleksnya data base maka mustahil untuk memasukkan seluruh data base ke data base di YMC. Oleh karenanya *data base* di YMC harus berformat khusus, yaitu berupa *data base* Katalog Data. Katalog Data berisikan data-data yang sudah ada lengkap dengan keterangan dan tempat untuk mengakses. Dengan adanya Katalog Data yang relatif lengkap diharapkan akan mendukung kemudahan pertukaran informasi.

Sasaran Katalog Data adalah untuk memberikan akses bagi semua pelaku pembangunan maupun masyarakat luas terhadap informasi yang dapat dipercaya relevan, lengkap dan mutakhir yang diperlukan untuk pengambilan keputusan maupun menempatkan permasalahan secara obyektif.

B. Forum Pimpinan

Komponen utama YMC yang berkaitan dengan usaha memberdayakan masyarakat Yogyakarta adalah para pimpinan (baik pimpinan lembaga formal / non formal maupun pimpinan kelompok masyarakat lainnya). Mereka memiliki pengaruh yang sangat besar dalam pembentukan opini publik dan perwujudan kinerja DIY sesuai bidang masing-masing terlebih bila diingat bahwa karakteristik masyarakat Yogyakarta bersifat paternalistik. Artinya apa yang dilakukan para pemimpin senantiasa menjadi pedoman (panutan) komunitas masyarakatnya. Dalam kaitan ini efektifitas komunikasi antara pimpinan dan komunitasnya sangat penting.

Dalam hubungannya dengan YMC yang salah satu tujuannya adalah "menjual" Jogja dan sekaligus memberdayakan masyarakat Yogyakarta. Kemampuan para pimpinan bisa disinergikan melalui suatu forum komunikasi yang tentunya *out put* yang dihasilkannya akan luar biasa. Forum Pimpinan yang terdiri dari eksekutif (Dinas Biro, Badan, Kantor BUMD, organisasi profesi dan organisasi fungsional) legislatif, dan LSM sebaiknya memiliki jadwal yang telah disepakati untuk mengadakan pertemuan secara berkala dan insidental. Pertemuan-pertemuan ini sebaiknya diagendakan secara jelas dengan output yang jelas, karena dalam prakteknya pertemuan yang bersifat formal maupun informal akan menghasilkan kesepakatan-kesepakatan yang akan mengikat secara emosional maupun moral.

Dalam mekanisme kerjanya Forum Pimpinan mendapatkan masukan / *input* dari data base, memanfaatkan dukungan pakar komunikasi dan kalau diperlukan dapat menggunakan teknologi informasi untuk mengolah isu-isu yang berkembang.

C. Pakar Komunikasi

Pakar komunikasi merupakan forum yang terdiri dari pakar-pakar komunikasi multi media, baik dari perguruan tinggi negeri maupun swasta, MMTC, PUSKAT, ISI dlsb. Forum ini menyesuaikan pada perkembangan dan karakteristik isu yang akan dikaji.

Output yang diharapkan dari pakar komunikasi adalah kajian, analisis dan alternatif-alternatif solusi atas isu-isu strategis yang berkembang di masyarakat, di media massa baik lokal, nasional maupun internasional. Sehingga output dari forum ini berupa :

1. Kajian, analisis atau rekomendasi tentang strategi mengantisipasi, menghadapi dan mengatasi isu-isu strategis yang muncul di masyarakat, media massa lokal, nasional dan asing.
2. Pemikiran-pemikiran tentang strategi yang dipakai untuk membangun citra positif tentang DIY dalam menarik investor nasional dan asing, menarik wisatawan,

melakukan promosi-promosi lain melalui media massa (cetak maupun elektronik).

2. Penulisan-penulisan di media massa dalam dan luar negeri untuk membentuk opini publik tentang DIY.

D. Plaza Informasi

Plaza Informasi adalah wahana untuk menyalurkan informasi dari Data Base, Forum Pimpinan dengan dukungan Pakar Komunikasi untuk disampaikan kepada khalayak atau publik baik lokal, nasional, maupun internasional.

Pelayanan melalui Plaza Informasi dapat melalui :

1. Pameran / *expo* yaitu dengan menampilkan materi yang bersifat informasi, promosi, atau pelayanan publik yang dilaksanakan pada event-event tertentu baik di dalam negeri ataupun di luar negeri.
2. Pelayanan publik melalui information center, yaitu memberikan pelayanan informasi secara langsung kepada masyarakat yang membutuhkan dalam satu tempat yang disebut "*information center*" dengan moto "*One stop information service*" dimana masyarakat yang membutuhkan informasi dapat datang langsung ke tempat ini atau dapat melalui telepon, e-mail ataupun surat. Untuk mendukung pelayanan ini dibutuhkan perangkat dan sistem yang memadai seperti komputer, jaringan internet, faximili, telepon, panel untuk display foto data, pamflet, brosur, majalah atau bentuk-bentuk informasi tercetak lainnya.
3. Melalui kerjasama dengan media massa baik media cetak maupun media elektronik, baik nasional maupun internasional.

Agar *information center* ini berfungsi secara optimal perlu disediakan tempat yang representatif baik dari segi fisik bangunan maupun lokasi yang strategis dan mudah diakses oleh masyarakat.

E. Teknologi Informasi

Teknologi Informasi sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan manusia bahkan telah menjadi komoditas industri, bisnis informasi, bisnis media dan bisnis telekomunikasi. Perkembangan teknologi informasi secara mendasar telah mengubah dan mentransformasikan pola ekonomi, pola hidup (sosial dan budaya), dan cara melakukan bisnis secara signifikan. Contoh kondisi ini antara lain :

1. Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam e-bussines atau e-commerce secara nyata dapat menekan biaya transaksi bisnis bagi produsen dan konsumen serta memberikan layanan kemudahan dalam melakukan diversifikasi kebutuhan.
2. Pemanfaatan Teknologi Informasi ke dalam *e-government* juga telah meningkatkan kinerja pemerintah dalam menyediakan informasi dan layanan kepada masyarakat serta dunia usaha.

Perkembangan teknologi informasi ini juga mempengaruhi pola dan fungsi pemerintah yang pada awalnya bersifat memiliki, mengembangkan dan mengoperasikan berbagai sektor pembangunan berubah menjadi penentu kebijakan, pemberi regulasi, pemantau dan pendorong berbagai sektor pembangunan. Pemerintah tidak lagi sebagai satu-satunya pihak penyelenggara layanan publik, tetapi pemerintah akan mengandalkan dunia usaha dan masyarakat sendiri di dalam menyediakan layanan publik. Pemerintah meletakkan masyarakat sebagai share-holder sekaligus customer

Teknologi Informasi mencakup mulai dari aplikasi pengolahan data, komputerisasi komunikasi data untuk mendapatkan, menyimpan, mengolah dan menyebarluaskan informasi ke dalam berbagai bentuk informasi seperti data, suara, video, teks, data dan e-mail (multi media).

Jaringan Teknologi Informasi sebagai komponen YMC merupakan teknologi kunci *delivery* layanan dari segala sumber informasi kepada khalayak yang membutuhkan.

Layanan tersebut dapat diklasifikasikan dalam tiga kelompok :

1. Layanan informasi, yaitu menyediakan data secara elektronik yang dapat diakses melalui *web site*.
2. Layanan komunikasi memberikan layanan kepada masyarakat untuk bertanya / berkonsultasi dengan pegawai / pejabat pemerintah secara elektronik (telepon, *chatting* atau *video conference*).
3. Layanan transaksi menyediakan layanan-layanan yang lebih kompleks dengan persyaratan–persyaratan tertentu dan membutuhkan proses persetujuan pertimbangan dari pihak-pihak yang berwenang.

Agar layanan tersebut dapat dilaksanakan dengan efektif, efisien, cepat dan akurat maka diperlukan jaringan informasi baik internal maupun eksternal.

BAB IV
PENGORGANISASIAN

Pengorganisasian adalah pengelolaan dari seluruh kegiatan YMC yang meliputi :

- Pusat Administrasi
- Forum Komunikasi
- Aksesibilitas Informasi

A. Pusat Administrasi

YMC sebagai suatu sistem memerlukan suatu Pusat Administrasi yang berfungsi sebagai fasilitator, agar seluruh komponen utama YMC dapat berjalan dengan baik selain memberikan layanan informasi kepada masyarakat yang membutuhkan. Dalam hal ini Badan Informasi Daerah (BID) menjadi pusat administrasinya, karena BID merupakan lembaga yang memiliki tugas pokok dan mempunyai fungsi sebagai pengelola komunikasi dan informasi.

Tugas, fungsi ataupun peranan BID dalam YMC antara lain dapat berupa :

1. Memfasilitasi kegiatan-kegiatan Forum Pimpinan dengan menetapkan agenda dan output yang jelas dalam rangka mewujudkan citra positip DIY.
2. Memfasilitasi kegiatan-kegiatan workshop Pakar Komunikasi sesuai isu-isu strategis yang berkembang.
3. Menyiapkan dan mengembangkan Data Base DIY yang akurat, up to date dan menyeluruh dalam suatu sistem informasi manajemen yang terintegrasi.
4. Menyiapkan dan mengembangkan Plaza Informasi sebagai pusat informasi yang memberikan pelayanan menyeluruh.
5. Menyiapkan dan mengembangkan pemanfaatan Teknologi Informasi dengan perwujudan suatu sistem e-Government.
6. Menyiapkan dan mengembangkan SDM yang dibutuhkan dalam pengembangan YMC.
7. Membentuk dan mengembangkan aliansi strategis dengan berbagai pihak sesuai tujuan, sasaran yang ingin dicapai.
8. Memberikan dukungan informasi yang akurat tepat waktu dan bermanfaat bagi pembentukan citra positif DIY melalui :
   a. Penyediaan Data Base potensi positif maupun konflik di DIY
   b. Penyediaan Data Base nara sumber / pakar untuk pembentukan opini publik.
   c. Penyediaan Data Base informasi kewilayahan lokal yang meliputi aspek agama, politik, sosial budaya, ekonomi, keamanan dll.
9. Melakukan pengkajian model-model pendekatan teknis komunikasi massa dan pendekatan kebudayaan aktual.
10. Mengadakan forum-forum penyamaan visi lembaga media massa dan *stakeholder* lainnya (LSM, Pengusaha, Parpol, Ulama / Tokoh Agama, Pakar, Pemuda dll)
11. Melakukan identifikasi dan inventarisasi tema-tema keseharian yang memiliki dampak pembentukan citra positif DIY.
12. Mengintegrasikan kegiatan-kegiatan tersebut dalam rencana pembangunan *e-Government* DIY.
13. Menjalin kemitraan dengan MMTC, TSI, PUSKAT, TVRI, RRI dan Radio Swasta lainnya, serta media cetak dalam pembentukan opini publik.
14. Merencanakan keikutsertaan SDM pada Diklat-Diklat sesuai kebutuhan.

Untuk mendapatkan kemudahan dalam mengakses informasi maka perlu pemanfaatan sarana dan prasarana jaringan informasi yang sudah ada pada masing-masing lembaga baik lembaga pemerintah maupun swasta serta perlu dibangun sarana dan prasarana jaringan informasi baru yang belum tersedia. Akses informasi dapat dilakukan pertama-tama ke BID sebagai pusat administrasi dan dapat pula dilakukan secara langsung ke lembaga-lembaga pemerintah maupun swasta yang secara fungsional mempunyai tugas pokok dan fungsi sesuai dengan data informasi yang dibutuhkan khalayak pengakses informasi tersebut.

Internet yang merupakan jaringan informasi masa kini menandai mulainya era ekonomi digital. Perkembangan teknologi komputer dan komunikasi mencapai puncak ketika informasi dapat dapat direpresentasikan dalam jaringan secara elektronik. Dewasa ini pemerintah dituntut untuk melayani industri, pengusaha dan masyarakat yang sudah menjalankan kegiatan sehari-hari dengan paradigma ekonomi digital ini. Oleh sebab itu pemerintah harus secepatnya melakukan kajian atau bahkan mulai merencanakan implementasi *e-gov*. Sistem *e-gov* terdiri dari beberapa bagian penting antara lain: data (sebaiknya dalam bentuk elektronik), proses birokrasi berbasis komputer, integrasi pihak-pihak yang berwenang dalam proses pengambilan keputusan dan fasilitas untuk berkomunikasi dengan pengguna jasa pemerintahan.

Jaringan informasi merupakan persyaratan utama untuk menginterkoneksi data elektronik, menghubungkan pihak-pihak berwenang dengan proses birokrasi berbasis komputer, menghubungkan data dengan pengguna jasa pemerintahan, menghubungkan pengguna jasa pemerintahan dengan pihak-pihak yang berwenang dst. Oleh sebab itu jaringan informasi merupakan bagian yang sangat penting dalam implementasi *e-gov*.

Perkembangan teknologi jaringan saat ini menunjukkan adanya konvergensi menuju jaringan multi layanan (*multi service network*). Teknologi jaringan ini dikelompokkan menjadi tiga yaitu :

1. Jaringan telekomunikasi : digunakan untuk komunikasi suara dan data teknologi *circuit switch*.
2. Jaringan intertain (radio dan televisi) : menggunakan teknologi *broadcast* untuk *delivery* layanan hiburan.
3. Jaringan data : berkembang dari industri teknologi komputer yang menyediakan kemampuan untuk berkomunikasi jaringan data terutama digunakan untuk komunikasi data.

Pengelolaan mutu layanan menjadi faktor kunci bagi penyedia jaringan untuk memberikan layanan sesuai dengan tuntutan mutu layanan dan perilaku pengguna yang sangat bervariasi. Pada dasarnya YMC akan mencoba meningkatkan secara optimal akses informasi bagi siapa saja yang membutuhkan. Pengembangan aksesibilitas informasi ini bukan hanya melalui pemanfaatan Teknologi Informasi (on line), tetapi juga melalui media lain (off line)

2. Penetapan tujuan program komunikasi.
   Tujuan program komunikasi dapat ditentukan menjadi 2 (dua) level yaitu tujuan antara (terminal goal) dan tujuan akhir (ultimate goal). Sedangkan targetnya dapat ditetapkan internal dan eksternal.
   Secara ringkas tahapan tersebut dapat digambarkan pada matrik sbb :

   Matrik 2 : Tujuan program komunikasi

Target	Terminal Goal	Ultimate Goal
Internal :		
Eksternal :		

3. Penetapan kecenderungan yang harus dihadapi
   Untuk mewujudkan iklim kondusif yang diinginkan, perlu diperhatikan kecenderungan dalam masyarakat. Secara umum kecenderungan tersebut dapat dipilah menjadi 3 (tiga) kategori, yaitu mengganggu (disturbing), mengabaikan (ignoring) dan mendukung (supporting).
   Secara ringkas tahapan tersebut dapat dituangkan dalam matrik sbb :

   Matrik 3 : Kecenderungan yang harus dihadapi

Sasaran	Mengganggu	Mengabaikan	Mendukung

4. Penetapan pendekatan atas target
   Lebih jauh lagi, program komunikasi disusun atas dasar orientasi pencapaian target dalam tahapan persiapan, pengkondisian dan pemeliharaan. Secara ringkas tahapan tersebut dapat digambarkan dalam matrik sbb :

   Matrik 4 : Pendekatan atas target

Level	Target	
	Internal	Eksternal
Persiapan Pengkondisian Pemeliharaan		

Dalam menetapkan strategi komunikasi informasi secara tepat perlu dipikirkan secara holistik. Untuk itu perlu dijabarkan lebih lanjut dalam matrik-matrik sbb :

1. Matrik 5 : Identifikasi Level instansi target internal

Aspek	Level	
	Propinsi	Kab./Kota
Kebijakan Publik Pelayanan Publik		

2. Matrik 6 : Identifikasi target internal & eksternal

Klien	Kebijakan Publik		Pelayanan Publik	
	Langsung	Tak Langsung	Langsung	Tak Langsung
Internal Eksternal				

3. Matrik 7 : Identifikasi aliansi strategis

Fokus	Pemerintah	Masyarakat

4. Matrik 8 : Komponen komunikasi

Komponen	Primer	Secunder

C. Pelaksanaan Komunikasi Informasi

Setelah penetapan strategi ditetapkan, maka pada tahap selanjutnya yaitu pelaksanaan.

Pada tahapan ini, komponen dalam YMC melaksanakan kegiatan melalui tahapan kegiatan :

1. Berdasarkan pada informasi yang tersedia (*data base*), Forum Pimpinan menetapkan visi strategis YMC. (Matrik 1 – 4)
2. Seluruh lembaga dan individu melaksanakan perwujudan visi tersebut sesuai tugas, fungsi dan peran masing-masing. (Matrik 5 – 8)

3. Para pakar mengembangkan pemikiran-pemikirannya tentang analisa situasi yang berkembang serta mencoba untuk membentuk opini masyarakat.
4. Pengembangan pemberitaan / publikasi sesuai dengan isi dan media yang diperlukan. (Matrik 9)
5. Pemuatan seluruh pesan-pesan tersebut dengan informasi yang selalu diperbaharui dalam home page internet.
6. Pembaharuan *data base* yang terus-menerus.

Dalam pelaksanaan komunikasi dan informasi tersebut perlu bertumpu pada rencana penggunaan media sesuai matrik sbb :

Matrik 9 : Rencana penggunaan media

Program	Media		Aliansi
	On line	Off line	

D. Evaluasi

Setelah pelaksanaan pemberitaan dan publikasi dilaksanakan sesuai dengan visi dan strategi yang ditetapkan, perlu dilakukan kegiatan evaluasi. Dengan evaluasi akan diketahui sejauh mana efektivitas kegiatan yang telah dilakukan. Evaluasi dilakukan terhadap seluruh proses kegiatan mulai dari penetapan visi sampai pada dampak yang timbul.

Evaluasi dilakukan dengan melihat sejauh mana citra positif DIY dapat tercapai. Unsur ini memang diperlukan sesuatu kegiatan penelitian yang akurat. Citra positip DIY tidak hanya ditentukan oleh kegiatan YMC, tetapi banyak faktor lain yang turut menentukan seperti : situasi politik nasional, situasi keamanan nasional, ekonomi dunia, kredibilitas pemerintah dlsb.

Dalam kegiatan ini yang penting adalah adanya suatu "umpan balik" bagi Forum Pimpinan untuk memperbaiki kinerjanya berdasarkan pada hal-hal yang diketahui belum memuaskan masyarakat. Dengan demikian secara otomatis akan terjadi suatu proses perbaikan yang terus menerus (*continuous improvement*).