

**TESIS**

**KEBIJAKAN MENUJU SMART BRANDING BANJARMASIN KOTA SUNGAI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh Gelar Magister (S2) Administrasi Publik  
Program Studi Administrasi Publik

**Oleh :**

**HILARION HAMJEN**

**NIM 2020419310014**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK  
BANJARMASIN  
2023**

**TESIS**

**KEBIJAKAN MENUJU SMART BRANDING BANJARMASIN KOTA SUNGAI**

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh Gelar Magister (S2) Administrasi Publik  
Program Studi Administrasi Publik

**Oleh :**

**HILARION HAMJEN**

**NIM 2020419310014**



**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK  
BANJARMASIN**

**2023**

## PENGESAHAN TESIS

Judul Tesis : Kebijakan Menuju Smart Branding Banjarmasin Kota Sungai

Nama : Hilarion Hamjen

NIM : 2020419310014


Program Studi : Magister Administrasi Publik

Disetujui Komisi Penguji

  
Dr. Tomi Oktavianor, M.Soc.Sc  
Ketua

  
Dr. Taufik Arbain, S.Sos, M.Si  
Sekretaris

  
Dr. H. Muslih Amberi, M.Si  
Anggota

  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si  
Anggota

Mengetahui

Koordinator Program Studi  
Magister Administrasi Publik

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat

  
Dr. Taufik Arbain, S.Sos, M.Si  
NIP. 19740307200212 1 003

  
Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si  
NIP. 19730122 199802 1 001

Tahun Lulus 2023

Tanggal Wisuda:



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

## SURAT TUGAS

Nomor : 2422/UN8.1.13/KP.10.00/2023

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin  
menugaskan Saudara :

1. Dr. Tomi Oktavianor, M.Soc, Sc
2. Dr. Taufik Arbain, S.Sos., M.Si
3. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, M.Si
4. Dr. H. Muslih Amberi, M.Si

Untuk menguji Ujian Akhir Tesis mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : **Hilarion Hamjen**  
NIM : **2020419310014**  
Jurusan/Program Studi : Magister Administrasi Publik  
Judul Tesis : Implementasi Kebijakan Menuju Smart Branding  
Banjarmasin Kota Sungai.

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : **Jumat/ 12 Mei 2023**

J a m : Pukul 15.00 Wita

T e m p a t : Offline Gedung FISIP Baru ULM

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 10 Mei 2023

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si

NIP 197301221998021001



Catatan :

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetakannya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSR E

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

**Yang bertandatangan dibawah ini:**

Nama : Hilarion Hamjen  
Tempat Tanggal Lahir : Ngabang 16 September 1987  
NIM : 2020419310014  
Jurusan Program Studi : Magister Administrasi Publik  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Alamat Rumah :Jln. Sukamaju Komplek Mustika Green Residence No.45  
Landasan Ulin utara Kota Banjarbaru Kalimantan Selatan

Dengan ini menyatakan sesungguhnya bahwa tulisan dan data yang saya muat dalam karya ilmiah atau tesis ini bukan merupakan hasil plagiat dan apabila dikemudian hari ditemukan data yang terindikasi adanya penyimpangan atau pemalsuan pada bagian tertentu, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin 5 Juli 2023

Yang bersangkutan



Hilarion Hamjen

NIM. 2020419310014





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI  
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT  
PROGRAM PASCASARJANA**

**SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI**

NOMOR : 458/UN8.4/SE/2023

Sertifikat ini diberikan kepada:

**Hilarion Hamjen**

Dengan Judul Tesis:

Kebijakan Menuju Smart Branding Banjarmasin Kota Sungai

Telah dideteksi tingkat plagiasinya dengan kriteria toleransi  $\leq 20\%$ , dan dinyatakan Bebas dari Plagiasi.

Banjarmasin, 11 Agustus 2023

Direktur,



Prof. Dr. Ir. Danang Biyatmoko, M.Si.

NIP 196805071993031020



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,  
RISET, DAN TEKNOLOGI  
**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT**  
**UPT BAHASA ULM**  
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Kotak Pos 219 Banjarmasin 70123  
Telepon/Fax.: (0511) 3308140  
Email: uptbahasa@ulm.ac.id

**SURAT KETERANGAN**

NO: 128/UN8.16/BS/2023

Bersama ini kami menerangkan bahwa Abstrak bahasa Inggris dari judul Thesis:  
**“Policy Toward Smart Branding Banjarmasin River City”** yang disusun oleh:

Nama Mahasiswa : Hilarion Hamjen  
Nim : 2020419310014  
Jurusan/Fakultas : S2 ADMINISTRASI PUBLIK  
Program : Pascasarjana

telah diverifikasi bahasa Inggris yang digunakan sesuai dengan makna dari abstrak asli yang ditulisooleh mahasiswa tersebut di atas. (Abstrak terlampir) Demikian Surat Keterangan ini dibuat untukdipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 26 Juni, 2023

Kepala,



Prof. Dr. Fatchul Mu'in, M. Hum.  
NIP 196103041989031003



## ABSTRAK

**Hilarion Hamjen, 2020419310014, 2023. Kebijakan Menuju Smartbranding Banjarmasin Kota Sungai.**

Penelitian ini berangkat dari peraturan Walikota Banjarmasin Nomor 40 tahun 2019 tentang *Masterplan Smart City* yang menghendaki implementasi *Smart City* Kota Banjarmasin diselaraskan dengan RPJMD Kota Banjarmasin sehingga direvisi untuk memaksimalkan pemanfaatan identitas kota sungai sebagai brand Kota Banjarmasin yaitu *D(River) Smart City*. Hal tersebut berkaitan dengan dimensi *Smart Branding*. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebijakan dan implementasi kebijakan Menuju Smart Branding “Banjarmasin Kota Sungai”. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi sumber melalui studi literatur, observasi dan wawancara mendalam terhadap informan, analisis data bersifat induktif.

Adapun hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kebijakan menuju *Smart Branding* “Banjarmasin Kota Sungai” dimuat dalam dokumen Masterplan *Smart City* tahun 2022-2026 yang direvisi berdasarkan RPJMD 2021-2026 Kota Banjarmasin dan Peraturan Walikota Banjarmasin Nomor 40 Tahun 2019 terjadi gap pada implementasinya. (2) Implementasi *Smart Branding* kota Banjarmasin antara lain (A) Fasilitasi TIK di Menara Pandang tepi sungai pada program *Plaza Smartcity* namun kurang optimal karena kurangnya pengunjung memanfaatkan fasilitas tersebut (B) Integrasi Sistem TIK di Kawasan Wisata Sungai Kuin, Musium Sungai dan Sungai Biuku yaitu melalui Aplikasi Kuntaw belum terintegrasi karena keterbatasan Sumber Daya Manusia, Infrastruktur dan Anggaran (C) Digitalisasi promosi pariwisata melalui *E-Tourism* dan Aplikasi Ayo Ke Banjarmasin kurang optimal karena kurangnya konten yang dimuat pada aplikasi tersebut dan kurangnya pengetahuan serta minat dalam penggunaan aplikasi tersebut. Pada tiap kategori terdapat gap antara kondisi implementasi dengan kondisi ideal dikarenakan terkendala kurangnya partisipasi publik, kurangnya minat masyarakat, kurangnya ketersediaan data, kurangnya sumber daya, kurangnya mitigasi bencana bahkan kurang sesuai kebijakan dengan visi misi Smart Branding “Banjarmasin Kota Sungai” sehingga implementasinya juga kurang optimal.

Diharapkan gap tersebut dapat diminimalisir dengan mengatasi kendala-kendala yang teridentifikasi sehingga dalam penyusunan kebijakan maupun implementasi kebijakan menjadi lebih optimal.

*Kata Kunci: Banjarmasin Kota Sungai, Smart Branding, Kebijakan Publik*



## ABSTRACT

**Hilarion Hamjen, 2020419310014, 2023. Policy Toward Smart Branding Banjarmasin River City. Master Study Program of Public Administration. Advisor 1 Dr. Tomi Oktavianor, M.Soc, Sc and Advisor 2 Dr. Taufik Arbain, S.Sos,M.Si**

This research is based on the regulation of Banjarmasin Mayor Number 40 of 2019 concerning the Smart City Masterplan, which requires the implementation of the Banjarmasin Smart City to be aligned with the Banjarmasin City Medium-Term Development Plan (RPJMD). Thus, it needs to be revised to maximize the utilization of the river city identity as the brand of Banjarmasin City, namely D (River) Smart City. This is related to the dimension of Smart Branding. This study aims to identify the policies and implementation of policies towards Smart Branding in Banjarmasin River City. Moreover, this research uses a qualitative descriptive approach with data collection techniques conducted through triangulation of sources, including literature review, observation, and in-depth interviews with informants. Therefore, the data analysis is inductive.

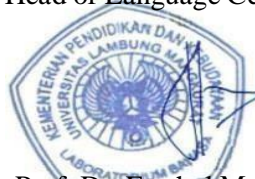
The research finding indicates that (1) The policy towards Smart Branding in Banjarmasin River City is included in the revised Smart City Masterplan document for the years 2022-2026, based on the Banjarmasin City Medium-Term Development Plan (RPJMD) for 2021-2026 and Banjarmasin Mayor Regulation Number 40 of 2019. However, there needs to be more implementation. (2) Implementing Smart Branding in Banjarmasin City includes (A) Facilitating ICT in the Riverside View Tower as Part of The Plaza Smart City Program. Still, it could be more optimal due to the need for more visitors utilizing the faculty. (B) Integrating ICT Systems in the Kuin River Tourism Area, River Museum, and Biuku River through the Kuntaw Application, which needs to be integrated due to Human Resources, Infrastructure, and Budget limitations. (C) Digitizing tourism promotion through E-Tourism is not optimal due to the application's lack of content, knowledge, and interest in using the application. In each category, there is a gap between the implementation and the ideal conditions due to constraints such as lack of public participation, lack of community interest, lack of data availability, lack of resources, insufficient disaster mitigation, and the policy not being fully aligned with the vision and mission of Smart Branding Banjarmasin River City, resulting in suboptimal implementation.

These gaps are expected to be minimized by addressing the identified constraints and making the policy formulation and implementation more optimal.

**Keywords:** Banjarmasin River City, Smart Branding, Public Policy

Banjarmasin, June 26, 2023

Approved by:  
Head of Language Center



Prof. Dr. Fatchul Mu'in, M. Hum.  
NIP 196103041989031003

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmatnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan tesis ini yang berjudul “ Kebijakan Menuju Smart Branding Banjarmasin Kota Sungai”. Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini dapat diselesaikan karena adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itulah pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang tak terhingga dan penghargaan setinggi-tingginya :

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad, SE., M.Si selaku rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat
3. Bapak Dr. Taufik Arbain, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Magister Administrasi Publik Universitas Lambung Mangkurat
4. Bapak Dr. Tomi Oktavianor, M.Soc, Sc selaku Dosen Pembimbing pertama memberikan saran, bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga tesis ini bisa diselesaikan dengan baik.
5. Bapak Dr. Taufik Arbain, S.Sos, M.Si selaku Dosen Pembimbing kedua memberikan saran, bimbingan dan pengarahan kepada penulis sehingga tesis ini bisa diselesaikan dengan baik.
6. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji pertama yang juga telah memberikan bimbingan dan saran agar tesis ini menjadi lebih baik.
7. Bapak Dr. H. Muslih Amberi, M.Si selaku Dosen Penguji kedua yang juga telah memberikan bimbingan dan saran agar tesis ini menjadi lebih baik.

- 8.Kedua orangtua yaitu Bapak Jelen dan Ibu Hamsiah dan keluarga yang telah memberikan dukungan moriil dan materiil serta doa selama menempuh pendidikan. Terimakasih atas dukungan doa dan perhatiannya.
- 9.Istri dan anak yang menjadi motivasi, sebagai penyemangat dalam menyelesaikan pendidikan. Terimakasih untuk anak dan Istri terncinta.
- 10.Teman-teman seperjuangan MAP Unlam angkatan 2020 yang saling memberikan dukungan,semangat dan doa. Terimakasih dan semoga diberikan kesukseskan untuk semuanya.
- 11.Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang turut membantu dan mendukung dalam penyelesaian tesis ini Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari kesempurnaan, namun demikian penulis berharap penelitian ini dapat bermanfaat khususnya untuk menambah ilmu pengetahuan.Semoga Tuhan membalas semua kebaikan bagi semua pihak yang mendukung dan membantu dalam penyelesaian tesis ini.

Banjarmasin 5 Juli 2023

Penulis

Hilarion Hamjen

NIM 2020419310014

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL...	i
PENGESAHAN TESIS .....	ii
SURAT KEPUTUSAN SIDANG TESIS.....	iii
PENYATAAN KEASLIAN TESIS.....	iv
SERTIFIKAT BEBAS PLAGIASI.....	v
SURAT KETERANGAN UPH BAHASA ULM.....	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi

### BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	6
1.3 Tujuan.....	6
1.4 Manfaat .....	6

### BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu dan Sejenis .....	7
2.2 Teori Kebijakan Publik.....	11
2.3 Teori Keputusan Deskriptif dan Normatif.....	16
2.4 Model-Model Implementasi Publik.....	17



2.4.1	Model Grindle.....	17
2.4.2	Model George Edward III.....	20
2.4.3	Model Van Meter dan Van Horn.....	23
2.4.4	Model Masmanian dan Sabatier.....	26
2.4.5	Model Hirarki Kebijakan Broomley .....	27
2.5	Konsep Smart City .....	28
2.6	Tantangan Pada Program Menuju Smartcity.....	35
2.7	Konsep Smart Branding.....	37
2.8	Kerangka Penelitian .....	40

### **BAB III METODE PENELITIAN**

3.1	Pendekatan Penelitian.....	41
3.2	Lokus Penelitian.....	41
3.3	Fokus Penelitian.....	42
3.4	Jenis Data Penelitian.....	43
3.5	Teknis Analisis.....	43

### **BAB IV GAMBARAN UMUM**

4.1	Gambaran Umum Lokus Penelitian .....	45
4.1.1	Kota Banjarmasin .....	45
4.1.2	Budaya Sungai.....	50
4.2	Organisasi Perangkat Daerah Terkait Penelitian.....	55
4.2.1	Dinas Komunikasi Informasi dan Statistik.....	55

4.2.2 Dinas Kebudayaan Pemuda, Olahraga dan Pariwisata.....	56
4.2.3 Badan Perencanaan, Penelitian dan Pengembangan Daerah.....	57

## **BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN**

5.1 Hasil Penelitian.....	60
5.1.1 Kebijakan Smart Branding Kota Banjarmasin.....	60
5.1.2 Implementasi Smartbranding Kota Banjarmasin.....	66
5.1.2.1. Fasilitas TIK Di Menara Pandang.....	67
5.1.2.1.1 Banjarmasin Plaza Smartcity.....	67
5.1.2.2. Integrasi TIK di Kawasan Wisata.....	70
5.1.2.2.1 Aplikasi Sikuntaw.....	70
5.1.2.2.2 Wisata Sungai Biuku.....	71
5.1.2.2.3 Kampung Wisata Kuin.....	74
5.1.2.2.4 Museum Sungai.....	75
5.1.2.3. Digitalisasi Promosi Wisata dan Budaya.....	77
5.1.2.3.1 Smart Tourism Banjarmasin.....	77
5.1.2.3.2 Ayo Ke Banjarmasin Go Klotok.....	79
5.2 Pembahasan.....	81
5.2.1 Kebijakan Menuju Smart Branding Kota Sungai .....	81
5.2.2 Implementasi Kebijakan Smartbranding.....	83
5.2.2.1 Fasilitas TIK di Menara Pandang.....	83
5.2.2.2 Integrasi Sistem TIK di Kawasan Wisata.....	85
5.2.2.3 Digitalisasi Promosi Wisata dan Budaya.....	94

**BAB VI PENUTUP**

6.1 Kesimpulan.....	97
6.2 Saran.....	98

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.2</b> Pemetaan Kota Cerdas Berdasarkan Definisi.....	30
<b>Tabel 5.1</b> Strategi Program dan Indikator	
Smart Branding Kota Banjarmasin.....	65
<b>Tabel 5.2</b> Kondisi dan Kendala Fasilitasi TIK	
Di Menara Pandang Tepi Sungai.....	69
<b>Tabel 5.3</b> Program Pembangunan	
Kampung Wisata Sungai Biuku.....	73
<b>Tabel 5.4</b> Kondisi dan Kendala Integrasi	
Sistem TIK di Kawasan Wisata.....	76
<b>Tabel 5.5</b> Kondisi dan Kendala Digitalisasi	
Dan Promosi Wisata dan Budaya.....	80



## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 2.1</b> Artikel Jurnal Terkait Smart City Berdasarkan asal penulisnya.....	7
<b>Gambar 2.2</b> Kedekatan Prosedur Analisis dengan Tipe Pembuatan Kebijakan.....	14
<b>Gambar 2.3</b> Bentuk Analisis Kebijakan.....	16
<b>Gambar 2.4</b> Model Implementasi Kebijakan Menurut Grindle.....	18
<b>Gambar 2.5</b> Model Implementasi Kebijakan Menurut George Edward III.....	22
<b>Gambar 2.6</b> Model Implementasi Kebijakan Van Meter dan Van Horn.....	26
<b>Gambar 2.7</b> Model Hirarki Kebijakan Menurut Broomley.....	28
<b>Gambar 2.8</b> Skema Smartcity Secara Komprehensif.....	31
<b>Gambar 2.9</b> Dimensi Smart City.....	32
<b>Gambar 2.10</b> Tantangan Program Menuju Smartcity .....	37
<b>Gambar 2.11</b> Komponen Smart Branding.....	38
<b>Gambar 2.12</b> Kerangka Penelitian.....	40
<b>Gambar 3.1</b> Prosedur dan Bentuk Analisis Pada Fokus Penelitian.....	42
<b>Gambar 3.2</b> Kerangka Teori.....	44
<b>Gambar 4.1</b> Peta Kota Banjarmasin Per Kecamatan.....	46
<b>Gambar 4.2</b> Pasar Terapung di Muara Kuin Banjarmasin.....	51
<b>Gambar 5.1</b> Dasar Kebijakan Smart Branding Banjarmasin.....	63

<b>Gambar 5.2</b> Plaza Smartcity Banjarmasin .....	68
<b>Gambar 5.3</b> Tampilan Sistem Informasi Pengunjung CWS Plaza Smartcity.....	69
<b>Gambar 5.4</b> Halaman depan Website Banjarmasin Tourism.....	78
<b>Gambar 5.5</b> Tampilan Aplikasi Ayo Ke Banjarmasin.....	79
<b>Gambar 5.6</b> Model Integrasi sistem kawasan wisata Kota Banjarmasin.....	87