

## DAFTAR ISI

<b>I</b>	<b>PENDAHULUAN</b>	<b>2</b>
1.1	Latar Belakang Masalah . . . . .	2
1.2	Pertanyaan, Tujuan, dan Manfaat Penelitian . . . . .	3
1.3	Batasan Penelitian . . . . .	4
1.3.1	Batasan Cakupan Areal . . . . .	4
1.3.2	Batasan Temporal . . . . .	4
1.3.3	Batasan Substansi . . . . .	4
1.4	Keaslian Penelitian . . . . .	5
1.5	Sistematika Penulisan . . . . .	7
<b>II</b>	<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	<b>8</b>
2.1	Smart City di Indonesia . . . . .	8
2.2	Garuda Smart City Framework (GSCF) . . . . .	8
2.3	Enam Dimensi Smart City . . . . .	10
2.4	Dimensi Smart City Kominfo . . . . .	11
2.5	Pengertian Strategi . . . . .	18
<b>III</b>	<b>METODE PENELITIAN</b>	<b>19</b>
3.1	Pendekatan Penelitian . . . . .	19
3.2	Pengumpulan Data . . . . .	20
3.3	Analisis Data . . . . .	21
3.4	Hambatan Selama Penelitian . . . . .	21
<b>IV</b>	<b>GAMBARAN UMUM WILAYAH PENELITIAN</b>	<b>23</b>

<b>V</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b>	<b>25</b>
5.1	Kodifikasi . . . . .	25
5.2	Pengelompokan Strategi . . . . .	27
5.3	Ragam Strategi Smart Governance . . . . .	29
5.3.1	Layanan Publik . . . . .	30
5.3.2	Birokrasi . . . . .	31
5.3.3	Efisiensi kebijakan publik . . . . .	32
5.4	Ragam Strategi Smart Branding . . . . .	33
5.4.1	Pariwisata . . . . .	33
5.4.2	Daya Saing Bisnis . . . . .	34
5.4.3	Wajah Kota . . . . .	35
5.5	Ragam Strategi Smart Living . . . . .	37
5.5.1	Harmonisasi tata ruang . . . . .	37
5.5.2	Kesehatan . . . . .	39
5.5.3	Transportasi . . . . .	40
5.6	Lintas Dimensi/Subdimensi . . . . .	40
5.7	Pembahasan . . . . .	41
<b>VI</b>	<b>KESIMPULAN DAN REKOMENDASI</b>	<b>43</b>
6.1	Kesimpulan . . . . .	43
6.2	Rekomendasi . . . . .	43