

**Audit Komunikasi Strategi Sosialisasi Program Hotline Pelayanan Publik  
LAPOR Hendi**

**Nimas Sintha Naurisma, Agus Naryoso**  
[nimassintha5@gmail.com](mailto:nimassintha5@gmail.com)

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro  
Jl. Prof. Soedarto, SH Tembalang Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 7465407  
Faksimile (024) 7465405 Laman: <http://www.fisip.undip.ac.id> email [fisip@undip.ac.id](mailto:fisip@undip.ac.id)

**ABSTRAK**

Penelitian ini berdasarkan permasalahan banyaknya masyarakat Kota Semarang yang menyampaikan keluhan-keluhannya kepada pemerintah pada media-media yang tidak resmi, sedangkan sebenarnya pemerintah sudah memiliki kanal pengaduan resmi yang bernama LAPOR Hendi. Kanal pengaduan resmi ini seharusnya bisa digunakan dan dimanfaatkan oleh masyarakat sebagai media yang menyalurkan semua keluhan maupun aspirasi kepada pemerintah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk melakukan audit komunikasi pada kegiatan sosialisasi program LAPOR Hendi. Penelitian ini akan menjelaskan bagaimana pemerintah melakukan kegiatan sosialisasi untuk mengenalkan program LAPOR Hendi kepada masyarakat Kota Semarang. Penelitian ini merupakan penelitian diskriptif kualitatif yang menggunakan teori informasi organisasi dari Karl Weick dan teori SOR (*Stimulus, Organism, Reasons*).

Berdasarkan hasil penelitian, sosialisasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Semarang tidak memiliki perencanaan yang matang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perencanaan sosialisasi yang dilakukan pemerintah tidak memperhatikan 10 *Planning* dari Anne Gregory. Analisis tidak dilakukan oleh pemerintah, pemerintah tidak melakukan analisis dan riset terlebih dahulu sebelum melaksanakan sosialisasi program LAPOR Hendi. Tujuan dari sosialisasi sudah diketahui oleh Pemerintah sebagai pelaksana sosialisasi, namun pemerintah tidak menggunakan data primer dan data sekunder dalam menentukan tujuan sosialisasi. Publik yang dapat mengikuti sosialisasi program LAPOR Hendi semua masyarakat Kota Semarang. Pesan yang disampaikan dalam sosialisasi tidak direncanakan dan disusun dengan mendetail, tidak ada indikator pesan yang akan disampaikan dalam sosialisasi. Pemerintah tidak memahami strategi yang mereka gunakan dalam sosialisasi. Strategi yang digunakan dalam sosialisasi program LAPOR Hendi adalah Ritual. Pemerintah menggunakan taktik dalam melaksanakan sosialisasi, namun pemerintah tidak mengembangkan taktik yang ada ataupun memiliki ide taktik yang baru. Pemerintah menggunakan taktik dalam melaksanakan sosialisasi, namun pemerintah tidak mengembangkan taktik yang ada ataupun memiliki ide taktik yang baru. Pemerintah selalu melaksanakan sosialisasi kepada masyarakat, tidak ada tenggat waktu dalam sosialisasi program LAPOR Hendi. Sosialisasi yang akan dilaksanakan sudah terencana dalam rencana kerja tahunan. Pemerintah menggunakan peralatan dan

perlengkapan yang digunakan untuk sosialisasi. Biaya operasional juga sudah terencana dalam rencana kerja tahunan. Pemerintah melakukan pengawasan dan evaluasi setelah sosialisasi dilaksanakan. Namun pemerintah tidak maksimal dalam memastikan pesan diterima oleh audience. Pemerintah melakukan review untuk mengetahui apakah sosialisasi yang telah dilaksanakan berjalan dengan baik.

**Kata Kunci : Audit Komunikasi, Sosialisasi, Perencanaan, Pemerintah, Masyarakat.**

### **ABSTRACT**

*This research is based on the problem of the large number of people in the city of Semarang who submit their complaints to the government in unofficial media, while in fact the government already has an official complaint channel called LAPOR Hendi. This official complaint channel should be used and utilized by the public as a medium that channels all complaints and aspirations to the government. The purpose of this study was to conduct a communication audit on the socialization activities of the LAPOR Hendi program. This research will explain how the government carried out socialization activities to introduce the LAPOR Hendi program to the people of Semarang City. This research is a descriptive qualitative study that uses the organizational information theory of Karl Weick and the theory of SOR (Stimulus, Organisms, Reasons).*

*Based on the results of the research, the socialization carried out by the Semarang City Government did not have a careful planning. The results showed that the socialization planning carried out by the government did not pay attention to Anne Gregory's 10 Planning. Analysis was not carried out by the government, the government did not conduct analysis and research before carrying out the socialization of the LAPOR Hendi program. The government has known the objectives of the socialization as the implementer of the socialization, however, the government does not use primary data and secondary data in determining the objectives of the socialization. The public who can participate in the socialization of the LAPOR Hendi program all the people of Semarang City. The messages conveyed in socialization are not planned and arranged in detail, there are no indicators of messages that will be conveyed in the socialization. The government does not understand the strategies they use in socialization. The strategy used in the socialization of the LAPOR Hendi program is Ritual. The government uses tactics in carrying out outreach, but the government does not develop existing tactics or come up with new tactical ideas. The government uses tactics in carrying out outreach, but the government does not develop existing tactics or come up with new tactical ideas. The government always conducts outreach to the public, there is no deadline for socializing the LAPOR Hendi program. The socialization that will be carried out has been planned in the annual work plan. The government uses the tools and equipment used for socialization. The operational costs have also been planned in the annual work plan. The government carries out monitoring and evaluation after the socialization is carried out. However, the government is not maximal in ensuring the message is received by the audience. The government conducts a review to find out whether the socialization that has been carried out is going well.*

**Keywords: Communication Audit, Socialization, Planning, Government, Society.**

## **PENDAHULUAN**

### **LATAR BELAKANG**

LAPOR Hendi merupakan sarana aspirasi dan pengaduan bagi masyarakat Kota Semarang mengenai pelayanan publik yang sudah terintegrasi dengan LAPOR SP4N. LAPOR Hendi menjadi sarana bagi masyarakat untuk memberikan aspirasi dan pengaduan kepada Pemerintah Kota Semarang. LAPOR Hendi juga dapat digunakan oleh masyarakat untuk memperoleh informasi mengenai Kota Semarang. LAPOR Hendi diharapkan mampu meningkatkan partisipasi masyarakat Kota Semarang dalam mengontrol pembangunan dan perkembangan di Kota Semarang. Layanan pengaduan ini juga dapat digunakan sebagai memperoleh informasi serta sebagai evaluasi kinerja Pemerintah Kota Semarang.

LAPOR Hendi memiliki dasar hukum tersendiri dalam pengelolaan aduannya, yaitu Peraturan Walikota Nomor 34 Tahun 2017 tentang Pedoman Pengelolaan Pengaduan Masyarakat Tentang Pelayanan Publik. Masyarakat Kota Semarang dapat menggunakan layanan pengaduan LAPOR Hendi melalui berbagai cara, yaitu dapat dilakukan dengan *online* maupun *offline*. Pengaduan yang secara *offline* dapat dilakukan dengan cara datang langsung ke Pusat Informasi Publik

yang terletak di Balaikota Kota Semarang, sedangkan secara *online* dapat dikirimkan melalui berbagai macam media sosial, seperti Whatsapp di nomor 08121500051, website resmi [laporhendi.semarangkota.go.id](http://laporhendi.semarangkota.go.id) dan email [pengaduan@semarangkota.go.id](mailto:pengaduan@semarangkota.go.id), Instagram @hendrarpriyadi, Twitter dengan hastag #LaporHendi kemudian mention ke twitter @hendrarpriyadi, Facebook Pusat Pengelolaan Pengaduan Masyarakat Kota Semarang, SMS ke 1708 dengan format LaporHendi (spasi) Aduan, dan dapat melalui Telegram Pemerintah Kota Semarang.

Pemerintah Kota Semarang sudah memiliki pelayanan publik yang dapat digunakan sebagai alat menyampaikan aspirasi dan keluhan, namun sayangnya masih ada saja masyarakat Kota Semarang yang tidak menggunakan layanan itu dengan baik. Masih banyak ditemukan laporan keluhan yang tidak disampaikan kepada pihak yang lebih berwenang untuk mengatasi hal tersebut. Masyarakat masih melakukan keluhan melalui media-media yang tidak resmi dan tidak ada hubungannya dengan Pemerintah Kota Semarang. Hal ini tentu saja menjadi permasalahan tersendiri bagi LAPOR Hendi. Masyarakat tidak menggunakan LAPOR Hendi sebagaimana mestinya, mereka malah menggunakan media yang

tidak sesuai. Selain tidak sesuai, media yang digunakan juga tidak dikelola oleh Pemerintah Kota Semarang, sehingga keluhan-keluhan yang disampaikan juga tidak dapat diterima dengan cepat oleh pemerintah. Contoh media yang digunakan masyarakat Kota Semarang untuk melakukan keluhan adalah *Online Community Group* di Facebook dengan nama Media Informasi Semarang atau yang biasa disingkat MIK Semar.

Perencanaan komunikasi strategis yang baik harus melalui beberapa tahapan, yaitu: analisis program/masalah, analisis situasi, analisis khalayak, tujuan komunikasi, strategi komunikasi, perencanaan kegiatan pengembangan media, produksi dan uji coba media, penggunaan media, media monitoring dan sistem pengelolaan informasi, dan evaluasi dan analisis masalah. Tahapan-tahapan tersebut harus dilakukan dalam perencanaan komunikasi strategis. Tahapan ini harus dilakukan oleh Pemerintah Kota Semarang sebelum melaksanakan sosialisasi LAPOR Hendi kepada masyarakat. Perencanaan yang matang akan membantu proses sosialisasi berjalan dengan baik, sehingga semua masyarakat Kota Semarang dapat memahami dan memanfaatkan media LAPOR Hendi dengan semaksimal mungkin.

## **RUMUSAN MASALAH**

Banyaknya keluhan yang disampaikan oleh masyarakat Kota Semarang melalui media lain menjadi bukti bahwa LAPOR Hendi belum dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat Kota Semarang. Keluhan yang masuk melalui media selain LAPOR Hendi tidak segera di proses dan tidak segera mendapatkan solusi yang semestinya. Pemerintah Kota Semarang telah melakukan sosialisasi program LAPOR Hendi kepada masyarakat, namun kenyataannya masih banyak masyarakat yang tidak menggunakan LAPOR Hendi. Media LAPOR Hendi kalah populer dengan media lain, sehingga LAPOR Hendi tidak digunakan secara maksimal oleh masyarakat Kota Semarang. Berdasarkan uraian di atas, maka pokok permasalahan yang akan penulis angkat menjadi penelitian adalah “Apakah program LAPOR Hendi telah melakukan tahapan-tahapan sosialisasi yang sesuai dengan Audit Komunikasi?”

## **TUJUAN**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kegiatan audit komunikasi strategis sosialisasi program hotline pelayanan publik LAPOR Hendi.

## **KERANGKA TEORI**

### **TEORI INFORMASI ORGANISASI**

Teori informasi organisasi memiliki kedudukan penting dalam ilmu karena menggunakan komunikasi sebagai dasar atau basis bagaimana mengatur atau mengorganisasikan manusia dan memberikan rasional dalam memahami bagaimana manusia berorganisasi teori ini, organisasi bukanlah struktur terdiri atas sejumlah posisi dan tetapi merupakan kegiatan komunikasi sehingga sebutan yang lebih tepat sebenarnya adalah *organizing* atau mengorganisasi (yang menunjuk proses) daripada *organization* atau mengorganisasi, karena organisasi adalah suatu yang ingin dicapai melalui proses komunikasi yang berkelanjutan.

Karl Weick mengembangkan sebuah pendekatan untuk menggambarkan proses dimana organisasi mengumpulkan, mengelola, dan menggunakan informasi yang mereka terima. Alih-alih memfokuskan perhatiannya pada struktur organisasi dalam hal peranan dan aturan yang mengarahkan para anggota organisasi, Weick menekankan pada proses mengorganisasikan. Dengan demikian, fokus utamanya adalah pada pertukaran informasi yang terjadi dalam organisasi dan bagaimana anggota mengambil langkah untuk memahami hal ini. Weick (1995) percaya bahwa “organisasi berbicara dengan dirinya sendiri”. Maksud dari pernyataan ini adalah anggota-anggota organisasi adalah penting dalam penciptaan

dan pemeliharaan makna pesan. (West dan Turner, 2009: 335).

Pendapat dari Karl Weick mengajukan istilah kunci, yaitu *ekuiivokalitas* (berasal dari kata *equivocality*) yang berarti ketidakpastian atau sulit dimengerti (komplikasi, tidak jelas, membingungkan, multitafsir, ambigu) serta sulit diperkirakan. Menurut Weick, semua informasi dari lingkungan dalam derajat tertentu, tidak jelas, dan membingungkan, dan kegiatan organisasi dirancang untuk mengurangi ketidakpastian tersebut. (Morissan, 2009: 32). Teori ini berfokus pada proses pengorganisasian anggota organisasi untuk mengelola informasi daripada berfokus pada struktur organisasi itu sendiri. Sejumlah asumsi mendasar teori ini:

- Organisasi manusia ada dalam sebuah lingkungan organisasi.
- Informasi yang diterima sebuah organisasi berbeda dalam hal ketidakjelasan.
- Organisasi manusia terlibat dalam pemrosesan informasi untuk mengurangi ketidakjelasan informasi.

## **METODE**

### **DESIGN PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan

pendekatan audit komunikasi. Penelitian deskriptif yaitu penelitian yang menggambarkan dan melukiskan keadaan obyek penelitian pada saat sekarang sebagaimana adanya berdasarkan fakta-fakta (Sukmadinata, 2011:73). Metode penelitian ini digunakan untuk menjelaskan, mendeskripsikan suatu objek melalui pengumpulan, penyusunan dan interpretasi dari data yang telah diteliti. Metode kualitatif pada dasarnya “menggambarkan” atau meringkas berbagai realitas sosial yang ada di masyarakat yang menjadi obyek penelitian yang menarik realitas tersebut ke permukaan sebagai gambaran tentang fenomena tertentu (Bungin, 2008:68).

### **SUBJEK PENELITIAN**

Subjek penelitian ini adalah semua pihak yang terlibat dalam pelayanan publik LAPOR Hendi, meliputi Kepala Bidang Dinas Kominfo, Kepala Seksi Pengelolaan Aspirasi dan Informasi, pengelola atau admin pusat, dan petugas Pusat Informasi Publik.

### **TEKNIK PENGUMPULAN DATA**

Pengumpulan data dilakukan dengan metode wawancara, observasi dan studi pustaka.

### **ANALISIS DATA**

Penelitian ini akan menganalisis data menggunakan 10 *planning* dari Anne Gregory meliputi: Analisis, Tujuan, Publik,

Pesan, Strategi, Taktik, Skala Waktu, Sumber Daya, Evaluasi, Review.

### **PEMBAHASAN**

Sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah untuk menyebarkan program LAPOR Hendi harus dilaksanakan dengan seksama. Sebelum melakukan sosialisasi, pemerintah harus membuat perencanaannya terlebih dahulu. Sosialisasi seperti apa yang dibutuhkan masyarakat, strategi seperti apa yang akan dilaksanakan dalam sosialisasi, sosialisasi seperti apa yang sesuai dengan riset lapangan yang ada, dan lain-lain. Perencanaan yang sesuai dan matang dapat menjadi kunci dalam sosialisasi yang sukses. Anne Gregory menyatakan bahwa terdapat 10 *planning* dalam perencanaan. 10 *planning* itu akan membantu dalam menghasilkan perencanaan yang sesuai untuk sosialisasi yang akan dilaksanakan.

Pemerintah Kota Semarang sudah memahami alasan dan latar belakang dilaksanakannya sosialisasi LAPOR Hendi, hal ini memiliki tujuan agar program LAPOR Hendi semakin dikenal oleh masyarakat sehingga masyarakat dapat memanfaatkan program ini. Sosialisasi yang dilakukan bertujuan untuk mengenalkan bahwa pemerintah memiliki kanal pengaduan publik yang dapat digunakan secara mudah.

Pemerintah gencar melakukan sosialisasi LAPOR Hendi menggunakan media sosial, melihat saat ini media sosial menjadi media yang banyak digunakan oleh masyarakat. Sosialisasi yang dilakukan tidak hanya dilakukan secara *online* tapi dilakukan juga secara *offline*. Pemerintah juga menggunakan media-media lain, seperti koran, radio, baliho, videotron, dan website resmi dari LAPOR Hendi.

Selain menggunakan media sosial dan teknologi yang ada, pemerintah juga melakukan sosialisasi dengan cara menemui langsung *audience*, contohnya seperti LAPOR Hendi *goes to campus*. Ada juga sosialisasi yang diadakan di kelurahan-kelurahan.

Pemerintah langsung melakukan sosialisasi tanpa melakukan riset terlebih dahulu. Pemerintah tidak melakukan analisis-analisis yang dibutuhkan dalam merencanakan sosialisasi, seperti analisis SWOT dan analisis PEST. Pemerintah juga tidak melakukan riset terlebih dahulu mengenai jenis sosialisasi seperti apa yang diinginkan oleh masyarakat. Riset dapat digunakan dalam menentukan tujuan dan bagaimana perencanaan dibuat. Riset membantu memetakan kondisi yang sesungguhnya agar dapat dijadikan pedoman dalam membuat perencanaan kegiatan komunikasi. Riset juga dapat digunakan untuk memonitor lingkungan sebelum melakukan perencanaan.

Pemerintah langsung melaksanakan sosialisasi tanpa mencari tahu lebih dalam dan lebih detail mengenai sosialisasi yang akan mereka laksanakan.

Pemerintah sering memberikan *update* mengenai laporan-laporan yang masuk pada LAPOR Hendi di media sosial, ini dilakukan agar masyarakat tahu bahwa keluhan yang mereka sampaikan sudah ditanggapi dan di proses dengan baik. Pemerintah selalu menunjukkan progres laporan yang masuk di LAPOR Hendi dalam mensosialisasikan program ini, dengan cara tersebut diharapkan masyarakat dapat lebih percaya dan sadar akan pentingnya melakukan keluhan atau laporan secara langsung kepada pemerintah.

Sama halnya dengan Laporan yang dimiliki oleh pemerintah Kota Bandung. Kota Bandung juga memiliki kanal pengaduan yang terhubung dengan LAPOR dari pemerintah pusat, sama dengan LAPOR Hendi yang dimiliki oleh Kota Semarang. Perbedaannya adalah LAPOR milik Kota Bandung memiliki bagian tersendiri yang memang di khususkan sebagai bagian yang menangani mengenai segala macam informasi dan pelayanan publik yang dikenal dengan sebutan Bandung Command Center. Bandung Command Center ini memiliki kanal khusus dan memiliki media sosial khusus yang memang di prioritaskan untuk

mempermudah pelayanan untuk masyarakat Kota Bandung. Berbeda dengan Kota Semarang yang tidak memiliki media sosial khusus untuk LAPOR Hendi, sehingga selama ini LAPOR Hendi selalu menyampaikan informasi kepada masyarakat melalui media sosial milik pemerintah biasanya milik dinas kominfo atau milik Walikota. Hal ini menjadi kendala tersendiri karena tidak ada media resmi yang khusus. Sama dengan LAPOR Hendi, pemerintah Kota Bandung juga selalu memberikan *update* mengenai laporan-laporan yang masuk. Bedanya adalah didalam Bandung Command Center ini setiap memposting informasi selalu memberikan keterangan yang jelas mengenai tanggal kejadian, waktu kejadian bahkan disampaikan juga darimana Bandung Command Center ini menerima keluhan. Informasi seperti ini menjadi informasi tambahan yang melengkapi informasi utama yang disampaikan oleh pemerintah. Sehingga informasi yang disampaikan oleh pemerintah sudah jelas dan lengkap.

Pemerintah Kota Semarang terlalu fokus pada laporan-laporan yang masuk, sehingga mereka tidak menganggap sosialisasi sebagai suatu kegiatan yang serius. Pemerintah menganggap bahwa mereka sudah cukup memberikan hasil dari laporan yang masuk tanpa meneliti lebih dalam apakah semua masyarakat sudah

mengetahui program LAPOR Hendi. Laporan yang masuk di LAPOR Hendi dijadikan sebagai acuan keberhasilan dalam melaksanakan sosialisasi. Padahal hal itu merupakan sesuatu yang tabu dan tidak pasti. Jumlah laporan yang masuk di LAPOR Hendi juga selalu berubah-ubah tiap bulannya. Tidak ada jaminan dan bukti yang menunjukkan bahwa laporan yang meningkat setelah melaksanakan sosialisasi adalah tanda bahwa sosialisasi itu berhasil. Pemerintah menjadikan jumlah laporan yang masuk sebagai patokan mengenai keberhasilan sosialisasi mereka.

Sosialisasi yang dilaksanakan juga tidak memiliki syarat atau indikator khusus bagi *audience* nya. Semua masyarakat di Kota Semarang bebas mengikuti sosialisasi yang dilaksanakan oleh pemerintah. Pemerintah tidak memiliki target sasaran tertentu dalam melaksanakan sosialisasi, hal ini bertujuan agar semua masyarakat Kota Semarang dapat mengikuti sosialisasi yang diadakan oleh pemerintah.

Pesan yang disampaikan saat sosialisasi program LAPOR Hendi juga menjadi kunci penting dalam melakukan sosialisasi. Isi pesan yang padat dan jelas dapat membantu *audience* dalam memahami sosialisasi yang dilakukan. Apa saja yang akan disampaikan saat sosialisasi, apa saja yang akan ditampilkan, siapa yang akan menjadi pembicara, siapa saja *audience* dari sosialisasi tersebut.



Sebaiknya sebelum melakukan sosialisasi, pemerintah menyiapkan pesan yang akan disampaikan terlebih dahulu, namun ternyata pemerintah tidak terlalu memperhatikan isi pesan dari sosialisasi yang akan mereka laksanakan. Pesan atau konten dari sosialisasi ini tidak memiliki standar atau acuan tertentu, sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat adalah pesan yang sama dan dilakukan secara berulang-ulang. Pesan sosialisasi yang jelas lebih mudah dipahami dan diterima oleh masyarakat. Maka dari itu orang yang melakukan sosialisasi juga harus orang yang paham betul mengenai program LAPOR Hendi.

Pesan yang disampaikan dalam sosialisasi program LAPOR Hendi kepada masyarakat dapat mempengaruhi perubahan perilaku individu. Masyarakat yang mendapatkan informasi mengenai program LAPOR Hendi dapat melakukan perubahan perilaku dari yang sebelumnya tidak pernah mengadakan keluhan menjadi sering mengadakan keluhan. Perubahan perilaku ini terjadi karena masyarakat sadar untuk melaporkan keluhan atau aspirasi kepada pemerintah. Ini sesuai dengan Teori Stimulus Organism Respons. Asumsi dari Teori SOR adalah individu akan lebih mengerti mengenai pemberitahuan informasi yang ada melalui rangsangan lingkungannya yang memaksanya untuk dapat mengharapkan dan memperhatikan

interaksi komunikasi yang berlangsung agar muncul respons atau timbal balik (Trinanda, 2020:79). Apabila pesan (stimulus) yang disampaikan oleh komunikator dapat diterima oleh komunikan, maka menandakan adanya perhatian dari komunikan (organisme) berarti stimulus yang diberikan efektif digunakan. Setelah itu komunikan (organisme) mengolah stimulus yang diterimanya, sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya atau dengan kata lain mengambil sikap. Ditambah dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan, maka akhirnya sikap yang diambil komunikan (individu) tersebut berlanjut menjadi sebuah tindakan, yaitu perubahan perilaku. Pesan yang disampaikan pemerintah dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi disampaikan oleh komunikator (pemerintah) sebagai stimulus kemudian diterima dan diolah oleh komunikan (masyarakat) sebagai organisme sehingga terjadilah perubahan sikap.

Pemerintah tidak memahami mengenai strategi yang mereka gunakan dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi. Pemerintah menganggap strategi bukanlah sesuatu yang wajib dimiliki dalam melakukan sosialisasi. Mereka kurang memahami manfaat dari strategi. Pemerintah langsung saja melakukan

sosialisasi tanpa mengetahui pentingnya fungsi dari strategi. Hal ini cukup merugikan karena strategi merupakan jalan masuk dari sosialisasi itu sendiri. Melihat dari sosialisasi-sosialisasi yang telah dilakukan pemerintah, dapat disimpulkan bahwa pemerintah Kota Semarang menggunakan strategi ritual dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi. Ritual adalah deretan berulang dari kegiatan yang mengungkapkan dan memperkuat nilai-nilai utama organisasi itu, tujuan apakah yang paling penting, orang-orang manakah yang penting dan mana yang dapat dikorbankan. Hal ini sesuai dengan sosialisasi program LAPOR Hendi yang dilakukan pemerintah.

Pemerintah selama ini menggunakan strategi ritual dalam melakukan sosialisasi program LAPOR Hendi. Komunikasi dalam ritual dilakukan untuk memelihara dan kebersamaan solidaritas komunitas. Para partisipan dalam komunikasi dilibatkan agar menjadi bagian komunitas yang merasa saling memiliki, menjadi “jamaah” dari komunitas tersebut sehingga yang berlaku dalam komunikasi menurut perspektif ini adalah istilah-istilah berbagi (*sharing*), partisipasi, asosiasi, persahabatan (*fellowship*), memiliki keyakinan yang sama (*the possession of common faith*) (Hamad, 2016:4.9). Sosialisasi yang selama ini dilakukan oleh pemerintah bertujuan untuk

mengenalkan dan mengajak masyarakat Kota Semarang untuk ikut andil dalam mengembangkan Kota Semarang.

Pemerintah tidak memiliki skema perencanaan sosialisasi sebelum mereka benar-benar melaksanakan sosialisasi secara langsung. Padahal penggunaan strategi yang tepat dapat mendorong kesuksesan dan kelancaran sosialisasi yang akan dilakukan. Pemerintah langsung melakukan sosialisasi kepada masyarakat Kota Semarang, pemerintah memiliki anggapan bahwa yang terpenting mereka sudah ikut menyebarkan informasi mengenai program LAPOR Hendi. Mereka menggunakan jumlah laporan masuk sebagai bukti keberhasilan sosialisasi, padahal itu tidak bisa dijadikan tolak ukur.

Sosialisasi merupakan kegiatan yang membutuhkan perencanaan yang matang dan pelaksanaan yang baik. Selain harus memperhatikan strategi yang digunakan, sosialisasi juga harus menggunakan taktik yang cocok agar lebih mengenai *audience* sosialisasi.

Taktik yang digunakan oleh pemerintah dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi telah disesuaikan dengan *audience* dari sosialisasi. Misalnya seperti sosialisasi saat *Car Free Day*, pemerintah membagikan brosur dan *souvenir* kepada masyarakat yang mengikuti kegiatan *Car Free Day*. Pemerintah akan memutar lokasi *Car Free*

*Day* untuk menarik perhatian masyarakat. Taktik seperti ini yang biasanya dilakukan oleh pemerintah dalam mesosialisasikan program LAPOR Hendi. Taktik-taktik yang digunakan oleh pemerintah langsung mereka terapkan dalam sosialisasi. Pemerintah mengikuti *trend* yang ada untuk membuat sosialisasi itu menarik tanpa mencari tahu lebih mendalam mengenai taktik seperti apa yang cocok digunakan pada sosialisasi tertentu. Pemerintah tidak mempertimbangkan mana taktik yang dapat menguntungkan sosialisasi dan mana yang kurang efektif dilakukan, sehingga hasil dari taktik yang mereka gunakan kurang maksimal.

Program LAPOR yang dimiliki oleh Kota lain juga melakukan sosialisasi secara terus menerus. Contohnya seperti Kota Bandung. Kota Bandung memiliki pusat manajemen pemerintahan yang disebut dengan Bandung Command Center. Semua urusan mengenai pengelolaan informasi dan pelayanan dikelola oleh badan ini. Kota Bandung memiliki gerakan khusus yang tujuannya untuk mengenalkan dan mengajak masyarakat Kota Bandung untuk menggunakan kanal pengaduan LAPOR. Gerakan ini dinamakan Gerakan Sadar LAPOR. Sosialisasi mengenai program LAPOR di Kota Bandung juga memiliki tagline yaitu Bandung Sadar LAPOR. Hal ini bertujuan untuk mengajak masyarakat agar ikut menyampaikan keluhan dan

aspirasinya kepada pemerintah. Masyarakat diajak untuk sadar bahwa LAPOR merupakan kegiatan yang harus dilakukan karena hal itu dapat membantu perkembangan Kota Bandung. Sosialisasi yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan LAPOR menggunakan berbagai macam teknik. Contohnya seperti mengadakan acara Gerakan Sadar LAPOR yang dilakukan di Plaza Balai Kota Bandung. Kegiatan Gerakan Sadar LAPOR ini meliputi acara sosialisasi LAPOR, acara kesenian, quiz mengenai LAPOR, dan terdapat booth LAPOR hingga doorprize hadiah bagi masyarakat yang mengikuti sosialisasi LAPOR. Adanya Bandung Command Center ini membantu pemerintah Kota Bandung untuk lebih mudah dalam mengorganisir semua persoalan mengenai LAPOR dan pelayanan publik di Kota Bandung. Maka dari itu pemerintah memanfaatkan badan ini untuk memaksimalkan sosialisasi LAPOR di Kota Bandung.

Sosialisasi program LAPOR Hendi yang dilakukan oleh pemerintah juga memiliki waktu yang sudah ditentukan. Berapa banyaknya sosialisasi yang akan dilakukan sudah direncanakan dalam rencana kerja tahunan. Pemerintah tidak memiliki tenggat waktu tertentu dalam mesosialisasikan LAPOR Hendi. Mereka menentukan dalam setahun berapa kali

harus melakukan sosialisasi tapi tidak memberikan batasan yang jelas mengenai batas waktu untuk pelaksanaannya.

Pemerintah sudah yakin bahwa sosialisasi yang mereka lakukan sudah efektif dan berdampak terhadap program LAPOR Hendi. Mereka menggunakan jumlah laporan yang masuk sebagai tolak ukur keberhasilan sosialisasi, padahal sebenarnya kedua hal tersebut kurang relevan. Kita tidak bisa menjamin bahwa banyaknya laporan yang masuk merupakan hasil dari kesuksesan sosialisasi sebelumnya, bisa saja laporan yang masuk di bulan itu lebih banyak karena terjadi suatu kendala di Kota Semarang.

Peralatan dan perlengkapan yang digunakan dalam sosialisasi program LAPOR Hendi juga dapat membantu kelancaran sosialisasi. Peralatan dan perlengkapan yang digunakan oleh pemerintah dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi antara lain terdapat banner, leaflet, stiker, dan lain-lain. Biaya operasional yang dikeluarkan untuk sosialisasi ini juga sudah direncanakan sebelumnya. Anggaran yang dibutuhkan sudah jelas dari pemerintah. Pemerintah juga menggandeng pihak ketiga untuk diajak kerjasama dalam program LAPOR Hendi sehingga banyak peralatan dan perlengkapan yang didapatkan dari pihak ketiga juga. Peralatan dan perlengkapan ini juga harus disesuaikan

dengan sosialisasi yang akan dilaksanakan agar dapat mendukung jalannya sosialisasi.

Selain perencanaan dan pelaksanaan, evaluasi dari sosialisasi LAPOR Hendi juga harus diperhatikan. Pemerintah melakukan pengawasan selama proses sosialisasi program LAPOR Hendi dilaksanakan. Pemerintah melakukan *controlling* selama sosialisasi LAPOR Hendi dilaksanakan. Pemerintah akan melakukan rapat kecil setelah melaksanakan suatu sosialisasi. Di rapat itu pemerintah akan berdiskusi mengenai sosialisasi yang telah mereka laksanakan.

Evaluasi komunikasi dalam sosialisasi program LAPOR Hendi dapat dilihat dari seberapa banyak masyarakat yang mengikuti sosialisasi dan sudah memahami mengenai program LAPOR Hendi. Evaluasi sikap dalam sosialisasi program LAPOR Hendi dapat dilihat dari seberapa banyak masyarakat yang menggunakan LAPOR Hendi. Apakah setelah sosialisasi dilakukan terdapat perubahan jumlah laporan yang masuk. Pemerintah dapat memantau masyarakat yang sudah melakukan sosialisasi, apakah mereka akan melaporkan keluhan atau aspirasi kepada pemerintah atau tidak. Evaluasi memiliki peran yang penting dalam suatu sosialisasi. Kita harus mengetahui apakah sosialisasi yang telah kita lakukan telah berhasil dan telah dilakukan dengan efektif.

Sosialisasi dilakukan oleh pemerintah juga melakukan pengecekan informasi bagi *audience* nya. Meskipun begitu, hal ini tidak selalu mereka lakukan. Biasanya mereka akan mengadakan *posttest* setelah sosialisasi selesai, namun ini hanya dilakukan pada *audience* generasi muda. Terkadang *review* atau ulasan sosialisasi juga dilakukan dengan cara membuat games pertanyaan mengenai pesan dari sosialisasi. Pemerintah akan mengadakan rapat kecil yang terdiri dari pelaksana dan penanggung jawab sosialisasi untuk mendiskusikan sosialisasi yang telah mereka laksanakan.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan analisis kualitatif yang telah dilakukan pada Audit Komunikasi Strategis Program Pelayanan Publik LAPOR Hendi, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

### 1. Analisis

- a. Pemerintah Kota Semarang tidak melakukan riset dan analisis terlebih dahulu sebelum melakukan sosialisasi program LAPOR Hendi.
- b. Pemerintah Kota Semarang hanya menggunakan data mengenai jumlah laporan yang masuk pada program LAPOR Hendi untuk menentukan perencanaan sosialisasi.

### 2. Tujuan

- a. Pemerintah Kota Semarang melakukan sosialisasi memiliki tujuan untuk mengenalkan program LAPOR Hendi kepada masyarakat Kota Semarang. Namun pemerintah tidak menentukan tujuan dari sosialisasi dengan jelas dan detail sehingga banyak komponen dari SMART yang tidak dijalankan dengan baik.
  - b. Pemerintah Kota Semarang tidak mempertimbangkan data primer dan data sekunder mengenai LAPOR Hendi dalam menentukan tujuan dari sosialisasi yang akan dilakukan. Pemerintah terus melakukan sosialisasi karena itu sudah menjadi agenda rutin
- ### 3. Publik
- a. Pemerintah Kota Semarang tidak memiliki target sasaran tertentu dalam melaksanakan sosialisasi program LAPOR Hendi. Semua masyarakat dapat mengikuti sosialisasi yang diadakan oleh pemerintah.
  - b. Tidak ada syarat maupun indikator tertentu agar dapat mengikuti sosialisasi LAPOR Hendi. Siapa saja yang bisa mengikuti sosialisasi yang

diadakan oleh pemerintah Kota Semarang.

#### 4. Pesan

- a. Pemerintah Kota Semarang memiliki pesan primer yang disampaikan dalam sosialisasi program LAPOR Hendi, yaitu mengenalkan program LAPOR Hendi kepada masyarakat. Sedangkan pesan sekundernya yaitu memberikan informasi mengenai keberhasilan pemerintah dalam memproses keluhan dari masyarakat.
- b. Pesan yang digunakan dalam sosialisasi LAPOR Hendi tidak direncanakan dan disiapkan sebelum sosialisasi dilaksanakan. Pemerintah Kota Semarang langsung menyampaikan kepada masyarakat tanpa menyiapkan apa saja yang akan disampaikan dalam sosialisasi program LAPOR Hendi.

#### 5. Strategi

- a. Pemerintah Kota Semarang menggunakan strategi ritual dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi kepada masyarakat.
- b. Pemerintah Kota Semarang selama ini tidak mengetahui

strategi yang mereka gunakan dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi. Pemerintah Kota Semarang mengaku tidak menggunakan strategi tertentu dalam melakukan sosialisasi.

#### 6. Taktik

- a. Pemerintah Kota Semarang menggunakan beberapa macam taktik dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi, baik secara *online* maupun *offline*. Taktik yang digunakan pemerintah yaitu LAPOR Hendi *goes to campus*, Sosialisasi LAPOR Hendi di Kelurahan-kelurahan, Sosialisasi LAPOR Hendi saat *Car Free Day*, hingga sosialisasi menggunakan media sosial dan *billboard*.
- b. Pemerintah Kota Semarang kurang memperhatikan lebih dalam mengenai taktik yang mereka gunakan. Pemerintah Kota Semarang langsung menggunakan suatu taktik tanpa mempertimbangkan apakah taktik itu sudah sesuai dengan tujuan dari sosialisasi program LAPOR Hendi. Pemerintah Kota Semarang juga kurang memiliki dasar atau riset

sebelum menentukan suatu taktik.

#### 7. Skala Waktu

- a. LAPOR Hendi memiliki *time task matrix* dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi. Semua sosialisasi yang akan dilaksanakan sudah terjadwal dalam ranjangan kerja tahunan.
- b. LAPOR Hendi tidak memiliki batasan waktu tertentu dalam mensosialisasikan programnya karena sosialisasi ini terus dilakukan secara terus menerus sehingga tidak ada batasan waktunya.

#### 8. Sumber Daya

- a. Pemerintah Kota Semarang memiliki sumber daya yang cukup untuk melakukan sosialisasi program LAPOR Hendi. Sumber daya yang dimaksud yaitu sumber daya manusia, biaya operasional, dan peralatan.
- b. Pemerintah Kota Semarang memiliki rencana kerja tahunan untuk mendata semua sumber daya yang dimiliki untuk program LAPOR Hendi.

#### 9. Evaluasi

- a. Pemerintah Kota Semarang melakukan evaluasi dalam melaksanakan sosialisasi program LAPOR Hendi. Pemerintah juga melakukan pengawasan, termasuk pengawasan saat jalannya sosialisasi maupun setelah sosialisasi itu berakhir. Pemerintah mengadakan rapat untuk mengevaluasi mengenai sosialisasi yang sudah dilaksanakan.
- b. Pemerintah Kota Semarang tidak memiliki ukuran keberhasilan tertentu dalam mensosialisasikan program LAPOR Hendi. Pihak LAPOR Hendi akan bertanggung jawab mengenai sosialisasi yang dilakukan melalui Surat Pertanggung Jawaban (SPJ) kepada pemerintah pusat.

#### 10. Review

- a. Pemerintah Kota Semarang melakukan review atau ulasan mengenai sosialisasi yang telah dilakukan. Pemerintah akan membahas mengenai kelebihan dan kekurangan mengenai sosialisasi LAPOR Hendi yang sudah dilaksanakan.

### DAFTAR PUSTAKA

- Azwar, Saefuddin. 2007. *Metode Peneletian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bungin & Burhan. 2008. *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Komunikasi:Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Gora, Radita. 2019. *Riset Kualitatif Public Relations*. Surabaya: CV Jakad Publishing Surabaya.
- Gregory, Anna. 2001. *Perencanaan dan Manajemen Kampanye Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Hamad, Ibnu. 2016. *Perencanaan Program Komunikasi*. Banten: Universitas Terbuka.
- Hamilton, S. 1991. *A Communication Audit Handbook*. London: Longman.
- Hardjana, Andre. 2000. *Audit Komunikasi*. Jakarta: PT Grasindo.
- Mohammed, Rosli dan Burhan Bungin. 2015. *Audit Komunikasi Pendekatan Metode Asasmen Sistem Informasi Komunikasi dalam Organisasi*. Jakarta: Pranadamedia Group.
- Moleong, L.J. 2011. *Metedeologi Penelitian Kualitatif: Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Trinanda, A A Permata. 2020. *Teori Komunikasi Masa dan Perubahan Masyarakat*. Malang: Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang dan Intelegensia Media.
- Pasolong, Harbani. 2007. *Teori Administrasi Publik*. Bandung: Alfabeta.
- Soegiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukmadinata, N.S. 2011. *Meode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosadakarya.
- Sunarto. 2011. *Mix Methodology dalam Penelitian Komunikasi*. Yogyakarta:Mata Padi Pressindo.
- Tanzeh, Ahmad. 2011. *Metodologi Penelitian Praktis*. Yogyakarta: Teras.
- West, Richard dan Lynn H Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

## **Peraturan**

- Pasal 4 Undang Undang No. 25 Tahun 2009  
Peraturan Walikota Semarang No 76 Tahun  
2016



## Internet

<https://instagram.com/semarangprojects?igshid=ohfrv5lzzofa>

<https://instagram.com/infokejadiansemarang?igshid=1ik1fritzkiuy>

<https://instagram.com/portalsemarang?igshid=1093ybbk6msou>

<https://m.facebook.com/groups/2278630749074137?>

## Jurnal

Johari, Emiliya. (2016). *Audit Komunikasi Program Kampanye "Earth Hour" World Wild Life Fund For Nature Indonesia.* repository.fisip-untirta.ac.id

Nurdin, Isnaniah. (2014). *Audit Komunikasi Terhadap Program Sosialisasi Pembangunan T/L 150*

*Kv Maros-Sungguminasa PT.PLN (Persero) Pikitring Sulmapa.* Journal.unhas.ac.id

Ramadani, Dian. (2015). *Audit Komunikasi Organisasi Wahana Lingkungan Hidup Indonesia (Walhi) Yogyakarta.* Jurnalaspikom.org