

PERAN PROJECT MANAGER DAN ACCOUNT EXECUTIVE DALAM PROGRAM GOVERNMENT PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN PARTISIPASI MASYARAKAT MELALUI LAPOR SEMAR SOLUSI AWP

Shara Meilisa Ardini, Nurist Surraya Ulfa

Email: sharameilisaa@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, Tembalang, Kota Semarang, Central Java Post box 50139 Telephone (024) 7465407 page: <https://fisip.undip.ac.id/id/beranda/> Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Lapor Semar Solusi AWP is a digital public complaint service under the Department of Communication and Informatics (DISKOMINFO) of Semarang City, formerly known as Sapa Mbak Ita. The rebranding on April 8, 2025 led to decreased awareness, trust, and public participation toward the new identity. This study aims to evaluate the role of Government Public Relations in improving these aspects through the campaign “Cipta Seni Bahana Aspirasi #NgadudiLaporSemar.” The Project Manager is responsible for planning and monitoring the campaign, while the Account Executive handles coordination, stakeholder relations, and content management. The results show increased public awareness, improved trust, and a rise in new users. These findings indicate that structured Government Public Relations strategies are effective in enhancing the use of digital public complaint services.

Keywords: Government Public Relations, Project Manager, Account Executive, awareness, trust, public participation, Lapor Semar Solusi AWP

ABSTRAK

Lapor Semar Solusi AWP merupakan layanan pengaduan publik digital di bawah DISKOMINFO Kota Semarang yang merupakan hasil *rebranding* dari Sapa Mbak Ita pada 8 April 2025. Perubahan ini berdampak pada rendahnya *awareness*, *trust*, dan partisipasi masyarakat terhadap layanan. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi peran *Government Public Relations* dalam meningkatkan ketiga aspek tersebut melalui kampanye *Cipta Seni Bahana Aspirasi #NgadudiLaporSemar*. *Project Manager* berperan dalam perencanaan dan monitoring program, sedangkan *Account Executive* bertanggung jawab dalam koordinasi, relasi *stakeholder*, dan pengelolaan publikasi. Hasil penelitian menunjukkan adanya peningkatan *awareness*, *trust*, serta jumlah pengguna layanan. Hal ini menegaskan bahwa implementasi *Government Public Relations* melalui kampanye yang terstruktur efektif dalam meningkatkan pemanfaatan layanan pengaduan publik.

Kata kunci: *Government Public Relations*, *Project Manager*, *Account Executive*, *awareness*, *trust*, partisipasi masyarakat, Lapor Semar Solusi AWP

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital mendorong transformasi komunikasi publik pemerintah dari pola satu arah menjadi komunikasi dua arah yang melibatkan partisipasi masyarakat. Dalam perspektif Government Public Relations (GPR), pemerintah tidak hanya berperan menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang transparan dan akuntabel dengan publik.

Transformasi tersebut tercermin dalam pengembangan layanan publik berbasis digital, khususnya kanal pengaduan masyarakat. Layanan ini berfungsi sebagai media yang menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat, sehingga aspirasi, keluhan, dan masukan dapat disampaikan serta ditindaklanjuti secara lebih cepat dan efisien.

Pemerintah Kota Semarang mengimplementasikan hal tersebut melalui Lapor Semar Solusi AWP sebagai kanal pengaduan resmi yang dikelola oleh Dinas Komunikasi dan Informatika. Layanan ini merupakan hasil rebranding dari program sebelumnya, yaitu Sapa Mbak Ita, yang mencerminkan adanya penyesuaian identitas layanan terhadap arah kebijakan pemerintah daerah.

Namun, perubahan identitas tersebut menimbulkan tantangan dalam membangun kembali awareness, trust, dan partisipasi masyarakat terhadap layanan pengaduan. Kondisi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik pemerintah masih perlu dioptimalkan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan Government Public Relations yang terintegrasi, di mana peran Project Manager dan Account Executive menjadi krusial dalam memastikan efektivitas program komunikasi dalam meningkatkan pemanfaatan layanan oleh masyarakat.

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi kontribusi Government Public Relations dalam upaya peningkatan awareness, trust, serta partisipasi masyarakat Kota Semarang terhadap penggunaan Lapor Semar Solusi AWP sebagai kanal pengaduan resmi pemerintah.

KERANGKA TEORITIS

Government Public Relations

Government Public Relations (GPR) merupakan fungsi komunikasi yang berperan dalam membangun hubungan antara pemerintah dan masyarakat melalui penyampaian informasi, pengelolaan komunikasi, serta penciptaan hubungan timbal balik yang berkelanjutan. Dalam praktiknya, GPR tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penghubung yang mendorong partisipasi publik serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

Menurut Lee (2022), terdapat delapan tujuan utama dalam pelaksanaan *Government Public Relations*, yaitu: (1) *media relations*, (2) *public reporting*, (3) *responsiveness to the public*, (4) *increasing the utilization of service and product*, (5) *public education and public service campaigns*, (6) *seeking voluntary public compliance with laws and regulations*, (7) *using the public as the eyes and ears of the agency*, serta (8) *increasing public support*.

Customer Journey

Customer journey merupakan konsep yang menjelaskan proses pengalaman individu dalam berinteraksi dengan suatu layanan sejak tahap awal hingga terbentuknya

keterlibatan yang lebih mendalam. Konsep ini digunakan untuk memahami bagaimana masyarakat mengenal, mempertimbangkan, hingga akhirnya menggunakan suatu layanan publik.

Customer journey terdiri dari lima tahapan utama, yaitu: (1) *awareness*, (2) *consideration*, (3) *decision*, (4) *retention*, dan (5) *advocacy*. Dalam konteks layanan publik, kelima tahapan ini membantu pemerintah dalam merancang strategi komunikasi yang tepat untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat secara berkelanjutan.

Awareness

Awareness merupakan tahap awal dalam proses komunikasi yang menunjukkan sejauh mana masyarakat mengenal dan menyadari keberadaan suatu layanan. Dalam komunikasi, *awareness* adalah kemampuan individu untuk mengenali atau mengingat keberadaan suatu entitas dalam kategori tertentu (Kotler et al., 2019).

Dalam konteks komunikasi, *awareness* menjadi bagian dari tahapan awal dalam proses perubahan perilaku, di mana individu mulai mengenali suatu informasi sebelum berkembang ke tahap pemahaman dan tindakan (Purnomo, 2025). Oleh karena itu, peningkatan *awareness* menjadi langkah penting dalam mendorong masyarakat untuk menggunakan layanan publik.

Trust

Trust atau kepercayaan merupakan faktor penting dalam hubungan antara pemerintah dan masyarakat yang berkaitan dengan keyakinan terhadap kredibilitas, transparansi, dan konsistensi layanan (Nelsyah et al., 2024; Sahuri, 2022).

Kepercayaan publik terbentuk melalui pengalaman langsung, kualitas pelayanan,

serta kemampuan pemerintah dalam merespons kebutuhan masyarakat. Dalam konteks layanan pengaduan, tingkat *trust* yang tinggi akan mendorong masyarakat untuk lebih aktif berpartisipasi dalam menyampaikan aspirasi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk menganalisis implementasi program *Government Public Relations* dalam meningkatkan *awareness*, *trust*, dan partisipasi masyarakat terhadap Lapor Semar Solusi AWP.

Subjek penelitian adalah program kampanye “Cipta Seni Bahana Aspirasi #NgadudiLaporSemar”, dengan fokus pada peran *Project Manager* dan *Account Executive* dalam pelaksanaan program komunikasi. Data dikumpulkan melalui survei, studi dokumentasi, dan laporan kegiatan kampanye.

Analisis data dilakukan secara deskriptif melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan guna melihat keterkaitan antara strategi komunikasi dan capaian program.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi *Government Public Relations* dalam program kampanye Lapor Semar Solusi AWP tidak terlepas dari peran *Project Manager* dalam merancang strategi komunikasi serta memastikan pelaksanaan program berjalan sesuai dengan perencanaan. Melalui pengelolaan media digital dan kampanye edukasi yang terstruktur, *Project Manager* mampu mengarahkan penyampaian informasi secara konsisten sehingga meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap layanan Lapor Semar.

Selain itu, *Account Executive* berperan dalam mengelola komunikasi dengan *stakeholder* serta memastikan penyampaian pesan berlangsung secara efektif. Transparansi informasi dan koordinasi yang baik dengan pihak terkait turut mendukung terciptanya respons yang cepat terhadap laporan masyarakat. Hal ini berkontribusi dalam meningkatkan *trust*, sejalan dengan konsep *responsiveness* dalam *Government Public Relations* yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah.

Dalam mendorong partisipasi masyarakat, *Project Manager* dan *Account Executive* bekerja sama dalam merancang dan mengeksekusi pendekatan interaktif, seperti penyelenggaraan *event* dan kampanye digital. Strategi ini tidak hanya meningkatkan jumlah pengguna layanan, tetapi juga mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam menyampaikan aspirasi melalui kanal yang tersedia.

Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi *Government Public Relations* sangat dipengaruhi oleh peran manajerial dan koordinatif dari *Project Manager* dan *Account Executive* dalam mengelola program secara terintegrasi, sehingga mampu meningkatkan *awareness*, *trust*, dan partisipasi masyarakat terhadap layanan publik berbasis digital.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi strategi *Government Public Relations* pada program kampanye *Cipta Seni Bahana Aspirasi #NgadudiLaporSemar* mampu meningkatkan *awareness*, *trust*, dan partisipasi masyarakat terhadap layanan pengaduan publik Lapor Semar Solusi AWP. Keberhasilan tersebut didukung oleh penerapan strategi komunikasi yang terintegrasi melalui pemanfaatan media

digital, kampanye edukasi, serta pendekatan interaktif kepada masyarakat.

Peran *Project Manager* dan *Account Executive* menjadi faktor kunci dalam pelaksanaan program, di mana *Project Manager* berperan dalam perencanaan, pengendalian, dan evaluasi kegiatan, sementara *Account Executive* berperan dalam koordinasi komunikasi dan pengelolaan hubungan dengan *stakeholder*. Kolaborasi keduanya memastikan bahwa pesan komunikasi dapat tersampaikan secara efektif dan program berjalan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan.

Dengan demikian, strategi *Government Public Relations* yang dirancang secara terstruktur melalui kampanye *Cipta Seni Bahana Aspirasi #NgadudiLaporSemar* terbukti efektif dalam mendorong pemanfaatan layanan publik berbasis digital serta meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam menyampaikan aspirasi kepada pemerintah.

REKOMENDASI

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat dipertimbangkan untuk meningkatkan efektivitas implementasi *Government Public Relations* pada layanan Lapor Semar Solusi AWP.

Pertama, pemerintah perlu menjaga konsistensi identitas dan pesan komunikasi layanan agar tidak menimbulkan kebingungan di masyarakat, khususnya pasca *rebranding*. Konsistensi ini penting untuk memperkuat *awareness* dan *positioning* layanan sebagai kanal pengaduan resmi.

Kedua, optimalisasi strategi komunikasi digital perlu terus dilakukan melalui pengelolaan media sosial yang lebih aktif, interaktif, dan berkelanjutan. Konten yang

edukatif dan mudah dipahami dapat membantu meningkatkan pemahaman serta minat masyarakat untuk menggunakan layanan.

Ketiga, peningkatan trust masyarakat perlu dilakukan melalui transparansi informasi dan konsistensi dalam menindaklanjuti laporan. Publikasi terkait hasil tindak lanjut laporan dapat menjadi salah satu strategi untuk menunjukkan responsivitas pemerintah.

Keempat, pendekatan partisipatif melalui kegiatan *offline* maupun *online*, seperti sosialisasi langsung dan kampanye interaktif, perlu terus dikembangkan untuk menjangkau berbagai segmen masyarakat.

Dengan penerapan rekomendasi tersebut, diharapkan program *Government Public Relations* pada Lapor Semar Solusi AWP dapat berjalan lebih optimal dalam meningkatkan *awareness*, *trust*, dan partisipasi masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Lee, M. (2022). *The practice of government public relations (Second edition.)*. Routledge.

Kotler, P., Keller, K., Brady, M., Goodman, M., & Hansen, T. (2019). *Marketing Management*. Pearson UK.

Purnomo, H. H. (2025). Strategi Peningkatan *Brand Awareness* Indibiz di Telkom Jakarta Barat Terhadap Pelaku Bisnis. Jurnal PIKMA : Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema, 7(2), 424–442. <https://doi.org/10.24076/pikma.v7i2.1848>

Nelsyah, A., Parawangi, A., & Syukri, S. (2024). SISTEM PELAYANAN PUBLIK DALAM MENINGKATKAN PUBLIC TRUST DI KABUPATEN GOWA. 5.

Sahuri, C. (2022). Membangun Kepercayaan Publik melalui Pelayanan Publik yang Berkualitas.

Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). *Understanding Customer Experience Throughout the Customer Journey*. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.042>