

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pemerintah diwajibkan untuk melaksanakan berbagai kegiatan guna memenuhi kebutuhan pelayanan bagi setiap warga negara. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, sebagaimana yang telah disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik (Endang Irawan Supriyadi, 2021). Pelayanan publik merupakan serangkaian aktivitas yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan, baik dalam bentuk penyediaan barang, jasa, maupun layanan administratif oleh penyelenggara pelayanan publik bagi setiap warga negara dan penduduk (Bazarah et al., 2021).

Salah satu peran utama pemerintah sebagai institusi publik adalah menyediakan pelayanan kepada masyarakat. Oleh karena itu, aparatur negara berkewajiban menyelenggarakan layanan publik yang adil serta dapat diakses secara merata. Dalam perkembangannya, digitalisasi layanan publik kini menjadi elemen penting dalam pemanfaatan teknologi internet guna meningkatkan kinerja sektor publik, khususnya sejak diperkenalkannya konsep *e-government* dalam dua dekade terakhir. Pemerintah di berbagai tingkatan pun semakin menyadari bahwa penyediaan layanan secara *online* cenderung lebih efisien dari segi biaya dibandingkan dengan metode konvensional. (Roy, 2017)

Menurut (Akhidatul Idza, 2024) Pemanfaatan kecerdasan buatan (*artificial intelligence/AI*) menjadi salah satu elemen penting dalam proses transformasi digital di berbagai aspek, termasuk dalam bidang pelayanan publik. Penggunaan AI diperlukan untuk menjawab kebutuhan masyarakat akan layanan yang cepat, akurat, dan dapat diakses kapan saja. Perkembangan teknologi AI turut mendorong perubahan dalam penyelenggaraan layanan publik, di mana pemerintah mulai beralih dari pendekatan konvensional menuju model layanan yang lebih inovatif dan berbasis teknologi. Penerapan AI dalam pelayanan publik bertujuan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi, sekaligus mendorong peningkatan kualitas layanan yang diberikan kepada masyarakat.

Perkembangan transformasi ini semakin diperkuat dengan penerapan *Artificial Intelligence* (AI) dalam pelayanan publik, salah satunya melalui pemanfaatan *chatbot*. Teknologi *chatbot* memungkinkan terjadinya interaksi antara masyarakat dan pemerintah secara real-time, cepat, serta tidak terikat oleh ruang dan waktu. Kehadiran inovasi ini diharapkan mampu mengatasi berbagai permasalahan klasik dalam pelayanan publik, seperti lambatnya respons, keterbatasan informasi, dan rendahnya tingkat aksesibilitas layanan. (Diarti & Sutanto, 2025)

Sebagai perangkat daerah yang bertanggung jawab di bidang komunikasi dan informatika, Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang memiliki tugas membantu Walikota dalam menyelenggarakan urusan pemerintahan yang berkaitan dengan pengelolaan informasi publik, pengembangan teknologi informasi, statistik, dan persandian. Dalam pelaksanaannya, Diskominfo berperan dalam merumuskan kebijakan, mengembangkan sistem pemerintahan berbasis elektronik (SPBE), mengelola infrastruktur teknologi informasi, serta menyediakan layanan informasi yang dapat diakses oleh masyarakat. Selain itu, Diskominfo juga bertanggung jawab melakukan koordinasi, pelaksanaan, monitoring, dan evaluasi berbagai program digital guna meningkatkan kualitas pelayanan publik. (JDIH Kota Semarang, 2021)

Sebagai upaya untuk mendukung terwujudnya tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) serta peningkatan kualitas pelayanan publik di Kota Semarang, Diskominfo terus mengembangkan berbagai inovasi dan terobosan yang dirancang untuk menjawab kebutuhan masyarakat di era digital, memperkuat infrastruktur teknologi informasi dan komunikasi (TIK), serta mendorong implementasi konsep *Smart City* di berbagai sektor, capaian inovasi tersebut merupakan hasil sinergi lintas bidang di lingkungan Diskominfo Kota Semarang dengan memanfaatkan teknologi terkini seperti *Internet of Things* (IoT), AI (*Artificial Intelligence*), layanan pengaduan berbasis digital, dan sistem keamanan *cyber*, sehingga tidak hanya memudahkan masyarakat dalam mengakses layanan publik, tetapi juga menjadi bagian dari strategi transformasi digital pemerintahan

dalam mewujudkan Kota Semarang yang lebih cerdas, responsif, dan berdaya saing. (Renstra Diskominfo, 2025)

Berdasarkan wawancara bersama Ridho Risadianto, A. Md selaku Sandiman Pelaksana Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian, beliau mengungkapkan bahwa masyarakat masih menghadapi berbagai kendala dalam mengakses informasi layanan publik. Salah satu permasalahan yang sering terjadi adalah sulitnya menemukan informasi terkait prosedur, persyaratan, serta jenis layanan yang tersedia. Permasalahan tersebut terjadi karena banyaknya aplikasi layanan pemerintah yang tersebar, bahkan mencapai lebih dari 600 aplikasi, sehingga informasi tidak terintegrasi dalam satu sistem yang terpadu. Kondisi ini membuat masyarakat harus berpindah-pindah platform untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan. Tantangan ini mendorong Diskominfo Kota Semarang untuk menghadirkan inovasi layanan yang mampu mengintegrasikan berbagai informasi publik dalam satu platform yang lebih mudah diakses oleh masyarakat.

Menanggapi kondisi tersebut, Diskominfo menghadirkan solusi melalui peluncuran SAVIRA (Semarang *Virtual Assistant*), yang merupakan *chatbot* berbasis *Artificial Intelligence* (AI) berjenis *rule-based* yang terintegrasi dengan WhatsApp untuk menyediakan berbagai informasi layanan publik. *Chatbot* ini dirancang dengan tampilan yang ramah pengguna, responsif, dan didukung aspek keamanan untuk memberikan kemudahan dalam mengakses informasi bagi masyarakat melalui platform komunikasi yang banyak digunakan. Dengan memanfaatkan teknologi *chatbot*, masyarakat dapat memperoleh informasi layanan publik secara cepat dan praktis tanpa perlu datang langsung ke kantor pelayanan serta tidak terbatas oleh jam operasional layanan. (Renstra Diskominfo, 2025).

Penyelenggaraan sistem pemerintahan berbasis elektronik di lingkungan pemerintah kota semarang 2021 perwal nomor 27, berita daerah 2021/nomor 27 perwal tentang penyelenggaraan sistem pemerintahan berbasis elektronik di lingkungan pemerintah kota semarang. *Chatbot* SAVIRA diresmikan Diskominfo bersama dengan walikota Hevearita Gunaryanti Rahayu, di Hall Balai kota Semarang, pada tanggal 2 Mei 2024 bertepatan dengan HUT Kota Semarang,

kegiatan tersebut berisi pengenalan SAVIRA sebagai *chatbot* terbaru yang dikembangkan oleh Diskominfo (Wawancara dengan Ridho Risadiano, A. md Selaku Sandiman Pelaksana Diskominfo Kota Semarang)

Berbagai upaya yang dilakukan untuk mengenalkan SAVIRA kepada masyarakat Kota Semarang melalui beragam kegiatan dan media. Proses pengenalan ini dilakukan tidak hanya melalui kegiatan formal seperti peresmian dan sosialisasi di lingkungan instansi pemerintah, tetapi juga melibatkan perangkat daerah (OPD), instansi terkait, serta perwakilan dari sektor pendidikan. Di sisi lain, pemanfaatan media digital juga digunakan, melalui website resmi PPID dan media sosial seperti Instagram dan TikTok.

Tabel 1.1 Media Pengenalan SAVIRA

No	Acara	Tempat, Tanggal	Media Publikasi	Peserta
1	Peresmian SAVIRA	Hall Balaikota, 2 Mei 2024	HUT Kota Semarang dan Peresmian	Seluruh warga Kota Semarang
2	Sosialisasi SAVIRA	Ruang Rapat Dinas Tenaga Kerja Kota Semarang, 17 September 2024	Sosialisasi	3 personil calon admin SAVIRA dari Disnaker.
3	Sosialisasi pelatihan penggunaan <i>Chatbot</i> SAVIRA	Ruang Rapat Lantai 3 Diskominfo, 30 September 2024	Sosialisasi	Perwakilan dari berbagai OPD yang diundang
4	Sosialisasi SAVIRA pelatihan pengelolaan <i>website</i>	Ruang Rapat Lantai 3 Diskominfo, 1 Oktober 2024	Sosialisasi	Perwakilan dari berbagai OPD

5	Sosialisasi SAVIRA dan Pelatihan Pengelolaan <i>Website</i>	Ruang Rapat Lantai 3 Diskominfo, 3 Oktober 2024	Sosialisasi	Perwakilan dari SMP dan Korsatpen
6	Platform PPID Kota Semarang	Website PPID Kota Semarang, 7 September 2025	Website PPID Kota Semarang	Seluruh warga Kota Semarang
7	Poster SAVIRA di platform Instagram	Akun Instagram Diskominfo kota Semarang, 23 Agustus 2024	<i>Feeds</i> Instagram akun Diskominfo	Seluruh warga Kota Semarang
8	Poster SAVIRA di platform Instagram	Akun Instagram seluruh kecamatan di Kota Semarang, 23 Agustus 2024	<i>Feeds</i> seluruh akun Instagram Kecamatan di Kota Semarang	Seluruh warga Kota Semarang
9	Konten Tiktok RS. Kariadi	Akun Tiktok RS. Kariadi, 3 Desember 2025	Vidio Tiktok akun @rskariadi	Seluruh warga Kota Semarang

SAVIRA menggunakan tampilan yang intuitif dan mudah dipahami oleh pengguna, karena menggunakan format percakapan pada aplikasi WhatsApp yang telah dikenal luas oleh masyarakat. Tampilan SAVIRA pada bagian atas layar, terlihat nama akun “Savira Kota Semarang” yang dilengkapi dengan label *certified* (centang biru) serta ikon profil SAVIRA. Pada area percakapan, pengguna dapat memulai percakapan dengan teks “halo”. Sementara itu, sistem otomatis akan membalas pesan yang ditampilkan dengan susunan teks berupa fitur yang beragam pada SAVIRA.



Gambar 1.1 Tampilan aplikasi SAVIRA

(Sumber: *Screenshot* pada Tampilan WhatsApp)

Pada tampilan SAVIRA, terdapat berbagai fitur yang dapat dipilih oleh pengguna sesuai dengan kebutuhan informasi dan layanan yang diinginkan. Setelah pengguna memilih salah satu fitur, sistem SAVIRA akan menampilkan layanan lanjutan yang tersedia pada fitur tersebut. Dengan demikian, pengguna dapat mengakses informasi maupun layanan yang lebih spesifik sesuai dengan kategori yang dipilih. Adapun fitur dan layanan yang tersedia pada SAVIRA disajikan pada tabel berikut:

Tabel 1.2 Fitur pada SAVIRA

No	Fitur	Layanan
1	Pajak Bumi dan Bangunan (PBB)	1. Cek Tagihan PBB 2. Layanan Informasi PBB
2	Informasi RSD K.R.M.T. Wongsonegoro (RSWN)	1. Info Bed RSWN: Mengetahui ketersediaan tempat tidur di RSWN Kota Semarang. 2. Jadwal Dokter: Mendapatkan jadwal praktik dokter di RSWN di Kota Semarang. 3. Cek Pendaftaran 4. Daftar Online

		5. Skrining Kesehatan Mental Remaja
3	Layanan Antrian Puskesmas	1. Pendaftaran Pasien 2. Cek Pendaftaran
4	Layanan Kependudukan	1. Cek Layanan Sidnok 2. Layanan Informasi Kependudukan
5	Layanan Perizinan Nakes	Masukkan nomor agenda pada kolom chat untuk layanan perizinan
6	Pajak Kendaraan	1. Cek Pajak Kendaraan 2. Layanan Informasi Pajak
7	Layanan PDAM	1. Cek Tagihan PDAM 2. Layanan Informasi
8	Layanan NPWPD	1. Cek NPWPD 2. Cek Status Pendaftaran NPWPD
9	Layanan Dinas Pekerjaan Umum	1. Tracking Surat (SIMODIS)
10	Layanan Dinas Tenaga Kerja	1. Aduan Perselisihan Hubungan Industrial 2. Ijin Penelitian/PKL/Magang 3. Layanan Konsultasi dan Rekomendasi Paspor CPMI 4. Pembuatan Kartu AK1/ Kartu Kuning 5. Pencatatan Perjanjian Kerja Waktu Tertentu 6. Pendaftaran LKS Bipartit 7. Pendaftaran Pelatihan Calon Peserta Pelatihan BLK 8. Penyelesaian Perselisihan Hubungan Industrial 9. Permohonan Informasi Publik 10. Permohonan Pemasangan Lowongan Kerja 11. Tanda Daftar Lembaga Pelatihan Kerja
11	Layanan UHC	1. Cek Status Pendaftaran 2. Layanan Informasi
12	Info Harga Bahan Pokok	Menyediakan berbagai info harga bahan pokok terkini (ada tanggal yang selalu di update)

13	Layanan Cek Jadwal Kereta Api	Layanan dengan mengetik kode stasiun 1. Semarang Tawang Bank Jateng 2. Semarang Poncol
14	SAMAWA (Semua Data Untuk Warga)	Layanan dengan memasukan kata kunci pencarian data sektoral
15	Kalender Event Kota Semarang	Menampilkan berbagai info seputar event di Kota Semarang lengkap dengan judul, waktu pelaksanaan, lokasi (maps), tautan info, serta poster.
16	Layanan informasi SPMB Kota Semarang	1. Ketentuan Umum Pendaftaran 2. Tata Cara Pendaftaran 3. Alur Pendaftaran 4. Biaya Pendaftaran 5. Persyaratan SPMB TK 6. Persyaratan SPMB SD 7. Persyaratan SPMB SMP
17	Layanan RSUP Dr. Kariadi Semarang	1. Informasi Jadwal Dokter sesuai Poli 2. Cek bukti Pendaftaran Sesuai Poli 3. Layanan CST 4. Klinik Estetika Terpadu 5. Klinik Amarilis 6. Medical Check Up 7. Vaksin HPV 8. Vaksin Meningitis 9. Vaksin Influenza 10. Pendaftaran layanan vaksin 11. Informasi Asuransi 12. Holiday Clinic
18	Pengiriman Surat (Kopi Arang)	1. Pengiriman Surat 2. Tracking Surat

Berdasarkan wawancara dengan Ridho Risadianto, A. Md selaku Sandiman Pelaksana Diskominfo, beliau mengungkapkan bahwa SAVIRA ditujukan untuk menjangkau berbagai kelompok masyarakat yang memiliki kebutuhan terhadap akses informasi dan layanan publik. Penentuan segmentasi pengguna dilakukan untuk mengidentifikasi karakteristik khalayak yang menjadi sasaran layanan SAVIRA, baik berdasarkan aspek geografis, demografis, maupun psikografis.

Tabel 1.3 Segmentasi chatbot SAVIRA

No	Segmentasi	Keterangan
1	Geografi	SAVIRA berfokus pada Masyarakat kota Semarang, selain itu memiliki segmentasi geografi yang lebih luas pada fiturnya. Contohnya fitur Kalender event di kota Semarang dapat diakses oleh masyarakat diluar kota Semarang.
2	Demografi	Usia: 17-45 tahun Jenis kelamin: Pria & Wanita Pekerjaan: Pegawai Negri Sipil, Pelajar, Guru, Karyawan swasta, Ibu Rumah Tangga, Tenaga Kesehatan dan lainnya
3	Psikografi	Masyarakat yang memiliki minat terhadap teknologi digital, terbiasa menggunakan smartphone dan aplikasi berbasis internet, mengutamakan kemudahan dan kecepatan akses informasi, serta terbuka terhadap inovasi teknologi seperti pemanfaatan kecerdasan buatan (AI) dalam layanan informasi.

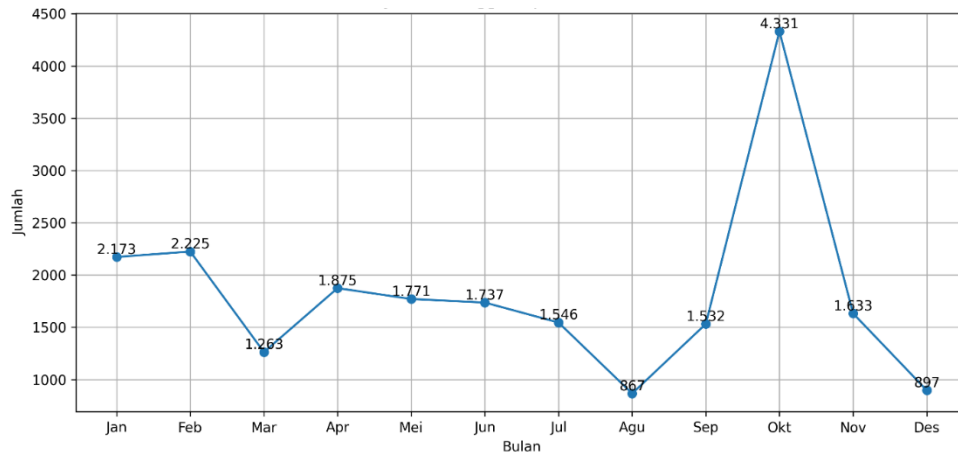
Diskominfo mencatat jumlah akses pada setiap fitur SAVIRA. Data jumlah akses ini dapat digunakan untuk mengetahui fitur yang paling banyak maupun paling sedikit digunakan oleh masyarakat, sehingga memberikan gambaran mengenai kebutuhan dan minat pengguna terhadap layanan yang tersedia.

Tabel 1.4 Jumlah Akses Fitur Tahun 2025

No	Fitur	Jumlah Akses	Keterangan
1	Kependudukan	21.732	
2	Pajak Kendaraan	5.334	
3	Pajak Bumi dan Bangunan / PBB	2.867	
4	Info KAI	1.596	
5	SAMAWA (Semua Data Untuk Warga)	1.533	
6	UHC	1.392	
7	PDAM	1.302	
8	Info RSWN	690	
9	Info Harga Bahan Pokok	535	
10	Infrastruktur PU	474	
11	Ketenagakerjaan	448	
12	Antri Puskesmas	384	
13	NPWPD	252	
14	Izin Nakes	181	
15	PPDB Kota Semarang	140	
16	Kalender Event Kota Semarang	124	
17	Layanan RSUP Dr. Kariadi Semarang	29	
18	Pengiriman Tracking Surat (Kopi Arang)	-	tidak tersedia

Berdasarkan jumlah pengguna *Chatbot* SAVIRA dari tanggal 1 Januari 2025 hingga 31 Desember 2025, Grafik menunjukkan bahwa jumlah pengguna *chatbot* SAVIRA selama tahun 2025 mengalami keadaan naik dan turun secara tidak tetap. Setelah relatif stabil di awal tahun, terjadi penurunan yang cukup signifikan pada bulan Maret dan terus menurun hingga mencapai titik terendah pada Agustus (867 pengguna). Namun, pada bulan Oktober terjadi lonjakan yang sangat tinggi hingga mencapai 4.331 pengguna, jauh melampaui bulan-bulan sebelumnya. Peningkatan ini sejalan dengan pelaksanaan kegiatan sosialisasi oleh Diskominfo Kota Semarang dalam meningkatkan *awareness* dan penggunaan layanan. Setelah periode tersebut, jumlah pengguna kembali mengalami penurunan yang cukup

signifikan pada November dan Desember, yang menunjukkan bahwa lonjakan pada bulan Oktober bersifat sementara dan lebih dipengaruhi oleh kegiatan sosialisasi, bukan oleh pertumbuhan penggunaan secara berkelanjutan.



Gambar 1.2 Grafik Jumlah Pengguna SAVIRA perbulan Tahun 2025

(Sumber: Data milik pribadi)

Chatbot SAVIRA berbeda dari segi fitur dan layanan jika dibandingkan *chatbot* WhatsApp sejenis yang dikembangkan pemerintah daerah di Provinsi Jawa Tengah. Dalam penelitian ini, perbandingan *chatbot* dibatasi hanya pada wilayah Provinsi Jawa Tengah. Pembatasan ini dilakukan karena setiap provinsi memiliki kondisi, kebutuhan masyarakat, serta prioritas yang berbeda. Selain itu, perbedaan visi dan kebijakan pemerintah daerah dalam menghadapi perkembangan teknologi digital dan pemanfaatan AI juga memengaruhi arah pengembangan layanan *chatbot* di berbagai daerah. Oleh karena itu, perbandingan dalam lingkup provinsi yang sama dianggap lebih tepat dan proporsional, karena berada dalam kebijakan dan ekosistem digital yang relatif serupa.

Tabel 1.5 Perbandingan dengan Chatbot lain di Jawa Tengah

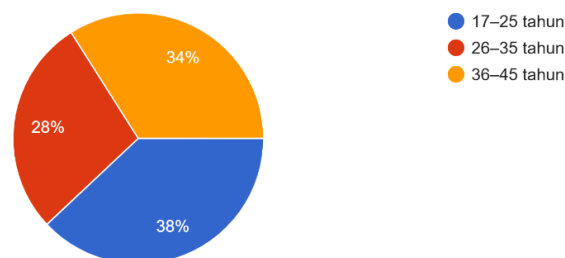
No	Nama Chatbot	Persamaan	Perbedaan
1	SIPOLAN (Sistem Informasi Polantas Polda Jateng)	1. Memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai <i>chatbot</i> layanan informasi publik	1. SAVIRA memiliki kemampuan memberikan informasi yang lebih spesifik dan terarah karena bekerjasama

		2. AI yang digunakan sama sama berjenis <i>rule-based</i> 3. Memiliki opsi pada pelayanan pajak kendaraan	dengan pihak terkait, sedangkan SIPOLAN memiliki informasi yang cenderung umum 2. SAVIRA memiliki fitur lanjutan yang terintegrasi contoh (harga bahan pokok, cek pajak), sedangkan SIPOLAN memiliki keterbatasan integrasi dan sering mengarahkan ke platform lain atau petugas
2	Chatbot Desa Krandegan (Purworejo)	1. SAVIRA dan Chatbot Desa Krandegan sama-sama memiliki fungsi sebagai media informasi berbasis <i>chatbot</i> yang dimiliki daerah	1. SAVIRA menggunakan jenis AI (<i>rule-based</i>), sedangkan Chatbot Desa Krandegan memiliki sistem input manual (<i>learning-based/adaptive</i>) 2. SAVIRA memiliki jangkauan pengguna yang lebih luas karena fitur yang ditawarkan, sedangkan <i>Chatbot</i> Desa Krandegan memiliki cakupan terbatas pada wilayah desa 3. Fitur pada SAVIRA tidak hanya berorientasi

			pada informasi tapi juga pelayanan publik sedangkan <i>Chatbot</i> Desa Krandegan cenderung memberikan informasi seputar desa tersebut
3	Miss Tari (RSUD Majenang)	1. Memiliki fungsi sebagai chatbot layanan Kesehatan 2. AI yang digunakan sama sama berjenis <i>rule-based</i>	1. SAVIRA memiliki integrasi langsung ke sistem eksternal melalui tautan (<i>direct link</i>), sedangkan Miss Tari memiliki mekanisme rujukan tidak langsung (kontak/aplikasi)

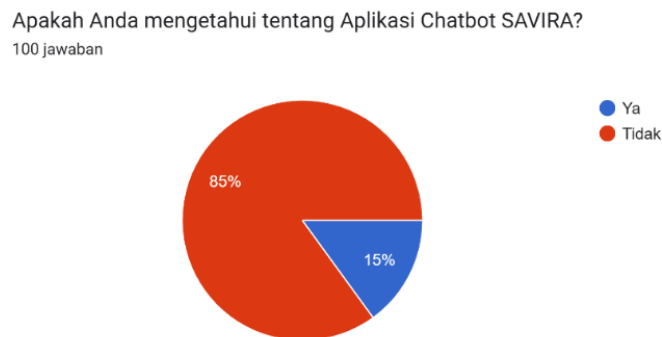
Sebagai upaya untuk mengetahui tingkat *awareness* masyarakat terhadap chatbot SAVIRA, penulis melakukan penyebaran kuesioner pada periode 7 Mei–10 Mei 2026. Dalam periode tersebut, diperoleh 100 responden yang memenuhi kriteria sebagai pengisi kuesioner, yaitu berusia 17–45 tahun, berdomisili di Kota Semarang, serta terbiasa menggunakan *smartphone* dan internet. Kriteria tersebut ditetapkan karena sesuai dengan segmentasi SAVIRA. Survei ini dilakukan untuk mengetahui *awareness* masyarakat terhadap keberadaan *chatbot* SAVIRA.

Umur
100 jawaban



Gambar 1.3 Segmentasi pada Survei
(Sumber: Data milik Pribadi)

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden, diketahui bahwa kelompok usia 17–25 tahun berjumlah 38 responden (38%), usia 26–35 tahun sebanyak 28 responden (28%), dan usia 36–45 tahun sebanyak 34 responden (34%). Meskipun kelompok usia 17–25 tahun merupakan kelompok dengan jumlah responden terbanyak, jika digabungkan, kelompok usia 26–45 tahun mendominasi dengan total 62 responden (62%). Temuan ini menunjukkan bahwa usia 26–45 tahun merupakan responden yang berada pada rentang usia produktif dimana memiliki kebutuhan lebih tinggi terhadap akses informasi dan layanan publik.



Gambar 1.4 Awareness Chatbot SAVIRA
(Sumber: Data milik Pribadi)

Berdasarkan hasil survei terhadap 100 responden, tingkat *awareness* masyarakat terhadap *chatbot* SAVIRA masih tergolong rendah. Hal ini terlihat dari hanya 15 responden (15%) yang menyatakan mengetahui keberadaan *chatbot* SAVIRA, sedangkan sebanyak 85 responden (85%) menyatakan belum mengetahui layanan tersebut. Selain itu, survei juga memuat pertanyaan mengenai pengelola *chatbot* SAVIRA untuk mengidentifikasi tingkat pengetahuan masyarakat.



Gambar 1.5 Pengetahuan Pengelola Chatbot SAVIRA
(Sumber: Data milik Pribadi)

Berdasarkan hasil survei sebanyak 11 responden (11%) menjawab dengan benar bahwa SAVIRA dikelola oleh Dinas Komunikasi, Informatika, Statistik, dan Persandian (Diskominfo) Kota Semarang. Sementara itu, 3 responden (3%) menganggap SAVIRA dikelola oleh Dinas Kesehatan dan 1 responden (1%) memilih Badan Perencanaan Pembangunan Daerah (Bappeda). Di sisi lain, mayoritas responden, yaitu 85 orang (85%), menyatakan tidak mengetahui instansi yang mengelola *chatbot* SAVIRA. Hasil ini menunjukkan bahwa informasi mengenai instansi pengelola SAVIRA belum tersampaikan secara optimal kepada masyarakat Kota Semarang.

Berdasarkan berbagai data dan temuan yang telah dipaparkan, hasil survei menunjukkan bahwa tingkat *awareness* masyarakat terhadap SAVIRA masih rendah, ditandai dengan hanya 15% responden yang mengetahui keberadaan SAVIRA dan sebagian besar responden belum mengetahui instansi yang mengelola layanan tersebut. Kondisi ini menunjukkan bahwa upaya komunikasi yang telah dilakukan belum sepenuhnya mampu menjangkau masyarakat mengenai keberadaan SAVIRA. Diperlukan peninjauan terhadap upaya sosialisasi yang dilakukan, peninjauan ini diharapkan dapat menghasilkan strategi komunikasi yang lebih efektif, terarah, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat guna meningkatkan *awareness* serta mendorong pemanfaatan SAVIRA. Strategi komunikasi merupakan perencanaan dan pengelolaan yang disusun secara sistematis agar proses komunikasi berlangsung efektif serta mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Tujuan umum komunikasi adalah menciptakan kesamaan pemahaman antara komunikator dan komunikan terhadap pesan yang disampaikan, serta membentuk sikap atau pandangan sesuai dengan yang diharapkan (Lestari, 2023).

Terdapat berbagai teori yang membahas strategi komunikasi, salah satunya adalah komunikasi kampanye. Komunikasi kampanye adalah rangkaian kegiatan komunikasi yang disusun secara terencana untuk menjangkau khalayak dalam jumlah besar dengan tujuan menghasilkan dampak tertentu dalam periode waktu yang telah ditentukan, dengan adanya tujuan yang jelas serta pelaksanaan kegiatan komunikasi yang dirancang secara sistematis sejak awal (Lestari, 2023), komunikasi kampanye dilakukan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan

khalayak terhadap suatu isu atau informasi baru. Melalui kegiatan ini, komunikator berupaya mendorong perubahan perilaku dengan mengajak masyarakat mengadopsi kebiasaan atau sikap yang dianggap lebih baik (Nabila & Arifin, 2024).

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti menilai bahwa strategi komunikasi kampanye pada *chatbot* SAVIRA memiliki peran penting dalam meningkatkan pemanfaatan layanan. Penulis tertarik untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi kampanye yang tepat dapat diterapkan guna meningkatkan *awareness* dan pemahaman masyarakat terhadap *chatbot* SAVIRA. Penelitian ini diharapkan dapat menghasilkan rumusan strategi komunikasi kampanye yang lebih efektif serta memberikan solusi dalam upaya meningkatkan *awareness* masyarakat terhadap *chatbot* SAVIRA melalui perancangan dan pelaksanaan program kampanye kehumasan tatap muka yang tepat sasaran.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang, Rendahnya tingkat kesadaran (*awareness*) serta pemahaman masyarakat terhadap keberadaan dan manfaat *chatbot* SAVIRA, menyebabkan pemanfaatannya belum optimal. Selain itu, metode sosialisasi yang masih bersifat informatif satu arah membuat masyarakat kurang tertarik untuk menggunakan layanan tersebut. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi kampanye yang lebih interaktif dua arah agar pesan dapat tersampaikan secara efektif, sehingga mampu meningkatkan *awareness*. Hal ini perlu ditingkatkan karena masih banyak masyarakat yang belum mengetahui keberadaan *chatbot* SAVIRA sebagai layanan informasi publik.

1.3 Tujuan

Sesuai dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari tugas akhir ini adalah untuk meningkatkan *awareness* pada *chatbot* SAVIRA (Semarang *Virtual Assistant*) melalui pelaksanaan strategi komunikasi kampanye yang dilakukan di *Event Car Free Day* jl. Pahlawan. Melalui pelaksanaan kampanye ini, masyarakat diharapkan mengetahui keberadaan *chatbot* SAVIRA sebagai sumber layanan informasi. Dengan demikian, Tugas akhir ini berfokus pada perancangan dan

implementasi strategi komunikasi kampanye sebagai upaya meningkatkan *awareness chatbot SAVIRA*.

1.4 Manfaat

1.4.1 Bagi Klien

Tugas akhir ini menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari, khususnya dalam bidang strategi komunikasi dan kampanye. Melalui penelitian ini, mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan dalam menyusun perencanaan strategi komunikasi kampanye, melakukan analisis terhadap permasalahan yang terjadi, serta mengevaluasi efektivitas upaya kampanye yang telah dilakukan. Selain itu, penelitian ini juga membantu meningkatkan kemampuan analisis dalam mengkaji upaya peningkatan *awareness* masyarakat terhadap *chatbot SAVIRA*.

1.4.2 Bagi Mahasiswa

Tugas akhir ini menjadi sarana bagi mahasiswa untuk mengaplikasikan teori yang telah dipelajari, khususnya dalam bidang strategi komunikasi dan kampanye, ke dalam konteks nyata. Melalui penelitian dan penyusunan strategi kampanye ini, mahasiswa dapat mengembangkan kemampuan dalam menyusun perencanaan strategi komunikasi kampanye, melakukan analisis terhadap permasalahan yang terjadi, serta mengevaluasi efektivitas upaya kampanye yang telah dilakukan. Selain itu, penelitian ini juga membantu meningkatkan kemampuan analisis dalam mengkaji upaya peningkatan *awareness*.

1.4.3 Bagi Masyarakat

Tugas akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dengan meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mengenai *chatbot SAVIRA* sebagai layanan informasi publik berbasis digital. Dengan adanya strategi komunikasi kampanye yang efektif, masyarakat diharapkan dapat lebih mengenal dan memahami cara penggunaan layanan informasi *chatbot SAVIRA* dalam memperoleh informasi dan layanan publik secara lebih mudah, praktis, dan efisien.

1.5 Luaran

Luaran tugas akhir ini adalah berupa kampanye *public relation* dengan tujuan meningkatkan *awareness chatbot SAVIRA*. Kampanye tersebut dilaksanakan tatap muka secara langsung dengan masyarakat sebagai sarana edukasi mengenai keberadaan, fungsi, serta manfaat *chatbot SAVIRA*. Selain itu, kampanye didukung oleh penggunaan media kehumasan berupa *banner* dan *flyer* sebagai media informasi dan penyampaian pesan kampanye, dengan judul “Kampanye *Public Relations #Kenali Savira Untuk Meningkatkan Awareness Aplikasi Chatbot Savira Di Kota Semarang*”