

BAB II

PROFIL DAN PROGRAM LAPOR SEMAR SOLUSI AWP

2.1 Profil Laporan Semar Solusi AWP

Lapor Semar Solusi AWP merupakan kanal pengaduan resmi Kota Semarang sejak April 2025. Kanal pengaduan masyarakat berbasis digital di Kota Semarang ini awalnya dikenal dengan nama “Lapor Hendi”, dan sudah ada sejak tahun 2016 yaitu pada masa kepemimpinan Walikota Hendrar Prihadi. Kanal pengaduan tersebut kemudian berubah nama menjadi “Sapa Mbak Ita’ karena adanya pergantian kepemimpinan Walikota Semarang pada tahun 2022 yaitu dibawah kepemimpinan Walikota Hevearita Gunaryanti Rahayu (Mbak Ita). Selanjutnya, terjadi perubahan nama pada April 2025 sampai sekarang dibawah kepemimpinan Agustina Wilujeng Pramestuti menjadi “Lapor Semar Solusi AWP”. Seiring dengan pergantian kepemimpinan dari Walikota Semarang, layanan pengaduan ini mengalami perubahan identitas atau nama secara berkala mengikuti pemimpin yang menjabat.



Gambar 2. 1 Logo Lapor Semar Solusi AWP

Kanal pengaduan Lapor Semar Soluwi AWP ini memiliki tujuan sebagai wadah bagi masyarakat Kota Semarang untuk menyampaikan aspirasi mereka dan melakukan pengaduan pelayanan publik. Dibawah naungan Dinas Komunikasi,

Informatika, Statistik dan Persandian, Laporan Semar Solusi AWP ini menjadi program layanan pengaduan public di Kota Semarang. Kanal pengaduan ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik Kota Semarang, serta memberikan jawaban atas keresahan masyarakat Kota Semarang mengenai permasalahan yang ada.

Jenis pengaduan yang dapat dilaporkan sangat beragam, mulai dari permasalahan mengenai fasilitas pendidikan, kesehatan, administrasi kependudukan, perizinan, pajak daerah, tata kota, sosial, kemasyarakatan, transportasi, dan layanan PDAM (Lapor Semarang, 2025). Laporan Semar Solusi AWP berkomitmen untuk menjadi kanal pengaduan yang terpercaya dan mudah diakses, hal ini dioptimalkan dengan fokus pada kecepatan respon, keterbukaan informasi,.

2.2 Jenis Pengaduan

Lapor Semar Solusi AWP melayani dua hal utama, yaitu pengaduan dan aspirasi dari masyarakat. Masyarakat dapat melakukan pengaduan ketika menemukan fasilitas publik yang tidak berjalan sebagaimana mestinya, sedangkan aspirasi dapat disampaikan ketika warga memiliki ide, saran, atau masukan terkait peningkatan fasilitas atau layanan publik. Hal ini sudah dijelaskan dan diatur dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik serta Peraturan Presiden Nomor 76 Tahun 2013 mengenai tata kelola pengaduan layanan publik. Melalui Laporan Semar Solusi AWP, setiap laporan yang masuk dapat dipantau langsung oleh pelapor karena sistem akan mengirimkan notifikasi perkembangan penanganannya. Selain itu, identitas dan informasi pribadi pelapor juga dilindungi sepenuhnya sesuai dengan Undang-Undang Nomor 27 Tahun 2022 tentang Perlindungan Data Pribadi. Pengawasan pengaduan dilakukan sampai ke tingkat kepala daerah, di mana laporan tersebut turut menjadi bahan pertimbangan dalam perencanaan pembangunan kota. Ada sebelas kategori utama yang dapat diadakan melalui Laporan Semar Solusi AWP, mulai dari pendidikan, kesehatan,

administrasi kependudukan, perizinan, pajak daerah, tata kota, sosial, kemasyarakatan, transportasi, hingga layanan PDAM.

Untuk mempermudah akses masyarakat, dalam melakukan pengaduan, Laporsemar Solusi AWP memiliki 4 kanal utama yaitu website (laporsemar.semarangkota.go.id), WhatsApp (0812-15000-512), Aplikasi Laporsemar yang tersedia di Playstore (Android), serta website SP4N Laporsemar! (laporsemar.lapor.go.id). Setiap laporan yang masuk akan melalui proses verifikasi dan mendapatkan respons awal dari admin dalam waktu maksimal 1x24 jam. Setelah terverifikasi, laporan diteruskan ke Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait untuk ditindaklanjuti. Admin penghubung di perangkat daerah maupun BUMD kemudian meneruskan laporan tersebut ke bidang yang berkaitan, selanjutnya akan ditindaklanjuti dalam kurun waktu 5 hari. Seluruh proses penyelesaian laporan ditargetkan selesai paling lambat 10 hari kerja, dan hasilnya akan dikirim kembali kepada pelapor melalui sistem sebagai bentuk pertanggungjawaban.

2.3 Stakeholder Internal dan Eksternal

2.3.1 Stakeholder Internal

a. Pemerintah Kota Semarang

Walikota sebagai pengambil kebijakan tertinggi, menentukan arah program dan legitimasi layanan.

b. Dinas / Organisasi Perangkat Daerah (OPD) Terkait

Sebagai penerima, pengolah, dan menindaklanjuti laporan masyarakat. Beberapa Dinas/ Organisasi Perangkat Daerah (OPD) terkait terdiri dari Diskominfo, Dinas Pekerjaan Umum (DPU), Dinas Perhubungan, Dinas Lingkungan Hidup, Satpol PP, dan Dinas Kesehatan.

c. Manajemen dan Tim Operasional (Admin)

Tim admin atau operator Laporsemar Solusi AWP, mengelola dashboard laporan, memverifikasi laporan masuk, mendistribusikan laporan ke OPD terkait, dan memastikan SLA dipenuhi.

2.3.2 Stakeholder Eksternal

a. Masyarakat Umum

Seluruh masyarakat kota Semarang sebagai pengguna utama layanan Lapor Semar Solusi AWP. Masyarakat sebagai pelapor aktif dan memantau tindak lanjut terkait laporan mereka.

2.4 Program Komunikasi

Selama keberjalanannya sebagai kanal pengaduan resmi Kota Semarang, Lapor Semar Solusi AWP telah melakukan berbagai program komunikasi untuk meningkatkan kualitas dari pelayanan publik ini.

2.4.1 Penggunaan Media Sosial *Instagram* @laporsemar

Akun Instagram @laporsemar sudah beroperasi sejak tahun 2016 dengan nama @laporhendi, terjadi perubahan nama juga saat pergantian kepemimpinan walikota Semarang menjadi @sapambakita. Media sosial ini mulai rutin dalam memunggah konten sejak perubahan nama menjadi @laporsemar pada bulan April tahun 2025 dan isinya seputar Lapor Semar Solusi AWP.



Gambar 2. 2 Unggahan Instagram Laporan Mingguan dan Bulanan

Program komunikasi yang sudah dilakukan oleh Lapor Semar Solusi AWP secara rutin adalah memunggah konten setiap minggu dan setiap bulannya pada akun *Instagram* mereka berupa laporan. Konten ini berisi unggahan laporan data statistik terkait status laporan, jenis kanal pengaduan yang digunakan, topik aduan terbanyak, serta OPD-BUMD terbaik tiap

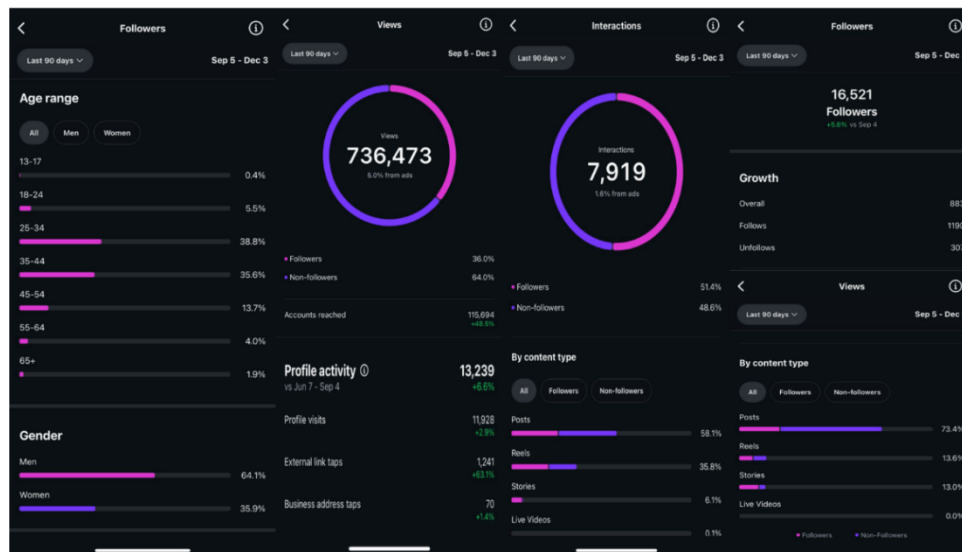
perhitungan selama 1 minggu dan 1 bulan. Unggahan ini bertujuan untuk memperlihatkan transparansi kepada Masyarakat Kota Semarang terkait kinerja Lapor Semar Solusi AWP.

Selain laporan mingguan dan bulanan, Lapor Semar Solusi AWP juga secara rutin mengunggah transparansi laporan berupa tindak lanjut laporan yang diadakan oleh masyarakat Kota Semarang. Unggahan ini berisi informasi terkait laporan yang diadakan oleh masyarakat, dan bagaimana pengaduan tersebut ditindaklanjuti oleh OPD maupun dinas yang terkait.



Gambar 2. 3 Unggahan Tindak Lanjut Laport Semar Solusi AWP

Lapor Semar Solusi AWP juga banyak mengunggah konten-konten menarik yang berisi informasi seputar kanal pengaduan, seperti informasi terkait hal-hal yang dilarang dalam mengajukan laporan, serta *tips* agar laporan dapat cepat diverifikasi dan ditindaklanjuti.



Gambar 2. 4 Insight Instagram @laporsemar

Selama akun Instagram ini beroperasi untuk program komunikasi dari Laporsemar Solusi, diperoleh informasi terhitung dari periode 5 September hingga 3 Desember 2025, kinerja Instagram @laporsemar mengalami perkembangan yang signifikan pada beberapa bagian seperti *reach*, *interactions*, dan *growth*. Selama periode tersebut, jumlah *views* mencapai 736,473 *views*, dengan sebagian besar (64%) berupa *non-followers*. Hal ini menunjukkan bahwa konten Laporsemar dapat menjangkau masyarakat yang lebih luas dan tidak hanya terbatas pada pengikut akun. Dalam periode tersebut, akun @laporsemar berhasil mencapai *reach* sebesar 115,694 yang dapat ditafsirkan bahwa terdapat peningkatan yang signifikan terhadap visibilitas akun @laporsemar. Interaksi yang diperoleh akun @laporsemar sejumlah 7,919 yang berasal dari pengikut sebanyak 51,4% dan dari non-pengikut sebanyak 48,6%. Bentuk interaksi tertinggi diperoleh melalui konten unggahan *posts* sebesar 58,1%, yang kemudian diikuti oleh konten unggahan *reels* sebesar 35,8%. *Profile activity* juga mengalami peningkatan sehingga menjadi 13,239 dengan rincian 11,928 *profile visits*, 1,241 *external link taps*, dan 70 *business address taps*.

Secara demografis dapat disimpulkan bahwa mayoritas audiens berasal dari rentang usia 25 hingga 34 tahun dengan persentase 38,8%, diikuti oleh audiens dari rentang usia 35 hingga 44 tahun dengan persentase 35,6%. Berdasarkan jenis kelamin, mayoritas audiens berjenis kelamin laki-laki (64,1%) yang sejalan dengan data jumlah laporan, di mana mayoritas laporan diajukan oleh masyarakat yang berjenis kelamin laki-laki (82,5%) berdasarkan dari data pada situs Lapor Semar Solusi AWP.

2.4.2 Program Sosialisasi



Gambar 2. 5 Unggahan Goes To School Vol. 1 & Vol. 2

Sosialisasi juga menjadi bagian dari program komunikasi lainnya yang dilakukan oleh Lapor Semar Solusi AWP, yaitu kegiatan Lapor Semarang Goes to School. Kegiatan ini sudah dilakukan sebanyak 2 kali, pada bulan dimana sosialisasinya dilakukan kepada siswa-siswi SMP di Kota Semarang. Dalam pelaksanaannya, siswa-siswi SMP diperkenalkan kepada tiga layanan publik sebagai media komunikasi di Pemerintah Kota Semarang. Layanan tersebut adalah Lapor Semar Solusi AWP, PPID Kota Semarang, dan Call Center Darurat 112.

2.5 Usulan Program Komunikasi

Dalam pembuatan usulan program komunikasi untuk Lapor Semar Solusi AWP, tim program komunikasi ini melakukan survei terlebih dahulu terkait pengetahuan masyarakat terhadap kanal pengaduan resmi ini. Berdasarkan survei tersebut, ditemukan hanya sekitar 62,5% masyarakat yang mengetahui kanal pengaduan Lapor Semar Solusi AWP. Sementara 98% responden merasa ragu laporan mereka akan ditindaklanjuti, dan 60% diantaranya belum pernah melakukan pelaporan. Untuk mengatasi hal tersebut, tim program komunikasi ini mengusulkan program komunikasi yaitu kampanye “Cipta Seni Bahana Aspirasi #NgadudiLaporSemar” yang berisi beberapa rangkaian kegiatan kampanye bertujuan untuk meningkatkan *awareness*, membangun *trust* masyarakat, dan mendorong masyarakat untuk melakukan pelaporan (*action to download*). Program ini didasarkan pada pendekatan *Government Public Relations* yang menekankan transparansi, kedekatan, dan keterlibatan langsung masyarakat sebagai bagian dari pelayanan publik.

Rangkaian kegiatan kampanye dibagi menjadi tiga selain dari *main event*, yaitu Lapor Semar *Goes to School*, Lapor Semar *Goes to Campus*, dan Lapor Semar *Goes to RW*. Pada *Goes to School* dan *Goes to Campus*, pendekatan edukasi dilakukan melalui sosialisasi interaktif mengenai alur pelaporan, jenis laporan yang dapat disampaikan, serta demonstrasi langsung cara membuat laporan kepada generasi muda. Melalui pendekatan ini, masyarakat tidak hanya menerima informasi tetapi juga mendapatkan pengalaman praktik dalam menggunakan kanal pengaduannya secara langsung. Sementara itu, *Goes to RW* ditujukan untuk menjangkau segmen warga umum yang memiliki literasi digital beragam. Kegiatan ini menekankan kedekatan pemerintah dengan masyarakat melalui dialog langsung, pendampingan melapor, dan penyampaian *success story* dari laporan warga yang telah terselesaikan. Pendekatan *direct campaign* ini diharapkan mampu membangun kepercayaan karena masyarakat dapat melihat bukti nyata respons pemerintah.

Seluruh rangkaian kegiatan kampanye diawali dengan kegiatan *main event* “Cipta Seni Bahana Aspirasi #NgadudiLaporSemar” terlebih dahulu, yaitu acara untuk publik yang memadukan seni pertunjukan, parade, booth interaktif, dan sesi edukasi layanan. *Main event* ini tidak hanya menjadi media hiburan tetapi juga strategi aktivitas untuk memperkenalkan wajah baru Lapor Semar Solusi AWP, menampilkan simulasi pelayanan aduan, dan memberikan ruang partisipasi warga dalam kegiatan yang lebih inklusif dan menyenangkan. Kehadiran booth *Lapor On The Spot* memungkinkan masyarakat melakukan registrasi akun secara langsung, menjadikan acara ini efektif mendorong *action*.

Selain kegiatan offline, kampanye ini diperkuat dengan pemanfaatan media sosial melalui akun *Instagram @laporsemar*, mulai dari produksi konten edukatif, publikasi *press release*, penggunaan *Instagram Ads*, serta kolaborasi dengan *media partner* dan radio lokal. Pendekatan PESO (*Paid, Earned, Shared, Owned*) digunakan untuk memastikan pesan kampanye terbesar secara maksimal diberbagai saluran komunikasi. Sebagai bagian dari tim yang berperan sebagai *design & creative manager* dan *sponsorship manager*, saya bertanggung jawab dalam memastikan seluruh strategi kreatif dan kerjasama dengan sponsor berjalan searah dengan tujuan kampanye. Sebagai *design & creative manager*, penulis bertanggung jawab dalam menyusun konsep visual yang menarik dan berkoordinasi dengan tim *content planner* agar seluruh materi yang dibuat konsisten dan mampu mendorong tercapainya *awareness, trust, dan action*.

Di sisi lain, sebagai *sponsorship manager*, penulis juga bertanggung jawab dalam penyusunan RAB sekaligus mengelola pencatatan keuangan yang berkaitan dengan rangkaian kampanye. Selain itu, penulis juga mengidentifikasi dan melakukan proses negosiasi dengan calon sponsor diiringi dengan penyusunan proposal yang menarik untuk memperoleh dukungan *sponsorship*. Melalui kedua peran tersebut, penulis berupaya memastikan kampanye tidak hanya berjalan efektif, tetapi juga didukung dengan eksekusi visual yang kuat dan kemitraan sponsor yang saling menguntungkan. Evaluasi berbasis KPI digunakan sebagai

dasar dalam menentukan efektivitas program sekaligus merumuskan pengembangan taktik untuk kebutuhan pemerintah ke depannya.

Dengan pendekatan yang terintegrasi ini, kampanye “Cipta Seni Bahana Aspirasi #NgadudiLaporSemar” diharapkan menjadi solusi strategis dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai kanal aduan publik pemerintah, memperkuat kepercayaan warga terhadap respons dan transparansi layanan, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat Kota Semarang sebagai bagian dari upaya bersama menjaga kualitas pelayanan publik.