



**AUDIT KOMUNIKASI STRATEGIS SOSIALISASI  
PROGRAM HOTLINE PELAYANAN PUBLIK LAPOR HENDI**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Nimas Sintha Naurisma**

**NIM : 14030116120026**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**



**AUDIT KOMUNIKASI STRATEGIS SOSIALISASI  
PROGRAM HOTLINE PELAYANAN PUBLIK LAPOR HENDI**

**SKRIPSI**

**Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Nama : Nimas Sintha Naurisma**

**NIM : 14030116120026**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2020**

## **HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nimas Sintha Naurisma

NIM : 14030116120026

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang disusun dengan judul:

### **AUDIT KOMUNIKASI STRATEGIS SOSIALISASI PROGRAM HOTLINE PELAYANAN PUBLIK LAPOR HENDI**

adalah benar-benar hasil karya ilmiah tulisan saya sendiri, bukan hasil karya ilmiah orang lain atau jiplakan karya ilmiah orang lain. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi akademis yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 9 September 2020

Pembuat Pernyataan,



Nimas Sintha Naurisma  
NIM. 14030116120026

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Audit Komunikasi Strategis Sosialisasi Program Hotline  
Pelayanan Publik LAPOR Hendi

Nama Penyusun : Nimas Sintha Naurisma

NIM : 14030116120026

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I

Semarang, 9 September 2020

Dekan



Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP

NIP. 19640827 199001 1 001

Wakil Dekan I




Dr. Drs. Teguh Yuwono, M. Pol. Admin

NIP. 19690822 199403 1 003

### Dosen Pembimbing:

1. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si (  )

### Dosen Penguji Skripsi:

1. Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, MA (  )

2. Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si (  )

3. Agus Naryoso, S.Sos., M.Si (  )

## **HALAMAN MOTTO**

**“What is meant for you, will reach you even if it is beneath two mountains.**

**And what isn't meant for you, won't reach you even if it is**

**between your two lips.”**

**“You look happier is the best compliment you can receive.”**

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis memperoleh banyak dukungan, pengetahuan, dan pengalaman dari berbagai pihak. Maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih dan mempersembahkan skripsi ini kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan berkahnya sehingga penulis dapat mengerjakan dan menyelesaikan skripsi ini dengan lancar.
2. Dr. Drs. Hardi Warsono, MTP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
3. S.Rouli Manalu, S.Sos, MCommSt. Ph.D selaku Kepala Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro
4. Agus Naryoso, S. Sos, M. Si selaku Dosen Pembimbing Skripsi. Terima kasih banyak atas bimbingan, waktu, nasihat, dan semangat yang terus diberikan kepada penulis hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Dr. Hapsari Dwiningtyas, S.Sos, MA selaku dosen penguji. Terima kasih atas masukan dan arahan yang diberikan kepada penulis.
6. Dr. Hedi Pudjo Santosa, M.Si selaku dosen penguji. Terima kasih atas masukan dan arahan yang diberikan kepada penulis.
7. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi FISIP UNDIP yang telah memberikan ilmu dan dukungan kepada penulis selama menjalani masa perkuliahan.
8. Bapak Arif Budiman, Ibu Isriqomah, Mas Dicky Proklamanto Putra, Mba Riski Febri Riswati, pegawai Pemerintah Kota Semarang yang mengelola LAPOR Hendi, terimakasih telah bersedia menjadi narasumber dan membantu penulis dalam menyusun skripsi.

9. Mama, Papa, Mba Puput, dan Mas Edi yang selalu memberikan semangat dan dukungan kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan jenjang sarjana.
10. Danke Denhas Kisbandono sebagai kekasih penulis, terimakasih karena selalu membantu dan memberi semangat kepada penulis selama ini. Terimakasih sudah selalu ada.
11. Yumna, Antik, SS, Laras, dan Anin yang telah menjadi sahabat penulis sejak SMP. Terimakasih karena selalu ada untuk penulis. Selalu menjadi teman curhat, teman makan, teman main, dan teman yang selalu memberikan waktu, dukungan dan semangat kepada penulis.
12. Bella, Sessy, Bulan, Fay, Karin, Alma, Tasya, Deta, dan Mega yang telah menjadi sahabat penulis dan selalu membantu penulis selama ini.
13. Oche, Yohana dan Lia yang telah menjadi sahabat penulis sejak SMA yang telah menjadi sahabat penulis dan selalu membantu penulis selama ini.
14. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2016 yang sudah berjuang bersama. Semoga kita semua bisa bertemu lagi.
15. Pihak-pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu oleh penulis.

## **Audit Komunikasi Strategis Sosialisasi Program Hotline**

### **Pelayanan Publik LAPOR Hendi**

#### **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.**

## **Strategic Communication Audit Socialization of Public Service Hotline**

### **Program LAPOR Hendi**

#### **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.*

## **KATA PENGANTAR**

Penelitian yang berjudul “Audit Komunikasi Strategis Sosialisasi Program Hotline Pelayanan Publik Lapor Hendi” ini berusaha untuk menjelaskan mengenai audit komunikasi dalam sosialisasi program LAPOR Hendi. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan masih banyaknya masyarakat Kota Semarang yang menyampaikan keluhan pada media-media tidak resmi, sedangkan pemerintah memiliki kanal resmi untuk pengaduan. Skripsi ini terdiri dari empat bab. Bab pertama berisi rumusan masalah yang melatarbelakangi penelitian ini, tujuan, manfaat, landasan teori, definisi operasional dan konseptual, serta metode penelitian. Bab kedua menjelaskan profil dan struktural Dinas Kominfo Kota Semarang. Bab ketiga memaparkan hasil temuan yang didapatkan. Bab keempat berisi hasil analisis dari hasil temuan yang didapatkan. Terakhir bab kelima berisi kesimpulan dan saran dari hasil penelitian.

Semarang, 9 September 2020

Penyusun



Nimas Sintha Naurisma

## DAFTAR ISI

<b>AUDIT KOMUNIKASI STRATEGIS SOSIALISASI</b> .....	ii
<b>PROGRAM HOTLINE PELAYANAN PUBLIK LAPOR HENDI</b> .....	ii
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	iv
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	viii
<b>ABSTRACT</b> .....	x
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	xii
<b>BAB I</b> .....	1
<b>PENDAHULUAN</b> .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	23
1.3 Tujuan Penelitian .....	24
1.4 Manfaat Penelitian .....	24
1.4.1 Manfaat Akademis .....	24
1.4.2 Manfaat Teoritis .....	25
1.4.3 Manfaat Praktis .....	25
1.5 Kerangka Teori .....	25
1.5.1 Paradigma .....	25
1.5.2 State Of The Art.....	26
1.5.3 Teori Penelitian .....	31
1.5.3.1. Teori Informasi Organisasi .....	31
1.5.4 Audit Komunikasi .....	33
1.5.4.1. Pengertian Audit Komunikasi .....	33
1.5.4.2. Tujuan Audit Komunikasi.....	34
1.5.4.3 Model Audit Komunikasi.....	37
1.5.4.4. Langkah-langkah Audit Komunikasi .....	39
1.5.5 Sosialisasi.....	42
1.5.6 Pelayanan Publik.....	43
1.6 Definisi Konseptual .....	45

1.7 Definisi Operasional .....	46
1.8 Metode Penelitian .....	49
1.8.1 Desain Penelitian.....	49
1.8.2 Subjek Penelitian.....	50
1.8.3 Jenis Data .....	50
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data.....	51
1.8.5 Analisis Data.....	52
1.8.6 Kualitas Data.....	53
<b>BAB II</b> .....	56
<b>MEDIA DIGITAL SEBAGAI MODEL PELAYAKAN</b> .....	56
<b>KOMUNIKASI PUBLIK</b> .....	56
2.1 Laporan Hendi .....	56
2.2 Struktur Organisasi .....	69
<b>BAB III</b> .....	84
<b>PERENCANAAN SEKADARNYA DALAM SOSIALISASI</b> .....	84
<b>PROGRAM LAPOR HENDI</b> .....	84
3.1 Analisis .....	87
3.2 Tujuan .....	93
3.3 Publik .....	99
3.4 Pesan .....	102
3.5 Strategi .....	105
3.6 Taktik .....	107
3.7 Skala Waktu .....	120
3.8 Sumber Daya.....	122
3.9 Evaluasi.....	123
4.0 Review .....	125

<b>BAB IV</b> .....	128
<b>ANALISIS AUDIT KOMUNIKASI DALAM PERENCANAAN SOSIALISASI PROGRAM LAPOR HENDI</b> .....	128
Tabel Audit Komunikasi Strategis Sosialisasi Pelayanan Publik .....	148
Program Hotline LAPOR Hendi .....	148
<b>BAB V</b> .....	150
<b>PENUTUP</b> .....	150
5.1 Simpulan .....	150
5.2 Saran .....	154
5.3 Rekomendasi.....	154
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	156
<b>LAMPIRAN</b> .....	159
INTERVIEW GUIDE .....	159
TRANSKRIP INTERVIEW .....	179
FOTO .....	225