

**STRATEGI KOMUNIKASI
LAYANAN PENGADUAN SP4N-LAPOR!
PEMERINTAH KOTA SOLOK**



**DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA
PEMERINTAH KOTA SOLOK
TAHUN 2026**

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, dokumen *Strategi Komunikasi Layanan Pengaduan SP4N-LAPOR Pemerintah Kota Solok* ini dapat disusun dengan baik.

Dokumen ini disusun sebagai upaya untuk memperkuat pengelolaan komunikasi publik dalam mendukung optimalisasi layanan pengaduan masyarakat melalui SP4N-LAPOR. Strategi komunikasi yang terarah dan efektif diperlukan untuk meningkatkan partisipasi masyarakat, mempercepat tindak lanjut pengaduan, serta mewujudkan pelayanan publik yang transparan, akuntabel, dan responsif.

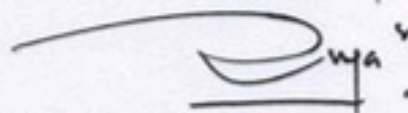
Penyusun menyadari bahwa keberhasilan implementasi strategi komunikasi ini sangat bergantung pada sinergi dan komitmen seluruh perangkat daerah, admin pengelola, serta pejabat penghubung dalam menindaklanjuti setiap pengaduan masyarakat secara tepat dan profesional. Oleh karena itu, dokumen ini diharapkan dapat menjadi pedoman dalam pelaksanaan komunikasi yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Penyusun juga menyadari bahwa dokumen ini masih memiliki keterbatasan. Untuk itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan guna penyempurnaan di masa yang akan datang.

Akhir kata, semoga strategi komunikasi ini dapat memberikan manfaat dalam meningkatkan kualitas layanan pengaduan masyarakat di Kota Solok serta memperkuat kepercayaan publik terhadap pemerintah daerah.

Solok, Februari 2026

Penyusun



Nindya Shopa Angria, S.Kom, M.Si

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : Strategi Komunikasi Layanan Pengaduan SP4N LAPOR! Pemerintah Kota Solok

Nama : Nindya Shopa Angria, S.Kom, M.Si

NIP : 19861105 200901 2 002

Jabatan : Pranata Humas Ahli Muda

Instansi : Pemerintah Kota Solok

Solok, 12 Februari 2026

Menyetujui,

Kepala Dinas Komunikasi dan
Informatika Kota Solok



[Signature]
NURZAL GUSFIM, S.STP, M.Si
NIP. 19780927 199711 1 001

Kepala Bidang Informasi dan
Komunikasi Dinas Komunikasi dan
Informatika Kota Solok

[Signature]
LUBUK SIKARAH

[Signature]
DAVIQ ROMEOS, SH, MM
NIP. 19761005 199701 1 001

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	i
DAFTAR ISI	ii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Dasar Hukum	3
C. Tujuan Strategi Komunikasi	3
D. Sasaran.....	4
E. Prinsip Dasar	5
 BAB II RANCANGAN STRATEGI KOMUNIKASI	
A. Gambaran Umum Program	7
B. Sasaran Khalayak	8
C. Rumusan Pesan.....	10
D. Saluran Strategi Komunikasi.....	13
 BAB III TAKTIK DAN IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI	
A. Metode Komunikasi.....	16
B. Taktik Komunikasi	16
C. Implementasi Strategi Komunikasi.....	18
D. Tahapan Dalam Strategi Komunikasi	18
E. Matrik Strategi Komunikasi Layanan Pengaduan SP4N LAPOR!	20
F. Timeline / Roadmap Strategi Komunikasi Sosialisasi SP4N-LAPOR!	23
 BAB IV MONITORING DAN EVALUASI	24
BAB V PENUTUP	26
DAFTAR PUSTAKA	27

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pelayanan publik di Indonesia merupakan salah satu aspek yang harus diperhatikan. Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik dijelaskan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik. Pelayanan dianggap berkualitas jika masyarakat merasa haknya terpenuhi.

Pelayanan publik yang berkualitas merupakan salah satu indikator penting dalam mewujudkan tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*). Pemerintah memiliki kewajiban untuk memberikan pelayanan yang transparan, responsif, dan akuntabel kepada masyarakat. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik, partisipasi masyarakat menjadi unsur yang sangat penting, salah satunya melalui penyampaian aspirasi, kritik, dan pengaduan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pemerintah.

Sebagai upaya untuk mewujudkan sistem pengelolaan pengaduan yang efektif dan terintegrasi, melalui Peraturan Presiden Nomor 76 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik, pemerintah menghadirkan Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional yang terintegrasi dengan aplikasi LAPOR! atau yang dikenal dengan SP4N-LAPOR! sebagai kanal resmi bagi masyarakat untuk menyampaikan aspirasi dan pengaduan terkait pelayanan publik. Sistem ini dirancang agar masyarakat dapat menyampaikan laporan secara mudah, cepat, dan transparan kepada instansi pemerintah, baik di tingkat pusat maupun daerah. Melalui sistem ini, setiap laporan masyarakat dapat diteruskan kepada instansi yang berwenang untuk ditindaklanjuti sesuai dengan tugas dan fungsinya.

Keberadaan SP4N-LAPOR! menjadi sarana penting dalam membangun komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Melalui layanan ini, masyarakat tidak hanya menjadi penerima layanan, tetapi juga memiliki ruang untuk berpartisipasi aktif dalam mengawasi dan memberikan masukan terhadap penyelenggaraan pelayanan publik. Dengan demikian, pengelolaan pengaduan masyarakat dapat menjadi salah satu instrumen dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik.

Namun demikian, dalam pelaksanaannya masih terdapat berbagai tantangan dalam pemanfaatan layanan pengaduan SP4N-LAPOR!. Seperti penelitian yang dilakukan oleh Harry dkk (2025) dalam jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik dan Humaniora, hasil

penelitian menyatakan bahwa terdapat beberapa hambatan dalam implementasi SP4N LAPOR! diantaranya lambatnya respon terhadap pengaduan masyarakat oleh instansi terkait serta kurangnya sosialisasi terhadap penggunaan aplikasi.

Di Pemerintah Kota Solok sosialisasi kepada masyarakat sudah dilakukan sejak tahun 2018. Tahun 2018 sampai tahun 2019 sosialisasi dilakukan dalam bentuk seminar di dalam ruangan (*in door*) kepada RT/RW. Tahun 2021 partisipasi masyarakat dinilai agak menurun dilihat dari jumlah aduan yang masuk hanya sebanyak 54 aduan. Oleh karena itu, tahun 2022 melalui kegiatan *Lapor On The Street* sosialisasi kembali dilakukan dengan format berbeda. *Lapor On The Street* merupakan kegiatan sosialisasi langsung kepada masyarakat secara *face to face* melalui berbagai kegiatan seperti *car free day*, operasi pasar murah, pertemuan kader posyandu, pertemuan RT/RW, sosialisasi kepada pasien di Puskesmas se Kota Solok, RSUD, Kampus serta tempat-tempat pelayanan lainnya. Namun kegiatan sosialisasi ini belum menyentuh seluruh lapisan masyarakat, hal ini dapat dilihat dari data jumlah aduan yang masuk dari tahun 2019 sampai tahun 2025 seperti yang tergambar pada tabel di bawah ini:

No	Tahun	Jumlah Aduan
1	2019	103 aduan
2	2020	81 aduan
3	2021	54 aduan
4	2022	76 aduan
5	2023	72 aduan
6	2024	59 aduan
7	2025	31 aduan

Dari tabel dapat dilihat bahwa terjadi penurunan jumlah aduan yang cukup signifikan di tahun 2024 dan tahun 2025.

Kurangnya sosialisasi yang terencana dan berkelanjutan dapat menyebabkan rendahnya tingkat partisipasi masyarakat dalam memanfaatkan layanan pengaduan sebagai sarana penyampaian aspirasi. Padahal, semakin banyak masyarakat yang mengetahui dan memanfaatkan kanal pengaduan ini, maka semakin besar pula peluang pemerintah untuk memperoleh masukan yang konstruktif dalam memperbaiki kualitas pelayanan publik.

Oleh karena itu, diperlukan suatu strategi komunikasi layanan pengaduan SP4N-LAPOR! yang terencana, sistematis, dan tepat sasaran.

B. Dasar Hukum

1. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
2. Peraturan Presiden Nomor 76 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik.
3. Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik.
4. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 Tahun 2023 tentang Pengelolaan Pengaduan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
5. Peraturan Menteri PANRB Nomor 5 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional.
6. Keputusan Wali Kota Solok Nomor : 100.3.3.3- 22 – 2026 tentang Pembentukan Tim Pengelola Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional – Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat di Lingkungan Pemerintah Daerah.
7. Keputusan Wali Kota Solok Nomor : 100.3.3.3- 23 – 2026 tentang Pembentukan Petugas Pelayanan Pengaduan Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional – Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat di Lingkungan Pemerintah Daerah.
8. Keputusan Sekretaris Daerah Kota Solok Nomor : 100.3.3.6- 5 – 2026 tentang Pembentukan Tim Lapori On The Street

C. Tujuan Strategi Komunikasi

Tujuan Strategi Komunikasi dirumuskan dengan Prinsip SMART. Konsep SMART pertama kali diperkenalkan oleh George T. Doran, seorang Direktur Perencanaan pada tahun 1981. SMART adalah akronim dari Specific, Measurable, Achievable, Relevant dan Time-bound.

Prinsip SMART digunakan untuk memastikan bahwa tujuan yang dirumuskan dalam strategi komunikasi bersifat jelas, terukur, realistis, relevan, dan memiliki batas waktu pencapaian. Dengan menggunakan pendekatan ini, program komunikasi dapat dilaksanakan secara lebih terarah serta memudahkan proses pemantauan dan evaluasi keberhasilan kegiatan.

Tujuan penyusunan Strategi Komunikasi Layanan Pengaduan SP4N LAPORI ini adalah untuk:

1. Meningkatkan pengetahuan masyarakat
Meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang keberadaan dan manfaat layanan pengaduan SP4N-LAPOR! sebagai kanal resmi penyampaian aspirasi dan pengaduan pelayanan publik, dengan target meningkatnya jumlah laporan masyarakat yang masuk melalui SP4N Lapor.
2. Meningkatkan partisipasi masyarakat
Meningkatkan partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi dan pengaduan melalui SP4N Lapor!, yang ditandai dengan peningkatan jumlah laporan masyarakat yang disampaikan melalui sistem SP4N Lapor! dalam periode pelaksanaan strategi komunikasi.
3. Meningkatkan pemahaman tata cara pengaduan
Meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai tata cara penyampaian pengaduan yang benar, sehingga masyarakat dapat menyampaikan laporan secara jelas, lengkap dan sesuai prosedur melalui SP4N Lapor!. Targetnya selama periode pelaksanaan program sosialisasi.
4. Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan pengaduan
Meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dalam pengelolaan pengaduan pelayanan publik melalui transparansi informasi dan respon cepat terhadap laporan masyarakat yang disampaikan melalui SP4N Lapor!.
5. Memperkuat koordinasi internal perangkat daerah
Memperkuat koordinasi internal antar perangkat daerah dalam pengelolaan dan tindak lanjut pengaduan masyarakat melalui peningkatan komunikasi, koordinasi, dan pemahaman pengelola pengaduan di setiap perangkat daerah, sehingga laporan masyarakat dapat ditindaklanjuti secara lebih cepat dan tepat.

D. Sasaran

Dalam penyusunan strategi komunikasi layanan pengaduan SP4N-LAPOR!, sasaran tidak hanya ditujukan kepada masyarakat (eksternal), tetapi juga kepada pihak internal pemerintah. Hal ini penting untuk meningkatkan kompetensi aparatur, menyamakan persepsi, serta memperkuat koordinasi antarunit kerja, sehingga mampu mendorong terwujudnya pelayanan pengaduan yang responsif, transparan, dan akuntabel. Sasaran Strategi Komunikasi terdiri dari:

1. **Pengelola Aduan di Tingkat OPD**

Pengelola aduan di tingkat OPD terdiri dari Kepala Perangkat Daerah (OPD), Sekretaris OPD sebagai pejabat penghubung pengelola pengaduan, Kepala bidang atau pejabat teknis yang menangani tindak lanjut pengaduan, Admin atau operator pengelola SP4N-LAPOR! di OPD. Sasaran ini penting agar pengelola aduan pada OPD memiliki pemahaman yang sama mengenai mekanisme pengelolaan pengaduan, standar respons, serta pentingnya pelayanan pengaduan yang cepat dan akurat.

2. **Pengelola SP4N-LAPOR! di Tingkat Pemerintah Daerah**

Pengelolaan layanan pengaduan SP4N-LAPOR! di Kota Solok berada pada Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai admin pengelola. Admin Pengelola perlu dijadikan sasaran utama dalam strategi komunikasi karena mereka merupakan garda terdepan yang menerima, memverifikasi, dan mendistribusikan aduan masyarakat serta menjadi penghubung antara masyarakat dengan OPD terkait. Peran strategis ini menempatkan admin sebagai penentu kualitas respons pemerintah, baik dari sisi kecepatan, ketepatan, maupun kejelasan informasi yang disampaikan kepada publik.

E. Prinsip Dasar

Dalam pengelolaan pengaduan SP4N LAPOR! harus didasarkan pada beberapa prinsip dasar seperti yang dimuat dalam Peraturan Menteri PAN RB Nomor 5 Tahun 2025 tentang penyelenggaraan Sistem Pengelolaan Pelayanan Publik Nasional, diantaranya:

1. **Transparansi dan keterbukaan informasi**

Informasi mengenai mekanisme pengaduan, jenis laporan yang dapat disampaikan, serta proses penanganannya harus disampaikan secara terbuka dan jelas. Transparansi akan meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan pengaduan.

2. **Objektivitas**

Objektivitas dapat menjamin setiap pengaduan diproses secara adil, netral, dan berdasarkan fakta, tanpa dipengaruhi kepentingan pribadi maupun institusi tertentu. Dengan objektivitas, pengelola dapat mencegah konflik kepentingan, menjaga integritas dalam verifikasi dan tindak lanjut laporan, serta menghasilkan keputusan yang tepat dan dapat dipertanggungjawabkan. Selain itu, penerapan prinsip ini juga

berperan penting dalam membangun kepercayaan publik, karena masyarakat yakin bahwa setiap laporan ditangani secara profesional dan transparan.

3. Keadilan

Keadilan dapat memastikan setiap pengaduan masyarakat diperlakukan secara setara tanpa diskriminasi, baik dari segi siapa pelapor maupun instansi yang dilaporkan. Prinsip ini menjamin bahwa setiap laporan memperoleh kesempatan yang sama untuk diverifikasi dan ditindaklanjuti sesuai prosedur yang berlaku, sehingga tidak ada pihak yang diuntungkan atau dirugikan secara tidak semestinya. Dengan keadilan, pengelolaan pengaduan dapat mencegah perlakuan pilih kasih, meningkatkan kepercayaan publik terhadap sistem, serta mendorong terciptanya pelayanan publik yang lebih responsif dan berintegritas.

4. Kerahasiaan

Karena ini layanan pengaduan, penting untuk menjaga identitas pelapor dan membangun rasa aman untuk meningkatkan kepercayaan masyarakat.

5. Akuntabilitas

Setiap pengaduan yang masuk harus dapat dipertanggungjawabkan proses penanganannya oleh instansi terkait. Strategi komunikasi harus menegaskan bahwa laporan masyarakat ditindaklanjuti secara nyata oleh pemerintah.

BAB II RANCANGAN STRATEGI KOMUNIKASI

A. Gambaran Umum Program

Strategi Komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (Planning) dan manajemen (Manajemen) untuk mencapai suatu tujuan. Menurut Middleton (1980), seorang pakar perencanaan komunikasi menjelaskan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

Harold Lasswell pada rumusan konsepnya menyatakan bahwa strategi komunikasi dapat berlangsung ketika mampu menjawab mengenai:

- a. Who? : Siapa pengirim pesan/ komunikatornya?
- b. Says What? : Informasi/ pesan apa yang disampaikan?
- c. In Which Channel? : Media apa yang digunakan?
- d. Towhom? : Siapa penerima pesan/ komunikannya?
- e. With what effect? : Efek apa yang diharapkan

Program Strategi Komunikasi Layanan Pengaduan SP4N-LAPOR! sebagai Kanal Aspirasi Masyarakat merupakan upaya pemerintah daerah untuk meningkatkan pemahaman, kesadaran, serta partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, pengaduan, dan saran terkait pelayanan publik melalui sistem pengaduan resmi pemerintah.

Program ini dirancang untuk memperkuat fungsi SP4N-LAPOR! sebagai media komunikasi dua arah antara masyarakat dan pemerintah. Melalui strategi komunikasi yang terencana dan berkelanjutan, masyarakat diharapkan tidak hanya mengetahui keberadaan layanan pengaduan tersebut, tetapi juga terdorong untuk memanfaatkannya secara aktif dalam menyampaikan berbagai permasalahan pelayanan publik yang mereka alami.

Pelaksanaan program ini dilakukan melalui berbagai kegiatan sosialisasi dan penyebarluasan informasi yang memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, baik media digital maupun media konvensional. Kegiatan tersebut antara lain publikasi informasi melalui media sosial dan website pemerintah daerah, penyebaran materi sosialisasi dalam bentuk infografis, brosur/ leaflet dan barcode, sosialisasi langsung kepada masyarakat.

Selain itu, program ini juga mendorong peningkatan koordinasi internal di lingkungan pemerintah daerah, khususnya antara pengelola pengaduan di setiap perangkat daerah, agar setiap laporan yang masuk melalui SP4N-LAPOR! dapat ditindaklanjuti secara cepat, tepat, dan transparan.

Dengan adanya strategi komunikasi ini, diharapkan layanan pengaduan SP4N-LAPOR! dapat semakin dikenal oleh masyarakat serta menjadi kanal aspirasi yang efektif dalam mendukung peningkatan kualitas pelayanan publik.

Dalam pelaksanaan strategi komunikasi layanan pengaduan SP4N-LAPOR!, terdapat beberapa potensi yang dapat mendukung keberhasilan program, diantaranya:

1. Dukungan Kebijakan Pemerintah

Adanya regulasi pemerintah terkait pengelolaan pengaduan pelayanan publik menjadi landasan yang kuat dalam pelaksanaan sosialisasi SP4N-LAPOR! sehingga program memiliki arah yang jelas dan legitimasi yang kuat.

2. Perkembangan Teknologi Informasi

Kemajuan teknologi informasi serta tingginya tingkat penggunaan internet dan media sosial oleh masyarakat, membuka peluang besar dalam menyebarkan informasi mengenai layanan pengaduan secara lebih luas, cepat dan efektif.

3. Ketersediaan Media Komunikasi Pemerintah

Pemerintah daerah memiliki berbagai kanal komunikasi resmi seperti website, media sosial, serta media publikasi lainnya yang dapat dimanfaatkan untuk mendukung kegiatan sosialisasi SP4N-LAPOR!.

4. Keterlibatan Perangkat Daerah

Perangkat daerah sebagai penyelenggara pelayanan publik memiliki peran strategis, tidak hanya dalam menyebarkan informasi tetapi juga dalam menindaklanjuti laporan masyarakat secara cepat dan tepat.

5. Partisipasi Masyarakat

Meningkatnya kesadaran masyarakat terhadap hak memperoleh pelayanan publik yang berkualitas menjadi potensi besar dalam mendorong partisipasi aktif masyarakat untuk menyampaikan aspirasi dan pengaduan melalui SP4N-LAPOR!.

B. Sasaran Khalayak

Menurut Onong Uchjana Effendy, khalayak dalam komunikasi dapat dibedakan berdasarkan tingkat kepentingan dan keterlibatannya terhadap pesan yang disampaikan, yaitu terdiri dari:

1. Khalayak primer

merupakan sasaran utama yang secara langsung dituju oleh pesan komunikasi, karena memiliki kepentingan langsung terhadap isi pesan dan diharapkan

memberikan respons utama. Khalayak Primer dalam Strategi Komunikasi ini terdiri dari:

a. Masyarakat

Masyarakat menjadi sasaran primer karena merupakan pihak yang langsung menerima manfaat layanan. Sebagai pengguna dan penerima layanan, masyarakat memiliki kepentingan langsung terhadap informasi yang disampaikan, baik terkait mekanisme pengaduan, hak dan kewajiban, maupun tindak lanjut laporan. Oleh karena itu, tingkat pemahaman, partisipasi, dan respons masyarakat terhadap pesan yang diberikan sangat menentukan keberhasilan komunikasi.

b. Pengelola Aduan di Tingkat OPD, terdiri dari:

1. Pimpinan Perangkat Daerah

Pimpinan OPD menjadi sasaran penting karena memiliki peran dalam memberikan dukungan kebijakan serta memastikan setiap pengaduan masyarakat dapat ditindaklanjuti oleh unit kerja terkait.

2. Sekretaris Perangkat Daerah / Pejabat Penghubung

Sekretaris OPD biasanya berperan sebagai pejabat penghubung pengelolaan pengaduan yang mengoordinasikan penanganan laporan masyarakat di lingkungan perangkat daerah.

3. Kepala Bidang atau Pejabat Teknis

Pejabat teknis yang menangani substansi pelayanan publik menjadi sasaran karena mereka bertanggung jawab dalam menindaklanjuti laporan atau pengaduan masyarakat secara langsung.

4. Admin atau Operator SP4N-LAPOR!

Operator sistem memiliki peran penting dalam memproses, memverifikasi, dan mendistribusikan laporan masyarakat kepada pihak terkait.

c. Pengelola SP4N-LAPOR! di Tingkat Pemerintah Daerah

Pengelolaan layanan pengaduan SP4N-LAPOR! di Kota Solok berada pada Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai admin pengelola. Admin Pengelola perlu dijadikan sasaran utama dalam strategi komunikasi layanan pengaduan karena mereka merupakan garda terdepan yang menerima, memverifikasi, dan mendistribusikan aduan masyarakat serta menjadi penghubung antara masyarakat dengan OPD terkait.

2. Khalayak sekunder

merupakan pihak yang tidak menjadi sasaran utama, namun tetap memiliki peran penting karena dapat mempengaruhi, memperkuat, atau membantu menyebarluaskan pesan kepada khalayak primer. Dalam strategi komunikasi ini yang menjadi khalayak sekunder adalah:

a. ASN di Pemerintah Kota Solok

Seluruh ASN perlu dijadikan sasaran dalam strategi komunikasi layanan pengaduan karena keberhasilan pengelolaan aduan publik tidak hanya bergantung pada admin, melainkan melibatkan peran kolektif seluruh aparatur pemerintah sebagai representasi negara di mata masyarakat. Aduan dapat disampaikan melalui berbagai kanal, baik formal seperti SP4N-LAPOR! maupun secara langsung kepada ASN di lapangan, sehingga setiap ASN perlu memiliki pemahaman yang sama dalam menyikapi, mengarahkan, dan menindaklanjuti aduan secara tepat, sehingga pada akhirnya mampu meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah dan mewujudkan pelayanan publik yang lebih baik.

b. Tokoh Masyarakat

Tokoh masyarakat dapat menjadi perantara informasi dalam menyebarluaskan pemahaman mengenai layanan pengaduan kepada masyarakat luas.

c. Organisasi Masyarakat

Organisasi masyarakat dapat membantu menyebarluaskan informasi serta mendorong partisipasi publik dalam menyampaikan aspirasi.

d. Pelajar dan Mahasiswa

Kelompok ini memiliki tingkat literasi digital yang tinggi sehingga berpotensi menjadi pengguna aktif layanan pengaduan berbasis digital.

e. Media memiliki peran strategis dalam memperluas jangkauan informasi mengenai keberadaan dan manfaat layanan SP4N-LAPOR!.

C. Rumusan Pesan

Pada hakikatnya pesan adalah perintah, nasihat, permintaan, amanat yang disampaikan melalui perantara atau media (Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Kedua; Departemen Pendidikan dan Kebudayaan: 1996). Sementara dalam ilmu komunikasi, pesan adalah seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator (Effendy, 1995).

Onong Uchjana Effendy (2005) menekankan bahwa penyusunan pesan komunikasi harus melalui langkah-langkah berikut ini:

1. Menentukan tujuan komunikasi, apakah untuk memberi informasi, persuasif atau instruktif
2. Menentukan sasaran khalayak, memahami karakter, kebutuhan dan tingkat pengetahuan audiens.
3. Merancang isi pesan, memilih fakta, data atau narasi yang relevan dengan tujuan audiens.
4. Memilih bahasa dan gaya penyampaian, agar pesan mudah dipahami dan menarik.
5. Memilih media atau saluran komunikasi, menyesuaikan dengan kebiasaan dan preferensi audiens.

Murphy dan Hildebrandt (1991) menyatakan agar pesan dapat diterima dengan baik oleh komunikan hendaknya mempertimbangkan prinsip 7C, yakni:

- a. **Completeness**
Memberikan informasi selengkap mungkin kepada pihak yang membutuhkan. Informasi yang lengkap akan memberikan ketenangan, kepercayaan, dan kepastian.
- b. **Conciseness**,
Komunikasi disampaikan melalui kata-kata jelas, singkat dan padat.
- c. **Concretness**,
Pesan yang dikomunikasikan disusun secara spesifik, tidak bersifat abstrak.
- d. **Consideration**,
Pesan yang disampaikan mesti mempertimbangkan situasi penerima/komunikan.
- e. **Clarity**,
Pesan yang dikomunikasikan disusun dalam kalimat yang mudah dipahami komunikan.
- f. **Courtesy**,
Sopan-santun dan tata-krama merupakan hal yang penting dalam berkomunikasi yang merupakan bentuk penghargaan kepada komunikan.
- g. **Correctness**,
Pesan yang dikomunikasikan dibuat secara cermat. Untuk pesan tertulis misalnya dibuat dengan memperhatikan tata-bahasa dan untuk pesan lisan disampaikan dengan mengingat kemampuan berbahasa komunikan.

Dalam menyusun strategi komunikasi layanan pengaduan SP4N LAPOR!, pesan dirancang untuk mendorong khalayak agar memanfaatkan SP4N LAPOR! sebagai sarana resmi dalam menyampaikan aspirasi, keluhan, maupun saran terkait pelayanan publik. Ada dua hal yang harus dirumuskan, yaitu:

1. Apa Pesan yang Disampaikan

Pesan utama dalam strategi komunikasi sosialisasi SP4N-LAPOR! meliputi beberapa hal sebagai berikut:

a. SP4N-LAPOR! sebagai Kanal Resmi Pengaduan

Masyarakat perlu mengetahui bahwa SP4N-LAPOR! merupakan kanal resmi pemerintah untuk menyampaikan pengaduan terkait pelayanan publik.

b. Kemudahan Akses Layanan Pengaduan

Pesan komunikasi menekankan bahwa masyarakat dapat menyampaikan pengaduan dengan mudah melalui berbagai kanal yang tersedia seperti aplikasi, website, media sosial (facebook dan instagram) serta sms.

c. Setiap Laporan Akan Ditindaklanjuti

Pesan juga menekankan bahwa setiap laporan yang masuk akan diverifikasi dan diteruskan kepada instansi terkait untuk ditindaklanjuti.

d. Partisipasi Masyarakat Penting untuk Perbaikan Pelayanan Publik

Masyarakat didorong untuk aktif menyampaikan aspirasi karena partisipasi masyarakat dapat membantu pemerintah meningkatkan kualitas pelayanan publik.

2. Bentuk Pesan Komunikasi

Untuk memudahkan penyampaian pesan kepada masyarakat, pesan komunikasi dapat dikemas dalam berbagai bentuk, antara lain:

a. Slogan atau tagline sosialisasi

Slogan atau tagline yang digunakan dalam strategi komunikasi ini adalah:

1. "Satu Laporan untuk Perubahan."
2. "Ayo, Berani Lapo!."

b. Pesan edukatif

Pesan edukatif menjelaskan fungsi dan cara penggunaan layanan pengaduan. Dalam strategi komunikasi ini pesan edukatif yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. "SP4N-LAPOR! merupakan layanan pengaduan resmi pemerintah yang dapat dimanfaatkan masyarakat untuk menyampaikan aspirasi, pengaduan, dan masukan terkait pelayanan publik."
2. "Masyarakat dapat menyampaikan pengaduan melalui SP4N-LAPOR! dengan mengisi laporan secara jelas, disertai informasi yang lengkap, serta menjelaskan permasalahan yang dialami agar dapat ditindaklanjuti oleh instansi terkait."
3. "Partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi dan pengaduan melalui SP4N-LAPOR! sangat penting untuk membantu pemerintah dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik."

c. Pesan persuasif

Inti dari pesan persuasif adalah mengajak masyarakat untuk aktif menyampaikan pengaduan melalui kanal resmi pemerintah. Dalam strategi komunikasi ini pesan persuasif yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. "Lapor sekarang, ditindaklanjuti cepat! Gunakan SP4N-LAPOR! 🗣️"
2. "Punya keluhan atau aspirasi tentang pelayanan publik? Jangan diam! Sampaikan melalui SP4N-LAPOR!. Laporan Anda akan ditindaklanjuti langsung oleh instansi berwenang."
3. "Dengan SP4N-LAPOR!, masyarakat bisa menyampaikan pengaduan secara mudah, cepat, dan transparan. Yuk, manfaatkan layanan ini untuk memperbaiki pelayanan publik!"
4. "Cukup dari genggaman tangan! Laporkan keluhan Anda kapan saja, di mana saja melalui SP4N-LAPOR!."

Namun, pesan sebagus apa pun tak akan dapat mempengaruhi siapa pun bila tak ada alat untuk memindahkannya dari komunikator kepada komunikan. Oleh karena itu, pesan harus disampaikan melalui media.

D. Saluran Strategi Komunikasi

Dalam penyusunan strategi komunikasi layanan pengaduan SP4N-LAPOR!, pemilihan saluran komunikasi menjadi aspek penting untuk memastikan pesan dapat tersampaikan secara efektif kepada seluruh sasaran. Menurut Onong Uchjana Effendy, saluran komunikasi merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan, sehingga pemilihannya harus disesuaikan dengan karakteristik khalayak.

Sejalan dengan itu, Harold D. Lasswell menegaskan bahwa saluran (channel) merupakan salah satu unsur utama dalam proses komunikasi yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan. Sementara itu, Everett M. Rogers membedakan saluran komunikasi menjadi saluran interpersonal dan media massa, yang masing-masing memiliki peran dalam meningkatkan pemahaman serta mempengaruhi sikap dan perilaku masyarakat.

Berdasarkan hal tersebut, strategi komunikasi SP4N-LAPOR! memanfaatkan berbagai saluran komunikasi secara terpadu, meliputi:

1. Saluran Tatap Muka (Interpesonal),

Saluran ini digunakan untuk membangun pemahaman dan kepercayaan secara langsung kepada masyarakat. Melalui interaksi langsung, pesan yang disampaikan dapat lebih mudah dipahami serta memungkinkan adanya umpan balik secara cepat. Penerapan saluran ini dapat dilakukan melalui berbagai kegiatan, seperti sosialisasi langsung kepada masyarakat, forum warga, serta penyuluhan atau bimbingan teknis.

2. Saluran Media Massa

Saluran media massa merupakan salah satu sarana komunikasi yang efektif untuk menjangkau masyarakat luas secara cepat dan simultan. Melalui media ini, informasi dapat disebarluaskan secara masif sehingga mampu meningkatkan jangkauan pesan kepada berbagai lapisan masyarakat. Penerapan saluran media massa dalam sosialisasi dapat dilakukan melalui penggunaan surat kabar atau koran sebagai media penyampaian informasi kepada publik.

3. Saluran Media Digital

Saluran media digital merupakan sarana komunikasi yang mudah diakses, cepat, dan mampu menjangkau berbagai kalangan masyarakat secara luas. Melalui media ini, informasi dapat disampaikan secara real time serta memungkinkan interaksi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Penerapan saluran media digital dalam sosialisasi dapat dilakukan melalui website resmi pemerintah, media sosial seperti Instagram, Facebook, dan YouTube, serta pemanfaatan aplikasi SP4N-LAPOR! sebagai kanal utama layanan pengaduan publik.

4. Saluran Media Luar Ruang

Saluran media luar ruang merupakan salah satu sarana komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran (awareness) masyarakat terhadap suatu program atau layanan. Media ini memiliki keunggulan dalam menjangkau masyarakat secara luas di ruang publik dengan tingkat visibilitas yang tinggi. Penerapan saluran media luar

ruang dapat dilakukan melalui pemasangan spanduk dan baliho, banner, serta pemanfaatan videotron sebagai media penyampaian informasi kepada masyarakat.

5. Saluran Komunikasi Internal Pemerintah

Saluran komunikasi internal pemerintah merupakan sarana yang digunakan untuk menyamakan persepsi serta memperkuat koordinasi antarinstansi dalam pelaksanaan suatu program. Melalui saluran ini, informasi dapat disampaikan secara terstruktur dan terarah kepada seluruh pemangku kepentingan di lingkungan pemerintahan. Penerapannya dapat dilakukan melalui berbagai bentuk komunikasi, seperti rapat koordinasi, penyampaian surat edaran, serta pemanfaatan grup WhatsApp sebagai media komunikasi yang cepat dan responsif.

Dengan pemilihan dan pemanfaatan saluran komunikasi yang tepat, diharapkan pesan mengenai layanan SP4N-LAPOR! dapat diterima secara luas, dipahami dengan baik, serta mendorong partisipasi aktif masyarakat dalam menyampaikan pengaduan guna mewujudkan pelayanan publik yang responsif, transparan, dan akuntabel.

BAB III TAKTIK DAN IMPLEMENTASI STRATEGI KOMUNIKASI

A. Metode Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy, teknik komunikasi merupakan cara atau metode yang digunakan oleh komunikator dalam menyampaikan pesan kepada komunikan agar pesan tersebut dapat dipahami dan mencapai tujuan yang diharapkan. Ia mengelompokkan teknik komunikasi ke dalam beberapa bentuk utama berdasarkan tujuan penyampaian pesan, diantaranya:

1. Metode Informatif

Metode informatif merupakan metode yang digunakan dengan memberikan penerangan dalam mempengaruhi khalayak. Penerangan disini maksudnya menyampaikan informasi sesuai dengan fakta dilapangan.

2. Metode Edukatif

Metode Edukatif merupakan metode dengan cara mendidik atau pengajaran dalam bentuk pesan mengenai pengalaman, pendapat, dan fakta tentang sesuatu kebenaran yang dapat dipertanggungjawabkan. Tujuannya adalah untuk mengubah sikap khalayak.

3. Metode Persuasif

Metode persuasif merupakan metode yang bersifat ajakan atau membujuk dengan cara halus dengan mempengaruhi harapan dan kepercayaan sehingga khalayak terpengaruh secara tidak sadar.

4. Metode Koersif

Metode Koersif merupakan metode yang dilakukan dengan cara paksaan, artinya khalayak dipaksa untuk bisa menerima ide atau gagasan, yang mana pesan yang disampaikan bisa saja dalam bentuk pendapat ataupun ancaman.

B. Taktik Komunikasi

Untuk menjangkau dan menggerakkan audiens secara efektif, perencanaan taktik komunikasi publik dapat mengadopsi kerangka PESO (Paid, Earned, Shared, Owned) sebagai pendekatan dalam merancang distribusi pesan yang terintegrasi dan terarah. Model PESO dipopulerkan oleh Gini Dietrich sebagai pendekatan strategis untuk meningkatkan efektifitas penyampaian pesan kepada publik. PESO merupakan akronim dari empat jenis media, yaitu:

1. Paid Media (Media Berbayar)

Paid media merupakan media komunikasi yang digunakan dengan cara membayar ruang atau waktu publikasi untuk menyampaikan pesan kepada audiens. Tujuan paid media adalah memperluas jangkauan informasi secara cepat kepada masyarakat.

Contoh:

- a. iklan di media cetak atau online
- b. iklan di media sosial
- c. baliho atau banner berbayar
- d. iklan radio atau televisi

2. Earned Media (Publikasi Media)

Earned media merupakan publikasi yang diperoleh secara alami melalui pemberitaan media atau rekomendasi pihak lain, tanpa membayar ruang iklan. Earned media memiliki keunggulan karena informasi yang disampaikan melalui media biasanya dianggap lebih kredibel oleh masyarakat.

Contoh:

- a. pemberitaan kegiatan pemerintah di media massa
- b. liputan media mengenai suatu program
- c. artikel atau opini yang dimuat di media
- d. wawancara pejabat di media

3. Shared Media (Media Sosial dan Interaksi Publik)

Shared media adalah media yang berbasis interaksi dan partisipasi publik, terutama melalui media sosial dan komunitas digital. Shared media bertujuan untuk mendorong interaksi dan partisipasi masyarakat dalam penyebaran informasi.

Contoh:

- a. Instagram, Facebook, atau Twitter pemerintah daerah
- b. penyebaran informasi melalui grup WhatsApp
- c. diskusi publik di media sosial

4. Owned Media (Media Milik Sendiri)

Owned media merupakan media yang dimiliki dan dikelola langsung oleh organisasi atau instansi. Owned media menjadi sumber informasi resmi yang dapat dikendalikan sepenuhnya oleh organisasi.

Contoh:

- a. website resmi pemerintah
- b. media sosial resmi instansi

- c. newsletter atau buletin
- d. kegiatan sosialisasi langsung kepada masyarakat

C. Implementasi Strategi Komunikasi

Implementasi strategi komunikasi merupakan tahap pelaksanaan dari perencanaan strategi komunikasi yang telah disusun sebelumnya. Tahap ini bertujuan untuk memastikan bahwa pesan komunikasi mengenai layanan pengaduan SP4N-LAPOR! dapat disampaikan secara efektif kepada masyarakat serta mendorong partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi dan pengaduan terhadap pelayanan publik.

Sebagaimana dikemukakan oleh George C. Edwards III, keberhasilan implementasi sangat dipengaruhi oleh komunikasi, sumber daya, disposisi pelaksana, dan struktur birokrasi. Oleh karena itu, pelaksanaan strategi komunikasi perlu didukung oleh koordinasi yang baik, ketersediaan sumber daya yang memadai, serta komitmen seluruh pihak yang terlibat.

Pelaksanaan strategi komunikasi dilakukan melalui berbagai kegiatan komunikasi yang memanfaatkan media yang dimiliki oleh pemerintah daerah serta melibatkan berbagai pihak terkait dalam proses penyebarluasan informasi. Implementasi strategi komunikasi ini tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi kepada masyarakat, tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai fungsi, manfaat, serta tata cara penggunaan layanan pengaduan SP4N-LAPOR!.

Agar pelaksanaan strategi komunikasi dapat berjalan secara efektif, kegiatan komunikasi dilakukan secara terencana melalui pemanfaatan berbagai saluran komunikasi, baik komunikasi langsung maupun komunikasi melalui media massa dan media digital.

D. Tahapan dalam Strategi Komunikasi

Pelaksanaan strategi komunikasi sosialisasi SP4N-LAPOR! dilakukan melalui beberapa tahapan agar kegiatan dapat berjalan secara terencana dan sistematis.

1. Tahap Persiapan (Januari sampai dengan Maret 2026)

Pada tahap ini dilakukan berbagai kegiatan persiapan sebelum pelaksanaan sosialisasi. Bentuk Kegiatan:

- a. Penyusunan rencana strategi komunikasi.
- b. Penyusunan materi sosialisasi.
- c. Pembuatan konten komunikasi seperti infografis, leaflet, dan video edukasi.

Tujuan tahap ini adalah memastikan seluruh kebutuhan pelaksanaan sosialisasi telah dipersiapkan dengan baik.

2. Tahap Pelaksanaan Sosialisasi (April sampai dengan November 2026)

Tahap ini merupakan kegiatan inti dalam implementasi strategi komunikasi. Bentuk Kegiatan:

a. Kegiatan untuk Pengelola Aduan

1. Bimbingan teknis atau pelatihan kepada Pengelola Aduan di OPD.
2. Bimbingan teknis atau pelatihan untuk Pengelola Aduan Pemerintah Kota Solok.
3. Rapat Koordinasi Pimpinan OPD.

Tujuannya agar Pengelola Aduan memiliki pemahaman yang sama mengenai mekanisme pengelolaan pengaduan, standar respons, serta pentingnya pelayanan pengaduan yang cepat dan akurat.

b. Kegiatan untuk Masyarakat

1. Publikasi informasi SP4N-LAPOR! melalui media sosial dan website pemerintah daerah.
2. Publikasi informasi SP4N-LAPOR! melalui media luar ruang (videotron dan billboard)
3. Pelaksanaan sosialisasi langsung kepada masyarakat.
4. Penyebaran informasi melalui leaflet.
5. Penyebaran informasi melalui media massa.
6. Dialog Warga

Pada tahap ini diharapkan masyarakat mulai memahami dan mengenal layanan SP4N-LAPOR!.

c. Kegiatan untuk Khalayak Sekunder (ASN, Tokoh Masyarakat, Mahasiswa)

1. Publikasi Konten di GrupWhatsApp
2. Kunjungan langsung kepada Tokoh Masyarakat (Ketua LKAAM, Bundo Kandung).
3. Sosialisasi langsung kepada Mahasiswa.

3. Tahap Monitoring dan Evaluasi

Tahap ini dilakukan untuk menilai efektivitas pelaksanaan strategi komunikasi. Bentuk Kegiatan:

- a. Monitoring jumlah laporan masyarakat yang masuk melalui SP4N-LAPOR!.

- b. Evaluasi pelaksanaan kegiatan sosialisasi.
- c. Pengumpulan masukan dari masyarakat terkait layanan pengaduan.
- d. Perbaiki strategi komunikasi berdasarkan hasil evaluasi.

Tahap ini bertujuan untuk memastikan strategi komunikasi yang dilaksanakan dapat memberikan hasil yang optimal.

E. Matriks Strategi Komunikasi Sosialisasi SP4N-LAPOR!

Matriks komunikasi disusun sebagai panduan dalam pelaksanaan strategi komunikasi layanan pengaduan SP4N-LAPOR! di Kota Solok. Matriks ini memuat taktik komunikasi, sasaran khalayak, saluran komunikasi, bentuk kegiatan, serta waktu pelaksanaan. Dengan adanya matriks ini, kegiatan sosialisasi diharapkan dapat berjalan lebih terarah, efektif, dan terkoordinasi

Matrik Strategi Komunikasi Layanan Pengaduan SP4N LAPOR!

No	Taktik Komunikasi (PESO)	Sasaran Khalayak	Saluran Komunikasi	Bentuk Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
Sasaran Intenal					
1	Owned Media (Milik Sendiri)	Kepala OPD	Rapat Koordinasi	Arahan dari Pimpinan	April s/d Desember
		Pengelola Aduan di OPD (Pejabat Penghubung, Pejabat Pelaksana, Admin OPD)	Pelatihan	Bimtek/ pelatihan	Juni
		Pengelola Aduan Tingkat Kota (Admin Kota)	Pelatihan	Bimtek/ pelatihan	April s/d Desember
		ASN di Kota Solok	Group Whatsapp	Publikasi Konten	April s/d Desember
Sasaran Khalayak Primer dan Sekunder					
1	Paid Media (Media Berbayar)	Masyarakat	Media Cetak	Pariwara	Oktober
2	Earned Media (Publikasi Media Pihak Lain)	Masyarakat	Media Online	Publikasi Berita	April s/d Desember
3	Shared Media (Media Sosial dan Komunitas Digital)	Masyarakat	Media Sosial (Instagram dan Facebook)	Publikasi Konten	April s/d Desember
		Komunitas	Group Whatsapp/ Media Sosial	Publikasi Konten/ Informasi	April s/d Desember
4	Owned Media (Milik Sendiri)	Masyarakat	Website resmi Pemko	Publikasi Berita di Info Publik Solok	April s/d Desember

No	Taktik Komunikasi (PESO)	Sasaran Khalayak	Saluran Komunikasi	Bentuk Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
			Medsos Pemko	Publikasi Konten	April s/d Desember
			Billboard	Spanduk LAPOR!	April s/d Desember
			Videotron	Penayangan Konten LAPOR!	April s/d Desember
			Barcode	Pemasangan barcode LAPOR! di OPD	April s/d Desember
			Dialog Publik/ Sapa Warga	Safari Subuh	April s/d Desember
		Masyarakat, Tokoh Masyarakat dan Mahasiswa	Leaflet	Sosialisasi langsung melalui kegiatan lapor On The Street	April s/d Desember

f. Timeline / Roadmap Strategi Komunikasi Sosialisasi SP4N-LAPOR!

Timeline atau roadmap strategi komunikasi disusun sebagai panduan waktu pelaksanaan kegiatan sosialisasi layanan pengaduan SP4N-LAPOR! di Kota Solok. Roadmap ini menggambarkan tahapan kegiatan yang akan dilaksanakan secara bertahap dan terencana, mulai dari tahap persiapan, pelaksanaan sosialisasi, hingga evaluasi. Dengan adanya timeline ini, diharapkan pelaksanaan strategi komunikasi dapat berjalan lebih sistematis, terukur, dan berkelanjutan.

Timeline / Roadmap Strategi Komunikasi Sosialisasi SP4N-LAPOR!

No	Tahapan	Kegiatan	Waktu Pelaksanaan
1	Tahap Persiapan	Penyusunan rencana strategi komunikasi	Januari s/d Maret
		Penyusunan materi sosialisasi	Januari s/d Maret
		Pembuatan konten komunikasi (infografis, leaflet, video)	Januari s/d Maret
2	Tahap Sosialisasi Awal	Publikasi informasi SP4N LAPOR! melalui media sosial, website pemerintah dan <i>group WhatsApp</i>	Januari s/d Desember
		Publikasi informasi SP4N LAPOR! melalui media luar ruang (Videotron dan billboard)	April s/d Desember
3	Tahap Sosialisasi Intensif	Sosialisasi langsung kepada masyarakat, tokoh masyarakat, pelajar, dan mahasiswa	April s/d Desember
		Penyebaran Informasi melalui leaflet	April s/d Desember
		Penyebaran Informasi melalui media massa	April s/d Desember
		Dialog Warga	April s/d Desember
4	Tahap Penguatan Sosialisasi	Pelatihan atau bimbingan teknis pengelola SP4N-LAPOR! di OPD	Juni
5	Tahap Monitoring dan Evaluasi	Monitoring jumlah laporan masyarakat melalui SP4N-LAPOR!	Januari s/d Desember
		Evaluasi pelaksanaan strategi komunikasi	Desember
		Penyusunan laporan hasil pelaksanaan strategi komunikasi	Desember

BAB V PENUTUP

Strategi Komunikasi Sosialisasi Layanan Pengaduan SP4N-LAPOR! sebagai kanal aspirasi masyarakat disusun sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam menyampaikan aspirasi, pengaduan, serta saran terkait pelayanan publik kepada pemerintah. Melalui strategi komunikasi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan, diharapkan informasi mengenai layanan pengaduan SP4N-LAPOR! dapat tersampaikan secara efektif kepada seluruh lapisan masyarakat.

Pelaksanaan strategi komunikasi ini memerlukan dukungan serta koordinasi yang baik antara perangkat daerah, pengelola layanan pengaduan, serta berbagai pihak terkait lainnya. Selain itu, partisipasi aktif masyarakat juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan pemanfaatan SP4N-LAPOR! sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

Dengan adanya strategi komunikasi ini diharapkan masyarakat semakin mengetahui, memahami, dan memanfaatkan layanan pengaduan SP4N-LAPOR! sebagai kanal resmi dalam menyampaikan aspirasi. Pada akhirnya, hal tersebut diharapkan dapat mendorong peningkatan kualitas pelayanan publik, memperkuat transparansi penyelenggaraan pemerintahan, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah.

DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2010). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- David Rockland. (2019). *Advancing Communication Measurement. Institute for Public Relations*.
- Effendy, Onong Uchjana, 2005, *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Fajar, Marhaeni, *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*, Yogyakarta: Graha Ilmu 2009.
- International Association for Measurement and Evaluation of Communication (AMEC). (2020). *AMEC Integrated Evaluation Framework*. Diakses dari <https://amecorg.com>
- International Association for Measurement and Evaluation of Communication (AMEC). (2020). *Barcelona Principles 3.0*. Diakses dari <https://amecorg.com>
- Keputusan Wali Kota Solok Nomor : 100.3.3.3- 22 – 2026 tentang Pembentukan Tim Pengelola Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional – Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat di Lingkungan Pemerintah Daerah.
- Keputusan Wali Kota Solok Nomor : 100.3.3.3- 23 – 2026 tentang Pembentukan Petugas Pelayanan Pengaduan Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional – Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat di Lingkungan Pemerintah Daerah.
- Keputusan Sekretaris Daerah Kota Solok Nomor : 100.3.3.6- 5 – 2026 tentang Pembentukan Tim Lapor On The Street
- Peraturan Presiden Nomor 76 Tahun 2013 tentang Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik.
- Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik.
- Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 8 Tahun 2023 tentang Pengelolaan Pengaduan di Lingkungan Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintah Daerah.
- Peraturan Menteri PANRB Nomor 5 Tahun 2025 tentang Penyelenggaraan Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional.
- Richard Bagnall. (2020). *AMEC Framework and Communication Measurement*. (Presentation/AMEC Publication).
- Stacks, Don W. 2016. *Primer of Public Relations Research* Edisi Ketiga. New York: The Guilford Press.
- Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.