

## KOMUNIKASI PEMASARAN DINAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA KOTA PONTIANAK DALAM MEMPROMOSIKAN APLIKASI PENGADUAN MASYARAKAT

Oleh:

MEILANI TIRZA YOLANDA SALANGKA<sup>1\*</sup>

NIM. E1101151040

Lina Sunyata<sup>2</sup>, Aliyah Nur'aini Hanum<sup>2</sup>

\*Email: [meilanitys@gmail.com](mailto:meilanitys@gmail.com)

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Tanjungpura Pontianak

<sup>2</sup> Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas  
Tanjungpura Pontianak

### ABSTRAK

Dalam mengatasi permasalahan yang ada di Kota Pontianak, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak bersama dengan pemerintah pusat menyediakan aplikasi pengaduan yang dibuat khusus untuk masyarakat Kota Pontianak. Berbagai promosi konvensional dan digital sudah dilakukan tetapi pada kenyataannya, komunikasi pemasaran yang dilakukan masih terlihat minim dan masih memiliki kekurangan karena masyarakat masih banyak yang tidak tahu mengenai aplikasi ini. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses komunikasi pemasaran yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, yang dianalisis menggunakan konsep Perencanaan *Integrated Marketing Communication* (Kotler & Armstrong, 2005). Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek dalam penelitian ini adalah pegawai di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak dan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Diskominfo Kota Pontianak sudah menjalankan Perencanaan IMC dalam kenali target, menganalisa situasi, membuat *marketing objectives*, menyusun strategi dan evaluasi secara *online* maupun *offline* kepada masyarakat Kota Pontianak. Rekomendasi atau saran yang dapat diberikan yaitu sebaiknya meningkatkan promosi untuk aplikasi LAPOR!, terutama fungsi aplikasi lebih ditonjolkan kepada masyarakat Kota Pontianak, sehingga dapat menumbuhkan minat dan ketertarikan masyarakat untuk menggunakan aplikasi LAPOR!.

**Kata Kunci:** Aplikasi LAPOR!, Promosi, Media Sosial, *Smart City*.

**MARKETING COMMUNICATION OF THE PONTIANAK CITY  
COMMUNICATION AND INFORMATICS OFFICE IN PROMOTING  
THE PUBLIC COMPLAINT APPLICATION**

**By:**  
**MEILANI TIRZA YOLANDA SALANGKA<sup>1\*</sup>**  
NIM. E1101151040

Lina Sunyata<sup>2</sup>, Aliyah Nur'aini Hanum<sup>2</sup>  
\*Email: meilanitys@gmail.com

1. Student of Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University Pontianak
2. Lecturer of Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences, Tanjungpura University Pontianak

**ABSTRACT**

In overcoming problems that exist in Pontianak City, the Pontianak City Communication and Informatics Office together with the central government provides a complaint application made specifically for the people of Pontianak City. Various conventional and digital promotions were carried out but in reality, the marketing communication looked minimal and had shortcomings because many people were still unaware about this application. This research aimed to describe the marketing communication process carried out by the Pontianak City Communication and Informatics Office. This research used qualitative approach with descriptive methods which were analyzed using the concept of Integrated Marketing Communication Planning (Kotler & Armstrong, 2005). Data collection techniques consisted of observation, interviews, and documentation. The subjects in this research were the employees at the Pontianak City Communication and Informatics Office and the community. The results indicate that the Pontianak City Communication and Informatics Office implemented IMC planning in identifying targets, analyzing situations, creating marketing objectives, developing strategies and evaluating both online and offline to the people of Pontianak City. It is suggested or recommended that the promotion for LAPOR! application should be increased. Especially, the application functions should be more emphasized to the people of Pontianak City, so that it can foster public interest in using LAPOR! application.

**Keywords:** LAPOR! Application, Promotion, Social Media, Smart City.



## A. PENDAHULUAN

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan komunikasi dan promosi yang membuat masyarakat tidak mengetahui keberadaan informasi, produk, maupun jasa. Kesadaran akan pentingnya sarana promosi disadari tidak hanya berhubungan dengan peningkatan ekonomi tetapi juga isu sosial masyarakat yang kemudian mendorong lahirnya Komunikasi Pemasaran.

Pemerintah Kota Pontianak kini sudah mulai memanfaatkan teknologi yang ada, dan bertujuan untuk mempermudah akses informasi, memajukan dan mempercepat pertumbuhan dibidang teknologi informasi. Pemerintah Kota Pontianak mempunyai visi dan misi untuk menjadikan Kota Pontianak sebagai Pontianak *Smart City* yang merupakan inovasi untuk tata pemerintahan yang efektif. Kemudahan mengakses komunikasi tergambar dalam mudahnya kita bersosialisasi dengan masyarakat luar dengan efisiensi waktu. Kehadiran media baru seperti

internet dengan berbagai macam aplikasi telah membantu kita dalam berbagai bidang kehidupan, misalnya pendidikan, pemerintahan, pemasaran, dan lain sebagainya.

Pemerintah Kota Pontianak pada masa itu sudah menyiapkan pusat kendali yang dinamai '*Pontianak Command Center*' (PCC), ruang yang terletak bersebelahan dengan ruang kerja Wali Kota. Ruangan ini dilengkapi dengan berbagai perangkat IT yang terintegrasi dengan Organisasi Perangkat Daerah yang ada di lingkungan Pemerintah Kota Pontianak serta terkoneksi dengan aplikasi-aplikasi layanan bagi masyarakat yang sudah disiapkan. Dengan adanya PCC, Pemerintah Kota Pontianak bisa dengan cepat merespon apapun yang ditemukan masyarakat di lapangan.

Berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 76 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 3 Tahun 2015 tentang ditetapkannya aplikasi LAPOR! sebagai Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan



Publik Nasional (SP4N) maka pada tahun 2018 Pemerintah Kota Pontianak diarahkan oleh Pemerintah Pusat untuk beralih dan fokus ke aplikasi LAPOR! dan meninggalkan aplikasi GENCIL. Didasari oleh peraturan diatas maka Dinas Komunikasi dan Informatika sebagai lembaga yang ditunjuk oleh Pemerintah Pusat untuk menjalankan aplikasi LAPOR! yang mana berarti Pemerintah Kota Pontianak dan Dinas Komunikasi dan Informatika berkordinasi untuk menindaklanjuti temuan dari aplikasi tersebut.

LAPOR! (Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat) adalah sebuah sarana aspirasi dan pengaduan berbasis media sosial yang mudah diakses dan terpadu dengan 81 Kementerian/Lembaga, 5 Pemerintah Daerah, serta 44 BUMN di Indonesia. LAPOR! dikembangkan oleh Kantor Staf Presiden dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat untuk pengawasan program dan kinerja pemerintah dalam penyelenggaraan

pembangunan dan pelayanan publik.

Dalam pengelolaan aplikasi LAPOR!, Dinas Komunikasi dan Informatika memiliki Pontive Center yang menjalankan fungsi hubungan masyarakat. menurut Kepala seksi Pontive Center yaitu ibu Sri Wulan Rezeki “*sebagai wadah untuk pengaduan masyarakat, bagian Pontive Center juga diwajibkan untuk melakukan promosi, sosialisasi dan memberitahukan kepada masyarakat apa saja aplikasi maupun informasi yang sudah dikeluarkan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak*”.

Karena aplikasi ini terbilang baru, maka kesadaran masyarakat (*awareness*) akan hadirnya aplikasi LAPOR! ini masih terbilang minim. Oleh karena itu, selain menggunakan media sosial, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak juga menggunakan strategi komunikasi yaitu, promosi konvensional seperti; sebar *brosur, leaflet, standing banner*, non konvensional seperti media sosial yaitu; *facebook, twitter, instagram*.



dan kanal resmi pemerintah Kota Pontianak. Promosi juga dilakukan melalui tamu yang berkunjung ke *Pontive Center*, seluruh karyawan di instansi pemerintah juga turut mempromosikan aplikasi pengaduan ini untuk membangun kesadaran masyarakat agar masyarakat luas mengetahui akan hadirnya aplikasi ini

Berbagai promosi konvensional dan digital sudah dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan informatika Kota Pontianak tetapi pada kenyataannya masih memiliki kekurangan karena, masyarakat masih banyak yang tidak tahu mengenai aplikasi ini.

Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa element masyarakat yang berada pada kisaran usianya 19-45 tahun dan sebagian besar menjawab tidak pernah mengetahui bahkan mendengar tentang adanya aplikasi tersebut. Bahkan ada yang menyayangkan karena Dinas Komunikasi dan informatika Kota Pontianak tidak gencar dalam memperkenalkan aplikasi laporan pengaduan masyarakat.

## B. KAJIAN TEORI

Komunikasi pemasaran terpadu adalah sebuah konsep dimana suatu perusahaan mengintegrasikan dan mengkoordinasikan berbagai saluran komunikasi untuk mengirim pesan yang jelas, konsisten, dan meyakinkan berkenaan dengan perusahaan dan produknya. (Kotler dan Armstrong; 2005). Langkah-langkah proses perencanaannya adalah:

### 1. Kenali Target

Kenali Target, sebelum menyusun rencana, selalu pastikan terlebih dahulu siapa yang akan menjadi konsumen. Lakukan analisa terhadap produk. Cari tahu orang-orang seperti apa yang bersedia untuk membeli produk, lalu kelompokkan mereka berdasarkan kategori seperti umur, gaya hidup, *income*, dan lain-lain.

### 2. Menganalisa Situasi

Menganalisa Situasi, selanjutnya lakukan analisa yang mendalam mengenai produk. Cari tau kelebihan, kekurangan, kesempatan, dan ancaman yang ada di produkmu dengan menggunakan

SWOT *analysis*. Dengan begitu, kita akan tahu bagaimana kondisi produkmu sekarang, dan ini akan membantu untuk merancang strategi komunikasi yang efektif.

### 3. **Membuat *Marketing Objectives***

Membuat *Marketing Objectives*, tentukan tujuan dari strategi marketing, tujuan dari strategi marketing akan menjadi tema atau konsep yang akan kamu pegang selama merancang strategi. Semua hal yang berkaitan dengan strategi, seperti isi pesan, konsep, dan media akan bersumber pada tujuan.

### 4. **Menyusun Strategi**

Menyusun Strategi, pada tahap ini harus mencari ide dalam hal konsep dan tema. Kemudian susun pesan yang ingin disampaikan. Tentukan juga bagaimana pesan tersebut akan disampaikan. Misalnya dalam bentuk video, gambar, atau tulisan. Setelah itu baru tentukan *channel* apa yang akan kamu gunakan. Apakah akan beriklan di TV, mengadakan *event*, melakukan promosi, atau terjun di media sosial.

### 5. **Evaluasi**

Evaluasi, akhiri strategi marketing dengan evaluasi. Evaluasi kembali mulai dari target konsumen, tujuan, dan strategi. Apakah konsumen mendapatkan pesan yang ingin disampaikan dengan baik? Apakah *channel* yang digunakan dapat menyampaikan pesan dengan efektif? Apakah isi pesan yang dibuat sudah cukup kuat? Apakah tujuannya sudah tercapai?.

Manfaat Komunikasi Pemasaran adalah untuk membentuk identitas merk yang kuat di pasar dengan mengikat bersama dan memperkuat semua citra dan pesan komunikasi perusahaan. Selain itu untuk mengkoordinasikan semua pesan, *positioning* dan citra, serta identitas perusahaan melalui semua bantuk komunikasi pemasaran. Dan juga adanya hubungan yang lebih erat antara perusahaan (melalui produk/jasanya) dengan para konsumennya.

Tujuan dari Komunikasi Pemasaran, komunikasi pemasaran mengarah ke pengembangan dan pemeliharaan hubungan masyarakat

dengan instansi maupun perusahaan sehingga terjalin baik dan harmonis. Strategi yang digunakan mempromosikan merek perusahaan untuk klien potensial, meyakinkan mereka untuk mencoba merek-merek baru. Efek keseluruhan adalah bahwa perusahaan menikmati margin keuntungan meningkat yang merupakan satu-satunya alasan perusahaan menjalankan fungsinya.

Jadi, Rencana program PR sama pentingnya dengan menciptakan suatu fondasi yang kuat untuk sebuah organisasi/perusahaan. Tanpa didahului oleh rencana maka tidak akan mencapai hasil yang memuaskan. Program PR (*Public Relation*) yang didasarkan kepada analisis lingkungan situasi dan kondisi.

### C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan bertujuan untuk menggambarkan keadaan obyek penelitian berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya dengan cara menganalisa data

yang sudah terkumpul sesuai kondisi pada saat penelitian dilaksanakan. Penelitian kualitatif dengan jenis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan akurat, fakta dan karakteristik mengenai bidang tertentu dan berusaha menggambarkan situasi atau kejadian nyata. Penelitian ini dilakukan dengan maksud untuk memperoleh informasi yang lebih rinci mengenai komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh pemerintah Kota Pontianak dalam mempromosikan aplikasi pengaduan masyarakat kepada masyarakat Kota Pontianak.

Sumber atau sasaran dalam penelitian ini adalah orang-orang yang dianggap mampu memberikan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Sehingga sumber atau sasaran ini menjadi subjek penelitian yang dapat memberikan data dan informasi yang benar atau faktual. Subjek penelitian adalah kepala seksi (kasi) Pontive Center kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak, operator kantor, masyarakat pengguna dan masyarakat yang bukan pengguna

aplikasi pengaduan masyarakat. Empat orang informan berasal dari dinas sedangkan dalam pencarian informan kalangan masyarakat pengguna dan bukan pengguna aplikasi pengaduan masyarakat menggunakan media sosial dalam pencariannya. Sedangkan objeknya adalah Komunikasi Pemasaran yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak dalam mempromosikan aplikasi pengaduan masyarakat.

Metode yang digunakan dalam pengolahan data menggunakan metode kualitatif dengan mengumpulkan data-data yang lapangan lalu diklarifikasikan berdasarkan kategori hasil penelitian. Dalam penafsiran dilakukan secara komperatif berdasarkan teori-teori yang mendukung, kemudian ditarik kesimpulan. Berhubung penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka analisis data yang digunakan adalah non statistik, artinya dalam proses analisis dengan mendeskripsikan hasil penelitian sesuai fakta di lapangan.

Peneliti menggunakan triangulasi sebagai teknik untuk

mengecek keabsahan data, peneliti mengecek ulang informasi yang diterima dan membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian yang ada di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi sumber dan teknik. Triangulasi sumber, peneliti menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber yang dipercaya, sedangkan triangulasi teknik peneliti menguji dengan beberapa teknik pengumpulan data untuk mendapatkan data yang sama. Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang dilakukan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dan informasi yang berkaitan dengan penelitian, seperti melakukan pengamatan langsung pada lokasi penelitian di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak untuk mengamati langkah perencanaan komunikasi pemasaran Dinas Komunikasi dan Informatika untuk melakukan promosi aplikasi LAPOR! secara optimal melalui media sosial.

#### **D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Banyaknya permasalahan di kawasan tempat tinggal dan di dalam kota di seluruh pelosok negeri membuat pemerintah berinisiatif untuk memberikan saluran yang mudah untuk mengadukan permasalahan kepada pemerintah di era digital seperti sekarang ini. Maraknya kerusakan fasilitas yang telah disediakan pemerintah dan pelayanan publik yang kurang baik menjadikan pemerintah semakin aktif menjadi penghubung komunikasi antar masyarakat dan pemerintah.

Aplikasi LAPOR! adalah sebuah sarana aspirasi dan pengaduan berbasis media sosial yang mudah diakses dan terpadu yang dikembangkan oleh kantor staf Presiden dalam rangka meningkatkan partisipasi masyarakat untuk pengawasan program dan kinerja pemerintah dalam penyelenggaraan, pembangunan dan pelayanan publik.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak adalah instansi yang mengatur jalannya aplikasi pengaduan masyarakat

yaitu LAPOR! (Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat), yang ditugaskan oleh pemerintah pusat kepada setiap daerah di Indonesia. Dinas Komunikasi dan Infromasi bersama dengan Pemerintah Kota (pemkot) Pontianak memperkenalkan dan mempromosikan aplikasi pengaduan kepada masyarakat Kota Pontianak. Sebagai satu unsur Organisasi Perangkat Daerah (OPD) untuk meningkatkan kualitas aplikasi dan SDM dibidang teknologi informasi dan komunikasi melalui kerjasama dan kemitraan bersama komunitas komunikasi berbasis potensi lokal, dan meningkatkan Peran Serta Masyarakat dalam Pelayanan dan Akses Informasi, Komunikasi dan Informatika serta meningkatkan kuantitas dan kualitas data sektoral Kota Pontianak.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak dalam upaya mengenalkan pelayanan informasi kepada masyarakat membutuhkan suatu media yang sesuai dengan era digital. Munculnya aplikasi LAPOR! ini

untuk memberikan pelayanan informasi secara terpusat, praktis dan cepat. Aplikasi ini diperlukan untuk memudahkan masyarakat yang mempunyai permasalahan dengan instansi pemerintah dan lingkungan tempat tinggal maupun jika menemukan masalah di ruang terbuka publik yang ada di Kota Pontianak.

Dalam melaksanakan tugas dan fungsinya Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak mempunyai tugas membantu Walikota melaksanakan urusan pemerintahan yang menjadi kewenangan daerah dan tugas pembantu di bidang komunikasi, bidang informatika dan bidang statistik. Berdasarkan dokumen rencana jangka menengah (JM) Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak termasuk dalam urusan Komunikasi dan Informatika yang difokuskan dalam mewujudkan misi yang kedua yaitu meningkatkan pelayanan publik dan penyelenggaraan pemerintahan yang baik dengan prioritas pembangunan yang secara langsung memberikan kontribusi terhadap

keberhasilan pencapaiannya program penguasaan serta pengembangan aplikasi dan teknologi informasi dan komunikasi.

Kegiatan-kegiatan promosi sudah seringkali dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak Kota Pontianak seperti mencetak *brostur* dan *standing banner*, memposting di media sosial *facebook*, *twitter* dan *instagram* dan selama satu bulan sekali mengadakan kegiatan promosi di acara *Car Free Day* yang diadakan di Jalan Ahmad Yani Kota Pontianak.

Diantara kegiatan promosi dimaksud yakni melalui sosialisasi dan koordinasi, Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak menjalin kerjasama dengan berbagai pihak dan instansi yang ada di pemerintah, seperti Sekretariat Daerah Kota Pontianak, Sekretariat DPRD Kota Pontianak, Inspektorat Kota Pontianak, Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Pontianak, Badan Keuangan Daerah Kota Pontianak, Satuan Polisi Pamong Praja Kota Pontianak,

Dinas Pendidikan dan Kebudayaan Kota Pontianak, Dinas Kesehatan Kota Pontianak, UPTD RSUD Sultan Syarif Mohammad Alkadrie, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Pontianak dan lain-lain, yang ada dilingkungan masyarakat seperti Kantor Lurah, Kantor Camat, maupun kampus-kampus dan organisasi yang ada di Kota Pontianak.

Temuan penelitian yang mengungkapkan kurang maksimalnya kegiatan komunikasi pemasaran diskominfo selama ini, mengindikasikan perlunya strategi yang tepat. Penggunaan media sosial dapat menjadi pilihan tepat untuk mempromosikan aplikasi LAPOR! ini. Untuk mendapatkan gambaran proses komunikasi pemasaran yang dilakukan Diskominfo, peneliti menggunakan teori Langkah-langkah proses perencanaan IMC dari Kotler dan Armstrong (2005), yang memaparkan lima langkah perencanaan yaitu (1) Kenali Target, (2) Menganalisa Situasi, (3) Membuat *Marketing Objectives*, (4)

Menyusun Strategi, dan (5) Evaluasi.

### 1. Kenali Target

Kenali Target merupakan tahap dimana awalnya Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak mengenali target untuk mempromosikan aplikasi pengaduan yaitu masyarakat. Lakukan analisa terhadap aplikasi LAPOR!, cari tahu sasaran masyarakat yang aktif menggunakan aplikasi sehingga bisa diperkenalkan pada aplikasi pengaduan yaitu LAPOR!.

Berdasarkan penelitian, yang dilakukan perusahaan terutama instansi ini sebelum melakukan promosi yaitu mengetahui target pasar sesuai kebutuhan. Target pasar dengan menggunakan aplikasi “LAPOR!” dalam instansi ini merupakan elemen masyarakat yaitu, masyarakat Kota Pontianak, mahasiswa, pemerintah, pebisnis.

Pemerintah Kota Pontianak melalui Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak mengadakan sosialisasi dan pelatihan Aplikasi SP4N-LAPOR! kepada setiap pegawai di Dinas Komunikasi dan Informatika Kota

Pontianak. Setiap adanya perubahan versi pada aplikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak bekerjasama dengan B-TRUST dan Ombudsman Republik Indonesia perwakilan Kalimantan Barat untuk mengadakan pelatihan terkait perubahan pada versi aplikasi. Sekarang aplikasi LAPOR! sudah berada di versi 3.0.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak sering mendapati kunjungan ke Pontive Center oleh sekolah-sekolah dan kampus yang ada di Kota Pontianak, hal tersebut juga dimanfaatkan untuk memperkenalkan aplikasi LAPOR! kepada target yang berkunjung di Dinas. Pada kesempatan lain, sosialisasi aplikasi dilakukan di acara Musrenbang se-Kota Pontianak. Kegiatan ini dilakukan untuk menginformasikan kepada masyarakat tentang Aplikasi inovatif milik Pemkot Pontianak yaitu Aplikasi JEPIN yang mempunyai konsep satu gapura (*Single Portal*). Aplikasi ini juga bisa langsung terhubung ke LAPOR! sehingga memudahkan

masyarakat Kota Pontianak dalam mengunjungi fitur yang diinginkan tanpa harus mengingat portal domain layanan-layanan yang ada. Cukup klik, maka langsung diarahkan ke layanan yang ingin dinikmati.

Target dalam promosi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak adalah pelajar, mahasiswa, pegawai dinas dan masyarakat Kota Pontianak yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana informasi. Oleh karena itu Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak mengenali target masyarakat melalui media sosial yang ada.

## 2. Menganalisa Situasi

Menganalisa situasi adalah tahap yang mendalam mengenai produk secara internal dan eksternal. Cari tau kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang ada di produkmu dengan menggunakan *SWOT analysis* dengan begitu kita akan tahu bagaimana kondisi produkmu sekarang, dan ini akan membantu

untuk merancang strategi komunikasi yang efektif.

Pada tahap ini tujuan promosi dari instansi ini untuk memaksimalkan pelayanan informasi tentang pengaduan yang ada di masyarakat Kota Pontianak dan menjadi kanal informasi yang membantu masyarakat dan menjadi ketertarikan bagi masyarakat untuk lebih peduli terhadap permasalahan yang ditemukan masyarakat.

Ketika Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak menjalankan program kerja yaitu memperkenalkan dan mempromosikan aplikasi LAPOR! Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak menganalisa perilaku umum dan hubungan instansi dengan masyarakat. Selanjutnya menganalisa tingkat opini publik baik intern maupun ekstern. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak juga mengantisipasi kecenderungan-kecenderungan, masalah-masalah yang potensial, kebutuhan-kebutuhan dan kesempatan-kesempatan yang ada pada aplikasi LAPOR!.

Peran serta dukungan yang dilakukan pihak pusat kepada pihak Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak tentunya menjadi faktor utama Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak dalam melayani masyarakat sehingga masyarakat semakin peduli dengan lingkungan sekitar.

Peran dan dukungan dari masyarakat sangat dibutuhkan oleh Pemerintah dan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak, tanpa adanya dukungan dan *feedback* dari masyarakat maka semua program dan rencana kerja dari Pemerintah tidak akan kelihatan hasilnya.

Masyarakat yang mendapatkan pesan promosi kurang aktif melakukan *feedback* terhadap promosi yang dilakukan, akan tetapi Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak juga tidak ragu dalam mencari peluang yang bisa mereka gunakan untuk terus mensosialisasikan aplikasi pengaduan kepada masyarakat.

Pada masa sekarang ini, masyarakat lebih aktif bermedia sosial, oleh karena itu tingkat

aktivitas akun media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak, Pemkot dan Pontive center semakin gencar posting mengenai aplikasi LAPOR!.

### 3. Membuat Marketing Objectives

Membuat *Marketing Objectives*, yaitu tentukan tujuan dari strategi marketing, tujuan dari strategi marketing akan menjadi tema atau konsep yang akan kamu pegang selama merancang strategi. Semua hal yang berkaitan dengan strategi, seperti isi pesan, konsep, dan media akan bersumber pada tujuan.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak telah menentukan tujuan dan strategi marketing menggunakan konten-konten, isi pesan promosi dan materi-materi dari pusat hanya ada tambahan sedikit tetapi karena mengikuti daerah, tidak mengubah dan tidak keluar jalurnya dan intinya harus sama.

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak sudah menyusun strategi untuk promosi tetapi masyarakat sendiri masih sering melaporkan permasalahan

kepada akun masyarakat yaitu pontianak informasi, tetapi disamping hal tersebut Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak mempunyai tim yang bekerja untuk mengawasi setiap laporan yang ada bukan pada akun media sosial Pemerintah sehingga bisa tetap terpantau.

### 4. Menyusun Strategi

Menyusun strategi yaitu, pada tahap ini Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak harus mencari ide dalam konsep dan tema. Kemudian susun pesan yang ingin disampaikan. Tentukan juga bagaimana pesan tersebut akan disampaikan, misalnya dalam bentuk video, gambar, atau tulisan. Setelah itu baru tentukan *channel* apa yang akan digunakan. Apakah akan beriklan di TV, mengadakan event, melakukan promosi, atau terjun dimedia sosial.

Dalam hal ini *monitoring* aplikasi juga dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak melalui dua cara yaitu secara *online* dan *offline*. Secara online melalui online dan offline. Secara online melalui app store,

google play store, maupun website. Sedangkan offline yaitu melalui rapat internal dari Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak.

Dari hasil penelitian ini Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak membuat rencana program instansi yaitu, menentukan masalah sesuai kebutuhan yaitu dibutuhkan media promosi informasi yang secara praktis sesuai dengan potensi-potensi yang ada di masyarakat Kota Pontianak. Kemudian merencanakan konten dengan cara menentukan isi konten yang menarik dan deskripsi informasi, penentuan platform dengan cara bekerja sama dengan beberapa pihak untuk mempermudah mengisi informasi-informasi yang dibutuhkan dalam penggunaan aplikasi. Setelah itu menciptakan *awareness* (kesadaran) pada masyarakat dengan promosi-promosi melalui akun media sosial Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak, pola update dengan cara memberikan informasi secara lengkap dan terbaru sesuai *time line* yang sudah ditetapkan, dan yang

terakhir interaksi dengan pengguna yang diberikan ruang adanya komentar dari setiap informasi yang disajikan.

umas disini berperan untuk menyediakan layanan teknis komunikasi seperti hal-hal yang berhubungan dengan publisitas dan *media relations*. Selain itu humas juga berperan sebagai pihak mencari solusi dalam masalah dengan publik, sebagai mediator antara organisasi dengan publik, sebagai penasehat dan pengambilan keputusan tentang persoalan yang dihadapi, sebagai layanan teknis komunikasi.

## 5. Evaluasi

Evaluasi berarti akhiri strategi marketing dengan evaluasi. Evaluasi kembali mulai dari target masyarakat, tujuan dan strategi. Apakah konsumen mendapatkan pesan yang ingin disampaikan dengan baik? Apakah channel yang digunakan dapat menyampaikan pesan dengan efektif? Apakah isi pesan yang dibuat sudah cukup kuat? Apakah tujuannya sudah tercapai?

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak juga menganggap bahwa masyarakat sudah menggunakan media sosial dengan efektif tetapi dalam menghadapi aduan masyarakat pasti ada aduan yang belum ditanggapi secara sempurna. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak berharap apa yang telah ditentukan sudah terarah dengan baik. Ini salah juga menjadi salah satu strategi dari pontianak *Smart City* dengan pengaduan secara online, jika dahulu berbagai cara dilakukan secara manual akan memakan waktu yang sangat lama.

Tujuan Pemerintah dan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak sudah hampir tercapai dan berharap agar masyarakat juga bukan hanya sekedar mengadu tetapi juga bisa memberi masukan dari masyarakat kepada pemerintah. Tujuan inti laporan pengaduan secara online, dan sudah tercapai dimana masyarakat sekarang sudah mulai *aware*.

Pemerintah harus mampu mensosialisasikan aplikasi yang sudah ada secara massif dengan

memanfaatkan media cetak maupun elektronik, apabila memungkinkan bisa saja mengajak para influencer untuk membantu mensosialisasikan aplikasi pengaduan tersebut. Pemerintah juga harus mampu membangun kepercayaan publik bahwa aplikasi pengaduan yang ada memang terbukti mampu menjawab dengan cepat setiap pengaduan yang ada, bukan hanya sekedar aplikasi pengaduan semata tanpa ada kejelasan.

Menurut masyarakat Kota Pontianak cukup baik, artinya pemerintah mulai berusaha untuk membuka ruang kepada masyarakat dalam hal mengakses layanan publik secara online. Dengan adanya aplikasi tersebut sangat bagus dan efisien dalam membantu tugas pemerintah dan akan sangat memudahkan pemerintah dalam mengidentifikasi setiap permasalahan yang ada di Kota Pontianak selain itu dapat meningkatkan interaksi antar pemerintah dan juga masyarakat sehingga adanya satu tujuan yg dapat dicapai bersama.

Untuk hal evaluasi dalam instansi ini harus selalu koordinasi

dan evaluasi dari semua elemen dalam waktu tertentu. Berdasarkan kesimpulan di segala aktivitas dan tahapan promosi yang dilakukan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak di era digital dengan menggunakan aplikasi, maka diketahui bahwa selama proses pengenalan hingga promosi aplikasi ini, pemerintah diminta untuk terus berinovasi menyesuaikan perkembangan teknologi terutama media untuk berkomunikasi yang sedang digunakan masyarakat. Selain itu dengan mengikuti perkembangan teknologi, layanan informasi yang diberikan pada masyarakat dengan mudah, cepat dan efisien untuk menerima dan mencari informasi yang dibutuhkan. Aplikasi LAPOR! yang terus dikembangkan mengikuti perkembangan agar maksimal dalam melayani kebutuhan pengaduan masyarakat.

## **E. PENUTUP**

### **1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat disimpulkan bahwa Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak sudah melakukan

kegiatan pengenalan aplikasi secara *online* dan *offline* melalui bidang informasi, komunikasi dan publikasi untuk mempromosikan aplikasi LAPOR!.

Dukungan pemerintah pusat kepada Dinas Komunikasi dan Informatika sudah dilakukan dan terlihat melalui setiap adanya perubahan versi pada aplikasi sehingga dari pihak Dinas Komunikasi dan Informatika semakin cepat dalam mengatasi permasalahan yang ada di masyarakat Kota Pontianak.

Strategi yang dilakukan Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak seksi pengaduan masyarakat dan pelayanan informasi untuk mempromosikan aplikasi LAPOR! dilakukan dengan cara penggunaan media sosial, media elektronik dalam bentuk video throne, dilakukan disetiap adanya event yang diselenggarakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika dan juga dalam Komunikasi Pemasaran untuk mengembangkan aktivitas promosi pada media sosial agar berjalan dengan efektif Dinas Komunikasi dan Informatika

bekerjasama dengan instansi dan lembaga dinas lain yang ada di Kota Pontianak.

## 2. Saran

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang disajikan yaitu, Meningkatkan promosi untuk aplikasi LAPOR!, terutama fungsi aplikasi LAPOR! lebih ditonjolkan lagi khususnya kepada masyarakat Kota Pontianak. Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak dapat memaksimalkan media sosial yang ada, membuat inovasi terhadap elektronik, juga media baru dan konsep promosi, serta membuat jadwal rutin dalam promosi di setiap media sosial yang dimiliki Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak.

Kemudian Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Pontianak bisa menjalin kerjasama dengan media cetak dan media televisi untuk meningkatkan promosi aplikasi pengaduan LAPOR! dan mengajak *influencer* yang ada di Kota Pontianak untuk mempromosikan dan mengajak masyarakat dari

berbagai kalangan dan umur untuk berpartisipasi menggunakan aplikasi pengaduan LAPOR!.

Dan bagi masyarakat yang tahu mengenai aplikasi tetapi kurang mengenal dan berpartisipasi menggunakan aplikasi LAPOR! sebaiknya mencari tahu lebih dalam mengenai aplikasi ini, serta pemerintah dapat meningkatkan interaksi antar pemerintah dan masyarakat, sehingga adanya satu tujuan yang dapat dicapai bersama.

## F. DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong dan Kotler. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prehalindo.
- Ariesto Hadi Sutopo dan Adrianus Arief. 2010. *Terampil Mengolah Data Kualitatif Dengan NVIVO*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Bungin, Burhan. 2010. *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Kajian, Program, dan Implementasi. Bandung: Penerbit Nuansa.
- Hasan, Erliana. 2005. *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Website:**  
Lapor, *Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat*.  
<https://www.lapor.go.id/>  
Diakses 10 Agustus 2019.
- Kotler, Philip. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Morrisan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: PrenadaMedia Group.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian: Public Relations & Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2008. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi. Konsep dan Aplikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Syaiful Rohim, Haji. 2009. *Teori Komunikasi: perspektif, ragam dan aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Public Relations Perusahaan*.