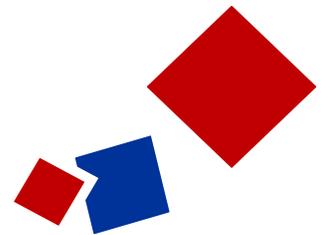




STRATEGI KOMUNIKASI & PEMASARAN NASIONAL



Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional (SP4N)
- Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat (LAPOR!)

Kata Sambutan

SP4N-LAPOR! atau Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional-Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat, merupakan sistem pengaduan pelayanan publik yang dibentuk oleh Pemerintah Indonesia sebagai salah satu wujud komitmen dalam mendukung prinsip pemerintahan yang terbuka. Sistem ini bertujuan untuk memberikan kemudahan bagi publik dalam menyampaikan aspirasi dan pengaduan terkait dengan pelayanan publik.

Seiring dengan perkembangan teknologi, Kementerian PANRB telah menggunakan media pengaduan berbasis digital dengan bentuk aplikasi LAPOR! yang terintegrasi dan berkelanjutan.

Dalam mengelola SP4N-LAPOR!, Kementerian PANRB sebagai koordinator pengelolaan LAPOR! tidak bekerja sendiri. Kami telah bekerja sangat erat dengan Kantor Staff Presiden dan Ombudsman Republik Indonesia sesuai dengan peran dan kewenangan masing-masing. Selanjutnya, kami juga telah bekerja sama dengan Kementerian Dalam Negeri untuk mempercepat pelaksanaan LAPOR! di pemerintah daerah.

Strategi nasional komunikasi dan pemasaran ini disusun berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB) No. 46 tahun 2020 tentang Road Map Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional Tahun 2020-2024. Peta jalan ini bertujuan untuk membangun sistem pengelolaan pengaduan yang dapat memberikan respons dan solusi cepat dan tepat atau "respons cepat, solusi cepat, dan sistem pengelolaan pengaduan yang terpercaya". Tujuan strategis ini dipicu oleh dua hal, yakni meningkatnya jumlah pengaduan yang diterima dari masyarakat, serta meningkatnya persentase pengaduan yang dapat diselesaikan.

Diharapkan dengan diterbitkannya dokumen strategi ini dapat memberikan rencana terperinci untuk meningkatkan kualitas kampanye komunikasi yang telah dilakukan pemerintah daerah dan pusat dalam mempromosikan SP4N-LAPOR!. Berbagai instansi pemerintah daerah dan pusat, serta BUMN terkait yang bertugas menangani pengaduan diharapkan akan menggunakan strategi dan petunjuk teknis yang telah disediakan sebagai panduan komunikasi untuk meningkatkan penggunaan SP4N-LAPOR! di masyarakat. Untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan publik di Indonesia.

Deputi Bidang Pelayanan Publik

Daftar Istilah dan Singkatan

Belum terverifikasi	Laporan yang masuk dalam sistem SP4N-LAPOR! namun belum diverifikasi
BUMN	Badan Usaha Milik Negara
G2C	<i>Government-to-citizen</i>
GPR	<i>Government Public Relations</i>
ILM	Iklan Layanan Masyarakat
K/L/D	Kementerian/Lembaga (pemerintah)/Pemerintah Daerah
KemenPAN-RB	Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi
KIE	Komunikasi, Informasi, Edukasi
KOICA	Korean International Cooperation Agency
KPU	Komisi Pemilihan Umum
KSP	Kantor Staf Presiden
LAPOR	Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat
ODP	Organisasi Penyandang Disabilitas
OGP	<i>Open Government Partnership</i>
ORI	Ombudsman Republik Indonesia
Pelapor	Masyarakat yang mengirimkan/menyampaikan laporan pelayanan publik ke dalam SP4N-LAPOR!
Pengelola Pusat	Pengelola SP4N-LAPOR! di tingkat pusat, terdiri dari KemenPAN-RB, KSP, dan ORI
RPJMN	Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional
SAPDA	Sentra Advokasi Perempuan, Difabel, dan Anak
SP4N	Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional
Terhubung	Suatu instansi pemerintah di Indonesia yang sudah memiliki akun di dalam sistem SP4N-LAPOR!
Terintegrasi	Sistem aplikasi K/L/D yang terhubung dengan sistem SP4N-LAPOR!
TKSK	Tenaga Kesejahteraan Sosial Kecamatan
UKP4	Unit Kerja Presiden Bidang Pengawasan dan Pengendalian Pembangunan
UNDP	United Nations Development Programme

Disclaimer

Informasi di dalam dokumen ini merupakan tanggung jawab tim konsultan dan tidak mencerminkan pandangan UNDP atau Pemerintah Indonesia.

Daftar Isi

Kata Sambutan.....	1
Daftar Istilah dan Singkatan	2
Daftar Isi	3
Pengantar	4
Latar Belakang	6
Analisis Situasi	8
Prinsip-Prinsip Mendasar	19
Pendekatan.....	20
Pemangku Kepentingan dan Khalayak Sasaran.....	21
Tujuan dan Sasaran Komunikasi	22
Pesan-Pesan Pokok	24
Intervensi Strategis	27
Rencana Monitoring & Evaluasi.....	38
Penyusun dan Kontributor	Kesalahan! Bookmark tidak ditentukan.
Daftar Pustaka	40
Lampiran.....	42
Lampiran A. Analisis Konten Media Sosial.....	42
Lampiran B. Daftar Artikel Media dari November 2019 hingga November 2020	49
Lampiran C. Daftar Berita Pers KemenPAN-RB tentang SP4N-LAPOR!	50

Pengantar

Dokumen strategi ini dibuat untuk memberikan rencana terperinci untuk meningkatkan kualitas kampanye komunikasi yang telah dilakukan pemerintah daerah dan pusat dalam mempromosikan SP4N-LAPOR!. Berbagai instansi pemerintah daerah dan pusat, serta BUMN terkait yang bertugas menangani pengaduan diharapkan akan menggunakan strategi dan petunjuk teknis yang telah disediakan sebagai panduan komunikasi untuk meningkatkan penggunaan SP4N-LAPOR! di masyarakat. Dalam setahun mendatang, strategi komunikasi dan pemasaran ini bertujuan membangun kepercayaan publik terhadap SP4N-LAPOR! yang akan menjadi saluran pengaduan terdepan di Indonesia untuk pelayanan publik. SP4N-LAPOR! diharapkan dapat digunakan seluas-luasnya di tingkat pusat dan daerah, dan memiliki pengguna yang loyal.

Strategi nasional komunikasi dan pemasaran ini disusun berdasarkan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB) No. 46 tahun 2020 tentang Road Map Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional Tahun 2020-2024. Peta jalan ini bertujuan untuk membangun sistem pengelolaan pengaduan yang dapat memberikan respons dan solusi cepat dan tepat atau “respons cepat, solusi cepat, dan sistem pengelolaan pengaduan yang terpercaya”. Tujuan strategis ini dipicu oleh dua hal, yakni meningkatnya jumlah pengaduan yang diterima dari masyarakat, serta meningkatnya persentase pengaduan yang dapat diselesaikan.

Secara spesifik, strategi komunikasi dan pemasaran ini dirancang untuk mencapai tujuan berikut:

- Memosisikan SP4N-LAPOR! sebagai sistem dengan layanan konsisten bagi rakyat Indonesia
- Sebagai panduan komunikasi yang jelas bagi instansi pemerintahan serta BUMN yang bertanggungjawab pada SP4N-LAPOR!
- Mengembangkan identitas merek yang jelas bagi SP4N-LAPOR!

Pengembangan strategi ini telah mempertimbangkan perspektif gender, penyandang disabilitas, serta kelompok rentan lainnya, sehingga kelompok marginal seperti perempuan dan penyandang disabilitas dapat memanfaatkan SP4N-LAPOR!. Berdasarkan strategi kesetaraan gender dan inklusi sosial (GESI) SP4N-LAPOR!, kelompok yang menjadi sasaran GESI adalah perempuan, anak-anak, pemuda, penyandang disabilitas, lansia, serta kelompok marginal lain karena faktor usia, etnis, latar belakang budaya, serta keyakinan. Mereka termasuk orang-orang dari kelompok lintas sektor. Integrasi perspektif gender ke dalam SP4N-LAPOR! diharapkan akan membuka jalan bagi GESI ke dalam Road Map SP4N-LAPOR! sehingga bisa dipastikan SP4N-LAPOR! responsif gender dan inklusif.

Dokumen strategi ini diawali dengan memaparkan **analisis situasi** untuk mengidentifikasi isu, permasalahan, serta potensi yang ada terkait dengan komunikasi dan pemasaran SP4N-LAPOR!. Kelompok sasaran untuk strategi komunikasi dan pemasaran ini ditentukan berdasarkan Peta Jalan SP4N-LAPOR. Analisis situasi ini, dilengkapi dengan prinsip-prinsip mendasar serta pendekatan yang direkomendasikan akan digunakan untuk menentukan **tujuan dan sasaran komunikasi** dengan hasil yang spesifik untuk setiap kelompok pemangku kepentingan dan audiens.

Strategi ini terbagi atas **strategi pesan** yang bertujuan membangun dan menguatkan posisi SP4N-LAPOR! sebagai sistem yang menyediakan layanan yang konsisten bagi masyarakat Indonesia, dan mengomunikasikan atribut merek SP4N-LAPOR! kepada kelompok sasaran. Strategi ini juga bertujuan menjadi panduan komunikasi yang jelas bagi lembaga pemerintahan serta BUMN dalam mempromosikan SP4N-LAPOR!. Oleh karena itu, selain memaparkan beberapa aktivitas yang termasuk dalam lima **intervensi strategis** – advokasi, mobilisasi sosial, pengembangan materi, penguatan kapasitas, serta penggunaan media massa dan media sosial – dokumen ini juga dilengkapi **petunjuk teknis*** (dokumen terpisah) serta seperangkat **panduan** dalam menerapkan strateginya. Panduan ini mencakup elemen komunikasi serta *branding*/pemasaran. Untuk mengukur kesuksesan dari intervensi strategis, dokumen ini mengusulkan **rencana pemantauan dan evaluasi** sebagai referensi. Dokumen ini juga memuat informasi tambahan dalam **lampiran**, yang bisa menjadi referensi dalam penerapan strategi.

**Catatan: Masukan dari koordinator lokal 6 wilayah Pilot Project Kerjasama Kementerian PANRB dan KOICA-UNDP pada FGD 18 Maret 2021 dan peserta Annual Workshop Pelaksanaan Penguatan Kapasitas SP4N-LAPOR! di 6 Wilayah Percontohan tanggal 26 April 2021 menjadi bagian penting dari penyusunan petunjuk teknis ini.*

Latar Belakang

Perjalanan SP4N-LAPOR! dimulai pada bulan September 2011 ketika pemerintah Indonesia memperkenalkan program Kemitraan Pemerintah Terbuka (KPT), mendukung Deklarasi Pemerintah Terbuka, dan kemudian mengumumkan rencana aksi nasionalnya. Di tahun 2012, Presiden Susilo Bambang Yudhoyono meresmikan sistem daring (LAPOR!) *government-to-citizen* (G2C) yang melengkapi sistem pengelolaan pengaduan pelayanan publik (SP4N) di bawah koordinasi Unit Kerja Presiden bidang Pengawasan dan Pengendalian Pembangunan (UKP4).

LAPOR! dirancang untuk meningkatkan partisipasi publik dalam pengawasan program dan kinerja pemerintah, serta penyediaan layanan publik. LAPOR! adalah sistem daring terpadu yang mudah diakses melalui berbagai platform, termasuk SMS 1708, aplikasi ponsel dan situs (www.lapor.go.id). Melalui berbagai platform ini, masyarakat dapat mengirimkan petisi dan pengaduan terkait berbagai isu atau penyedia layanan untuk menyoroti tantangan-tantangan yang dihadapi.

Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KemenPAN-RB) merupakan lembaga yang bertanggung jawab atas pengelolaan operasional dan administrasi LAPOR!, didukung oleh Kantor Staf Presiden (KSP) dan Ombudsman Republik Indonesia (ORI) sebagai mitra nasional. Kolaborasi ketiga lembaga ini diatur dalam Nota Kesepakatan (MoU) yang ditandatangani bersama di bulan Maret 2016 yang menyatakan penggunaan LAPOR! sebagai Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional (SP4N) sesuai dengan [Peraturan MenPAN-RB No. 3 tahun 2015](#). Peraturan ini kemudian direvisi menjadi [Peraturan MenPAN-RB No. 62 tahun 2018](#) tentang Pedoman Sistem Pengaduan Pelayanan Publik Nasional.

Pada tanggal 27 Oktober 2020, SP4N-LAPOR! diresmikan sebagai aplikasi umum dan terhubung untuk pengelolaan pelayanan publik. Ini berarti seluruh mekanisme pengaduan yang dikelola oleh pemerintah pusat dan pemerintah daerah harus terintegrasi ke dalam SP4N-LAPOR!, sebagaimana diatur dalam [Peraturan Presiden No. 95 tahun 2018](#) tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE).

Mitra pembangunan (United Nations Development Programme/UNDP di Indonesia dan Korean International Cooperation Agency/KOICA) membentuk kolaborasi tripartit dengan KemenPAN-RB untuk mengembangkan strategi nasional yang komprehensif dan terpadu untuk sistem pengelolaan pengaduan publik. Kolaborasi bersama ini juga bertujuan untuk memberdayakan lembaga-lembaga yang bertanggung jawab atas pengelolaan dan operasional SP4N-LAPOR!. Penguatan SP4N-LAPOR! bertujuan mengembangkan sistem pengelolaan pemerintahan berbasis teknologi (*e-governance*) di lembaga pemerintahan di Indonesia. Kisah sukses *e-governance* terkait

pengelolaan pengaduan dan aspirasi publik untuk peningkatan kualitas layanan publik, seperti E-People di Republik Korea, akan dijadikan sebagai rujukan.

Pada tahun 2020, peta jalan SP4N-LAPOR! yang baru dipublikasikan dijadikan panduan penting bagi pemerintah pusat dan pemerintah daerah dalam mengelola dan melaksanakan SP4N-LAPOR! di lembaga-lembaganya selama periode 2020-2024. Peta jalan ini memuat lima komponen utama, termasuk strategi komunikasi dan pemasaran.

Sejak 2012, SP4N (juga termasuk LAPOR!) telah menerima 1.803.222 laporan. Sepanjang tahun 2020 (1 Januari-15 Desember), jumlah laporan yang diterima SP4N-LAPOR! mencapai 195.438. Dengan asumsi 365 hari dalam setahun, jumlah rata-rata laporan yang diterima melalui SP4N-LAPOR! sebanyak 538 laporan per hari. Di tahun 2020, baru 33,92 persen laporan yang berhasil diselesaikan, sedangkan 42,28 persen dikategorikan “Arsip” karena laporan yang disampaikan terlalu umum (61 persen), laporan berulang (11 persen), laporan tidak dapat dimengerti (8,6 persen), dan laporan tidak relevan dengan kinerja pemerintah (2,6 persen).¹

LAPOR! diharapkan dapat menjadi pelopor sistem pengelolaan pengaduan nasional terpadu. Di tahun 2024, jumlah rata-rata laporan per hari diperkirakan mencapai hingga 4.984 laporan atau 1.819.160 per tahun. Untuk menjadi sistem pengelola pengaduan yang terpercaya, SP4N-LAPOR! juga harus meningkatkan jumlah pengaduan yang diselesaikan. Indikator ini telah meningkat sejak tahun 2019 (sekitar 50 persen) menjadi 79,25 persen di akhir tahun 2020. Hingga tahun 2024, persentase penyelesaian pengaduan diharapkan mencapai 90 persen.

Survei kepuasan atas SP4N-LAPOR! tahun 2019 yang melibatkan 1.085 pengguna dan 131 pengelola SP4N-LAPOR! menunjukkan bahwa aspek terpenting yang sangat diapresiasi adalah kemudahan akses dan penggunaannya. Sebaliknya, proses penyelesaian dan respons terhadap pengaduan masih menjadi area yang perlu diperbaiki. Hal ini bisa jadi disebabkan oleh adanya kebutuhan terus menerus untuk memastikan pengguna memahami proses pelaporan, termasuk waktu yang dibutuhkan untuk penyelesaian pengaduan. Hal ini penting untuk menjaga harapan pengguna, yang akan berdampak pada kepuasan mereka terhadap aspek respons. Dari sudut pandang pengelola, aspek yang paling memuaskan adalah tata letak *dashboard*. Sementara aspek dengan tingkat kepuasan terendah adalah koordinasi antara pengelola di tingkat pusat dan daerah.

¹ Laporan Tahunan Pengelolaan SP4N-LAPOR!, 2020

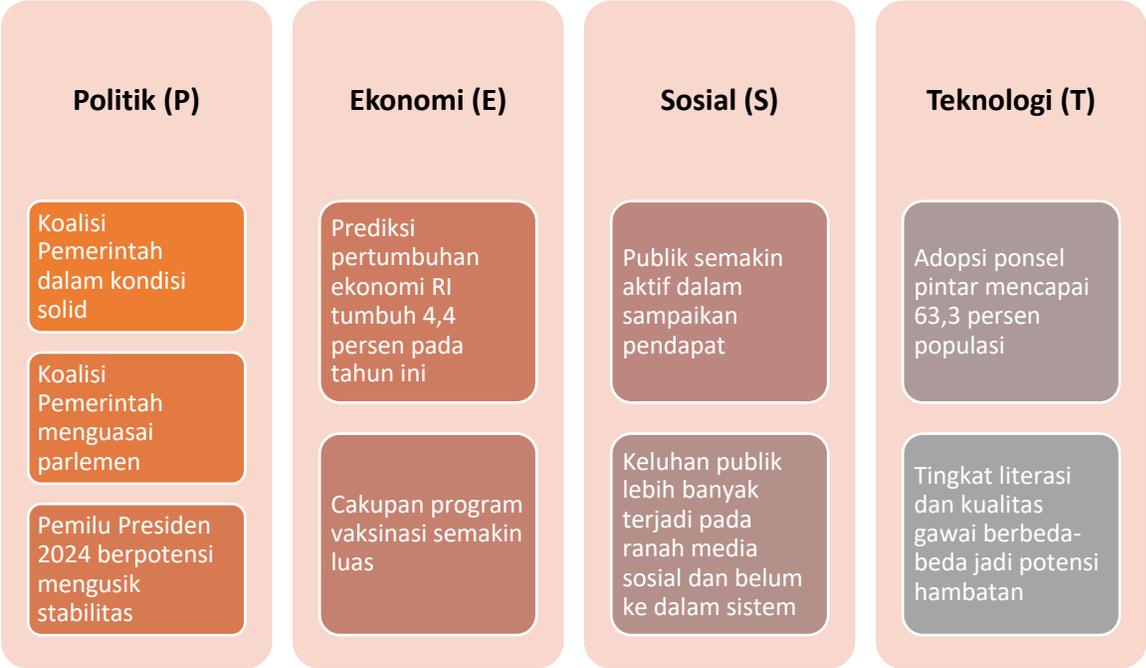
Analisis Situasi

Bagian ini menganalisis kerangka kontekstual SP4N-LAPOR! guna mengidentifikasi isu, masalah, dan peluang yang dapat dilakukan sehubungan dengan komunikasi dan pemasaran. Analisis situasi ini dibagi dalam dua dimensi, yakni dimensi eksternal melalui analisis PEST, dan dimensi internal melalui analisis SWOT. PEST terdiri dari aspek Politik (P), Ekonomi (E), Sosial (S), dan Teknologi (T). Sementara itu, SWOT terdiri dari Kekuatan (*Strengths*), Kelemahan (*Weaknesses*), Peluang (*Opportunities*), dan Ancaman (*Threats*). Kedua analisis tersebut diikuti oleh analisis yang meninjau pemberitaan di media massa, konten media sosial, dan aspek *branding*.

Analisis PEST

Secara umum, faktor internal dan eksternal memainkan peran kausal dan saling terkait dalam platform yang sama. Prinsip yang sama berlaku untuk komunikasi, dalam mana tren dari luar akan memengaruhi bentuk reaksi sebuah organisasi untuk mempertahankan stabilitas situasi. Teknik penting untuk memahami faktor eksternal ini adalah analisis. **Gambar 1** memberikan penggambaran singkat mengenai aspek eksternal yang mungkin memengaruhi implementasi SP4N-LAPOR! secara langsung maupun tidak langsung.

Gambar 1 Analisis PEST terhadap situasi SP4N-LAPOR!



Secara **Politik**, koalisi pendukung Pemerintah RI sedang dalam kondisi yang cukup solid dengan proporsi penguasaan mayoritas di parlemen. Kondisi ini diprediksi akan terus berlangsung hingga dua tahun menjelang Pemilu Presiden pada 2024. Pada waktu-waktu tersebut, perhatian para partai pendukung maupun oposisi Pemerintah RI akan mulai mengarahkan pandangan dan tenaga guna menjalin dukungan publik. Cerminan kinerja positif SP4N-LAPOR! dalam menampung, menyalurkan, dan menyelesaikan aduan akan mendongkrak kepercayaan publik terhadap siapa pun pemimpin nasional dan daerah terkait.

Ditinjau dari sudut pandang **Ekonomi**, Bank Dunia memprediksi pertumbuhan ekonomi Indonesia yang mencapai 4,4 persen pada tahun ini (Badan Pusat Statistik, 2021) (Fauzia, 2021). Walaupun masih di bawah rata-rata 5 persen sebelum pandemi, angka tersebut memberikan angin segar setelah tahun lalu Indonesia mengalami pertumbuhan ekonomi sebesar negatif 2,07 persen (Badan Pusat Statistik, 2021). Program vaksinasi yang diprediksi akan mencapai 10 juta orang pada Jumat (26/03) turut menambah optimisme terhadap perputaran ekonomi yang semakin cepat (Nugraheny, 2021).

Adapun secara **Sosial**, kita sedang menyaksikan pergeseran paradigma dalam mana publik semakin aktif berpartisipasi menyuarakan pendapat guna mendukung tata kelola pemerintahan yang lebih baik, salah satunya dengan memberikan laporan atau pengaduan yang berujung pada basis data Pemerintah untuk melakukan perubahan atau perbaikan. Sayangnya, gaung ini masih berputar pada media sosial yang dianggap sebagai platform paling ringkas untuk berkeluh kesah.

Perkembangan **Teknologi** yang semakin pesat turut ditandai dengan adopsi ponsel pintar. Data menunjukkan, sebanyak 63,3 persen masyarakat menggunakan gawai tersebut pada 2019. Angka ini meningkat pesat dari 28,6 persen populasi pada 2015 (Pusparisa, 2020). Namun, di balik data yang positif ini perlu diingat bahwa tingkat literasi dan kualitas gawai berbeda-beda. Kedua hal ini akan berimplikasi terhadap efektivitas menyalurkan pesan via teknologi. Masalah lain yang diakui Kementerian adalah versi 3.0 dari aplikasi yang belum memasukkan Braille bagi orang dengan hambatan penglihatan. Ketika teknologi yang tersedia tidak dapat memenuhi kebutuhan pihak yang rentan, pendekatan yang berbeda dan lebih tradisional harus diterapkan, termasuk dalam koridor pendekatan komunikasi.

Analisis SWOT

Analisis Situasi SP4N-LAPOR! juga menggunakan model SWOT yang diperlukan sebagai sarana untuk melakukan evaluasi terhadap faktor-faktor yang secara langsung memengaruhi internal, seperti terlihat pada **Gambar 2**.

Gambar 2 Analisis SWOT terhadap situasi SP4N-LAPOR!

<p style="text-align: center;">Kekuatan (S)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Posisi dan keberlanjutan SP4N-LAPOR! terjamin oleh regulasi nasional. • SP4N-LAPOR! terhubung dengan 657 instansi di 34 kementerian, 100 lembaga, dan 523 pemerintah daerah. 	<p style="text-align: center;">Kelemahan (W)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Kebutuhan komunitas tertentu tidak terpenuhi oleh sistem teknologi SP4N-LAPOR! saat ini. • Kanal milik Pemda tidak menarik dan kekurangan sumber daya. • Anggaran terbatas.
<p style="text-align: center;">Peluang (O)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tiga kelompok sasaran utama yang belum terpapar informasi tentang SP4N-LAPOR! • Kelompok pemuda pada beberapa daerah sudah terorganisasi dengan baik. • Adanya agen perubahan berpengaruh yang belum teridentifikasi. • Adanya kebutuhan akan panduan utuh dan menyeluruh terhadap upaya komunikasi program. • Adanya kanal-kanal komunikasi milik publik yang dapat dimanfaatkan. 	<p style="text-align: center;">Ancaman (T)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tingkat literasi sebagian masyarakat yang masih rendah. • Adanya preferensi untuk bergantung pada metode-metode konvensional. • Inisiatif administrator SP4N-LAPOR! di daerah dalam menciptakan aplikasi atau gaya desain sendiri. • Pandemi menyebabkan komunikasi antarpersonal tidak dimungkinkan. • Ketidakpuasan pengguna yang terekspos berlebihan.

Salah satu **Kekuatan** utama, yakni posisi dan keberlanjutan SP4N-LAPOR! sangat terjamin karena mengusung mandat besar dalam bentuk regulasi nasional. Keunggulan ini tidak dimiliki oleh

mekanisme pengaduan lainnya di Indonesia yang rata-rata terbentuk atas dasar inisiatif atau regulasi di tingkat daerah. Mekanisme ini terhubung dengan 34 kementerian, 100 lembaga, dan 523 pemerintah daerah.

Adapun **Kelemahan** yang teridentifikasi sedikit banyak terkait sumber daya, baik anggaran yang terbatas maupun sistem teknologi saat ini yang belum inklusif. Menurut koordinator lokal di Provinsi Bali, misalnya, tidak semua kelompok disabilitas didukung dengan sarana yang berhubungan dengan teknologi. Kekurangan lain, seperti kualitas SDM ahli di Pemda dan kualitas kanal mereka, turut menjadi faktor-faktor penghambat penerimaan SP4N-LAPOR! oleh publik.

Terlepas dari dua poin di atas, **Peluang** terbuka cukup lebar. Memang betul secara umum tiga kelompok sasaran utama, yakni pemuda, perempuan, dan orang dengan disabilitas, belum terpapar informasi mengenai SP4N-LAPOR! Namun, di beberapa tempat, kaum pemuda sudah terorganisasi dengan baik. Hal ini menjadi modal penting dalam memastikan penyebaran informasi yang bersifat mulut-ke-mulut (*word-of-mouth*). Di dalam masyarakat selalu ada kelompok atau individu yang memiliki pengaruh sosial dan berpotensi menjadi agen perubahan (*agent of change*). Untuk itu, diperlukan identifikasi pemangku kepentingan atau dikenal sebagai *stakeholder mapping* guna memetakan individu-individu strategis dalam mana kita harus melakukan komunikasi secara mendalam. Dengan adanya informasi ini, strategi komunikasi akan lebih taktis dan efisien, termasuk secara waktu dan biaya. Selain itu, para koordinator lokal turut mengindikasikan adanya kanal-kanal milik publik yang dapat dimanfaatkan sebagai saluran komunikasi. Namun, diperlukan panduan komunikasi yang seragam, utuh, serta menyeluruh sehingga pesan yang keluar konsisten.

Terakhir adalah **Ancaman**. Perlu diingat bahwa tingkat literasi secara umum masih rendah, walaupun tingkat adopsi teknologi cukup menggembirakan. Namun, masih cukup banyak masyarakat yang mengandalkan metode-metode konvensional, sehingga penyebaran informasi melalui brosur, seperti yang dilakukan di Kabupaten Badung, harus lebih sering dilakukan. Pandemi COVID-19 yang masih terus berlangsung juga menjadi ancaman menerapkan metode konvensional karena komunikasi antarpribadi dengan tatap muka menjadi sangat terbatas. Tantangan lain, yakni inisiatif kreatif beberapa administrator daerah dalam menciptakan aplikasi, logo, dan pencitraan SP4N-LAPOR! yang dimodifikasi sesuai dengan konteks daerah. Dalam konteks ini, hal tersebut kontraproduktif karena bertentangan terhadap narasi 'terhubung secara nasional.' Selain itu, pada era media sosial yang mudah viral, testimoni kurang baik dari pengguna sistem harus diperhatikan. Jika tidak tertangani dengan baik, dapat menimbulkan keengganan masyarakat dalam menggunakan SP4N-LAPOR!

Analisis Pemberitaan Media Massa

Analisis 51 artikel di media massa mengenai SP4N-LAPOR! pada periode November 2019 hingga November 2020 menunjukkan bahwa berita mengenai SP4N-LAPOR! didominasi oleh acara atau seremonial, khususnya kegiatan orientasi yang diadakan di beberapa daerah dan koordinasi penggunaan SP4N-LAPOR! di berbagai provinsi atau kabupaten.² Beberapa artikel juga membahas tentang rendahnya tingkat pemahaman publik mengenai aplikasi LAPOR!, gagalnya aplikasi, serta lambatnya respons dan penanganan keluhan. Artikel lainnya membahas tentang meningkatnya jumlah laporan yang diterima. Meskipun artikel-artikel mengenai topik ini kebanyakan menyebutkan bahwa LAPOR! merupakan layanan yang bagus, rendahnya jumlah berita mengenai isu seperti kekerasan terhadap perempuan menunjukkan bahwa kesediaan publik untuk mengajukan laporan masih rendah. Selain itu, artikel lainnya fokus pada aplikasi SP4N-LAPOR!, seperti pengembangan fiturnya serta kerja sama antara KemenPAN-RB, KOICA dan UNDP yang memperkuat kredibilitas sistem LAPOR! bagi pengguna.

Secara umum, pemberitaan selama setahun terakhir telah membantu edukasi kepada masyarakat mengenai SP4N-LAPOR!. Dalam pemberitaan tentang sosialisasi SP4N-LAPOR! dan kerja sama dengan pemerintah daerah, artikel juga memuat informasi mengenai cara mengakses dan menggunakan SP4N-LAPOR!. Namun, pemberitaan tersebut belum memuat pesan-pesan pokok mengenai SP4N-LAPOR! secara konsisten, sehingga perlu dipertimbangkan untuk memastikan bahwa materi komunikasi yang disebarakan ke media massa (seperti Berita Pers) sudah memuat pesan-pesan pokok yang ada. Selain itu, kesempatan berinteraksi dengan media massa perlu dioptimalkan dengan memastikan bahwa perwakilan K/L/D menyampaikan pesan-pesan pokok di dalam informasi yang diberikan kepada jurnalis.

² Analisis dilakukan terhadap berita yang dimuat di situs web KemenPAN-RB dan dapat diakses di platform digital. Sebagian besar berita dimuat di media daring yang tidak terdaftar di Dewan Pers (lebih dari 50%), baik media nasional maupun lokal/daerah. Media-media yang terdaftar oleh Dewan Pers yang memuat berita tentang SP4N-LAPOR! dalam kurun waktu itu antara lain Nasional Tempo, Kronologi.id, Tirto.id, Liputan6.com, Gatra.com, Nasional Kompas, Suara.com, NusaDaily.com, Kumparan.com, BatamToday.com, FaktualNews.co, Radar Cirebon, AJNN.net, BantenHits, PresMedia.id, InilahKoran.com, SumselUpdate.com, MetroKepri.com, dan BeritaSatu.com. Daftar berita yang dianalisis dapat dilihat di **Lampiran C**.

Analisis Konten Media Sosial SP4N-LAPOR!

Semua akun media sosial SP4N-LAPOR! sudah terintegrasi. Secara umum, konten-konten media sosial LAPOR! sudah informatif. Desain serta *background* konten sudah bagus dan menarik secara visual. Namun, kolom komentar didominasi oleh berbagai komplain tentang lamanya proses atau telatnya respons LAPOR!. Sebagian besar komplain tidak dibalas oleh admin LAPOR!. Meskipun LAPOR! secara konsisten sudah membuat konten yang bagus, testimoni negatif serta komplain tersebut dapat berisiko terhadap reputasi LAPOR!. Selain itu, tingkat keaktifan akun-akun media sosial LAPOR! juga berbeda. Akun Twitter, Instagram, dan Facebook cukup aktif dan dikelola dengan baik, sedangkan akun YouTube kurang aktif. Posts di Twitter, Instagram, dan Facebook memiliki *caption* dan desain yang serupa dan bahkan sama; namun, *caption* di Twitter lebih singkat. Beberapa *tweets* yang berbeda dengan *posts* di Instagram umumnya teks atau keterangan tanpa desain visual atau video apa pun. Analisis selengkapnya untuk media sosial SP4N-LAPOR! dapat dilihat di **Lampiran A**.

Analisis Branding SP4N-LAPOR!

Branding memiliki peranan penting untuk mengenalkan suatu produk atau layanan ke masyarakat sekaligus membentuk persepsi positif, sehingga dapat memotivasi target sasaran agar menggunakan produk dan layanan yang ditawarkan. SP4N-LAPOR! bertujuan membangun kepercayaan masyarakat terhadap sistem pemerintahan serta melibatkan masyarakat dalam peningkatan kualitas layanan publik. SP4N-LAPOR! diharapkan dapat menjadi "*top-of-mind*" solusi untuk layanan publik, yang didukung dengan sistem terpadu untuk penanganan keluhan dan aspirasi.

Penggunaan sistem ini perlu diperluas agar digunakan oleh sebanyak-banyaknya warga. Selain itu, penting menunjukkan bahwa sistem ini dapat diandalkan untuk memberi solusi bagi permasalahan terkait pelayanan publik. Masyarakat perlu memahami manfaat SP4N-LAPOR! dan apa yang bisa mereka dapatkan dari layanan ini, serta bagaimana layanan ini dapat membantu mereka sebagai warga negara. Sesuai dengan Peta Jalan, strategi komunikasi dan pemasaran ini akan fokus pada peningkatan pemahaman publik mengenai SP4N-LAPOR!.

Salah satu cara untuk membangun pemahaman adalah dengan menciptakan 'tanda-tanda' (*signs*) yang dapat membantu masyarakat dalam mengingat dan mengenali produk dan layanan yang ditawarkan, serta membangun asosiasi tertentu dengan produk dan layanan tersebut. Selain itu, 'tanda-tanda' dapat membantu menerjemahkan persepsi publik yang diinginkan. 'Tanda-tanda' – yang disebut juga dengan 'merek' – dibangun oleh beragam elemen, seperti logo visual/ikon, jenis

huruf, warna, *tone*/suara, lagu, dan slogan. Hal yang paling penting adalah mempertahankan **konsistensi** dalam penggunaan elemen dari merek untuk memastikan kelompok sasaran **mengingat** merek tersebut.

Dari berbagai elemen yang disebutkan di atas, elemen paling penting yang menjadi fokus dalam strategi ini adalah 'Logo' dengan berbagai elemen pendukungnya, seperti warna, jenis huruf, ukuran dan slogan.

Untuk memastikan konsistensi penggunaan logo di semua materi komunikasi SP4N-LAPOR! yang digunakan untuk mendukung kegiatan sosialisasi kepada berbagai pemangku kepentingan, panduan penggunaan logo ini disusun untuk kelompok sasaran berikut:

- Kementerian/lembaga/pemerintah daerah terkait yang bertugas untuk menindaklanjuti laporan dan keluhan yang diterima
- Kementerian/lembaga/pemerintah daerah yang bertanggung jawab melaksanakan strategi komunikasi ini

Pemerintah Indonesia telah menyusun Panduan Standar Grafis tahun 2016, yang digunakan sebagai rujukan untuk penggunaan logo dalam semua materi komunikasi SP4N-LAPOR!. Namun, panduan ini perlu direvisi dan diperbarui, terutama karena instruksi di dalam manual ini tidak detail, sehingga mengakibatkan tidak konsistennya penggunaan logo SP4N-LAPOR! di materi komunikasi, baik yang daring maupun luring.

Logo merupakan salah satu atribut merek yang berwujud (dapat dilihat), seperti bentuk, warna, suara, musik, dan lain-lain. Sedangkan atribut tidak berwujud tetapi dapat dirasakan adalah kesan, imaji, persepsi, dan ikatan emosional dari suatu merek.

Berdasarkan analisis kami, berikut adalah usulan kami untuk atribut tidak berwujud SP4N-LAPOR! (**Gambar 3**).

Gambar 3. Atribut Tidak Berwujud SP4N-LAPOR!



Dengan mempertimbangkan upaya yang telah dilakukan sebelumnya untuk mengenalkan SP4N - LAPOR! dengan logo yang sudah ada saat ini, kami usulkan untuk tetap menggunakan logo yang ada dengan beberapa penyesuaian (lihat **Gambar 4**).

Gambar 4 Usulan Modifikasi Logo

Situasi saat ini	Rekomendasi
<p>Belum konsisten dalam penerapan logo, khususnya warna. Berdasarkan observasi kami, di beberapa materi komunikasi ada yang menggunakan warna solid dan ada yang menggunakan warna gradasi.</p>	<p>Gunakan warna solid agar memudahkan pada saat implementasi (penjelasan detail ada di manual terlampir)</p>
<p>Tulisan “Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional” sebagai bagian dari logo terlalu panjang dan tidak terbaca di materi tertentu sehingga akan sulit dipahami oleh masyarakat. Selain itu, tulisan ini bersifat teknis, sehingga lebih tepat digunakan untuk keperluan internal.</p>	<p>Untuk komunikasi ke masyarakat, disarankan untuk menggunakan logo dengan tulisan yang pendek dan jelas agar mudah dipahami dan diingat.</p> <p>Rekomendasi dari kami untuk menggunakan teks “Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat” sebagai bagian dari logo dengan pertimbangan sebagai berikut :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Teks lebih sederhana dan jelas 2. Merupakan kepanjangan dari tulisan LAPOR! 3. Lebih lugas menjelaskan fungsi dari LAPOR! <p>Teks Sistem Pengelolaan Pengaduan Pelayanan Publik Nasional dapat digunakan untuk keperluan tertentu dengan syarat dan ketentuan yang berlaku dalam pedoman penggunaan logo terlampir (Panduan 1).</p>
<p>Pedoman penempatan logo di materi komunikasi belum diatur/ditentukan dalam “Graphic Manual 2016”</p>	<p>Membuat panduan penempatan logo untuk semua materi komunikasi baik luring dan daring, termasuk menyediakan format yang mudah dipahami dan digunakan.</p>

Analisis penggunaan logo di 6 wilayah percontohan

Gambar 5 berikut menampilkan bagaimana penggunaan logo diterapkan di materi komunikasi pemerintah daerah di beberapa wilayah yang termasuk dalam 6 wilayah percontohan.

Gambar 5 Penerapan logo di beberapa wilayah percontohan

Backdrop Acara LAPOR! di Badung, Bali



e-Poster Lapor Sleman



Pengumuman Pemprov Sumbar



Backdrop acara LAPOR! di Sumbar



Posting di akun media sosial pemkab Tangerang

Secara umum, masih banyak ditemukan materi komunikasi yang belum konsisten dalam penggunaan warna identitas LAPOR! sebagai latar belakang baik materi “offline” maupun “online”. Penggunaan dan penempatan logo juga masih bervariasi. Hal ini tentunya dapat dipahami karena belum adanya panduan penggunaan logo yang menjadi pedoman. Di dalam Panduan Penggunaan Logo, disarankan untuk menggunakan warna identitas LAPOR! yaitu merah dan putih atau kombinasi keduanya sebagai warna yang dominan. Petunjuk lebih rinci mengenai penggunaan logo dapat dilihat di bagian Variasi Logo dalam Panduan Penggunaan Logo (hal. 9).

Identitas provinsi/kabupaten/kota dapat disandingkan dengan logo LAPOR!. Penambahan nama provinsi/kabupaten/kota di sebelah logo LAPOR! dapat memberikan daya tarik tersendiri bagi masyarakat setempat, karena akan menimbulkan rasa kedekatan dengan LAPOR! dan persepsi bahwa probabilitas aduan mereka “terlayani” akan lebih besar karena ruang lingkup geografis yang lebih sempit atau lokal. Identitas wilayah ini dapat dilakukan dengan cara mencantumkan logo di sebelah logo LAPOR! seperti yang dilakukan Pemprov Sumatera Barat. Keputusan menggunakan identitas wilayah diserahkan kepada masing-masing pemda. Pilihan ini tersedia dan sudah diatur dalam Panduan Penggunaan Logo.

Penjelasan penggunaan dan penempatan logo SP4N-LAPOR yang lebih detail dapat dilihat di Panduan Penggunaan yang tersedia dalam [Bahasa Indonesia](#) dan [Bahasa Inggris](#). Panduan ini juga menjelaskan ketentuan untuk lokalisasi logo dengan menambahkan nama provinsi/kota/kabupaten di logo SP4N-LAPOR!, serta memberikan alternatif desain untuk poster dan konten media sosial yang dapat digunakan K/L/D.

Prinsip-Prinsip Mendasar

Strategi komunikasi dan pemasaran ini dirancang berdasarkan prinsip-prinsip mendasar berikut:

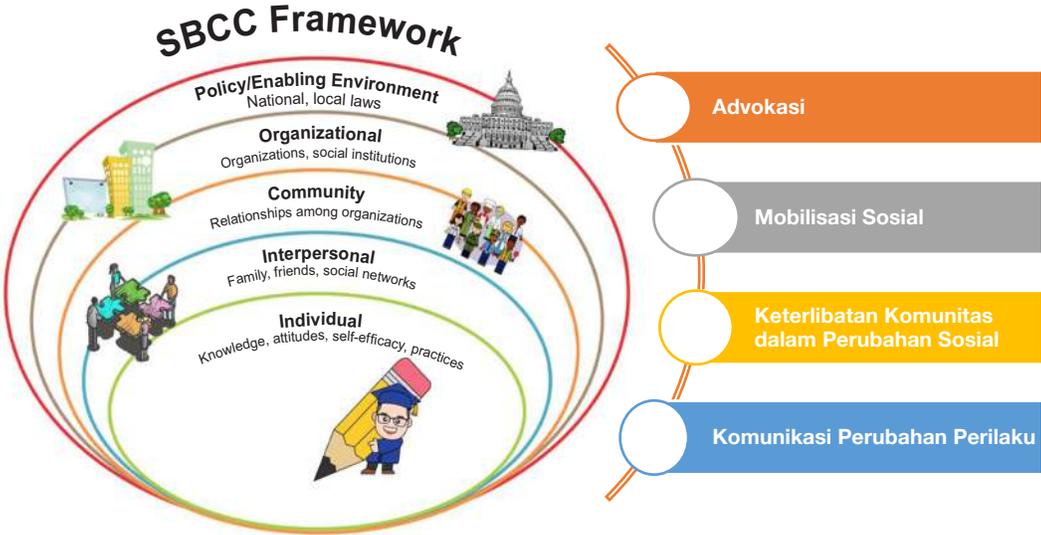
 <p>Jelas</p> <p>SP4N-LAPOR! perlu menyampaikan pesan-pesan yang jelas dan konsisten untuk memastikan pesan-pesan tersebut dipahami dengan baik dan efektif menciptakan perubahan yang diharapkan.</p>	 <p>Relevan</p> <p>Komunikasi dirancang untuk membuat SP4N-LAPOR! relevan dalam menyasar dan memenuhi kebutuhan beragam kelompok sasaran.</p>
 <p>Mudah Digunakan</p> <p>Memberikan panduan yang praktis dan mudah digunakan oleh para pemangku kepentingan terkait untuk dapat mempromosikan SP4N-LAPOR! secara konsisten dan efektif.</p>	 <p>Inklusif</p> <p>SP4N-LAPOR! perlu memastikan bahwa komunikasi telah mengakomodasi beragam kepentingan masyarakat, termasuk dari kelompok marginal.</p>

Pendekatan

Dalam mengembangkan strategi ini, kami menggunakan kerangka kerja Komunikasi Perubahan Perilaku dan Sosial (Social Behavioral Change Communication/SBCC), yang diterapkan pada tingkatan individu, antarpribadi, komunitas, organisasi serta kebijakan, menggunakan empat intervensi strategis utama dalam SBCC: advokasi, mobilisasi sosial, dan keterlibatan komunitas untuk perubahan sosial serta komunikasi perubahan perilaku. SBCC merupakan pendekatan berbasis perilaku yang digunakan untuk memfasilitasi individu, kelompok, serta komunitas dalam mengadopsi dan mempertahankan praktik tertentu. Pendekatan ini dibangun atas dasar beberapa ilmu sosial serta teori-teori perubahan perilaku yang menyangkut perilaku serta lingkungan di mana perubahan diharapkan untuk terjadi.

Penyusunan strategi ini melalui proses sistematis berdasarkan pemahaman terhadap situasi yang akan menjadi dasar bagi penentuan desain strategis, implementasi, dan evaluasi. Melalui pendekatan SBCC, kami mengidentifikasi dan menganalisis situasi serta kelompok sasaran, dan merumuskan pesan-pesan pokok menjadi pernyataan atau cerita yang meyakinkan untuk menstimulasi sikap dan praktik yang diinginkan.

Gambar 6 Kerangka Kerja Komunikasi Perubahan Perilaku dan Sosial



Pemangku Kepentingan dan Khalayak Sasaran

Strategi ini membedakan antara pemangku kepentingan serta khalayak sasaran. **Pemangku kepentingan** adalah individu atau kelompok yang memengaruhi dan/atau terdampak langsung oleh atau terlibat dalam SP4N-LAPOR!, sementara **khalayak sasaran** adalah individu atau kelompok yang menjadi sasaran dari pesan dan materi komunikasi SP4N-LAPOR!. Perbedaan ini diperlukan mengingat strategi yang diterapkan harus disesuaikan dengan keterlibatan serta kebutuhan dan kepentingan mereka terhadap SP4N-LAPOR!.

Pemangku Kepentingan	Khalayak Sasaran
Instansi yang mengelola pengaduan	Organisasi masyarakat sipil, universitas
Penyedia layanan publik dan instansi yang berkepentingan terhadap pengaduan masyarakat	Warga yang berasal dari kelompok marginal, terutama perempuan, pemuda, serta penyandang disabilitas

Dalam merancang strategi efektif bagi pemangku kepentingan dan khalayak yang dituju, penting untuk memahami pemahaman, sikap serta pengalaman mereka saat ini terkait dengan SP4N-LAPOR!, termasuk juga harapan serta faktor-faktor yang memengaruhi mereka. Idealnya, strategi ini dibangun berdasarkan riset komprehensif yang melibatkan para pemangku kepentingan dan khalayak yang dituju. Namun, kami tidak memiliki keleluasaan tersebut dalam mengembangkan strategi ini. Oleh karena itu, kami menggunakan data sekunder yang ada, dikombinasikan dengan pendapat ahli yang diperoleh dari wawancara dengan tiga narasumber yang pernah bekerja dengan dan/atau menjadi penasihat bagi kelompok-kelompok rentan yang ditargetkan oleh strategi ini, yaitu perempuan dan penyandang disabilitas. Kami juga mengadakan satu sesi diskusi terfokus (FGD) dengan lima mahasiswa dari Universitas Indonesia untuk mendengar pendapat mereka dengan pertimbangan bahwa mereka adalah bagian dari kelompok anak muda.

Tujuan dan Sasaran Komunikasi

Berdasarkan tinjauan literatur, observasi, serta diskusi dengan tiga pakar dari media, organisasi penyandang disabilitas (OPD), serta organisasi pemberdayaan perempuan, berikut adalah tujuan dan sasaran komunikasi yang diusulkan sebagai strategi SBCC untuk meningkatkan penggunaan SP4N-LAPOR! serta resolusi pengaduannya. Strategi ini akan memberikan bobot yang seimbang pada komponen perubahan perilaku dan komponen peningkatan pemahaman, karena data-data yang ada menunjukkan bahwa pemahaman mengenai SP4N-LAPOR! masih rendah.

Salah satu kelompok yang pemahamannya masih rendah mengenai SP4N-LAPOR! adalah pegawai negeri sipil (PNS). Survei dari Lembaga Survei Indonesia (LSI) pada 3 Januari-31 Maret 2021 yang melibatkan 1.201 responden PNS di lembaga-lembaga negara yang tersebar di 14 provinsi menunjukkan bahwa setidaknya ada 39,6% responden yang belum mengetahui keberadaan LAPOR!.³

Hal ini perlu ditangani dengan sangat serius, karena PNS merupakan kelompok yang berada di garda terdepan dalam pengelolaan SP4N-LAPOR! Selain itu, PNS juga merupakan salah satu kelompok utama yang berperan penting dalam memastikan bahwa masyarakat memperoleh pelayanan publik yang berkualitas.

Tujuan Komunikasi

Pada akhir tahun 2022, pemangku kepentingan dan khalayak sasaran telah memiliki pemahaman yang lebih baik dan mendukung SP4N-LAPOR!, serta mengambil langkah untuk meningkatkan jumlah pengaduan yang masuk serta tingkat pengaduan yang diselesaikan.

Capaian yang Diharapkan dan Sasaran Komunikasi

Capaian 1: Institusi yang mengelola pengaduan telah meningkatkan kemampuan komunikasi mereka dalam mempromosikan SP4N-LAPOR! kepada calon pengguna.

- Institusi-institusi tersebut melakukan penilaian secara internal untuk mengidentifikasi perbaikan yang dibutuhkan dalam aspek komunikasi dan *branding*

³ <https://www.antaraneews.com/berita/2107606/Isi-dorong-pemerintah-tingkatkan-pemahaman-pns-soal-whistleblower>

- Institusi-institusi tersebut mengumpulkan sumber daya serta material yang dibutuhkan untuk mempromosikan SP4N-LAPOR! sebagai sistem pengelola pengaduan yang responsif dan inklusif

Capaian 2: Penyedia serta instansi yang mengimplementasikan layanan publik mempromosikan SP4N-LAPOR! pada pelanggannya, terutama mereka yang berasal dari kelompok marginal, untuk meningkatkan penggunaan SP4N-LAPOR!.

- Instansi-instansi ini menyampaikan perkembangan kinerja mereka dalam pengelolaan dan penyelesaian pengaduan kepada publik secara berkala.
- Instansi-instansi ini berpartisipasi dalam kegiatan promosi untuk meningkatkan angka laporan yang masuk melalui SP4N-LAPOR!

Capaian 3: Organisasi masyarakat sipil dan universitas mempromosikan SP4N-LAPOR! untuk meningkatkan penggunaannya, terutama oleh kalangan kelompok marginal atau rentan.

- Mereka menyebarluaskan materi penyuluhan/promosi SP4N-LAPOR! di jaringannya, terutama mereka yang berasal dari kelompok marginal
- Mereka memberikan masukan pada koordinator dan/atau pengelola SP4N-LAPOR! untuk meningkatkan jumlah laporan yang masuk dari kelompok rentan
- Mereka membantu pengguna dari kelompok marginal agar mampu menyampaikan laporan/pengaduan melalui SP4N-LAPOR!

Capaian 4: Kelompok marginal, terutama perempuan, pemuda, serta penyandang disabilitas memahami langkah-langkah/tindakan yang diperlukan untuk menyampaikan laporan atau pengaduan melalui SP4N-LAPOR!

- Mereka berdiskusi dan berbagi informasi dengan teman-teman atau jaringannya tentang pengalaman menggunakan SP4N-LAPOR! untuk meningkatkan partisipasi publik dalam menjadikan layanan publik yang berkualitas dan inklusif
- Mereka berbagi materi edukasi/promosi mengenai SP4N-LAPOR! kepada jaringannya

Pesan-Pesan Pokok

Agar SP4N-LAPOR! dapat dipersepsikan sebagai sistem pengelolaan pengaduan yang terpadu dan terpercaya untuk menyelesaikan permasalahan layanan publik di Indonesia, SP4N-LAPOR! perlu membuktikan kualitasnya melalui tindakan nyata. Agar komunikasi dapat memberikan dampak perubahan, SP4N-LAPOR! perlu memiliki pemahaman yang baik mengenai persepsi para pemangku kepentingan saat ini terhadap SP4N-LAPOR!, serta bagaimana SP4N-LAPOR! ingin dipersepsikan di masa mendatang. Pendekatan ini seharusnya membantu SP4N-LAPOR! membangun kepercayaan dan menuju momentum persepsi yang diinginkan di antara pemangku kepentingan yang disasar.

Pesan-pesan pokok merupakan landasan penting bagi strategi komunikasi. Penyampaian yang konsisten dan berulang-ulang diperlukan untuk meningkatkan kredibilitas pesan. Panduan berikut dapat digunakan sebagai rujukan dalam menyampaikan pesan-pesan pokok.

Pesan-pesan pokok harus menjadi bagian dari rangkaian produk komunikasi, seperti pertanyaan yang kerap disampaikan (FAQ), lembar fakta, teks untuk situs web atau buletin, materi untuk media, korespondensi dan presentasi. Pesan-pesan pokok juga perlu disampaikan ketika menulis surat kepada pemangku kepentingan di tingkat lokal, mengirimkan surat elektronik (*email*), atau mengirim undangan kepada pegiat komunitas untuk menghadiri pertemuan sosial.

Penting untuk menggunakan setiap kesempatan untuk menekankan pesan-pesan pokok dan menyampaikannya kepada para pemangku kepentingan yang bertugas mengomunikasikan SP4N-LAPOR!, melalui kegiatan-kegiatan berikut:

- Meninjau pesan-pesan pokok ketika digunakan
- Memberikan pelatihan internal secara rutin untuk penggunaan pesan-pesan pokok
- Mengadakan kegiatan *role-play* bagi para pemangku kepentingan untuk melatih mereka dalam menggunakan pesan-pesan pokok

Pesan-pesan pokok harus diperbarui sesuai kebutuhan, dan perlu dimodifikasi sesuai kelompok sasaran yang dituju. Poin-poin dan bukti pendukung yang akan membuat pesan-pesan pokok menjadi terpercaya dan bermakna pun perlu disesuaikan dengan kebutuhan.

Berikut adalah prinsip-prinsip yang digunakan dalam mengembangkan pesan-pesan pokok:

- **Penyampaian pesan yang konsisten:** pesan harus konsisten di semua materi komunikasi, serta jelas dan ringkas.
- **Atribut merek:** strategi komunikasi serta semua komponennya harus berkaitan dengan citra merek yang menarik dan mudah diingat, yang juga harus digunakan secara konsisten

di semua materi komunikasi. Dalam strategi ini, atribut merek SP4N-LAPOR! akan dicakup dalam semua materi komunikasi untuk membangun asosiasi dengan merek.

- **Memilih pesan dengan tindakan yang spesifik:** pesan dengan *call to action* yang jelas sangat penting dalam upaya mengubah perilaku. Untuk berubah, kita perlu mengetahui dengan jelas tindakan apa yang harus dilakukan.
- **Pesan yang aspirasional:** pesan harus lebih dari sekadar informasi dan fakta, serta bersifat aspirasional dan mempromosikan kemungkinan-kemungkinan di masa depan.
- Penegasan dan pengulangan pesan melalui **berbagai saluran/pihak yang berpengaruh.** Bukti-bukti menunjukkan bahwa penggunaan berbagai saluran untuk penegasan pesan-pesan pokok meningkatkan peluang untuk perubahan terjadi dan bagi program untuk berdampak.

Pesan-pesan pokok berikut dibuat dengan mengikuti tujuan strategis SP4N-LAPOR!. Tujuan strategis yang diharapkan dapat terwujud melalui pengembangan peta jalan SP4N-LAPOR! 2020-2024 adalah “untuk menciptakan sistem pengelolaan pengaduan yang memberikan respons cepat, dapat diandalkan, dan memberi solusi” atau “sistem pengelolaan pengaduan dengan respons cepat, solusi cepat, dan terpercaya”.

Pesan-Pesan Pokok untuk Pemangku Kepentingan*

1. SP4N-LAPOR! merupakan sistem terpadu penyampaian pengaduan yang mengedepankan **partisipasi langsung dari masyarakat untuk memantau penerapan program dan kinerja pemerintah** serta pengadaan layanan publik secara efektif dan transparan.
2. Memberikan **solusi yang terpadu dan tepat waktu bagi pengaduan masyarakat** melalui SP4N-LAPOR! akan meningkatkan kinerja dan efektivitas pemerintah dalam menyediakan pelayanan publik berkualitas.
3. Mengajak masyarakat untuk menyampaikan masukan melalui SP4N-LAPOR! akan **membangun persepsi positif** terhadap upaya pemerintah dalam memenuhi mandatnya **untuk memberikan pelayanan publik yang inklusif.**

**Catatan: kata-kata yang dicetak merah merupakan kata kunci dan penekanan dalam pesan-pesan pokok.*

Poin-Poin Pendukung untuk Pesan-Pesan Pokok bagi Pemangku Kepentingan

- Hingga bulan Juni 2020, SP4N-LAPOR! telah terhubung dengan 34 kementerian, 100 institusi, dan 523 pemerintah daerah.
- Pada tanggal 27 Oktober 2020, SP4N-LAPOR! telah diresmikan sebagai aplikasi umum untuk pengelolaan layanan publik. Dengan demikian, semua mekanisme penyampaian pengaduan yang dikelola oleh lembaga pemerintah di tingkat pusat dan daerah harus

terhubung ke dalam SP4N-LAPOR!, sebagaimana diatur dalam Peraturan Presiden No. 95/2018 mengenai SPBE.

- SP4N-LAPOR! dirancang untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pengawasan program dan kinerja, serta pengadaan pelayanan publik oleh pemerintah. LAPOR! merupakan sistem daring terpadu yang dapat diakses dengan mudah melalui berbagai platform, termasuk SMS 1708, aplikasi *mobile*, dan situs (www.lapor.go.id). Melalui beragam platform ini, warga dapat menyampaikan petisi dan keluhannya untuk mengemukakan permasalahan secara internal atau kepada pemberi layanan dengan menekankan tantangan yang dihadapi.

Pesan-Pesan Pokok Untuk Khalayak Sasaran

1. SP4N-LAPOR disediakan pemerintah untuk menangani pengaduan masyarakat dalam rangka **meningkatkan kualitas pelayanan publik agar dapat memenuhi kebutuhan semua pihak**, termasuk kelompok marginal karena diskriminasi gender, hambatan ekonomi, dan kondisi disabilitas.
2. Dengan menyampaikan pengaduan melalui SP4N-LAPOR!, **masyarakat mendorong pemerintah untuk transparan dan bertanggung jawab** dalam menyediakan pelayanan publik yang berkualitas dan inklusif.
3. Dengan menyampaikan pengaduan melalui SP4N-LAPOR!, **masyarakat telah menggunakan hak mereka atas pelayanan publik yang berkualitas dan inklusif**.

**Catatan: kata-kata yang dicetak merah merupakan kata kunci dan penekanan dalam pesan-pesan pokok.*

Poin-Poin Pendukung untuk Pesan-Pesan Pokok bagi Khalayak Sasaran

- SP4N-LAPOR! dirancang untuk menjadi saluran penyampaian pengaduan pertama dan terpercaya di Indonesia untuk menyelesaikan permasalahan layanan publik.
- SP4N-LAPOR! berkomitmen untuk menjadi mekanisme penyampaian pengaduan yang memberikan layanan yang konsisten bagi rakyat Indonesia.
- Pemerintah pusat dan daerah secara berkala melakukan monitoring dan evaluasi terhadap pengelolaan pengaduan pelayanan publik untuk mendorong setiap instansi pemerintah agar mengelola pengaduan via SP4N-LAPOR! dengan baik. Fokus evaluasi adalah keaktifan konektivitas akun, kinerja pengelolaan, dan kualitas tindak lanjut pengaduan yang diterima.

Intervensi Strategis

Bagian ini memaparkan secara terperinci mengenai berbagai aktivitas komunikasi sebagai intervensi strategis, yang meliputi **advokasi, mobilisasi sosial, pengembangan materi, penguatan kapasitas, dan penggunaan media massa dan media sosial**. Penerapan intervensi strategis disarankan untuk dilakukan secara bertahap.

Penerapan intervensi strategis ini dibagi menjadi beberapa fase. Durasi untuk setiap fase (contoh: enam bulan atau satu tahun) perlu dipertimbangkan dengan melihat ketersediaan sumber daya, peraturan yang berlaku, partisipasi aktif kelompok pemangku kepentingan yang beragam, serta pertimbangan-pertimbangan lain.

Pada semua intervensi strategis, **fase pertama** akan dimulai dengan memprioritaskan kegiatan, identifikasi peran dan tanggung jawab dari K/L/D dalam implementasinya, serta alokasi sumber daya yang diperlukan untuk melaksanakan rencana komunikasi dan pemasaran ini. **Fase kedua** meliputi evaluasi pelaksanaan strategi untuk perbaikan lebih lanjut. **Fase ketiga**, meliputi pembaharuan rencana komunikasi dan pemasaran berdasarkan hasil evaluasi yang dilakukan di fase sebelumnya.

Dalam perencanaan kegiatan, setiap K/L/D disarankan untuk melakukan penilaian mandiri untuk menentukan kesiapan dalam melaksanakan kegiatan komunikasi dan pemasaran. Organisasi terkait juga dapat menggunakan perangkat penilaian mandiri ini untuk menentukan fase serta aktivitas yang ingin dilaksanakan.

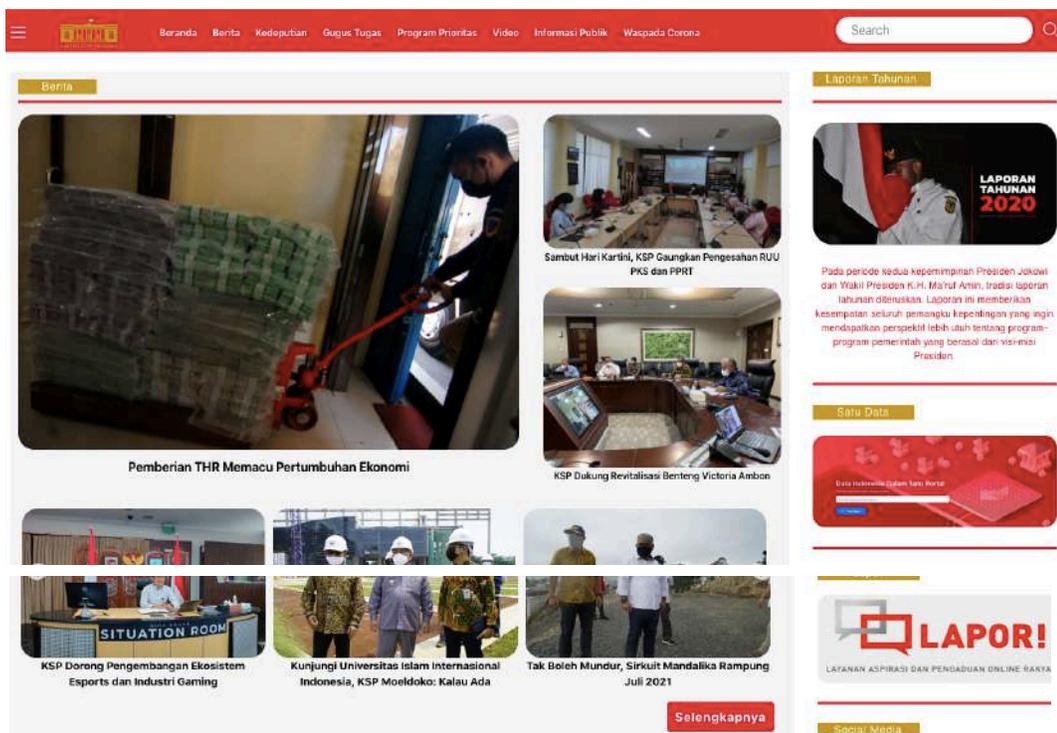
Daftar pertanyaan penilaian mandiri dapat dilihat di dokumen Petunjuk Teknis, yang dilengkapi dengan petunjuk pemilihan kegiatan berdasarkan hasil penilaian mandiri.

Advokasi

Kegiatan-kegiatan advokasi dirancang untuk memengaruhi para pembuat kebijakan, pejabat pemerintahan serta media di tingkat pusat dan daerah. Kegiatan-kegiatan ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman khalayak sasaran mengenai SP4N-LAPOR! dan mendapatkan komitmen dari para pemangku kepentingan untuk mengambil langkah-langkah yang diperlukan untuk meningkatkan jumlah pengaduan yang diterima dan diselesaikan SP4N-LAPOR!. Advokasi juga sangat penting dalam memicu perubahan kebijakan di tingkat pusat dan daerah.

Satu contoh dari kegiatan advokasi adalah Pengelola Pusat mengeluarkan himbauan kepada semua K/L/D untuk meletakkan *banner* atau *hyperlink* situs www.lapor.go.id di halaman muka situs web resmi dan/atau akun media sosial resmi instansi tersebut. Dengan demikian, website masing-masing K/L/D dapat membantu memicu lalu lintas dan kunjungan ke situs SP4N-LAPOR!. Selain itu, akun media sosial masing-masing K/L/D juga dapat digunakan untuk menyebarkan konten media sosial SP4N-LAPOR!. **Gambar 7** berikut ini menunjukkan contoh peletakan *banner* SP4N-LAPOR! di halaman muka situs web KSP.

Gambar 7 Contoh peletakan tautan situs web SP4N-LAPOR! di situs web KSP

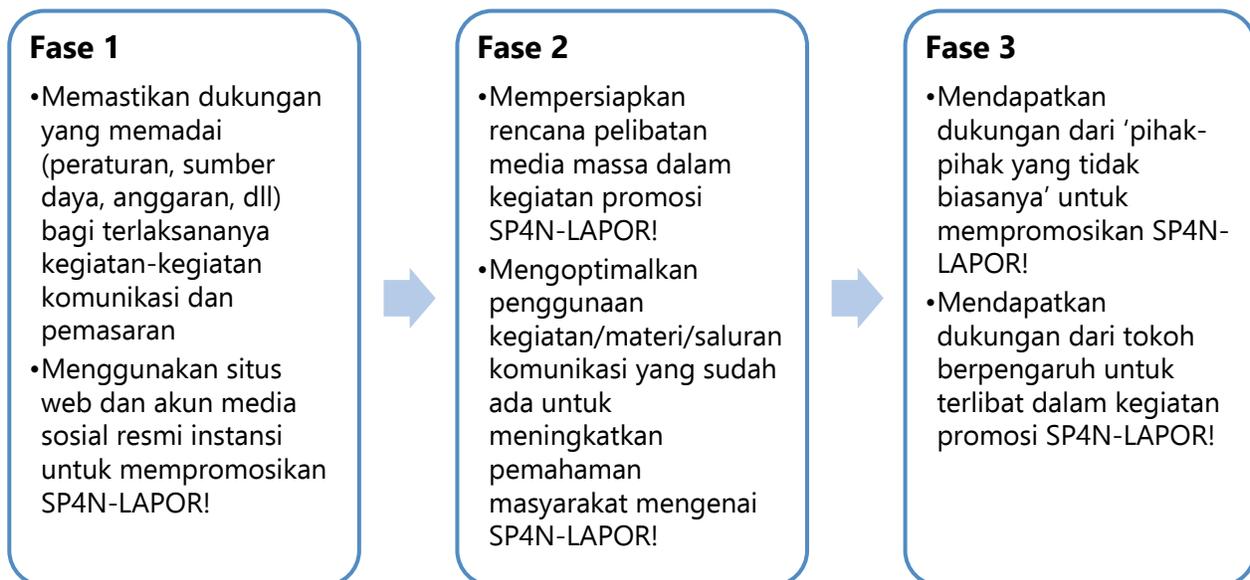


Di tingkat nasional, berdasarkan pengamatan tim konsultan terhadap situs web dan akun sosial media ORI dan KSP, sebagai instansi yang relevan dengan SP4N-LAPOR!, menunjukkan visibilitas yang rendah dan hampir tidak ada untuk SP4N-LAPOR!. [Situs](#) dan akun media sosial ORI (YouTube, Facebook) tidak terhubung dengan situs SP4N-LAPOR!. Hanya akun Instagram ORI yang memuat satu postingan mengenai SP4N-LAPOR!. Bahkan, ORI mempromosikan platform mekanisme pengaduannya sendiri di situs dan akun-akun media sosialnya.

Walau [situs web KSP](#) sudah memuat *banner* situs web SP4N-LAPOR!, namun akun media sosial KSP (Instagram, Twitter, dan Facebook) hanya memuat beberapa postingan mengenai SP4N-LAPOR! dalam setahun terakhir. Semua postingan ini berkaitan dengan kompetisi SP4N-LAPOR!.

Kegiatan-kegiatan berikut (**Gambar 8**) merupakan beberapa contoh kegiatan yang dilakukan untuk mempromosikan SP4N-LAPOR! sebagai mekanisme terpadu penyampaian keluhan yang mengedepankan partisipasi langsung masyarakat untuk secara efektif dan transparan mengawasi program dan kinerja pemerintah, serta pengadaan layanan publik. Penting bagi kegiatan advokasi yang sudah ada, baik di tingkat pusat maupun daerah, untuk terus dipertahankan dan lingkungan yang mendukung diperkuat dengan kebijakan, struktur, serta sumber daya yang diperlukan.

Gambar 8 Contoh Kegiatan Advokasi Dalam Fase



Kegiatan lain yang juga berpotensi untuk advokasi adalah program *media engagement*. Kegiatan-kegiatan berikut dapat dilaksanakan untuk membangun dan/atau memperkuat hubungan dengan media untuk SP4N-LAPOR!:

- Mengembangkan dan menyimpan database media sasaran yang terdiri dari media cetak, TV/radio dan media *online*
- Menerapkan sistem pemantauan media untuk mengamati isu-isu dan mengidentifikasi cerita, sudut pandang dan tema yang menarik, sambil mengumpulkan berita harian penting mengenai SP4N-LAPOR! di dalam laporan harian, mingguan, dan bulanan.
- Mengajak pembentuk opini (*key opinion former*) untuk mendukung SP4N-LAPOR! dengan mempromosikan manfaatnya serta meningkatkan kredibilitas dan objektivitas informasi. *Key opinion former* ini bisa merupakan perwakilan pakar, aktor politik, media, organisasi masyarakat sipil, institusi pemikir, dan sebagainya.
- Wawancara eksklusif dengan juru bicara SP4N-LAPOR! dan pakar atau figur penting lainnya untuk mendukung penggunaan SP4N-LAPOR!.
- Memfasilitasi acara-acara seperti pengumuman penting atau acara lain terkait SP4N-LAPOR!
- Mengelola hubungan dengan media dan mengumpulkan informasi latar belakang, mengelola permintaan informasi dari media, memperbarui materi untuk media, mempersiapkan butir bicara untuk juru bicara dan membantu pelaksanaan wawancara *door stop* atau eksklusif dengan juru bicara SP4N-LAPOR!

Mobilisasi Sosial

Mobilisasi sosial mencakup perubahan di tingkat organisasi dan komunitas, serta kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh institusi yang relevan dalam komunitas. Komponen mobilisasi akan terkait dengan inisiatif dan program yang sudah ada, seperti program penghargaan nasional dan kompetisi tahunan, juga "LAPOR! Goes to Campus". Mahasiswa, organisasi masyarakat sipil, serta kelompok pemuda di berbagai daerah dapat berinteraksi dalam berbagai aktivitas sesuai dengan kerangka kerja bersama, yang mencakup peningkatan pemahaman, partisipasi, diskusi, dan berbagi dengan rekan sejawatnya (*word-of-mouth*).

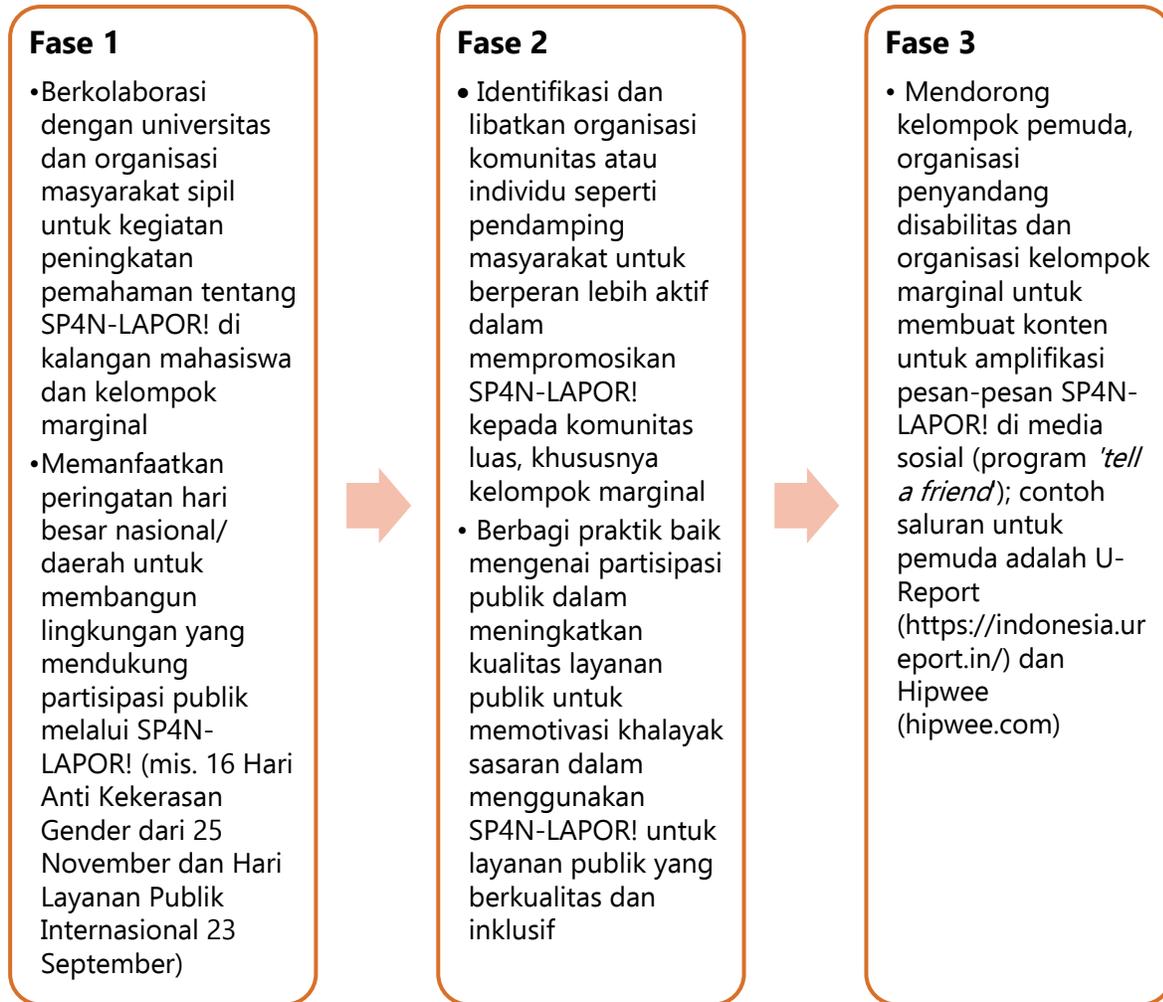
Dalam wawancara dengan Direktur SPAK Indonesia⁴, diketahui bahwa perempuan, terutama dari kelompok marginal, cenderung enggan mengirimkan aduan karena sedikitnya bukti bahwa mekanisme pengaduan seperti SP4N-LAPOR! benar-benar efektif dalam menyelesaikan masalah. Kegiatan atau acara dan berbagai kesempatan yang ada perlu digunakan untuk mempromosikan SP4N-LAPOR! serta manfaatnya bagi masyarakat. Kegiatan dan acara-acara tersebut perlu dibuat menarik bagi khalayak sasaran agar mereka bersedia memposting di akun media sosialnya.

Untuk terus memobilisasi komunitas agar membangun lingkungan yang mendukung dan menginspirasi penggunaan SP4N-LAPOR!, berbagai aktivitas yang diusulkan pada tiap fase ditampilkan pada **Gambar 9** berikut.

Untuk organisasi-organisasi lain yang berpotensi didekati untuk menjangkau kelompok marginal, lihat **Lampiran E. Profil Organisasi Mitra Potensial**.

⁴ Wawancara dengan Direktur SPAK Indonesia, Maria Kresentia, pada 28 Desember 2020.

Gambar 9 Contoh Aktivitas Mobilisasi Sosial Dalam Fase



Pengembangan Materi Komunikasi

Materi komunikasi digunakan untuk menekankan pesan-pesan pokok serta menyediakan konten untuk media massa dan media sosial. Pesan serta konten dalam materi-materi ini perlu disesuaikan agar menjadi format yang mudah digunakan khalayak sasaran. Penting untuk mendapatkan masukan dan tanggapan dari pengguna untuk memastikan konten yang digunakan sudah jelas, relevan, kredibel, dan berguna. Format dan konten harus melewati *pre-test* dan dimodifikasi sesuai

hasil *pre-test*. Semua materi harus secara konsisten menggunakan logo SP4N-LAPOR! dan mengacu pada Panduan Desain Logo.

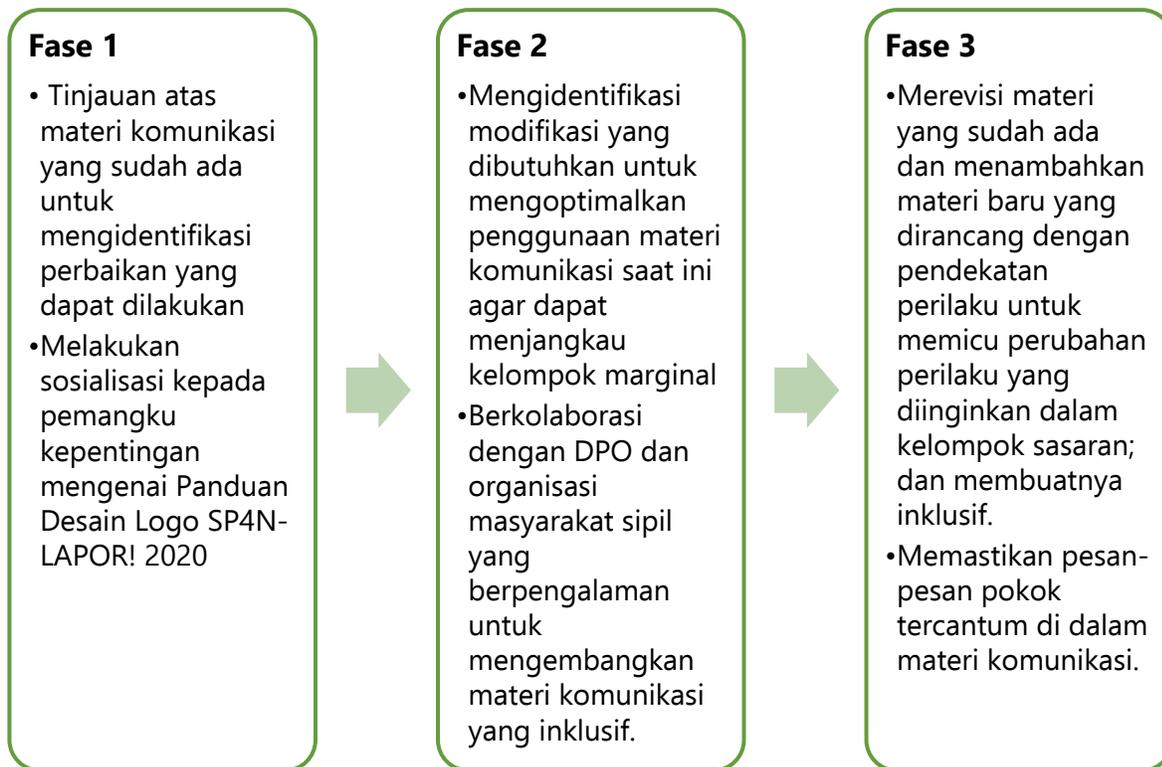
Pesan-pesan pokok perlu disisipkan dalam materi komunikasi dan postingan media sosial. Beberapa materi perlu menggunakan bahasa setempat agar pesannya lebih menarik dan relevan bagi beragam khalayak sasaran. Pendekatan *storytelling* perlu digunakan dalam konten di berbagai format, seperti video, artikel media, *talk show* radio, serta iklan layanan masyarakat (ILM). Di masa mendatang, perlu didesain materi komunikasi tambahan dengan menggunakan pendekatan perilaku untuk memotivasi terjadinya perubahan perilaku yang diinginkan pada kelompok sasaran yang lebih luas, terutama kelompok marginal. Materi komunikasi perlu disesuaikan sebisa mungkin untuk mengakomodasi kebutuhan kelompok marginal yang berbeda-beda. Sebagai contoh, semua materi, termasuk situs web (lapor.go.id) dirancang agar dapat diakses oleh penyandang disabilitas (menggunakan pendekatan desain universal).

Organisasi seperti The World Wide Web Consortium (W3C), Sentra Advokasi Perempuan Difabel Dan Anak (SAPDA), dan Yayasan Mitra Netra memberikan bantuan dan perangkat untuk mengakses dan membuat materi dan platform digital seperti situs web dan aplikasi menjadi lebih mudah diakses dan digunakan semua orang, termasuk mereka yang menyandang disabilitas. UNICEF juga sudah mengeluarkan Inclusive Communication Module yang memberikan petunjuk penggunaan istilah yang tepat ketika berbicara mengenai anak-anak penyandang disabilitas, cara-cara berinteraksi dengan penyandang disabilitas, serta pengembangan materi dan pengaturan pertemuan yang inklusif dan aksesibel bagi orang dengan disabilitas.

Sebagai contoh, saat pemilihan presiden tahun 2019 lalu, Komisi Pemilihan Umum (KPU) membuat ILM yang khusus menyasar orang dengan disabilitas untuk mengajak mereka mendaftar sebagai pemilih. KPU mempublikasikan ILM tersebut di YouTube pada 13 Oktober 2018. Pemilihan presiden 2019 ini berhasil menarik 1.247.730 pemilih dengan disabilitas, sedangkan pemilihan kepala daerah tahun 2018 diikuti oleh 36.908 pemilih dengan disabilitas. Meskipun hubungan antara ILM tersebut dan kesuksesan pemilihan umum tahun 2019 belum terkonfirmasi, peningkatan ini menunjukkan bahwa penyesuaian materi komunikasi dengan kebutuhan khalayak yang dituju dapat dilakukan.

Untuk terus meningkatkan penggunaan materi komunikasi sebagai sumber informasi atau referensi bagi berbagai kelompok sasaran untuk meningkatkan pemahaman dan motivasi mereka menggunakan SP4N-LAPOR!, berikut adalah kegiatan-kegiatan yang diusulkan untuk dilakukan pada tiap fase (**Gambar 10**).

Gambar 10 Contoh Aktivitas Pengembangan Materi Dalam Fase



Selain itu, tim komunikasi dan pemasaran SP4N-LAPOR! juga sangat disarankan untuk menyiapkan paket informasi dasar ('Playbook SP4N-LAPOR!') ketika berkomunikasi dengan para pemangku kepentingan dan khalayak sasaran.

“Playbook SP4N-LAPOR!” di antaranya akan memuat dokumen-dokumen berikut:

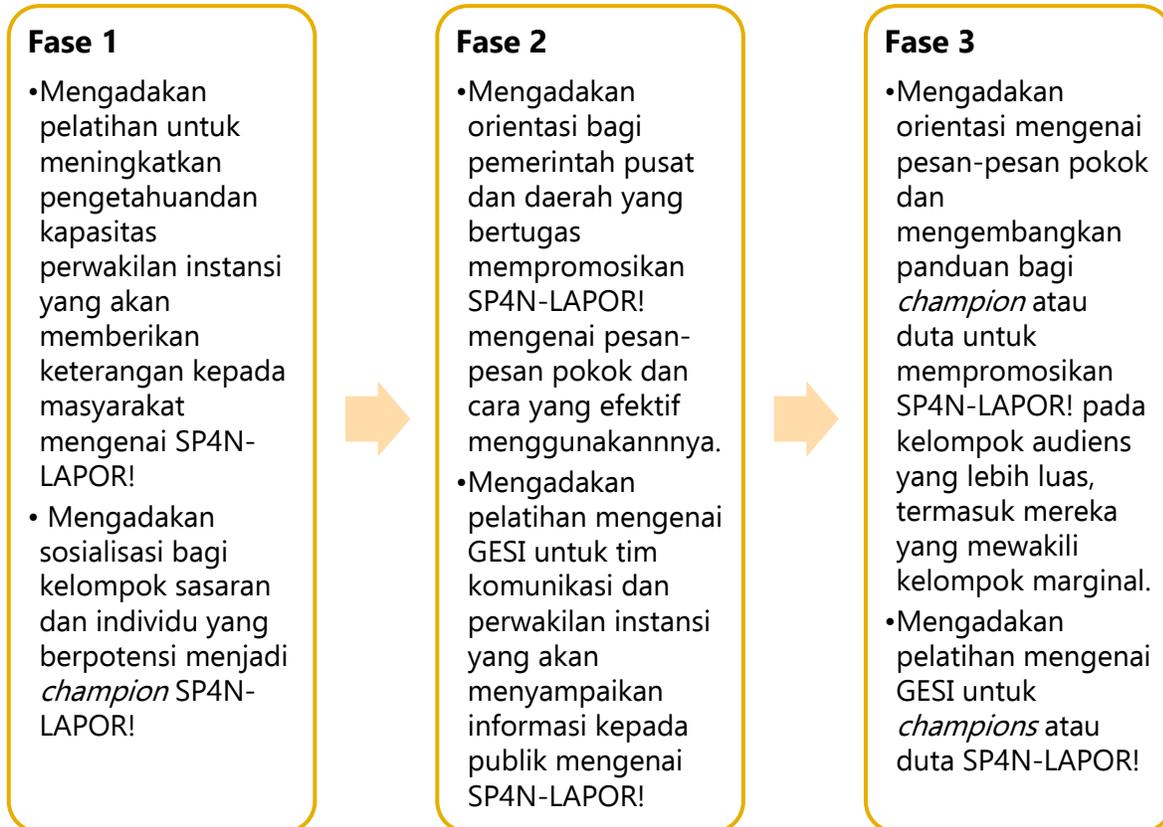
- Panduan desain branding/logo
- Butir Bicara tentang SP4N-LAPOR!
- *Frequently Asked Questions (FAQ)* mengenai SP4N-LAPOR!
- Lembar Fakta mengenai SP4N-LAPOR!
- Mempersiapkan Berita Pers dan *Template* yang Efektif untuk SP4N-LAPOR!
- Informasi Latar mengenai Media dan Daftar Media potensial untuk SP4N-LAPOR!
- Panduan untuk Pengelola Media Sosial Pemerintah
- Panduan untuk Optimalisasi Konten Media Sosial

Penguatan Kapasitas

Kegiatan penguatan kapasitas harus berfokus pada membangun kemampuan komunikasi antarpribadi dan kemampuan konseling bagi pemangku kepentingan tertentu, organisasi atau individu yang menjadi mitra, termasuk relawan. Sesi orientasi akan diadakan untuk tiap kelompok yang akan menjadi agen perubahan dan mempromosikan pesan-pesan SP4N-LAPOR! kepada rekan sejawatnya serta jaringan komunitas, secara individu, bilamana dibutuhkan, dalam sesi-sesi yang direncanakan.

Hasil tinjauan literatur kami menunjukkan bahwa saat ini aktivitas penguatan kapasitas terbatas pada kemampuan teknis instansi yang mengelola SP4N-LAPOR!, dan sesi orientasi bagi instansi-instansi yang relevan di level pemerintah daerah. Aktivitas penguatan kapasitas yang sudah ada belum mencakup kemampuan komunikasi dan pemasaran yang dibutuhkan untuk mempromosikan SP4N-LAPOR! dan sesi yang relevan bagi organisasi masyarakat sipil, media, serta individu-individu yang berpotensi menjadi mitra atau *champion* SP4N-LAPOR!. Oleh karena itu, penting diadakan sesi orientasi yang menjangkau mahasiswa, kelompok anak muda, pemimpin komunitas, pekerja sosial, LSM lokal, organisasi masyarakat sipil, serta media massa. Untuk tujuan tersebut, berikut adalah aktivitas yang diusulkan. (**Gambar 11**)

Gambar 11 Contoh Aktivitas Penguatan Kapasitas Dalam Fase



Penggunaan Media Massa dan Sosial Media

Media massa dan media sosial menjadi kendaraan penting untuk mempromosikan pesan-pesan pokok dan penggunaan SP4N-LAPOR!. Penggunaan teknologi digital yang semakin pesat di Indonesia serta popularitas media sosial di kalangan kelompok target tertentu membuat media massa dan media sosial menjadi platform yang tepat untuk penyebaran pesan dan memicu terjadinya dialog. Perbedaan gender perlu dipertimbangkan ketika mengembangkan pesan untuk intervensi melalui media massa dan media sosial.

Kementerian Komunikasi dan Informatika telah menerbitkan panduan berjudul “Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial Dalam Lembaga Pemerintah” (2018) untuk fungsi hubungan masyarakat di institusi pemerintah dalam penyampaian informasi mengenai program pemerintah, kebijakan, serta aktivitas di media sosial.

Komponen media massa dan media sosial pada tiap fase ditampilkan pada **Gambar 12** di bawah ini.

Gambar 12 Contoh Aktivitas Penggunaan Media Massa Dan Media Sosial Dalam Fase



Aktivitas untuk media massa dan media sosial membutuhkan sumber daya manusia yang memadai dan kompeten agar efektif. Tim khusus untuk membangun dan menjaga hubungan dengan media massa dan media sosial di tingkat pusat dan daerah (level manajer dan pelaksana) dibutuhkan untuk menangani semua aspek dalam pengelolaan media massa dan media sosial SP4N-LAPOR!, mulai dari pembuatan konten hingga analisis data. Informasi mengenai peran dan tanggungjawab tim ini dipaparkan di dokumen Petunjuk Teknis.

Rencana Monitoring & Evaluasi

Rencana monitoring dan evaluasi yang dijabarkan ini dimaksudkan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan mengenai bagaimana intervensi strategis yang diusulkan dalam strategi komunikasi dan pemasaran berkontribusi pada tujuan program dan komunikasi. Dibutuhkan perubahan pada pengetahuan, sikap, kemampuan, aspirasi atau motivasi agar bisa terjadi perubahan di tingkat berikutnya – yaitu perubahan perilaku dan perubahan sosial yang diharapkan.

Pemantauan atau monitoring merupakan kegiatan pengumpulan data mengenai apa yang dilakukan sebuah program (seperti input dan output) yang berlangsung terus menerus dan berulang, serta bagaimana program tersebut diimplementasikan sesuai rencana (ICRW, 2010). Pemantauan umumnya terbatas pada pelacakan aktivitas dan pengukuran mengenai seberapa sering satu aktivitas dilakukan, atau seberapa banyak orang yang dijangkau, dibutuhkan pemantauan yang lebih luas untuk mengkaji capaian perilaku dan sosial yang terjadi atau hasil dalam jangka pendek.

Sejauh mana program diimplementasikan sesuai rencana (output dari proses) dan memberikan hasil jangka pendek dan menengah dapat diukur dan divalidasi dengan adanya sistem monitoring yang dibuat untuk melengkapi kegiatan implementasi. Kerangka kerja monitoring ini merinci indikator-indikator yang digunakan untuk mengukur perubahan dan memberikan kerangka monitoring berkelanjutan untuk memantau perkembangan pelaksanaan strategi.

Untuk strategi ini, ada dua jenis monitoring yang bisa dilakukan:

- **Monitoring capaian perilaku** yang melihat hasil yang muncul secara berkala (jangka pendek dan menengah) atau perubahan yang muncul di tengah program berjalan berkaitan dengan pengetahuan, sikap, serta perilaku yang diperlukan untuk mencapai dampak yang diinginkan
- **Monitoring proses** yang melihat pada implementasi, seperti apakah input sudah sesuai, tonggak pencapaian (*milestones*) tercapai, dan aktivitas serta hasil sudah sesuai dengan yang direncanakan, serta melacak output dan membandingkannya dengan parameter seperti jangkauan, kualitas, partisipasi, serta kepuasan.

Evaluasi melihat kepastian dan nilai dari proses yang dilakukan, serta bertujuan untuk “memperbaiki” program atau kebijakan. Dari evaluasi kita dapat mengetahui apakah perubahan perilaku dan sosial yang diinginkan sudah terjadi; membantu kita melihat perubahan yang terjadi secara berkala dan mengukur sejauh mana intervensi strategis berkontribusi pada tujuan program, baik tujuan jangka pendek maupun menengah, serta dampaknya pada program dalam jangka panjang.

Dalam strategi ini, evaluasi mencakup evaluasi capaian (*outcome*) untuk menentukan sejauh mana intervensi strategis berkontribusi pada pencapaian tujuan program untuk meningkatkan pemahaman dan dukungan kelompok sasaran terhadap SP4N-LAPOR!, serta sejauh mana intervensi strategis memotivasi kelompok sasaran untuk meningkatkan jumlah pengaduan yang diterima serta penyelesaian pengaduan.

Monitoring dan evaluasi yang terencana dengan baik dan dilakukan secara sistematis akan membantu menganalisis level pencapaian yang diharapkan serta hasil-hasil yang tidak diharapkan. Kerangka kerja monitoring dan evaluasi yang berhubungan dengan intervensi strategi yang diusulkan, yang juga mencakup tonggak pencapaian, indikator proses, dan bukti verifikasi dapat dilihat di dokumen Petunjuk Teknis.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik. (2021, Februari 5). *Ekonomi Indonesia 2020 Turun sebesar 2,07 Persen* [[Press Release](#)].
- Cutler, Z. (2012, November 13). [8 Tips for Writing a Great Press Release](#). HuffPost News.
- Farisa, F. C. (2019, April 8). [Jumlah Pemilih Pemilu 2019 Bertambah Jadi 192.866.254](#). Kompas.com.
- Fauzia, M. (2021, Maret 26). [Bank Dunia: Ekonomi China Tumbuh Paling Tinggi pada 2021, Indonesia Pulih ke Sebelum Pandemi](#). Kompas.com.
- Gregory, A. (2010). *Planning and Managing Public Relations Campaign*. Kogan Page Limited.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2020). [Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi No. 46 Tahun 2020](#).
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2020, June). *Paparan Kebijakan SP4N-LAPOR!*.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2020). *Laporan Tahunan Pengelolaan SP4N-LAPOR! 2020*.
- Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Bappenas. (2020). [Rancangan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional \(RPJMN\) 2020–2024](#).
- KPU-RI. (2018, October 13). [Sosialisasi Pemilih Penyandang Disabilitas](#). [Video]. YouTube.
- KPU-RI. (2020, December 6). *TPS Ramah Pemilih Penyandang Disabilitas* [Video]. YouTube. .
- LAPOR1708. (2019, October 18). [Tutorial Mendaftar Kompetisi SP4N-LAPOR!](#) [Video]. YouTube.
- Nugraheny, D. E. (2021, Maret 26). [Menkes: Kecepatan Vaksinasi Covid-19 Indonesia Dekati 500.000 Suntikan Per Hari](#). Kompas.com.
- Oktavianti, T. I. (2020, April 7). [Jakarta records spike in domestic violence reports during work-from-home period](#). The Jakarta Post.
- PRWeb. (n.d.). [Tips for an effective press release](#).
- Pusparisa, Y. (2020, September 15). [Pengguna Smartphone Diperkirakan Mencapai 89% Populasi pada 2025](#). Katadata.co.id.
- Putri, Z. (2018, December 15). [KPU: Pemilih Disabilitas di Pemilu 2019 Sebanyak 1,2 Juta Orang](#). Detik.com.
- Tamtomo, A. B. (2019, March 19). [INFOGRAFIK: Pemilih Penyandang Disabilitas dalam Pemilu 2019](#). Kompas.com.



Tanthowi, P. U. [@PramonoUtan]. (2019, April 24). Mohon maaf, pak @haikal_hassan ini data resmi yg dimiliki oleh KPU RI. Demikian. Terima kasih. [Image Attached] [Tweet]. Twitter. <https://twitter.com/PramonoUtan/status/1121001599885664258/photo/1>.

Lampiran

Lampiran A. Analisis Konten Media Sosial

Bagian ini merupakan penjabaran dari hasil analisis konten media sosial milik akun resmi SP4N-LAPOR! berdasarkan pengamatan kami hingga 26 November 2020.

Twitter: @lapor1708



Engagement masih sangat rendah (di luar *pinned tweet*) karena rata-rata komentar per *post* masih di bawah 1, rata-rata *retweet* dan *likes* per *post* pun masih 1. Selain itu, interaksi antara admin dan *followers* juga relatif rendah karena admin tidak membalas komentar atau *reply* publik (di *post* selain *pinned tweet*).

Followers: 72.700

Rata-rata *likes*: 1,7

Rata-rata *retweet*: 1

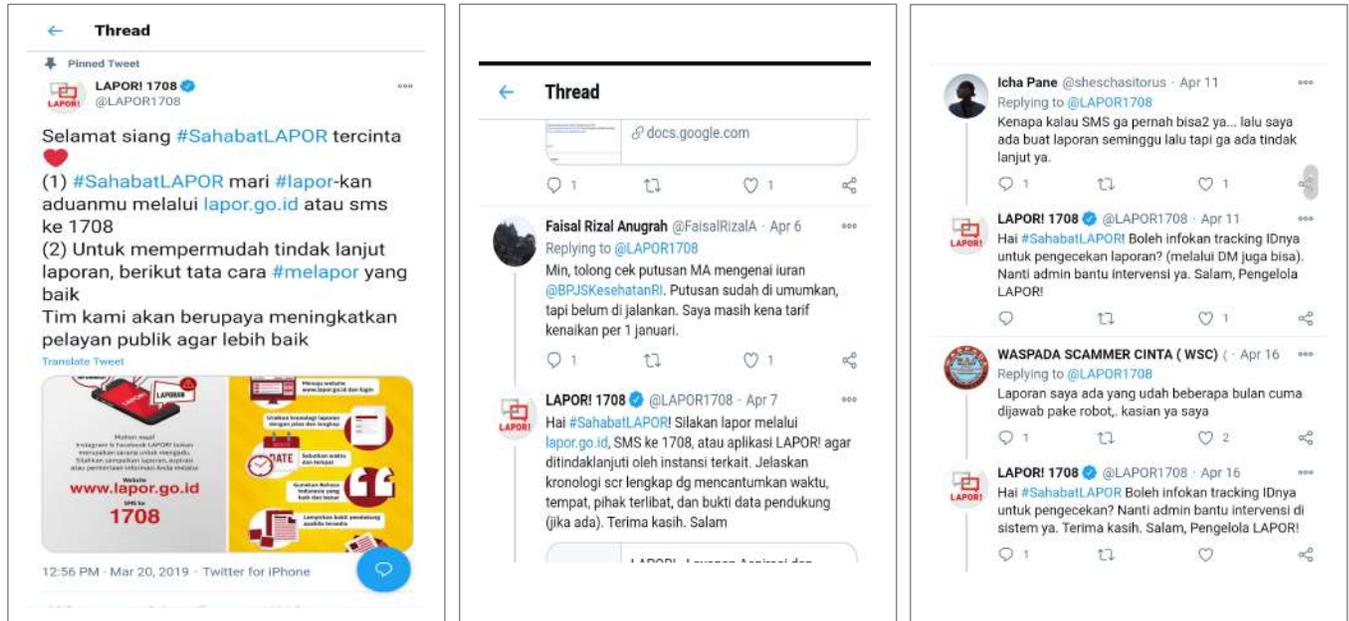
Rata-rata komen: 0,6

Periode: 26 Okt-26 Nov 2020

Sebagian besar komentar merupakan permintaan untuk cek laporan atau berisi keluhan karena laporan belum ditindaklanjuti setelah beberapa waktu (ada yang sampai beberapa bulan belum ada kabar). Tweet balasan dari admin LAPOR! biasanya mengarahkan cara untuk melapor atau menawarkan bantuan untuk melacak laporan dengan *tracking ID*. Tweet balasan dari admin LAPOR! sudah dalam bentuk format dan terkesan kaku karena tidak disesuaikan atau dibuat lebih personal. *Pinned tweet* berisi petunjuk cara-cara untuk menggunakan LAPOR!.

Engagement di Twitter paling tinggi berasal dari *pinned tweet* dengan 161 *likes*, 161 *comments/reply*, dan 106 *retweet*. Jumlah *post* 0-4 *tweets* dalam sehari dan 6-14 *tweets* dalam satu minggu. Setiap konten yang diunggah sudah konsisten menggunakan tagar #SahabatLAPOR dan #lapor1708.

Gambar A.1. Contoh unggahan di Twitter



Instagram: @lapor1708



Engagement masih rendah dilihat dari rata-rata *likes* yang masih sangat sedikit dibandingkan jumlah *followers*. Rata-rata komentar per *post* juga hanya 3 komentar. Sama dengan Twitter, interaksi admin dengan audiens rendah karena admin tidak membalas komentar publik.

Followers: 27.200
Engagement rate: 0,18%
Average likes: 48
Average comments: 3

Komen berupa laporan/aduan, pertanyaan, keluhan berupa laporan yang tidak ditanggapi oleh admin media sosial.

Konten di akun Instagram sama dengan Twitter dan Facebook, tetapi *caption* lebih panjang. Format konten beragam, mulai dari *post* (desain seperti infografis dan *caption*), *story* dan *highlight*, serta IGTV. *Highlights* memuat posting mengenai *giveaway*, informasi mengenai COVID-19 dengan judul "Giveaway" dan tentang LAPOR!, seperti cara mengajukan pengaduan yang baik dan

proses pengaduan. Konten sudah cukup informatif dan telah disajikan dalam desain yang menarik, baik untuk gambar maupun video. Komentar dari *followers* cenderung negatif dan banyak yang tidak ada hubungannya dengan konten yang ditampilkan. Selain itu, admin dan *followers* tidak interaktif karena admin tidak membalas komentar publik. Setiap konten yang diunggah sudah konsisten menggunakan tagar #SahabatLAPOR dan #lapor1708.

Facebook: @lapor1708



Secara kualitatif, *engagement* sangat rendah bahkan bisa dikatakan tidak ada. Komentar tidak pernah dibalas sama sekali oleh admin, dan materi komunikasi merupakan materi postingan dari Instagram. Akun terkesan pasif, sangat "template" dan satu arah. Akun sudah terintegrasi dengan URL situs web LAPOR!.

Followers:	15.812
Likes:	14,987
Sering unggah konten, setidaknya 3 hari sekali.	
Konten sama persis dengan konten Instagram, baik dari foto maupun <i>caption</i> .	

Di berbagai konten informasi terkini, akun ini sudah mengaitkan URL situs web LAPOR! dan nomor SMS untuk melapor, contohnya: "Jika Sahabat mempunyai aspirasi, aduan maupun permintaan informasi terkait pelaksanaan kenormalan baru di Indonesia ayo sampaikan melalui www.lapor.go.id, SMS ke 1708 atau melalui aplikasi Android/iOS SP4N LAPOR."

Audiens banyak mengomentari akun Facebook dan masih banyak komentar yang menunjukkan kurang pemahannya mereka dengan cara-cara melapor yang benar. Masih banyak ditemukan komentar negatif dan admin tidak pernah menanggapi komentar.

YouTube: @LAPOR1708



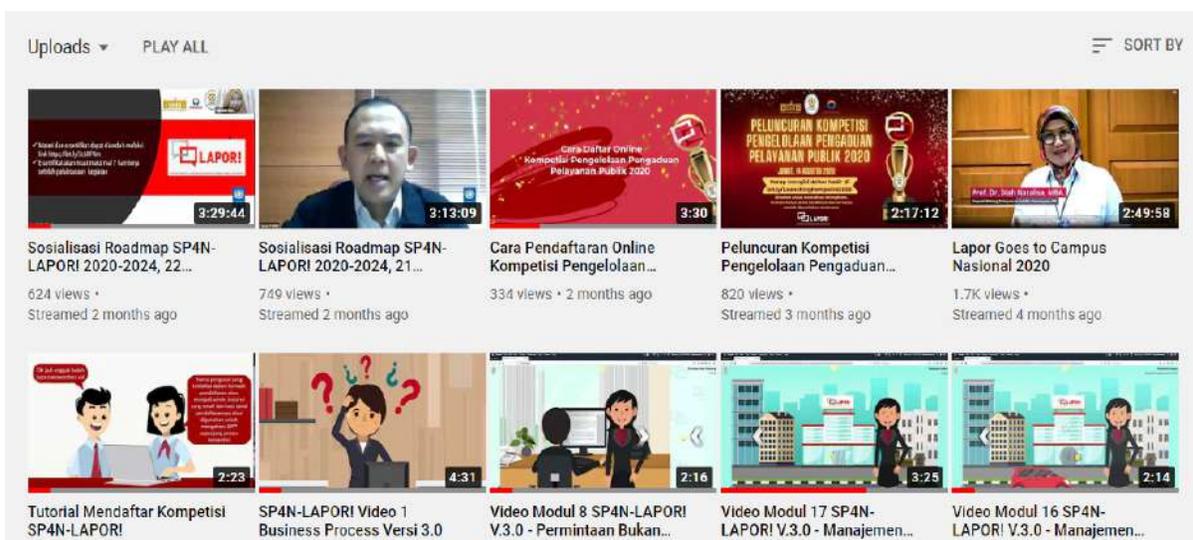
Secara kualitatif, *engagement* sangat rendah bahkan bisa dikatakan tidak ada. Komentar tidak pernah dibalas sama sekali oleh admin, *views* sangat rendah (rata-rata 200-600 per video). Di video yang berkolaborasi dengan Najwa Shihab hanya mendapat 6K views. YouTube hanya aktif "sesekali" dalam setahun. Tiap tahunnya konten berbeda kategori. Sudah terlihat bahwa akun ini menasar anak muda.

Subscribers: 1.04K
 Total video views: 132.264
 Views paling banyak dalam 1 video: 26K

Total video: 46 (dalam 7 tahun terakhir)
 Periode aktif: 1 kali dalam 1 tahun
 Terakhir mengunggah video: 2 bulan lalu

Konten sudah diatur rapi dengan adanya *playlist* dengan 4 kategori berbeda sesuai tujuan yang berbeda. Visual juga sudah cukup menarik. Jika dilihat per tahun, @LAPOR1708 membuat konten dengan tema yang berbeda-beda. Pada tahun 2020, konten fokus pada *road map* dan pengadaan kompetisi yang sasarannya merupakan khalayak berusia muda dan mahasiswa.

Gambar A.2. Contoh Video pada YouTube



Pada tahun 2013, 2014, dan 2015, akun ini sudah diawali perkenalan mengenai SP4N-LAPOR!. Di tahun 2018, SP4N-LAPOR! berkolaborasi dengan Najwa Shihab dan menyasar pada khalayak usia muda namun *engagement* yang didapat kurang signifikan, dengan *views* untuk video ini hanya 6.8k (paling banyak untuk akun ini). Pada tahun 2019, khususnya di bulan Januari, video yang diunggah adalah mengenai 17 modul SP4N-LAPOR! versi 3.0. Konten sudah konsisten antarmodulnya dan sangat jelas dalam penyampaian isi pesannya.

Tidak semua konten di dalam *caption* mencantumkan cara melapor melalui www.lapor.go.id atau SMS ke 1708, sehingga informasinya tidak jelas dan lengkap bagi khalayak yang baru berkunjung ke akun ini. Mayoritas kolom komentar memiliki respons negatif dan banyak yang malah mengajukan pengaduan atau keluhan serta pertanyaan dalam akun ini namun tidak ada tanggapan dari admin.

Analisis Media Sosial di 6 Wilayah Percontohan (per 26 Maret 2021)

1. Provinsi Bali

- [Website pemerintah provinsi Bali](#) sudah meletakkan ikon LAPOR! di Beranda, namun tidak dilengkapi dengan logo dan tulisan "LAPOR!" melainkan ditulis sebagai "pengaduan publik" sehingga tidak terlihat dengan jelas. Dari segi *branding*, peletakan ikon saja belum memadai, karena ikon LAPOR! belum dikenal masyarakat, sehingga perlu diikuti dengan tulisan "LAPOR!".
- Facebook @pemprov.bali belum menyantumkan dan memberitakan mengenai SP4N-LAPOR!.

2. Provinsi DI Yogyakarta (DIY)

- [Website pemerintah Provinsi DIY](#) sudah memiliki menu untuk melapor yang disebut e-Lapor Jogja. Pemprov DIY juga membuat [laman khusus berjudul "Lapor"](#) yang tidak sama dengan situs web resmi LAPOR!. Di laman ini ada [laman yang memperlihatkan aduan](#) atau laporna yang sudah diterima. Situs web ini juga memiliki laman khusus untuk [Whistleblowing System \(WBS\)](#).
- Akun Twitter @humas_jogja, Instagram @humasjogja, dan Facebook @HumasPemdaDIY belum memberitakan dan menyantumkan tautan mengenai SP4N-LAPOR!
- Akun YouTube Humas Jogja (13.600 subscribers) belum memberitakan dan menyantumkan tautan SP4N-LAPOR!. Video yang menjelaskan komitmen DIY dalam menyelenggarakan LAPOR! justru dimuat di kanal Kominfo DIY (896 subscribers) yang jumlah pengikutnya jauh lebih sedikit dari kanal Humas Jogja.

3. Provinsi Sumatera Barat (Sumbar)

- [Website pemerintah Provinsi Sumbar](#) di laman "Layanan Publik" terdapat submenu "Pengaduan Publik" yang merupakan tautan ke situs web [LAPOR! Sumbar](#)
- Akun Instagram @humas.sumbar, YouTube @HumasSumbar, dan Facebook @HumasSumbar belum memberitakan dan menyuntumkan tautan SP4N-LAPOR!

4. Kabupaten Badung, Bali

- [Website pemerintah Kabupaten Badung](#) sudah mencantumkan ikon LAPOR! di halaman muka, bahkan diletakkan dengan jelas di sebelah kiri atas sehingga langsung terlihat. Hanya saja belum menggunakan logo SP4N-LAPOR! dan menamainya dengan E-LAPOR! (**Gambar 21**).
- Akun Instagram @pemkabbadung sudah mengunggah video edukasi melalui fitur IGTV mengenai SP4N-LAPOR! walau hanya sekali. Template serta *hashtags* juga sudah sejalan dengan apa yang ada di akun resmi SP4N-LAPOR!.

Gambar A.3. Beranda Situs Web Pemerintah Kabupaten Badung



5. Kabupaten Sleman, DIY

- [Website pemerintah Kabupaten Sleman](#) memiliki kanal pengaduan publik yang berdiri sendiri dan terpisah dari SP4N-LAPOR! yang bernama "LaporSleman." Masyarakat dapat melapor langsung di [situs web](#) atau melalui aplikasi [Lapor Sleman](#). Aplikasi ini belum menunjukkan keterhubungannya dengan SP4N-LAPOR!.
- Pada akun Twitter: @kabarsleman ada beberapa posting yang menginformasikan SP4N-LAPOR! dengan penyebutan singkat SP4N-LAPOR! sebagai salah satu sarana dalam satu kesatuan Lapor Sleman yang menyediakan beragam kanal bagi warga untuk menyampaikan keluhan atau pengaduan (aplikasi *mobile*, situs web, Twitter, Instagram, Facebook, SMS, dan email).
- Aduan dari warga Sleman tersebut telah diterima melalui:
 - 26,57% melalui [Aplikasi LAPOR SLEMAN](#) (Android & iOS)
 - 25,13% melalui akun Twitter @kabarsleman
 - 17,77% melalui [laman Pemkab Sleman](#)
 - 15,66% melalui Instagram @kabarsleman
 - 7,85% melalui Facebook @PemkabSleman
 - 3,01% melalui SMS LAPOR SLEMAN: 0811 259 5000
 - 2,69% melalui [laman SP4N-LAPOR!](#)
 - 1,30% melalui surel LAPOR SLEMAN lapor@slemankab.go.id
 - Logo SP4N-LAPOR! juga tercantumkan dalam pemberitaan LaporSleman.
 - Akun Facebook @pemkabsleman dan Instagram @kabarsleman hanya menyantumkan LaporSleman, bukan SP4N-LAPOR!

6. Kabupaten Tangerang, Banten

- [Website pemerintah Kabupaten Tangerang](#) memiliki menu "Laporkan" yang merupakan tautan ke situs web [SP4N-LAPOR!](#)
- Akun Twitter @pemkabtangerang memiliki konten yang sama dengan akun Instagram. Akun ini sudah mempromosikan LAPOR! meskipun konten terakhir pada tanggal 16 Juni 2020. Konten berikutnya mengenai LAPOR! dimuat pada tanggal 19 Maret 2021. Penggunaan logo LAPOR! baik di desain konten maupun di spanduk masih diberi bingkai abu-abu.
- Akun Instagram @pemkabtangerang sudah mempromosikan LAPOR! lewat [situs web tersendiri](#), dan sudah menggunakan *hashtags* seperti #SP4NLapor dan #LAPOR.
- Akun YouTube @PemerintahKabupatenTangerang memiliki video tentang LAPOR! yang lebih panjang daripada di Twitter dan Instagram.
- Akun Facebook @PemerintahKabupatenTangerang memuat konten tentang LAPOR! yang sama dengan Twitter dan Instagram.

Lampiran B. Daftar Artikel Media dari November 2019 hingga November 2020

Berikut adalah daftar URL dari berita-berita yang dianalisis setelah dibagi berdasarkan topik beritanya:

Laporan dan Koordinasi SP4N-LAPOR di Daerah

- <https://tinyurl.com/y4t27wht>
- <https://tinyurl.com/y294e9jv>
- <https://tinyurl.com/yxa2kmmc>
- <https://tinyurl.com/y3yfsrqk>
- <https://tinyurl.com/y5oarlu3>
- <https://tinyurl.com/y4jtkovp>
- <https://tinyurl.com/yxx8eqkj>
- <https://tinyurl.com/y4q6s74d>
- <https://tinyurl.com/y3n4odyk>
- <https://tinyurl.com/yxh78m3v>
- <https://tinyurl.com/y3f7mhqu>
- <https://tinyurl.com/y6zaecgc>
- <https://tinyurl.com/y27t36w9>
- <https://tinyurl.com/y2ra4cp8>
- <https://tinyurl.com/y3wpr8xp>
- <https://tinyurl.com/yxur6t9j>
- <https://tinyurl.com/y6gbtc95>

Penggunaan SP4N-LAPOR!

- <https://tinyurl.com/y38e7rr2>
- <https://tinyurl.com/y4xm4mgk>
- <https://tinyurl.com/yy7r4tso>
- <https://tinyurl.com/yyqublcj>
- <https://tinyurl.com/y3lyffej>
- <https://tinyurl.com/y25vwkeg>
- <https://tinyurl.com/y67gpkth>
- <https://tinyurl.com/yyne596u>

Implementasi SP4N-LAPOR!

- <https://tinyurl.com/y4zx6vm7>
- <https://tinyurl.com/y3rrcrox>

Kerjasama UNDP, KOICA, dan KemenPAN RB

- <https://tinyurl.com/yy5xnss3>
- <https://tinyurl.com/yyjlyzo4>

Sosialisasi SP4N-LAPOR!

- <https://tinyurl.com/yy2jn87s>
- <https://tinyurl.com/y3vznp6e>
- <https://tinyurl.com/yymc7of7>
- <https://tinyurl.com/yydlsrcz>
- <https://tinyurl.com/y5kmy6fj>
- <https://tinyurl.com/y485mlo4>
- <https://tinyurl.com/y28mo6o2>
- <https://tinyurl.com/yxzoz5tq>
- <https://tinyurl.com/y6ay3ma4>
- <https://tinyurl.com/y4gp9zd3>
- <https://tinyurl.com/y4fs7gg2>

Penghargaan dan Kompetisi SP4N-LAPOR!

- <https://tinyurl.com/y5wwsqgd>
- <https://tinyurl.com/y2hl5bu2>
- <https://tinyurl.com/y26ezt6d>
- <https://tinyurl.com/y6xqo2vv>

Kepuasan Layanan SP4N-LAPOR!

- <https://tinyurl.com/y29ddks3>
- <https://tinyurl.com/yyfkwdb>
- <https://tinyurl.com/y5wtu7sl>
- <https://tinyurl.com/y2c78b79>

Pemahaman Rendah SP4N-LAPOR! di Masyarakat

- <https://tinyurl.com/y5435gcb>

Respons SP4N-LAPOR! Lambat

- <https://tinyurl.com/yxlf9p6c>
- <https://tinyurl.com/yyyvuzzl>

Lampiran C. Daftar Berita Pers KemenPAN-RB tentang SP4N-LAPOR!

Tabel berikut mencantumkan semua berita pers di SP4N-LAPOR! yang dikeluarkan oleh KemenPAN-RB pada tahun 2020 dan tersedia di [situs resmi kementerian](#). Berdasarkan artikel berita di SP4N-LAPOR! yang diterbitkan dari November 2019 hingga November 2020, kami menemukan bahwa hanya beberapa berita pers yang telah menghasilkan artikel berita.

Tabel D.1. Daftar Berita Pers KemenPAN-RB tentang SP4N-LAPOR!

No.	Judul Berita Pers	Tanggal	Berita
1.	Catatan Akhir Tahun 2020: Wujudkan Visi Misi Presiden, Kementerian PANRB Raih Sejumlah Capaian	29 Des 2020	2
2.	Menteri Tjahjo Serahkan Penghargaan Top 15 Pengelola Pengaduan Pelayanan Publik Tahun 2020	25 Nov 2020	-
3.	Strategi Sistem Pelayanan Publik Hadapi Era VUCA	18 Nov 2020	-
4.	Capaian Program Transformasi-GIZ Sebagai Batu Pijakan Hadapi Tantangan di Masa Depan	17 Nov 2020	-
5.	Enam Instansi Pemerintah Jadi Penutup di Tahap Wawancara Kompetisi SP4N-LAPOR!	13 Nov 2020	-
6.	Keterbukaan Pemerintah Jadi Katalisator Reformasi Birokrasi	12 Nov 2020	-
7.	Kerja Sama Kementerian PANRB, KOICA, dan UNDP Siap Bawa Gebrakan di 2021	12 Nov 2020	-
8.	Berbagai Inovasi Tampil Ditahap Wawancara Kompetisi Pengelolaan Pengaduan Hari Ketiga	11 Nov 2020	-
9.	Ragam Kanal Pelaporan di Hari Kedua Tahap Wawancara Kompetisi Pengelola Pengaduan	10 Nov 2020	-
10.	Dua Bidang Quick Wins SPBE Telah Diluncurkan	27 Okt 2020	-
11.	LAPOR! Jadi Aplikasi Umum, Semua Kanal Aduan Pemerintah Harus Terintegrasi	27 Okt 2020	-

12.	Kementerian PANRB Luncurkan Aplikasi Umum Kearsipan dan Pelayanan Publik	27 Okt 2020	-
13.	Launching Aplikasi Umum SPBE	27 Okt 2020	-
14.	Inovasi Pelayanan Publik Indonesia akan Bersaing di UNPSA 2021	19 Okt 2020	-
15.	Sumatra Selatan Diminta Tingkatkan Publikasi SP4N-LAPOR!	14 Okt 2020	1
16.	'Suntikan' Spirit Untuk Maluku dan Maluku Utara Tangani Aduan Publik	7 Okt 2020	-
17.	Kolaborasi Kementerian PANRB dan UNDP Lahirkan Kebijakan Ramah Gender	1 Okt 2020	-
18.	Percepat Penyelesaian Aduan Masyarakat, Kementerian PANRB Kembangkan Fitur Baru SP4N-LAPOR!	1 Okt 2020	-
19.	NTT dan NTB Diminta Tindaklanjuti Aduan Masyarakat	29 Sep 2020	-
20.	Hasil Evaluasi Pengelolaan LAPOR! Kepri dan Jambi, Hanya Satu Pemkot Belum Miliki SK	17 Sep 2020	-
21.	Keterhubungan SP4N-LAPOR! Provinsi Sumsel Capai Seratus Persen	11 Agu 2020	-
22.	Permudah Instansi Kelola Aduan, Kementerian PANRB Lakukan Pelatihan Fitur Verifikasi LAPOR!	7 Agu 2020	-
23.	Kementerian PANRB Sampaikan Hasil Evaluasi Pengelolaan SP4N-LAPOR Provinsi Lampung	29 Jul 2020	-
24.	Kemenkumham Diharapkan Terus Optimalkan LAPOR! dan SIPP	27 Jul 2020	-
25.	Kementerian PANRB Bersama KOICA dan UNDP Berikan 10.000 Masker untuk Pengelola LAPOR! di Berbagai Daerah	24 Jul 2020	-
26.	Kementerian PANRB Bersama UNDP Wujudkan Tiga 'Output' LAPOR!	3 Jul 2020	-
27.	Punya Keluhan Layanan Saat Pandemi Covid-19? Adukan di Kanal LAPOR!	2 Jul 2020	-

28.	LAPOR! Goes To Campus Universitas Palangka Raya	26 Jun 2020	-
29.	Manfaatkan Media Sosial Untuk Kenalkan Fitur Baru LAPOR!	15 Mei 2020	-
30.	Selama Pandemi, 9.161 Aduan Diterima Melalui Aplikasi LAPOR!	15 Mei 2020	-
31.	Finalkan Rodmap SP4N 2020-2024, Kementerian PANRB Susun Strategi Penguatan SP4N-LAPOR!	15 Mei 2020	-
32.	Pentingnya Peran Admin SP4N-LAPOR! Tangani Aduan Covid-19	14 Mei 2020	-
33.	Aplikasi LAPOR! Kembangkan Fitur Baru Terkait Covid-19, Tindak Lanjut Laporan Lebih Cepat	6 Mei 2020	-
34.	Aplikasi LAPOR! Segera Kembangkan Fitur Baru Terkait Penanganan Covid-19	27 Apr 2020	-
35.	Content Creation Workshop #BeraniLAPOR	10 Mar 2020	-