

Analysis of Communication Management by the Laweyan Subdistrict Government of Surakarta City to Achieve Organizational Goals

Analisis Manajemen Komunikasi Pemerintah Kecamatan Laweyan Kota Surakarta untuk Mencapai Tujuan Organisasi

Adhika Prasetya Kusharsanto

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Veteran
Bangun Nusantara, Sukoharjo, Indonesia

*Corresponding Author: adhika_divaro@yahoo.com

Abstract

This study aims to analyze the communication management strategies of Laweyan District in improving organizational performance effectiveness in line with the vision and mission of the Surakarta City Government. Laweyan is known as a historic area, the birthplace of Syarekat Dagang Islam (SDI) and the center of the batik industry in Indonesia. The research method used qualitative descriptive analysis with a naturalistic approach without experimentation. The analysis focused on Michael Kaye's six communication management objectives and the PPM School of Management's six communication management functions. Primary data was obtained through interviews with the Head of Laweyan Subdistrict, the Head of Administration and Personnel, and subdistrict employees. Secondary data was obtained from the 2024 Laweyan Subdistrict Profile Book and the official website. The results of the study show that communication strategies have included coordination through WhatsApp Groups, regular roll calls, Zoom Meetings or Google Meets, and the use of social media. In addition, Laweyan Subdistrict formed a special conflict management team with the support of psychologists from the Surakarta City Government, which was an innovation in communication management. Communication management in 2025 proved to be effective and efficient, as evidenced by the minimal number of conflicts and an increase in performance indicators compared to 2024. These improvements include service orientation, accountability, competence, harmony, employee loyalty, adaptability, and collaboration. The Community Satisfaction Index also increased from 95.2 in 2024 to 96.1 in 2025. These results confirm that integrated communication can strengthen the performance of government organizations at the subdistrict level.

Keywords: *Performance Effectiveness; Laweyan District; Public Satisfaction; Government Communication; Communication Management*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi manajemen komunikasi Kecamatan Laweyan dalam meningkatkan efektivitas kinerja organisasi yang selaras dengan visi misi Pemerintah Kota Surakarta. Laweyan dikenal sebagai kawasan bersejarah, tempat berdirinya Syarekat Dagang Islam (SDI) dan pusat industri batik di Indonesia. Metode penelitian menggunakan analisis deskriptif kualitatif dengan pendekatan alami tanpa eksperimen. Analisis difokuskan pada enam tujuan manajemen komunikasi dari Michael Kaye dan enam fungsi manajemen komunikasi dari PPM School of Management. Data primer diperoleh melalui wawancara dengan Camat Laweyan, Kasubbag Administrasi dan Kepegawaian, serta pegawai kelurahan. Data sekunder diperoleh dari Buku Profil Kecamatan Laweyan 2024 dan website resmi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi telah mencakup koordinasi melalui WhatsApp Group, apel rutin, Zoom Meeting atau Google Meet, serta pemanfaatan media sosial. Selain itu, Kecamatan Laweyan membentuk tim khusus penanganan konflik dengan dukungan psikolog dari Pemkot Surakarta, yang menjadi inovasi dalam manajemen komunikasi. Manajemen komunikasi pada tahun 2025 terbukti efektif dan efisien, ditunjukkan dengan minimnya konflik serta meningkatnya indikator kinerja dibanding tahun 2024. Peningkatan tersebut meliputi orientasi pelayanan, akuntabilitas, kompetensi, keharmonisan, loyalitas pegawai, adaptivitas, dan kolaborasi. Indeks Kepuasan Masyarakat juga mengalami kenaikan dari 95,2 pada 2024 menjadi 96,1 pada 2025. Hasil ini menegaskan bahwa komunikasi terintegrasi mampu memperkuat kinerja organisasi pemerintahan di tingkat kecamatan.

Kata kunci: *Efektivitas Kinerja; Kecamatan Laweyan; Kepuasan Masyarakat; Komunikasi Pemerintah; Manajemen Komunikasi*

PENDAHULUAN

Kecamatan Laweyan terletak di barat Kota Surakarta dan dikenal luas karena masyarakatnya sejak lama berprofesi sebagai produsen serta pedagang batik. Di wilayah ini berdiri Sarekat Dagang Islam (SDI) tahun 1911 yang kemudian menjadi Sarekat Islam (SI) pada 1912, organisasi dagang pribumi pertama di Indonesia. Saat ini Laweyan memiliki 11 kelurahan dengan jumlah penduduk 103.495 jiwa pada 2022, terdiri dari 50.597 laki-laki dan 52.898 perempuan. Pertumbuhan penduduk sebesar 0,71% dari tahun sebelumnya meningkatkan kepadatan hingga 11.341 jiwa/km² (BPS Kota Surakarta, 2018).

Laweyan tidak hanya padat permukiman, tetapi juga dipenuhi aktivitas ekonomi seperti pusat perbelanjaan, hotel, dan restoran. Kawasan ini unik karena sejak masa Kerajaan Pajang menjadi pusat perdagangan lawe (bahan sandang). Identitas sosial masyarakatnya berlapis: juragan (pedagang), wong cilik (rakyat kebanyakan), wong mutihan (ulama), dan priyayi (bangsawan atau pejabat) (Priyatmono, 2004; Majah, 2015). Sejak abad ke-16 Laweyan dikenal sebagai penghasil tenun, dan batik tulisnya mencapai puncak kejayaan pada 1960-an. Namun, lemahnya regenerasi, manajemen yang kurang baik, dan munculnya batik printing pada 1980-an membuat sebagian besar industri batik gulung tikar; kini hanya sekitar 15% yang bertahan (Republika, 2003).

Perubahan fungsi kawasan dari sentra batik menjadi non-batik memengaruhi morfologi wilayah dan budaya Masyarakat (Priyatmono, 2004). Meski demikian, kelompok saudagar batik tetap dikenal, dengan peran penting perempuan (mbok mase) dalam perdagangan. Secara geografis, Laweyan berbatasan dengan Kabupaten Karanganyar di utara, Kecamatan Serengan dan Kabupaten Sukoharjo di selatan, Kabupaten Sukoharjo di barat, serta Kecamatan Serengan dan Banjarsari di timur. Luas wilayahnya 9,13 km² dengan 105 RW dan 458 RT (BPS Kota Surakarta, 2024). Kelurahan terluas adalah Pajang (1,53 km²), sedangkan yang terkecil adalah Kelurahan Laweyan (0,21 km²). Pajang juga berpenduduk paling banyak (25.619 jiwa), sementara Kelurahan Laweyan hanya 2.105 jiwa. Kantor Kecamatan berada di Jl. Dr. Rajiman No. 352, Penumping. Sesuai Peraturan Nomor 17 Tahun 2018, kecamatan memiliki empat tugas pokok: menyelenggarakan pemerintahan umum, mengoordinasikan pemberdayaan masyarakat, menjaga ketertiban, serta melaksanakan peraturan daerah. Hal ini ditegaskan dalam Peraturan Daerah Kota Surakarta Nomor 8 Tahun 2021 (BPS Kota Surakarta, 2024).

Selain administrasi, Laweyan juga dikenal dengan ikon budaya dan infrastruktur. Di Kelurahan Sriwedari terdapat Taman Sriwedari, Gedung Wayang Orang, Stadion Sriwedari, dan Museum Radya Pustaka. Taman ini sejak lama menjadi pusat hiburan dan kebudayaan; gedung wayang menampilkan lakon Mahabharata dan Ramayana, sedangkan stadion menjadi saksi sejarah PON I tahun 1946. Museum Radya Pustaka menyimpan peninggalan Kasunanan Surakarta.

Kelurahan Pajang menyimpan situs purbakala Kesultanan Pajang yang diyakini sebagai penerus Kesultanan Demak. Adiwijaya, Adipati Pajang, menjadi Sultan pertama setelah berhasil memenangkan perebutan kekuasaan. Sementara Kelurahan Purwosari dikenal dengan Stasiun Purwosari dan Flyover Purwosari, ikon infrastruktur modern Surakarta.

Flyover sepanjang 700 meter ini memudahkan lalu lintas, dibangun dengan teknologi corrugated mortarbusa pujan (CMP) yang efisien.

Kelurahan Laweyan sendiri merupakan jantung kecamatan. Kampung Laweyan, Tegalsari, Tegalayu, Batikan, dan Jongke masih menjadi pusat produsen batik. Kawasan ini kaya dengan rumah mewah bergaya arsitektur tradisional yang dikenal sebagai “istana mini” para juragan batik. Lorong-lorong sempit di antara rumah kuno menjadi daya tarik wisata sejarah, mirip dengan kawasan Kauman, Kemlayan, dan Pasar Kliwon (BPS Kota Surakarta, 2024).

Dengan perpaduan sejarah panjang, identitas sosial, kepadatan penduduk, dan perkembangan ekonomi, Kecamatan Laweyan memiliki kompleksitas komunikasi pemerintahan yang tinggi. Penelitian mengenai manajemen komunikasi di wilayah ini penting untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemerintah kecamatan dapat meningkatkan efektivitas kinerja dan mendukung pencapaian visi misi Pemerintah Kota Surakarta.

KAJIAN PUSTAKA

Manajemen Komunikasi

Manajemen komunikasi bukan hanya tentang bagaimana kita menyampaikan pesan, tapi juga bagaimana kita memahami, mendengar, dan membangun hubungan yang lebih baik di tempat kerja maupun dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan manajemen yang tepat, kita bisa memastikan pesan tersampaikan dengan jelas, tujuan organisasi tercapai, dan hubungan antarindividu menjadi lebih solid. Menurut para ahli, manajemen komunikasi bukan sekadar teori, tapi seni mengelola interaksi yang efektif—baik di level personal, antar-personal, maupun organisasi.

Menurut Michael Kaye dalam bukunya “Communication Management”, manajemen komunikasi adalah proses pengelolaan komunikasi antarindividu dalam berbagai bentuk, seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, maupun komunikasi massa. Kaye banyak membahas tentang pentingnya memahami konteks dan strategi komunikasi untuk mencapai efektivitas dalam interaksi sosial dan bisnis (Kaye, 1994; Rakhmat, 2013; Suwarso et al., 2019).

Kemudian, menurut (Riinawati, 2025), komunikasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang perspektif, paradigma, teori, model, metodologi penelitian, dan konsep-konsep komunikasi serta aspek-aspek manajerial untuk kepentingan pengelolaan sumber daya komunikasi dalam berbagai bentuk dan konteks dalam mewujudkan efektivitas komunikasi. Konsep manajemen dalam perspektif ilmu komunikasi pada hakikatnya dipahami sebagai proses memengaruhi orang lain. Manajemen komunikasi bertujuan untuk memberikan pengetahuan tentang perspektif, paradigma, teori, model, metodologi penelitian, dan konsep-konsep komunikasi serta aspek-aspek manajerial untuk kepentingan pengelolaan sumber daya komunikasi dalam berbagai bentuk dan konteks dalam mewujudkan efektivitas komunikasi. Konsep manajemen dalam perspektif ilmu komunikasi pada hakikatnya dipahami sebagai proses memengaruhi orang lain.

Fungsi Manajemen Komunikasi

Mengapa komunikasi perlu dikelola? Karena dengan manajemen yang tepat, pesan bisa disampaikan lebih jelas, tepat, dan efisien. Berikut adalah fungsi-fungsi utama dari manajemen komunikasi:

1. Fungsi Informasi

Komunikasi berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi yang jelas dan tepat. Ketika informasi disampaikan dengan baik, tim tahu apa yang harus dilakukan, menghindari miskomunikasi yang bisa mengganggu kinerja.

2. Fungsi Regulatif

Manajemen komunikasi juga berfungsi untuk mengatur perilaku di dalam organisasi. Aturan, SOP, dan kebijakan harus dikomunikasikan dengan jelas agar semua anggota tim memahaminya dan bekerja sesuai panduan.

3. Fungsi Motivasi

Komunikasi yang baik dapat menjadi alat motivasi. Saat seorang pemimpin menyampaikan visi dan misi dengan cara yang inspiratif, anggota tim merasa lebih termotivasi untuk mencapai target.

4. Fungsi Ekspresi Emosi

Komunikasi juga menjadi media untuk mengekspresikan emosi. Hal ini membantu menciptakan suasana kerja yang kondusif, di mana anggota tim dapat menyampaikan perasaan mereka, sehingga konflik dapat diminimalkan.

5. Fungsi Integratif

Fungsi ini menjaga agar seluruh bagian dari tim atau organisasi terhubung dan bekerja menuju tujuan yang sama. Komunikasi yang baik membuat setiap anggota tahu perannya dan bagaimana kontribusinya mendukung visi besar.

6. Fungsi Penyebaran Informasi

Manajemen komunikasi berperan penting dalam penyebaran informasi di organisasi. Dengan pengelolaan yang baik, informasi penting disampaikan secara efektif, memastikan semua anggota tim tetap *updated* dan tugas berjalan lancar.

Dengan memahami fungsi-fungsi ini, kita bisa melihat bahwa manajemen komunikasi bukan hanya soal menyampaikan pesan, tapi juga menjaga harmoni, motivasi, dan produktivitas di dalam tim (PPM School, 2024).

Tujuan Manajemen Komunikasi

Jadi, apa sebenarnya yang ingin dicapai dari proses mengelola komunikasi ini? Ternyata ada beberapa tujuan yang sangat krusial untuk memastikan komunikasi berjalan efektif dan membawa dampak positif bagi organisasi atau bahkan kehidupan sehari-hari.

1. Membangun Interaksi yang Baik

Tujuan utama dari manajemen komunikasi adalah memastikan adanya interaksi yang baik antara individu atau masyarakat. Ketika komunikasi dikelola dengan benar, hubungan antaranggota masyarakat menjadi lebih harmonis dan efektif. Hal ini penting sekali, terutama untuk menciptakan lingkungan yang produktif dan bebas dari miskomunikasi.

2. Meningkatkan Pemahaman dan Kerja Sama

Komunikasi yang efektif membantu memastikan bahwa setiap orang dalam organisasi memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan, tugas, dan strategi yang sedang berjalan. Dengan begitu, kerja sama tim jadi lebih mudah terwujud. Tidak ada lagi salah paham soal tugas dan peran, karena semua sudah dikomunikasikan dengan jelas.

3. Mengurangi Konflik

Salah satu tujuan utama manajemen komunikasi adalah meminimalkan konflik. Komunikasi yang tidak efektif sering kali menjadi pemicu masalah dalam organisasi atau hubungan antarindividu. Dengan mengelola komunikasi, kita bisa mencegah konflik sebelum terjadi, atau menyelesaikannya dengan cepat jika muncul.

4. Memperkuat Motivasi

Komunikasi yang terarah juga bisa meningkatkan motivasi. Saat visi dan misi organisasi disampaikan dengan jelas dan inspiratif, anggota tim akan merasa lebih terhubung dengan tujuan tersebut. Ini membuat mereka lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras dan berkontribusi pada kesuksesan tim.

5. Menyampaikan Informasi dengan Efisien

Tujuan lainnya adalah memastikan bahwa informasi penting disampaikan secara efisien. Komunikasi yang dikelola dengan baik memungkinkan setiap pesan tersampaikan tanpa distorsi, sehingga tidak ada informasi yang hilang atau salah tangkap.

6. Mencapai Tujuan Organisasi

Pada akhirnya, semua tujuan di atas bermuara pada satu hal: pencapaian tujuan organisasi. Dengan komunikasi yang baik, segala bentuk koordinasi berjalan lancar, kerja tim lebih efisien, dan pada akhirnya organisasi bisa mencapai target yang diinginkan. Jadi, manajemen komunikasi bukan cuma soal “ngomong” atau “memberi tahu,” tapi lebih dari itu—ini tentang bagaimana kita bisa memastikan pesan tersampaikan dengan jelas, pemahaman dibangun, dan semua bekerja menuju satu tujuan bersama.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptif Kualitatif (Sugiyono, 2021). Metode ini merupakan jenis, desain, atau rancangan penelitian yang biasa digunakan untuk meneliti objek penelitian yang alamiah atau dalam kondisi riil dan tidak disetting seperti pada eksperimen. Deskriptif sendiri berarti hasil penelitian akan dideskripsikan segamblang-gamblangnya berdasarkan penelitian yang telah dilakukan tanpa menarik suatu kesimpulan berdasarkan hasil penelitiannya.

Semua penelitian yang hanya menggambarkan atau membuat generalisasi dari data dan fakta yang ditemukan dalam penelitian dapat disebut sebagai penelitian deskriptif. Artinya, “kualitatif” atau “kuantitatif” adalah kacamata pencarian dan pengolahan datanya, sedangkan “deskriptif” adalah cara menyajikannya. penelitian deskriptif kualitatif juga sering disebut sebagai penelitian kualitatif deskriptif (terbalik). Semua pendapat ahli menunjukkan gejala pada simpulan tersebut (Tabroni, 2012).

Menurut Sugiyono (2018), metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat post-positivisme yang digunakan untuk meneliti objek dengan

kondisi yang alamiah (keadaan riil, tidak disetting atau dalam keadaan eksperimen) di mana peneliti adalah instrumen kuncinya.

Sifat deskriptif pada penelitian kualitatif berarti penelitian akan berusaha untuk membuat gambaran umum secara sistematis, akurat, dan faktual mengenai suatu fakta, sifat, hingga hubungan antarfenomena yang diteliti. Seperti yang diungkapkan oleh Nazir (2014), bahwa metode penelitian deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang dengan tujuan untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antarfenomena yang terselidiki.

Dapat disimpulkan bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk meneliti objek, suatu kondisi, sekelompok manusia, atau fenomena lainnya dengan kondisi alamiah atau riil (tanpa situasi eksperimen) untuk membuat gambaran umum yang sistematis atau deskripsi rinci yang faktual dan akurat.

Penelitian kualitatif menekankan hasil penelitian dari kemampuan deskripsi, analisis, sintesis, dan evaluasi penelitiannya sendiri, bukan dari statistik yang dihasilkan oleh instrumen penelitiannya seperti pada penelitian kuantitatif. Dengan demikian, penelitiannya sendiri merupakan salah satu instrumennya.

Sementara itu menurut Walidin et al (2015) penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terperinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar *setting* yang alamiah. Penelitian kualitatif memiliki sifat deskriptif dan cenderung menggunakan analisis pendekatan induktif, sehingga proses dan makna berdasarkan perspektif subyek lebih ditonjolkan dalam penelitian kualitatif ini (Fadli, 2021).

Data primer pada penelitian ini diambil dari wawancara dengan Camat Laweyan, Herwin Tri Nugroho Adi, S.STP., M.H. pada tanggal 1-10 September 2025, secara langsung (tatap muka), hubungan telepon, dan juga pesan Whatsapp. Wawancara juga dilakukan kepada Kasubbag Administrasi dan Kepegawaian, Nungky Anggorowati dan juga Pegawai Kelurahan Sondakan Andri Nitasari.

Data sekunder pada penelitian ini adalah Website Kecamatan Laweyan, Buku Profil Resmi Kecamatan Laweyan (Desember 2024), Akun Instagram Kecamatan Laweyan, Akun Youtube Kecamatan Laweyan, dan semua artikel dan berita mengenai Kecamatan Laweyan yang ada di internet.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam proses Manajemen Komunikasi, terutama bagaimana Kecamatan Laweyan menyampaikan “pesan” kepada berbagai pihak, baik internal (Masyarakat Laweyan) maupun eksternal (di luar Masyarakat Laweyan), dianalisis dalam beberapa hal menurut Tujuan dari Manajemen Komunikasi menurut (Kaye, 1994):

1. Membangun Interaksi yang Baik

Tujuan utama dari manajemen komunikasi adalah memastikan adanya interaksi yang baik antara individu, karyawan, atau masyarakat. Ketika komunikasi dikelola dengan benar, hubungan antaranggota menjadi lebih harmonis dan efektif. Hal ini penting sekali, terutama untuk menciptakan lingkungan yang produktif dan bebas dari miskomunikasi.

Dalam hal ini, dari tingkat paling atas, Camat Laweyan membentuk berbagai forum Whatsapp Group untuk berkoordinasi dan berkomunikasi:

- Group Whatsapp Besar Pimpinan dan Pegawai di lingkungan Kecamatan Laweyan.
- Group Whatsapp Internal Khusus Kantor Kecamatan Laweyan.
- Group Whatsapp Lurah-lurah di lingkup Kecamatan Laweyan.

Semua Group Whatsapp ini diikuti oleh Camat dan Sekretaris Kecamatan Laweyan. Setiap hari, mereka saling berkoordinasi dan berkomunikasi untuk menciptakan saling kesepahaman dan mencapai tujuan program yang sudah ditetapkan. Mereka membangun interaksi yang baik dan terbuka dengan adanya berbagai Group Whatsapp ini.

Kecamatan Laweyan juga secara mandiri berinisiatif membuat satu Whatsapp Group yang anggotanya berisi unsur Pemerintahan Kecamatan Laweyan, Ketua LPMK, Tokoh Masyarakat, dan Masyarakat umum di Kecamatan Laweyan.

Kecamatan Laweyan setiap hari berbagi informasi mengenai kegiatan pemerintah kecamatan dan juga kegiatan Masyarakat yang bermanfaat bagi lingkungan kecamatan. Selain itu, sesama masyarakat Laweyan tentu saja bisa berinteraksi melalui Whatsapp Group ini, saling bertegur-sapa, dan juga sesekali berpromosi mengenai produk-produk barang dagangan atau jasa yang ditawarkan warga Laweyan.

2. Meningkatkan Pemahaman dan Kerja Sama

Komunikasi yang efektif membantu memastikan bahwa setiap orang dalam organisasi memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan, tugas, dan strategi yang sedang berjalan. Dengan begitu, kerja sama tim jadi lebih mudah terwujud. Tidak ada lagi salah paham soal tugas dan peran, karena semua sudah dikomunikasikan dengan jelas.

Untuk mencapai hal ini, Kecamatan Laweyan menyelenggarakan Apel Internal di antara Pimpinan dan Lurah tiap pagi, secara langsung atau melalui Zoom/Google Meeting. Kemudian Kecamatan Laweyan juga menyelenggarakan Apel Wajib bagi seluruh pimpinan, pegawai, dan unsur di Kecamatan Laweyan, setiap Senin pagi.

Hal ini bertujuan untuk meningkatkan soliditas, kesepahaman, serta kerja sama dalam mencapai tujuan kerja Kecamatan Laweyan. Diharapkan, semua elemen memiliki pemahaman yang sama tentang tujuan, tugas, dan strategi yang sedang berjalan.

3. Mengurangi Konflik

Salah satu tujuan utama manajemen komunikasi adalah meminimalkan konflik. Komunikasi yang tidak efektif sering kali menjadi pemicu masalah dalam organisasi atau hubungan antarindividu. Dengan mengelola komunikasi, kita bisa mencegah konflik sebelum terjadi, atau menyelesaikannya dengan cepat jika muncul.

Untuk mengurangi konflik, upaya yang dilakukan oleh Kecamatan Laweyan adalah berusaha mempekerjakan setiap pegawai sesuai tupoksinya masing-masing dan sangat menghindari membebaskan seseorang dengan pekerjaan yang tidak sesuai dengan tupoksinya. Kecamatan Laweyan juga mengimbuu setiap pegawainya untuk tidak mencampuri atau mengomentari urusan pekerjaan pegawai lain, jika tidak diminta. Jika melihat sesuatu yang “tidak beres” bisa langsung dilaporkan ke atasan, disertai bukti-buktinya.

Untuk meminimalkan konflik dan memperlancar komunikasi serta koordinasi, dari Camat sering kali melakukan kegiatan makan siang bersama berbagai pegawai dari berbagai bagian, subbagian, dan Kelurahan. Camat juga mengimbuu agar di lingkungan Kecamatan dan Kelurahan juga sering melakukan kegiatan Makan Siang Bersama ini. Segala uneg-uneg dan ganjalan hati diharapkan bisa diutarakan pada kegiatan makan siang bersama ini. Jika terdapat potensi konflik, bisa ditekan dan diminimalkan, serta bisa dicarikan solusinya.

Jika konflik telah terjadi, Kantor Kecamatan Laweyan sudah membentuk Tim Penanganan Konflik yang terdiri dari beberapa elemen di Kantor Kecamatan Laweyan untuk mengidentifikasi dan memediasi pihak-pihak yang terlibat konflik. Tim ini juga akan dibant Psikolog dari Pemkot Surakarta untuk menggali penyebab konflik dan menemukan solusi dari konflik yang terjadi.

4. Memperkuat Motivasi

Komunikasi yang terarah juga bisa meningkatkan motivasi. Saat visi dan misi organisasi disampaikan dengan jelas dan inspiratif, anggota tim akan merasa lebih terhubung dengan tujuan tersebut. Hal ini membuat mereka lebih termotivasi untuk bekerja lebih keras dan berkontribusi pada kesuksesan tim.

Apel mingguan rutin se-wilayah kerja Kecamatan Laweyan, termasuk para lurah dan Pegawai Kelurahan juga termasuk upaya untuk memperkuat motivasi seluruh pimpinan kecamatan dan kelurahan di Kecamatan Laweyan. Selain itu, masih ada apel harian di lingkungan masing-masing kelurahan, untuk selalu meluruskan berbagai hal dan menciptakan kesepahaman di antara pegawai kelurahan, sehingga semua pegawai bisa merasa “terhubung” dan termotivasi.

Sebagai penyegaran, dan bentuk “refreshing” Kecamatan Laweyan juga memprogramkan kegiatan rutin berlibur bersama, mengadakan berbagai lomba, baik dalam rangka Hari Besar, atau Lomba terkait pekerjaan. Seminggu sekali, Kecamatan Laweyan juga menggelar senam dan jalan santai bersama. Semua hal itu dilakukan semata-mata untuk memperkuat motivasi seluruh Pegawai di wilayah kerja Kecamatan Laweyan.

5. Menyampaikan Informasi dengan Efisien

Dalam rangka menyampaikan informasi dengan efisien, Kecamatan Laweyan menggunakan seluruh bentuk dan platform media komunikasi, baik Online maupun Offline, baik Digital maupun Fisik.

Adapun contoh media penyampaian informasi secara elektronik, online, dan digital:

- Group Whatsapp: Ada beberapa Group Whatsapp, misalnya Group Khusus Pimpinan - Camat, Sekcam, dan Para Lurah; Group Khusus Pegawai di Kantor Kecamatan; Group Khusus per kelurahan (Yang juga diikuti Camat dan Sekcam).

- Website: Selain untuk kebutuhan menyampaikan informasi kepada masyarakat dan stakeholder, Website Kecamatan Laweyan juga menjadi sarana informasi bagi internal Kecamatan Laweyan (Seluruh Pimpinan dan Pegawai di Kecamatan Laweyan).
- Akun Instagram Kecamatan dan Kelurahan
- Akun Youtube Kecamatan Laweyan. Akun ini Bernama: @kecamatanlaweyan4683. Akun ini memiliki 237 Subscriber dan telah memposting 12 Video. Postingan terakhir berisi konten “Yel-yel Kecamatan Laweyan 2025, dalam rangka HUT Kota Surakarta ke-79”.
- Handy Talkie: Camat, Sekretaris Camat, dan Para Lurah masing-masing memegang Handy Talkie untuk berkoordinasi dengan Para Linmas yang menjaga keamanan di seluruh wilayah kecamatan Laweyan. Terdapat 156 Orang Linmas se-Kecamatan Laweyan. Masing-masing Koordinator memegang HT, di setiap Kantor Kecamatan dan Kelurahan juga terdapat HT sentral, untuk berkomunikasi dan berkoordinasi.

Kemudian, contoh media penyampaian informasi offline dan fisik:

- Surat edaran yang dicetak dan didistribusikan kepada Para Kasubbag di Kecamatan, seluruh Lurah di Kelurahan, dan orang-orang terkait.
- Poster acara/event yang dicetak dan dipasang di Papan Mading Kecamatan dan Kelurahan.
- Spanduk yang dicetak dan dipasang di Kecamatan, Kelurahan, atau spot tertentu.
- Baliho yang dicetak dan dipasang di spot tertentu.
- Segala macam informasi yang dicetak dalam bentuk flyer, bulletin, atau buku, yang diberikan kepada Aparat Pemerintahan se-Kecamatan Laweyan, atau kepada Masyarakat Laweyan.

6. Mencapai Tujuan Organisasi

Berbagai macam Upaya dan program dilakukan oleh Camat dan Kecamatan Laweyan, untuk dapat mencapai Tujuan Organisasi, yang terkait/sinkron dengan Visi Misi Pemerintah Kota Surakarta. Dalam hal ini, seluruh Kecamatan di Kota Surakarta, tidak memiliki Tujuan, Visi, dan Misi yang spesifik, yang berbeda dengan Pemerintah Kota Surakarta.

Adapun Upaya untuk menggiring seluruh elemen Kecamatan Laweyan, untuk dapat mencapai Tujuan Organisasi Pemkot Surakarta, di antaranya:

- Meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat yang berkelanjutan
- Memperkuat pertumbuhan ekonomi yang adaptif dan berkelanjutan
- Mewujudkan tata ruang dan infrastruktur kota yang mendukung pemajuan kebudayaan dan pariwisata berkelanjutan
- Meningkatkan kualitas dan daya saing pemuda dan masyarakat umum bidang pendidikan, ekonomi, seni, budaya, dan olahraga
- Mengembangkan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang gesit dan kolaboratif berlandaskan semangat gotong royong dan kebhinekaan.
- Mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama warga kota yang berkeadilan dan inklusif
- Mewujudkan daerah yang kondusif dan kerukunan antar umat beragama dalam tata kehidupan bermasyarakat yang saling menghormati.
-

Analisis Komponen Manajemen Komunikasi

1. Komunikasi formal

Komunikasi ini biasanya digunakan ketika adanya suatu interaksi yang ingin dilakukan oleh staf kepada pimpinan atau pun sebaliknya. Dalam pelaksanaannya, komunikasi jenis ini sering kali membutuhkan peraturan khusus seperti peraturan mengenai jam kerja yang dilampirkan ke dalam sebuah surat kontrak dan lain sebagainya.

Di Kecamatan Laweyan, hal ini terwujud dalam beberapa hal:

- Apel Perangkat Kecamatan, baik mingguan atau harian, offline maupun online.
- Berbagai Surat Keputusan, Surat Perintah, maupun Surat Imbauan, kepada semua perangkat kecamatan, baik dalam bentuk cetak maupun digital.
- Berbagai Rapat, baik luring maupun daring

2. Komunikasi non formal

Jenis komunikasi ini umumnya tidak membutuhkan peraturan yang khusus. Dalam pelaksanaannya, komunikasi ini dapat dilakukan dengan santai atau bahkan secara spontan. Contohnya seperti saat seseorang ingin memberikan saran atau pendapat tertentu. Website Kecamatan juga merupakan bentuk/saluran komunikasi non-formal. Karena meskipun Adalah saluran media online/digital, namun Website Kecamatan menginformasikan mengenai apa yang dikerjakan oleh Kecamatan Laweyan.

Kecamatan Laweyan juga memiliki Website tersendiri dengan Alamat: <https://kec-laweyan.surakarta.go.id>. Website ini memiliki 6 kanal: “Home”, “Profil OPD”, “Informasi”, “Kelurahan”, “Publikasi”, dan “Kontak”. Kanal “Profil OPD” sendiri berisikan “Profil Pejabat Struktural”, dari Profil Camat, nama pejabat struktural di Kecamatan Laweyan, hingga nama-nama Lurah dan Kepala Seksi Kelurahan di lingkungan Kecamatan Laweyan. Kemudian, ada Profil Kecamatan Laweyan yang berisikan Posisi Geografis Kecamatan Laweyan, batas wilayah, luas wilayah, nama-nama Kelurahan di Kecamatan Laweyan, serta 4 (empat) tugas pokok pemerintah Kecamatan Laweyan.

Untuk Visi-Misi di kanal Profil OPD ini lebih kepada Visi-Misi Kota Surakarta, bukan spesifik Visi Misi Kecamatan Laweyan. Artinya, dalam hal ini Kecamatan Laweyan siap mendukung dan mewujudkan Visi-Misi Kota Surakarta. Visi-Misi yang tertuang di dalam kanal tersebut antara lain: Visi “Mewujudkan Surakarta sebagai Kota Budaya yang Modern, Tangguh, Gesit, Kreatif, dan Sejahtera”. Misi :Pertama, meningkatkan kualitas kesehatan masyarakat yang berkelanjutan; Kedua, memperkuat pertumbuhan ekonomi yang adaptif dan berkelanjutan; Ketiga, mewujudkan tata ruang dan infrastruktur kota yang mendukung pemajuan kebudayaan dan pariwisata berkelanjutan; Keempat, meningkatkan kualitas dan daya saing pemuda dan masyarakat umum, di bidang pendidikan, ekonomi, seni budaya, dan olahraga; Kelima, mengembangkan tata kelola pemerintahan dan pelayanan publik yang gesit dan kolaboratif berlandaskan semangat gotong royong dan kebinekaan; Keenam, mewujudkan kemakmuran dan kesejahteraan bersama warga kota yang berkeadilan dan inklusif; Ketujuh, Mewujudkan kondusivitas daerah dan kerukunan antar umat beragama dalam tata kehidupan bermasyarakat yang saling menghormati.

3. Komunikasi Informal

Berbeda dengan kedua jenis komunikasi sebelumnya, jenis komunikasi informal ini tidak akan membahas hal-hal yang berkaitan dengan pekerjaan. Umumnya mereka akan membicarakan hal-hal yang berada di luar pekerjaan seperti kehidupan pribadi dan lain sebagainya.

Beberapa hal terkait saluran komunikasi kekinian dan bersifat informal juga dilakukan oleh Kecamatan Laweyan, di antaranya melalui Media Sosial Instagram dan Youtube. Per tanggal 31 Agustus 2025, follower akun Instagram Kecamatan Laweyan mencapai 998 orang. Akun ini sudah mengunggah 340 postingan sejak awal dibuat. Jumlah like dan comment akun ini bervariasi, dari 2 likes sampai paling banyak 95 likes, tergantung jenis postingan dan momentum ketika postingan diunggah.

Kecamatan Laweyan memiliki akun Youtube, dengan nama akun “Kecamatan Laweyan”, memiliki subscriber per tanggal 15 September 2025 sebanyak 238 orang/akun, dan sampai saat ini memposting 12 video. Akun ini dibuat pada Oktober 2013, namun video terlama yang bisa disaksikan, dibuat dan diposting tahun 2021.

4. Komunikasi teknis

Komunikasi ini cukup dibilang spesifik karena tujuannya adalah untuk menyampaikan strategi tertentu. Di Kecamatan Laweyan, Komunikasi Teknis termaktub salah satunya di Buku Profil Kecamatan Laweyan 2024, yang dicetak serta diterbitkan khusus untuk internal Kecamatan Laweyan.

5. Komunikasi prosedural

Komunikasi ini biasanya digunakan untuk membuat suatu laporan terkait kinerja organisasi. Hal ini terwujud dalam berbagai laporan kinerja, baik melalui Aplikasi, Laporan Digital, dan juga laporan dalam bentuk fisik, dicetak, dan berjilid.

KESIMPULAN DAN SARAN

Tahun 2025 Camat dan perangkat Kecamatan Laweyan telah menjalankan seluruh aktivitas yang mencerminkan tujuan dan fungsi manajemen komunikasi, ditandai dengan apel rutin luring maupun daring serta aktifnya berbagai grup WhatsApp yang melibatkan perangkat kecamatan, kelurahan, dan masyarakat sehingga tercipta interaksi dan kesepahaman yang baik. Kombinasi penggunaan perangkat komunikasi luring seperti surat, flyer, poster, spanduk, dan baliho dengan media digital dan sosial seperti smartphone, HT, Telegram, website, Instagram, dan YouTube menjadikan manajemen komunikasi semakin terintegrasi dan menyeluruh, memperkuat motivasi, serta mengisi fungsi komunikasi non-formal, informal, dan prosedural. Survei resmi Sekda Kota Surakarta tahun 2025 membuktikan adanya peningkatan signifikan pada indikator kinerja Kecamatan Laweyan dibanding tahun 2024, meliputi orientasi pelayanan, akuntabilitas, kompetensi, keharmonisan, loyalitas, adaptivitas, dan kolaborasi, dengan Indeks Kepuasan Masyarakat yang naik dari 95,2 (2024) menjadi 96,1 (2025), sehingga manajemen komunikasi di Kecamatan Laweyan dapat disimpulkan efektif dan efisien.

DAFTAR PUSTAKA

- [BPS]. (2024). *Kecamatan Laweyan Dalam Angka 2024*. Badan Pusat Statistik Kota Sura.
- [BPS], B. P. S. K. S. (2018). *Kecamatan Laweyan Dalam Angka 2018*. Badan Pusat Statistik Kota Surakarta.
- [PPM], S. (2024). *Manajemen komunikasi. PPM School of Management*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Kaye, M. (1994). *Communication Management*. Pretince Hall.
- Majah, I. (2015). Laweyan Dalam Periode Krisis Ekonomi Hingga Menjadi Kawasan Wisata Sentra Industri Batik Tahun 1998-2004. *Journal of Indonesian History*, 3(2), 29–36.
- Nazir, M. (2014). *Metode penelitian*. Ghalia Indonesia.
- Priyatmono. (2004). *Struktur sosial masyarakat Laweyan*. UNS Press.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Republika. (2003). *Industri batik Laweyan gulung tikar*. .Republika Online
- Riinawati. (2025). *Pengantar Teori Manajemen Komunikasi Dan Organisasi*. PT. Pustaka Baru.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono, S. (2018). *Metode Penelitian Manajemen* (6th ed.). AlfaBeta.
- Suwarso, F. D., Sunyata, L., & Hanum, A. N. A. (2019). Manajemen Komunikasi Dalam Interaksi Lintas Budaya Oleh Mahasiswa Universitas Tanjungpura Di Guangxi University for Nationalities. *Komunika - Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1–15. <https://jurmafis.untan.ac.id/index.php/komunika/article/view/2414>
- Tabroni, R. (2012). Etika Komunikasi Politik dalam Ruang Media Massa. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 105–116. <https://doi.org/https://doi.org/10.31315/jik.v10i2.122>
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi Penelitian Kualitatif & Grounded Theory*. FTK Ar-Raniry Press.