OPTIMALISASI MEDIA INFORMASI DISPENDUKCAPIL SURABAYA UNTUK PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN



DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KOTA SURABAYA 2022

DAFTAR ISI

I.	LATAR BELAKANG	1
II.	MAKSUD DAN TUJUAN	2
III.	RUANG LINGKUP PEKERJAAN	3
IV.	RENCANA KERJA	3
V.	PELAKSANAAN PEKERJAAN	4
5.	1 ANALISIS DASAR	4
5.	2 REKOMENDASI	28
VI.	KESIMPULAN DAN SARAN	44
DAF	TAR PUSTAKA	45

I. LATAR BELAKANG

Dispendukcapil Surabaya memiliki kewajiban memberikan pelayanan prima dan memastikan setiap warga mendapatkan hak atas administrasi kependudukan. Dalam memberikan pelayanan tersebut, berbagai upaya dilakukan salah satunya pada sektor informasi. Faktor komunikasi sangat berperan dalam peningkatan kualitas pelayanan publik. Kegagalan dalam membangun komunikasi pelayanan publik dapat mengakibatkan terganggunya / tersumbatnya aliran informasi pelayanan publik, dan dengan demikian tentu saja akan mempengaruhi kualitas pelayanan publik.

Di era disrupsi informasi ini, informasi yang berkualitas dan tepat sasaran menjadi hal yang sangat krusial. Tujuannya untuk menghindarkan atau meminimalisir disinformasi terkait administrasi kependudukan. Informasi yang berkualitas sangat dibutuhkan agar masyarakat terbantu mengakses administrasi kependudukan sekaligus meningkatkan kesadaran akan fungsi administrasi kependudukan.

Berdasarkan peraturan Walikota Surabaya Nomor 80 tahun 2021, Tentang Perubahan atas peraturan walikota Surabaya Nomor 59 tahun 2016 Tentang kedudukan, Susunan organisasi, Uraian tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya, Dispendukcapil Kota Surabaya memiliki tugas dan bertanggung jawab memberikan sosialisasi dan diseminiasi informasi terkait administrasi kependudukan. Dalam melakukan sosialisasi dan diseminasi tersebut sangat memungkinkan menggunakan langkah inovatif misalnya menggunakan media baru seperti youtube, instagram, website, Radio Streaming, TV Digital, E-Magazine/E-Bulletin dan lain sebagainya. Bahkan tidak menutup kemungkinan berkolaborasi dengan masyarakat luas dalam penyebaran informasi tersebut karena makna inovasi sangat luas atau dapat menggunakan berbagai teknologi maupun media dan saluran yang tersedia.

Sejauh ini, Dipendukcapil Surabaya telah menggunakan media informasi sebagai sarana penyebaran informasi administrasi kependudukan. Caranya dengan dengan menggunakan new media seperti website, www.dispendukcapil.surabaya.go.id dan www.swargalokasurabaya.id. Selain menggunakan kedua website tersebut,

Dispendukcapil Surabaya juga memanfaatkan sosial media seperti youtube, Instagram dan tiktok. Berbagai konten terkait informasi administrasi kependudukan baik berupa tulisan, video dan audio diproduksi tiap hari dan diunggah pada new media tersebut. Harapannya, berbagai produk administrasi kependudukan dapat disampaikan secara bebas dan leluasa agar terjadi pemerataan informasi pada masyarakat.

Namun, produksi konten dan penggunaan media informasi tersebut memerlukan pengembangan kreatifitas agar terjadi peningkatan penyebaran konten dan terjadinya enggagement media yang tinggi. Karena sejauh ini, konten yang sudah diupload masih minim akses oleh masyarakat. Untuk itu dibutuhkan sebuah kajian yang bersifat rekomendasi, terkait langkah atau strategi yang perlu dilakukan untuk mengoptimalkan kualitas penyampaian informasi pelayanan administrasi kependudukan. Khususnya pada media informasi yang selama ini digunakan oleh Dispendukcapil Surabaya.

II. MAKSUD DAN TUJUAN

Maksud

Maksud dari pelaksanaan Kegiatan ini adalah menjalankan apa yang menjadi amanat tugas dan fungsi Dinas, terutama berkaitan dengan tanggung jawab dalam memberikan sosialisasi dan deseminasi informasi terkait administrasi kependudukan. Serta untuk mendorong tercapainya indikator keberhasilan Program dan Kegiatan yang telah direncanakan dalam rangka mendukung kinerja Dinas.

Tujuan

Tujuan dari pelaksanaan kegiatan ini adalah untuk memberikan rekomendasi terkait langkah yang perlu dilakukan untuk meningkatkan kualitas penyampaian informasi pelayanan administrasi kependudukan, khususnya pada media informasi yang selama ini digunakan oleh Dispendukcapil Surabaya. Hal ini dilakukan sebagai upaya lanjutan dan peningkatan inovasi yang sudah dijalankan.

III. RUANG LINGKUP PEKERJAAN

Ruang lingkup pekerjaan mencakup:

1. Analisa Dasar

- a. Penggalian isu berkaitan dengan cara kerja media informasi Dispendukcapil Surabaya dalam menyampaikan informasi administrasi kependudukan.
- b. Review pelaksanaan penyampaian konten informasi Adminduk melalui media Informasi Dispendukcapil

2. Penyusunan Rekomendasi

- a. Review inovasi dan kreasi dalam upaya peningkatan penyebaran dan akses terhadap konten
- b. Rekomendasi peningkatan kualitas media informasi dispendukcapil surabaya dalam penyampaian informasi pelayanan administrasi kependudukan.

3. Pelaporan

IV. RENCANA KERJA

Jangka waktu pelaksanaan pekerjaan adalah selama 3 (tiga) bulan atau 90 (Sembilan Puluh) hari kalender.

No	Kegiatan	Bulan 1			Bulan 2				Bulan 3				
INO		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan												
2	Laporan Pendahuluan												
3	Pengumpulan Data												
4	Pengolahan Data												
5	Analisis Data												
6	Laporan Akhir												
7	Eksekutif Summary												

V. PELAKSANAAN PEKERJAAN

Belanja Jasa Konsultansi (Rekomendasi Optimalisasi Media Informasi Dispendukcapil Surabaya untuk Peningkatan Pelayanan Publik Administrasi Kependudukan) yang sudah dilaksanakan hingga laporan ini dibuat adalah sebagai berikut :

5.1 ANALISIS DASAR

Bidang pelayanan publik dalam suatu instansi pemerintah kerap menjadi sorotan masyarakat. Sebagai bagian dari instansi pelayanan publik, Dinas Pendudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya berupaya memastikan bahwa setiap warga mendapatkan hal dan pelayanan terkait dengan administrasi kependudukan. Melalui visi untuk terwujudnya data penduduk yang akurat serta masyarakat yang sadar dan tertib administrasi kependudukan dengan misi memberikan pelayanan administrasi kependudukan yang prima, dinamis,dan humanis, Dispendukcapil Kota Surabaya lantas mengupayakan peningkatan pada sektor informasi publik terkait administrasi kependudukan.

Berbagai langkah yang dilakukan dalam membangun dan menyampaikan informasi tentang administrasi kependudukan di antaranya melalui pemanfaatan *platform* media digital terkini seperti *YouTube, Website, Radio Streaming, TV Digital, Instagram, serta media sosial TikTok.* Langkah ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas saluran komunikasi kepada publik agar publik dalam jangkauan luas dapat dengan cepat menerima informasi resmi dan meminimalisasi terjadinya disinformasi tentang administrasi kependudukan. Di samping itu, upaya tersebut merupakan pengejawantahan tugas dan tanggung jawab Dispendukcapil Kota Surabaya yaitu mendiseminasikan informasi administrasi kependudukan.

Dalam pelaksanaannya, Dispendukcapil Kota Surabaya telah memanfaatkan media digital sebagai sarana menyebarkan informasi administrasi kependudukan melalui website www.dispendukcapil.surabaya.go.id dan www.swargalokasurabaya.id. Selain itu, Dispendukcapil Kota Surabaya juga menggunakan media digital YouTube,

Instagram, dan TikTok dalam mensosialisasikan informasi administrasi kependudukan melalui konten-konten yang terbit secara berkala. Namun, konten informasi yang disampaikan ternyata belum dapat secara merata diakses oleh masyarakat, keterlibatan (engagement) masyarakat cenderung rendah. Oleh karena itu, diperlukan kajian dan rekomendasi untuk menelaah kondisi tersebut guna meningkatkan kualitas penyampaian informasi pelayanan administrasi kependudukan, khususnya pada media-media digital yang aktif digunakan oleh Dispendukcapil Kota Surabaya.

Analisis dasar pada kajian ini adalah melalui pendekatan studi kasus. Penelitian studi kasus secara makna disebutkan sebagai pendekatan penelitian yang dilakukan secara intensif, terinci dan mendalam tentang suatu program, peristiwa, dan aktivitas, baik pada tingkat perorangan, sekelompok orang, lembaga, atau organisasi. Tujuannya adalah untuk memperoleh pengetahuan mendalam tentang peristiwa yang dirasa khusus unik dan spesifik (Hidayat, 2019). Melalui studi kasus peneliti berupaya menggali fenomena (kasus) aktivitas media informasi dari dinas Dispendukcapil Surabaya dalam kurun waktu dan kegiatan tertentu serta mengumpulkan informasi secara terperinci dan mendalam dengan terinci dan mendalam dengan menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data selama periode tertentu.

Secara praktik di lapangan, upaya penggalian data dilakukan dalam enam bentuk pengumpulan data. Antara lain, (1) dokumentasi yang terdiri dari agenda, laporan-laporan dari aktivitas media informasi dispendukcapil, hasil kajian dan evaluasi, artikel; (2) rekaman arsip yang tertuang dalam rekaman-rekaman konten, media sosial maupun website (3) wawancara secara langsung kepada para pelaku media informasi Dispendukcapil mulai dari struktur terendah hingga tertinggi, (4) observasi langsung aktivitas media informasi; (5) observasi partisipan dan (6) perangkat fisik atau kultural yaitu peralatan teknologi yang digunakan oleh tim medi informasi Dispendukcapil Surabaya.

Melalui cara tersebut peneliti akan mendapatkan beberapa keuntungan antara lain, (1) menggunakan bukti multisumber; (2) menciptakan data dasar studi kasus, seperti: catatan-catatan studi kasus, dokumen studi kasus, bahan bahan tabulasi, narasi; (3)

memelihara rangkaian bukti (Wahyuningsih, 2013). Keuntungan lain dari melakukan penelitian dengan pendekatan studi kasus adalah dapat mengevaluasi (audit) pelaksanaan suatu program dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan maupun optimalisasi sebagai sustainability sebuah program.

Pada pelaksanaannnya, laporan dalam analisis dasar di pecah menjadi dua bagian. Bagian pertama memaparkan terkait penggalian isu dan cara kerja media informasi Dispendukcapil Surabaya dalam menyampailam informasi administrasi kependukan. Dan bagian yang kedua adalah melakukan review pelaksanaan penyampaian konten informasi adminduk melalui media informasi Dispendukcapil kota Surabaya.

a Cara Kerja Media Informasi Dispendukcapil Surabaya dalam Menyampaikan Informasi Administrasi Kependudukan.

Media informasi dispendukcapil Surabaya mulai beroperasi sejak tahun 2021. Berdasarkan tugas dan fungsi Dispendukcapil Kota Surabaya, khususnya Peraturan Walikota Surabaya Nomor & tahun 2018. Tentang Perubahan atas Peraturan Walikota Surabaya Nomor 59 tahun 2016 tentang kedudukan, Susunan Organisasi, Uraian Tugas dan Fungsi seta Tata Kerja Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya. Hal ini diperkuat dengan Peraturan Walikota Surabaya Nomor 7 tahun 2018, Tentang Perubahan atas peraturan walikota Surabaya Nomor 59 tahun 2016 Tentang kedudukan, Susunan organisasi, Uraian tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya, menyebutkan bahwa Dispendukcapil Kota Surabaya memiliki tugas dan bertanggung jawab memberikan sosialisasi dan disemininasi informasi terkait administrasi kependudukan. Oleh karena itu, Disependukcapil Surabaya mempunyai program media informasi untuk menyebarkan informasi Aminduk (administrasi kependudukan).

Tim Media Informasi Dispendukcapil Surabaya

Guna menjalankan program diseminasi informasi, Dispendukcapil Surabaya membangun tim khusus yang bekerja memproduksi konten audio, video dan konten website. Tim yang bertugas di bawah langsung pada Bidang Pemanfaatan dan

Inovasi Pelayanan (PDIP). Landasan kerja dengan membentuk tim ini berdasarkan peraturan walikota Surabaya No 7 tahun 2018 pasal 11 menyebutkan tugas sosialisai juga diberikan kepada Bidang Pemanfaatan dan Inovasi Pelayanan.

Tim yang dibentuk untuk mengisi pekerjaan media informasi tidak diisi banyak personil. Secara khusus Bidang Pemanfaatan dan Inovasi Pelayanan, menempatkan satu orang editor video untuk menjalankan tugas keseharian edit video dan upload konten berbasis multimedia di media sosial youtube dan instragram. Selain menempatkan satu orang editor video, Tim juga diisi oleh satu orang penanggung jawab media informasi. Secara organik media informasi hanya diisi oleh dua orang personil, yang memikirkan konten, hingga memproduksi konten dan menayangkannya pada media sosial. Tim organik media informasi Dispendukcapil dibantu sejumlah karyawan ASN dan Non ASN. Apabila ditotal, jumlah tenaga yang mengerjakan program media informasi dispendukcapil Surabaya sebanyak enam orang, dengan pembagian tugas sebagai berikut.

• Pemimpin Redaksi

Bertugas memimpin dalam managerial konten media informasi, seperti merumuskan konten apa saja yang aka dimuat semua media informasi yang dimiliki Dispendukcapil Surabaya. Pemimpin redaksi juga memiliki tugas memimpin rapat redaksi dan menjalankan menjalankan fungsi editorial dan penulisan konten pada website.

Editor

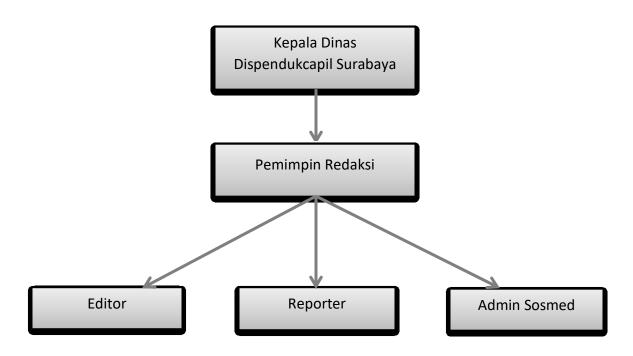
Terdapat satu orang yang bertugas sebagai editor. Secara khusus editor yang dimiliki media informasi dispendukcapil adalah editor video yang bertugas mengedit gambar video yang akan dinaikan pada berbagai platform yang dimiliki media informasi. Khususnya pada media Yotube dan Tiktok, maupun instragram. Editor juga menjalankan tugas mengupload laporan yang layak tayang.

• Reporter

Reporter bertugas membuat laporan konten reportase. Ada satu orang yang bertugas sebagai reporter.

Admin IG

Bertugas sebagai admin instagram Dispendukcapil Surabaya. Satu orang yang bertugas mengupload konten gambar maupun video dalam IG dispendukcapil Surabaya. Secara khusus hanya empat person yang bertugas pada media informasi Dispendukcapil Surabaya, dan di bantu dua orang yang menjalankan kegiatan pembantu umum. Sehingga ada enam peson yang bertugas mengoperasionalkan media informasi tersebut. Apabila digambarakan sistem kerja tim redaksi media informasi Dispendukcapil Surabaya, dapat terlihat pada gambar berikut ini.



Bagan Struktur Organisasi Media Informasi Dispendukcapil Surabaya

Proses Kerja Redaksi Media Informasi

Secara umum proses kerja dalam memproduksi konten dipimpin oleh seorang pemimpin redaksi. Pemimpin redaksi bertugas memimpin rapat redaksi yang dilakukan searra rutin satu minggu sekali. Rapat redaksi melakukan perencanaan penayangan konten. rapat redaksi membahas tentang agenda program yang akan dijadikan prioritas penayangan. Secara umum rapat redaksi harusnya lakukan secara

bersama oleh empat anggota inti. Namun dilapangan rapat redaksi hanya dilakukan oleh dua petugas saja saja. Yaitu, pemimpin redaksi dan editor video. Dua person inilah yang menjalankan program kerja keseharian konten media informasi Dispendukcapil Surabaya.

Semua keputusan terkait produksi konten diputuskan oleh pemimpin redaksi. Mulai dari ide konten, pembagian personil yang bertugas hingga keputusan durasi dan waktu upload. Meskipun keputusan bepusat pada pemimpin redaksi namun keputusan ini tidaklah mutlak. Sering kali ide konten berasal dari kepala Dinas Dispendukcapil Surabaya. Perencanaan yang telah dilakukan oleh pemimpin redaksi melalui rapat redaksi dapat sewaktu-waktu berubah apabila ada perintah dari Kepala Dinas Dispendukcapil Surabaya. Misalnya, keputusan rapat redaksi akan melakukan kegiatan reportase atau memproduksi sitkom. Namun agenda tersebut dapat berubah apabila ada perintah untuk melakukan peliputan secara mendadak atau memproduksi konten yang dirasa perlu untuk segera diproduksi. Misalnya, melakukan bantahan terhadap isu tertentu. Meskipun ada perencanaan yang disusun dalam rapat redaksi mingguan, namun keputusan rapat sangat cair, karena dapat berubah sewaktu waktu, sesuai dengan kondisi dan situasi pertintah dari atasan.

Meskipun terdapat rapat redaksi, namun secara umum konten yang diproduksi oleh tim media informasi dilakukan terkesan tanpa perencanaan. Seringkali tim harus mengubah ide konten karena ada perintah mendadak dan mengubah fokus konten. Hal ini menyebabkan konten tidak terencana dengan baik, isu yang produksi berjalan secara sporadis, dan tidak memiliki agenda setting yang jelas. Bahkan agenda liputan atau produksi konten yang sudah direncanakan serngkali tidak tereksekusi dengan baik dan sering kali terlupakan karena sering kali mendapat perintah mendadak lalu kemudian mengubah fokus. Perubahan prioritas konten yang diproduksi, tentu saja tentu saja berdampak pada konten yang terupload. Ada beberapa program yang lebih banyak terupload dibanding dengan konten yang lainnya. Misalnya, program sitkom yang harusnya diproduksi dua minggu sekali sering kali terbengkalai dan tidak tergarap dengan baik.

Tenaga Yang Terbagi

Permasalahan perencanaan konten berkaitan dengan tenaga yang bertugas. Hampir semua petugas yang menjalankan media informasi Dispendukcapil Surabaya, memiliki tugas utama pada bidang administrasi kependudukan. Tentu saja masing personil media informasi akan lebih mementingkan pekerjaan untamanya terkait pelayanan administrasi kependudukan dibanding untuk membuat konten. Alasannya, menjalankan tugas keseharain pada bidang administrasi kependudukan adalah tugas utama yang dihitung sebagai output pekerjaan yang akan dievaluasi secara berkala. Sementara tugas pada media informasi sifanya membantu atau tugas tambahan yang tidak dihitung sebagai capaian kinerja kantor.

Dampaknya, karyawan akan memprioritaskan tugas pada bidang yang menjadi tugas utamanya, sehingga produksi konten pada media informasi dapat terbengkalai. Karena sifatnya membatu, sejumlah pengurus media informasi tidak dapat melakukan pekerjaan pada bidang media informasi secara total dan maksimal. Karena mereka memiliki perkerjaan utama pada bidang administrasi kependudukan. Hal in disebabkan tidak terdapat struktur yang tegas pada media informasi. Media informasi tidak menjadi divisi kedinasan yang tegas dan resmi, namun bagian dari kreatifitas sebuah kebijakan.

b Review Pelaksanaan Penyampaian Konten Informasi Adminduk Melalui Media Informasi Dispendukcapil

Terdapat 2 (dua) portal utama yang digunakan oleh Dispendukcapil Kota Surabaya, website www.disdukcapil.surabaya.go.id digunakan sebagai portal resmi yang menyediakan informasi layanan Dispendukcapil Kota Surabaya. Portal kedua adalah website www.swargalokasurabaya.id yang digunakan sebagai media sosialisasi kepada masyarakat terkait agenda-agenda terkini yang dilaksanakan oleh Dispendukcapil Kota Surabaya. Konten pada swargaloka lebih informal, dibandingkan portal resmi dispendukcapil Surabaya. Kedua portal juga dilengkapi dengan konten-konten media sosial yang dikelola oleh tim media informasi

dispendukcapil Surabaya (Swargaloka dan Dispendukcapil).

Kedua portal ini pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yakni memudahkan masyarakat Surabaya dalam memperoleh informasi terkait kepengurusan administrasi kependudukan, namun memiliki peran yang berbeda, yakni peran Dispendukcapil dalam menyediakan informasi terkait layanan Adminduk yang berbeda dengan peran Swargaloka dalam mempublikasi kegiatan Dispendukcapil saat berinteraksi dengan masyarakat.

Pada pelaksanaan informasi secara onlie, kedua portal ini berjalan beriringan namun terkesan belum terintegrasi satu sama lain dalam pengelolaannya. Hal ini terlihat pada minimnya akses masyarakat terhadap kedua portal tersebut. Hal ini berpotensi pada kurangnya pemahaman masyarakat dalam mengakses informasi pada kedua portal tersebut, khususnya pada website Swargaloka.

Pada isi konten yang dikelola masing-masing website, keduanya memiliki konten dan karekter yang berbeda beda. Hal ini dapat terlihat pada bagan di bawah ini.

Perbandingan Akses Informasi yang Disediakan oleh Dispendukcapil dan Swargaloka

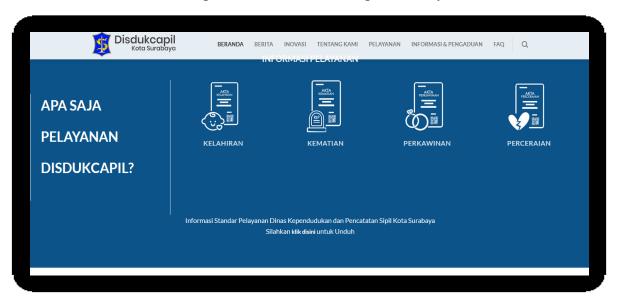
WEBSITE DISDUKCAPIL	WEBSITE SWARGALOKA
Media Informasi & Pengaduan	KLAMPID
Informasi Pelayanan	Website
Website Disdukcapil	Youtube
Instagram Disdukcapil	TV Digital
Pengurusan Adminduk secara Online	Radio
Pengumuman Perkawinan	Tiktok
Puntadewa	Instagram
SKTT & KK Orang Asing	
Pengaduan Dukcapil Sapawarga	
Kepuasan Masyarakat	

Table 1 Perbandingan isi website disdukcapil surabaya dengan swargaloka

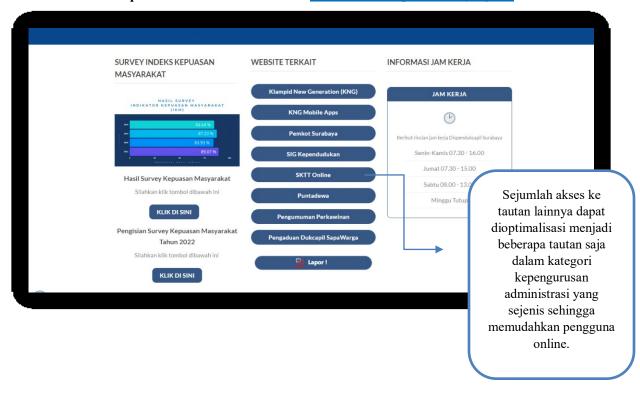
Pada tabel diatas menunjukkan perbandaingan isi/konten kedua website miliki Dispendukcapil Surabaya yang berfungsi sebagai media informasi pelayanan publik pada masyarakat. Dalam tabel tersebut menunukkan bahwa konten atau isi website disdukcapil Surabaya lebih banyak dibandingkan dengan website swargaloka.

Website www.disdukcapil.surabaya.go.id lebih didominasi isi tentang pelayanan administrasi kependudukan pada masyarakat, pengurusan adminduk, penguruman perkawinan, SKTI dan KK orang asing. Sementara konten website www.swargalokasurabaya.id lebih didominasi konten informasi dan penggunaan media sosial.

Tampilan Website Disdukcapil Surabaya



Tampilan Halaman awal website www.disdukcapil.surabaya.go.id



1. Review dan Analisis Media Informasi Web disduckapil.surabaya.go.id

Berdasarkan hasil evaluasi terhadap ragam media informasi yang digunakan oleh Dispendukcapil, dapat diamati bahwa manajemen media informasi yang dijalankan masih memerlukan penyederhanaan tampilan, sehingga fungsi masing-masing media dapat dioptimalisasi dan dipahami dengan mudah oleh masyarakat pada saat masyarakat yang baru mencoba mengaksesnya. Pengamatan dimulai pada tautan *linktr.ee* yang dapat diakses melalui salah satu media sosial Dispendukcapil. Pada tautan ini, terdapat beragam jenis tautan berbeda yang kemudian dapat diakses lebih lanjut, untuk mencari informasi yang lebih spesifik yang dibutuhkan oleh masyarakat.

Pada dasarnya, beberapa tautan dapat digabungkan selama tautan tersebut memiliki tujuan dan fungsi yang sejalan. Oleh karena itu, dapat dilakukan beberapa penyesuaian yang dapat menyederhanakan banyaknya tautan sesuai dengan fungsinya masing-masing. Penyediaan akses yang berlebihan terhadap tautan tersebut dapat berdampak pada kurangnya akses masyarakat terhadap semua tautan tersebut, bahkan dapat menimbulkan kebingungan bagi masyarakat dalam mencari informasi. Sama halnya dengan tautan ganda yang merujuk pada satu halaman yang sama namun dapat diakses melalui tautan yang berbeda, akan menyebabkan kurang optimalnya akses masyarakat terhadap keseluruhan media informasi yang tersedia. Tautan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut:

a. Media Informasi & Pengaduan

Tautan ini hanya berisi informasi terkait tautan-tautan lainnya yang dapat diakses lebih lanjut, sesuai dengan akses yang dimiliki oleh masyarakat. Berdasarkan hasil pengamatan terhadap tautan ini, Media Informasi dan Pengaduan dapat menjadi halaman awal yang menyambut masarakat Surabaya yang hendak mencari informasi lebih lanjut terkait pencatatan administrasi kependudukan, sehingga perlu dilengkapi dengan informasi grafis yang mudah dipahami terkait aktivitas pelayanan utama pada Dispendukcapil Surabaya yang dapat ditonjolkan

dan dapat turut membangun *branding* bagi kinerja Pemerintah, dalam hal ini adalah Dispendukcapil yang senantiasa melayani masyarakat. Pada dasarnya, tautan ini juga dapat digabungkan dengan tautan yang berjudul "Pengaduan Dukcapil Sapawarga" pada *dashboard* yang terlihat dengan jelas dan mudah ditemukan.



Gambar 1 Tampilan Halaman Untuk Tautan Media Informasi dan Pengaduan

b. Informasi Pelayanan

Tautan ini merupakan akses untama bagi masyarakat yang ingin mencari berbagai informasi terkait administrasi kependudukan di Surabaya. Ttautan ini perlu ditandai atau berada pada urutan teratas akses *online* Dispendukcapil. Tautan ini dapat dikelola lebih lanjut dan dilengkapi dengan semua jenis layanan kepengurusan administrasi, sehingga tidak menambah lebih banyak tautan seperti yang ditampilkan saat ini pada *linktr.ee*, diantarnya adalah tautan "Pengumuman Perkawinan", lalu tautan "Puntadewa (Pendataan Penduduk Non Permanen WNI)", juga tautan "SKTT dan KK Orang Asing".

Penggabungan akses yang berada dalam kategori yang sejenis akan menyederhanakan tampilan media informasi Dispendukcapil dan dapat mengoptimalisasi akses masyarakat terhadap penggunaannya, karena terdapat masyarakat yang ingin mencari lebih dari satu jenis informasi dan dapat

dimudahkan dengan optimalisasi manajemen media tersebut. Begitupun dalam setiap aktivitas pencarian informasi maupun akses pelayanan yang dibutuhkan, survey "Kepuasan Masyarakat" dapat ditambahkan di akhir halaman dan dapat bersifat wajib untuk diisi oleh masyarakat yang telah memperoleh informasi dan layanan yang dibutuhkan, maka tautan tersebut tidak perlu dipisahkan dan menjadi tautan tersendiri, karena masyarakat dapat memilih untuk tidak mengakses tautan tersebut dan tautan tersebut menjadi kurang optimal penggunaannya.

c. Pengurusan Adminduk secara Online

Tautan ini berisi aplikasi Pendaftaran Kependudukan, bagi warga maupun bagi petugas Kelurahan dan Kecamatan. Tampilan halaman ini dapat dioptimalisasi pada penggunaan mesin pelayanan pada kantor-kantor kelurahan maupun kecamatan se-kota Surabaya. Pelayanan pada kantor-kantor offline dapat dimaksimalkan dengan adanya mesin penyedia layanan mandiri yang juga merangkap sebagai mesin antrian, sehingga dapat mempersingkat durasi layanan dan memfasilitasi kebutuhan masyarakat yang belum dapat mengakses layanan Dispendukcapil via online. Sedangkan untuk penggunaan aplikasi online, aksesnya dapat dilakukan melalui satu pintu, yaitu aplikasi KLAMPID yang dapat diunduh melalui google playstore. Maka, tautan aplikasi dapat digabungkan pada halaman ini. Adanya alternatif aplikasi yang dapat diakses melalui tautan yang berbeda dapat memperlambat jumlah unduhan aplikasi di google play yang juga dapat mempengaruhi rate aplikasi, sehingga aplikasi tersebut belum dikenal oleh masyarakat luas karena penggunanya yang masih minim. Sampai saat ini, aplikasi KLAMPID telah diunduh lebih dari 10.000 kali.

d. Instagram

Instagram @dispendukcapil.sby aktif dimulai pada tahun 2019. Konten Instagram diawali dengan informasi terkait jenis pelayanan yang berada di Dispendukcapil Surabaya. Postingan yang dimiliki baru berkisar 100 postingan lebih. Postingan Instagram berkisar diantara 2-3 postingan dalam rentang waktu 1 bulan, pada

beberapa bulan tertentu bahkan tidak terdapat postingan. Terdapat banyak konten yang menyampaikan ucapan peringatan hari besar nasional maupun hari besar keagamaan.



Gambar 2 Tampilan Akun Instagram @dispendukcapil.sby

Konten dengan tampilan yang menggunakan info grafis baru dimulai pada tahun 2022. Sebelumnya, konten yang disampaikan belum memiliki konsep yang jelas dan informasi yang disampaikan dalam konten sangat padat, sehingga memungkinkan pengguna Instagram kurang tertarik untuk melihat postingan tersebut. Selanjutnya, dari 45 ribu *follower* akun Dispendukcapil Surabaya, *like* postingan berada di rentang 100 hingga 300 likes. Di samping itu, kurangnya penggunaan *hastag* atau tagar juga dapat berpengaruh pada kurangnya akses dalam pencarian konten yang berkaitan dengan Dispendukcapil.

Penggunaan singkatan juga berpengaruh pada jangkauan pencarian. Terdapat perbedaan antara nama akun Instagram @dispendukcapil.sby dan akses masuk ke Linktr.ee dan website, yakni yang tertera adalah disdukcapilsby. Di dalam Linkttr.ee terdapat tautan-tautan selanjutnya untuk mengakses informasi yang

lebih spesifik, namun tautan yang disediakan cukup banyak dan beberapa diantaranya berisi informasi yang sangat singkat, tautan lainnya berisi layanan pengaduan yang berulang, adapula tautan yang membutuhkan registrasi akun terlebih dahulu, tautan terkait *survey* kepuasan masyarakat yang belum dapat diakses, dan tautan yang terintegrasi dengan media informasi lainnya yang dimiliki oleh Dispendukcapil Surabaya.

Berdasarkan hasil analisis tersebut, ada beberapa langkah yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas konten pada akun Instagram @dispendukcapil.sby, diantaranya adalah penyampaian informasi layanan Dispendukcapil dan kontenkonten lainnya yang dapat dibuat dengan konsep yang lebih estetik, misalnya pengaturan postingan yang diunggah dapat diatur sesuai dengan tampilan *layout* Instagram, misalnya postingan di sisi kiri diisi dengan informasi pelayanan bagi masyarakat, postingan di bagian tengah diisi dengan kegiatan dan agenda Dispendukcapil Surabaya, dan postingan di sisi kanan diisi dengan konten-konten yang menarik seputar kota Surabaya maupun isu-isu kependudukan, sehingga pengguna Instagram dapat dengan mudah mencari informasi yang dibutuhkan walaupun konten yang berkaitan dengan informasi tersebut sudah cukup lama diposting namun dapat dengan mudah ditemukan karena adanya keteraturan dalam memposting konten Dispendukcapil di Instagram.

Di sisi lain, konten yang lebih interaktif, misalnya melalui postingan yang membahas pelayanan Dispendukcapil, dibuat *caption* yang mengajak pengguna Instagram atau *viewers* untuk membagikan pengalaman mereka dalam mengurus administrasi maupun dokumen kependudukan, atau berbagi pengalaman bagi warga pendatang yang pernah mengurus pindah domisili dari maupun ke Surabaya, dan kolom komentar sebaiknya dibiarkan terbuka namun tetap diawasi penggunaannya oleh pengelola akun Instagram @dispendukcapil.sby.

e. Analisis Website disdukcapil.surabaya.go.id

Secara keseluruhan tentu saja ada beberapa kekuranan yang harus dibenahi dalam hal pengelolaan website disdukcapil.surabaya.go.id. Hal ini dapat dilihat pada analisis efektivitas website pda table dibawah ini.

Analisis Efektifitas website disdukcapil.surabaya.go.id

No	Indikator Efektivitas Website	Kondisi Eksisting
1	Transparency a. Informasi memuat kedalaman akses b. Keterbaruan konten dan spesialisasi bidang c. Informasi kontak yang dapat dihubungi dan bertanggungjawab atas konten d. Penyampaian visi misi organisasi	 Pada website disdukcapil.surabaya.go.id telah mencantumkan informasi seputar kependudukan, visi dan misi organisasi, dan spesifikasi konten informasi Kependudukan. Pada bagian kontak yang dapat dihubungi, belum menunjukkan petugas yang bertanggungjawab atas informasi yang diberikan.
2	Interactivity a. Tersedia layanan surat elektronik atau kotak pesan untuk berdialog b. Kolom saran untuk berkomentar	 Telah tersedia tautan untuk mengakses berbagai media sosial dan surat elektronik. Pada bagian ini belum tersedia sarana untuk berdialog langsung melalui pop-up chat baik dioperatori admin atau menggunakan Artificial Intelligence (AI).
3	Usability a. Fitur multi bahasa b. Kebaruaan informasi atau berita terkini. c. Mesin pencari kata kunci d. FAQ (Frequently Asked Questions).	 Belum tersedianya fasilitas dual language (Indonesia-English). Informasi terkini harus diakses melalui portal www.swargalokasurabaya.id
4	Positivity a. Kemudahan dalam mengakses website b. Tersedia fitur multimedia video c. Tersedia halaman menu utama.	 Resolusi gambar terlalu besar, akses pengaduan masih berbelit antara mekanisme pengunjung untuk datang langsung dan melalui sistem daring. Multimedia diakses melalui www.swargalokasurabaya.id

5	Useful Information	> Belum tercantum jumlah
	a. Tersedia fitur <i>login</i> untuk anggota tertentub. Terdapat tampilan jumlah pengunjung	pengunjung, jumlah kasus yang terdaftar jumlah yang terselesaikan, sementara jumlah pengunjung meningkat cukup signifikan.
	c. Tersedia informasi tentang respon organisasi terhadap isu terkait yang sedang terjadi	> Arsip berita harus mengakses www.swargalokasurabaya.id dan belum memiliki konten
	d. Tersedia arsip berita	berita yangkhusus dibuat untuk kepentingan website disdukcapil

Table 2 Analisis website disdukcapil.surabaya.go.id Menggunakan Indikator Efektivitas Website

2. Review dan Analisis Media Informasi Swargaloka

Swargaloka merupakan media publikasi pendukung layanan Dispendukcapil Surabaya yang diluncurkan pada tahun 2021. Peluncuran Swargaloka merupakan salah satu strategi pemerintah kota Surabaya untuk mendekatkan pelayanan administrasi kependudukan Dispendukcapil kepada masyarakat Surabaya. Dengan adanya media publikasi Swargaloka, diharapkan dapat lebih memudahkan jalinan komunikasi antara Pemerintah Kota Surabaya dengan masyarakat terkait pelayanan adminduk, dan juga bertujuan untuk mendengarkan aspirasi warga. Oleh karenanya, Swargaloka mengelola media sosial yang dapat digunakan sebagai media komunikasi yang interaktif antara Dispendukcapil dan warga Surabaya. Nama Swargaloka berasal dari singkatan "Suara Warga Mengelola Kebutuhan Adminduk".

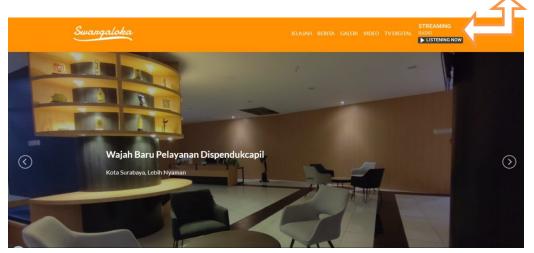
Informasi terkait pelayanan administrasi kependudukan yang dikemas dalam Swargaloka dapat diakses melalui platform *Web*, *YouTube*, *Instagram*, dan *Podcast* untuk lebih memudahkan warga dalam memahami pelayanan yang disediakan oleh Dispendukcapil Surabaya. Sehingga, Swargaloka diharapkan menjadi salah satu alat yang akan membantu warga Surabaya untuk mulai belajar menggunakan aplikasi *online* melalui materi informasi media sosial yang menarik dan mudah dipahami. Ragam media sosial tersebut diantaranya adalah:

a. Website Swagaloka

Mengambil tag line komunikatif, inovatif dan inspiratif web site swargaloka tampil dengan memberikan informasi terkait kebutuhan adminitrasi kependudukan bagi warga Kota Surabaya. Web swargaloka berdomain di www.swargalokasurabaya.id, ini adalah bagian dari layanan informasi Dispendukcapil Surabaya terkait kegiatan dispendukcapil Surabaya. Ada sejumlah konten informasi "berita" yang berisi tentang aktivitas keseharian dispendukcapil Surabaya, khsusnya acara sosialisasi maupun informasi layanan adminduk.

Portal web swargaloka merupakan pintu masuk konten media informasi yang dibangun oleh Dispendukcapil Surabaya. karena selainweb ada beberapa platform yang dibangun untuk memudahkan akses publik terhadap dispendukcapil Surabaya. Dalam website ini masyarakat dapat mengakses konten audio berupa radio streaming dan audiovideo melalui akun swargaloka di youtube.

Pilihaan informasi pada website swargaloka



Gambar 3 Tampilan Halaman Website Swargaloka

Berikut ini adalah tampilan halaman depan website Swargalokasurabaya. Pada halaman tersebut terlihat bahwa terdapat beberpa menu, seperti jelajah, berita, galeri, video, TVDigital dan radio streaming. Masing-masing menu memiliki konten yang dapat diakses publik terkait informasi seputar Dispendukcapil

Surabaya. Namun sejumlah menu belum memuat konten yang cukup mewakili publik atas kebutuhan infomasi administrasi kependudukan.

Sejumlah konten masih belum terisi penuh sehingga, apabila dibandingkan dengan website disdukcapilsurabaya.go.id, maka website swargaloka maish jauh dari harapan. Hal ini dapat terlihat pada analisis efektivitas website berikut ini.

Analisis Efektifitas website swargalokasurabaya.id

No	Indikator Efektivitas Website	Kondisi Eksisting
2	Transparency a. Informasi memuat kedalaman akses b. Keterbaruan konten dan spesialisasi bidang c. Informasi kontak yang dapat dihubung dan bertanggung jawab atas konten d. Penyampaian visi misi organisasi Interactivity	 Pada website www.swargalokasurabaya.id hanya terdapat beberapa infografis terkait informasi Kependudukan dan beberapa pengumuman singkat. Pada bagian kontak yang dapat dihubungi, hanya menunjukkan informasi untuk mengunjungi media sosial Swargaloka. Telah tersedia tautan untuk mengakses berbagai media sosial,
	a. Tersedia layanan surat elektronik atau kotak pesan untuk berdialogb. Kolom saran untuk berkomentar	 channel Youtube dan Podcast Pada bagian ini juga belum tersedia sarana untuk berdialog dengan menggunakan operator online atau ketersediaan kolom untuk bertanya.
3	 Usability a. Fitur multi bahasa b. Kebaruaan informasi atau berita terkini. c. Mesin pencari kata kunci d. FAQ (Frequently Asked Questions). 	 Belum tersedianya fasilitas dual language (Indonesia-English). Terdapat portal "jelajah" sebagai fitur pencari kata kunci, namun tidak terdapat contoh penggunaannya. Informasi diperbaharui pada portal "Berita" dan selalu di-update.

4	Positivity a. Kemudahan dalam mengakses website b. Tersedia fitur multimedia video c. Tersedia halaman menu utama.	 Informasi grafis hanya dapat dibaca namun tidak terhubung ke akses website disdukcapil.surabaya.go.id untuk memperoleh informasi lebih. Terdapat galeri foto-foto kegiatan Dispendukcapil. Multimedia diakses melalui tautan media sosial yang disediakan.
5	 Useful Information a. Tersedia fitur <i>login</i> untuk anggota tertentu b. Terdapat tampilan jumlah pengunjung c. Tersedia informasi tentang respon organisasi terhadap isu terkait yang sedang terjadi d. Tersedia arsip berita 	 Belum tercantum jumlah pengunjung dan jumlah pembaca pada portal berita, atau dapat menunjukkan salah satu media informasi dengan viewers terbanyak. Berita sudah diarsipkan setiap bulannya sejak tahun 2021.

Table 3 Analisis website Swargalokasurabaya.id Menggunakan Indikator Efektivitas Website

b. Instagram

Akun Instagram @swargaloka.sub mulai aktif digunakan pada Oktober 2021. Sama seperti akun @dispendukcapil.sby, sampai saat ini, terdapat sekitar 100 postingan lebih pada akun tersebut, dan berdasarkan hasil analisis, terdapat kurang dari 10 postingan setiap bulannya. Akun Instagram ini diikuti oleh hampir 2 ribu *follower*, jauh lebih sedikit dibandingkan akun Instagram @dispendukcapil.sby. Konsep daripada konten Instagram yang dimiliki oleh @swargaloka.sub masih belum menunjukkan konsistensi. Di awal aktivitas akun Instagram, dapat dilihat bahwa postingan yang dibuat masih monoton yakni konten berupa informasi yang berbentuk tulisan dan belum didukung oleh grafis yang menarik. Selanjutnya, mulai dilakukan perubahan konsep yang lebih estetik pada postingan di tahun 2022. Kreativitas dalam menggunakan desain grafis dan penataan postingan yang lebih simple membuat tampilan akun Instagram menjadi lebih segar.



Gambar 4 tampilan akun swargaloka.sub

Namun, untuk kontennya sendiri, @swargaloka.sub masih perlu meningkatkan ragam materi dan topik yang tetap mengacu pada peran Dispendukcapil dalam menyebarkan informasi terkait kepengurusan administrasi kependudukan atau adminduk, tidak hanya mengulangi konten yang telah diposting oleh *platform* media informasi lainnya, seperti konten yang telah ditayangkan pada *channel* Youtube maupun konten yang telah diinformasikan pada akun Instargam @dispendukcapil.sby, sehingga konten yang ada pada Instagram dapat lebih variatif. Di sisi lain, konten yang mengusung konsep "Sitkom" perlu dipertahankan dan dikembangkan agar dapat meningkatkan jumlah *viewer* maupun *follower* dari semua kalangan masyarakat, termasuk generasi yang muda yang masih memerlukan informasi terkait administrasi kependudukan.

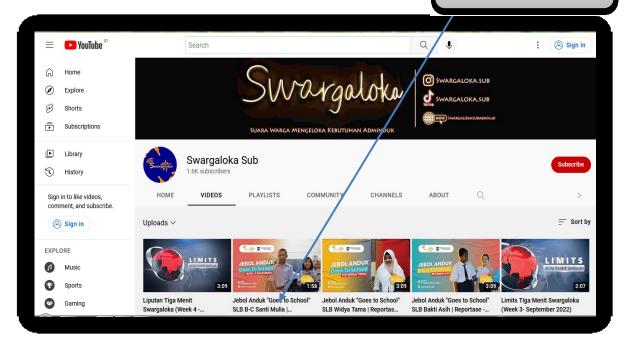
c. Youtube

Channel Youtube Swargaloka telah digunakan selama kurang lebih 1 (satu) tahun terakhir. Channel ini memiliki 1500 subscribers dan lebih dari 150 video yang telah ditayangkan. Masing-masing video telah ditonton sebanyak 100 hingga 300 views, beberapa video diantaranya ditonton kurang dari 100 views. Jumlah viewers ini masih tergolong rendah untuk channel yang telah berjalan selama 1 (satu) tahun. Kontennya sendiri, video yang dibuat masih mengusung konsep video pada umumnya, yakni menggunakan angle pemberitaan dengan metode wawancara dan tanya jawab pada narasumber saat tim Disdukcapil melaksanakan kunjungan ke masyarakat dan melaporkan situasi yang realistis terjadi di lapangan.

Dari sisi kreativitas telah dilakukan, perlu adanya evaluasi lebih lanjut terkait penamaan kegiatan yang menggunakan banyak singkatan dan istilah baru yang dibuat oleh tim Produksi. Dari berbagai kegiatan yang dibuat menjadi konten dan telah ditayangkan, beberapa kegiatan diantaranya adalah:

- Limits (Liputan 3 menit Swargaloka)
- Kalimasada (Kawasan Lingkungan Masyarakat Sadar Administrasi Kependudukan)
- Galaksi (Gayungan Langsung Aksi)
- Jebol Anduk (Jemput Bola Administrasi Kependudukan)
- Lontong Balap (Aplikasi Layanan Online dan Terpadu melalui *One Gate System* bersama Dispendukcapil dan Pengadilan Negeri)

Judul Konten yang Menggunakan singkatan



Penamaan kegiatan tentunya dapat dilakukan sebagai bagian dari judul konten atau episode yang ditayangkan, namun penamaan tersebut sebaiknya dapat disampaikan secara lengkap tanpa perlu adanya singkatan yang terlalu banyak yang dapat mengakibatkan sulitnya *viewers* untuk memilih video yang ingin mereka tonton karena judul tayangannya yang kurang dipahami.

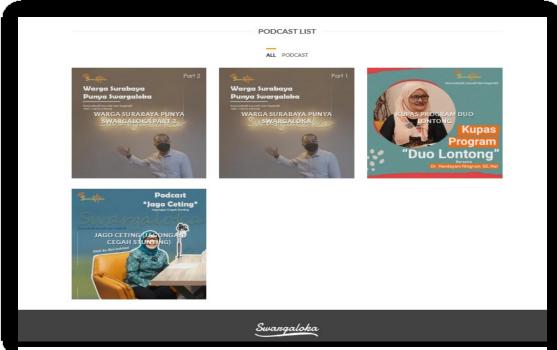
Sebagai rekomendasi dalam meningkatkan kualitas konten yang ditayangkan melalui *channel* Youtube Swargaloka, tim Produksi dapat membuat konten berupa film pendek atau *Series* yang terbagi ke dalam beberapa episode yang dapat mengajak dan melibatkan talenta muda dan remaja Surabaya untuk dapat turut terlibat dalam mensosialisasikan berbagai bentuk pelayanan yang disediakan oleh Dispendukcapil Surabaya dan menyampaikan informasi yang dikemas ke dalam konsep yang lebih menarik bagi seluruh kalangan masyarakat sehingga berpotensi untuk menarik lebih banyak *viewers*, karena *dual* fungsi dari Youtube yang sering dimanfaatkan saat ini adalah sebagai sarana untuk memperoleh informasi dan sebagai media hiburan. *Web Developer* juga dapat *m*engaktifkan notifikasi pada website jika konten terbaru telah ditayangkan, sehingga pengunjung website ydapat diarahkan untuk masuk ke tautan ke *channel* Youtube setelah mereka memperoleh informasi dari website.

d. TV Digital

Platform ini tidak digunakan saat tidak terdapat siaran langsung (live), yang kemudian berdampak pada kurang optimalnya platform ini untuk digunakan, karena tayangan live juga dapat dilakukan melalui streaming Youtube.

e. Radio Streaming dan Podcast

Apabila diakses dalam laman website swargalokasurabaya.id, menu radio srteaming terlihat seperti pada gambar berikut ini.



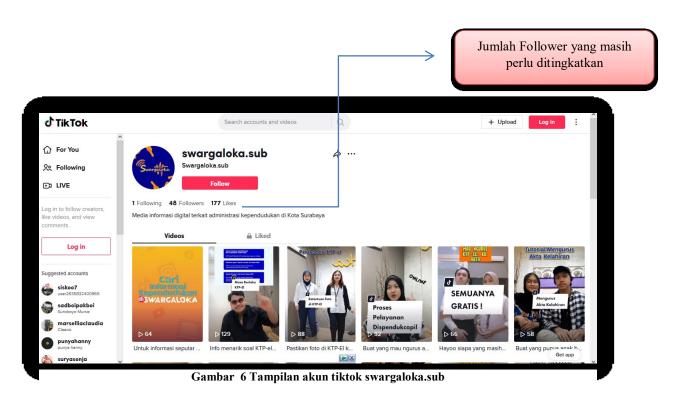
Gambar 5 Tampilan halaman podcast atau radio streaming swargalokasurabaya

Platform ini perlu dikembangkan lebih lanjut, karena baru berisi 4 (empat) konten dan belum di-update lagi. Platform ini dapat dioptimalisasi dengan melibatkan stakeholder atau pihak ketiga yang dapat memproduksi konten podcast. BErbagai cara harusnya dapat dilakukan untuk mengembangkan podcast radio streaming ini. konten yang berjumlah empat dalam waktu beberapa bulan dalah jumlah konten yang sangat minim. Salah satu cara agar konten terus bertumbuh adalah dengan mengkreasikan dengan menggandeng pihak lain misalnya, menyusun agenda yang mengundang petugas-petugas pengelola data Dispendukcapil di tingkat Kelurahan dan Kecamata se-kota Surabaya untuk berbagi cerita, atau

mengundang warga Surabaya yang baru saja mengurus administrasi kependudukan untuk berbagi pengalaman. Dengan cara ini akan ada lebih banyak konten yang dapat diproduksi.

f. Tiktok

Platform ini menjadi media sosial dengan *follower* terendah, yakni kurang dari 50 follower. Di sisi lain, konten yang telah di-*sharing* lebih dari 20 konten video, namun masing-masing konten baru memiliki *views* di rentang 50 hingga 100 views.



Maka, akun ini perlu kuatkan, karena media sosial yang digunakan oleh tim Swargaloka cukup beragam, sehingga media sosial yang belum digunakan secara maksimal masih memerlukan kajian strategis guna mencapai optimalisasi yang diharapkan oleh masing-masing *platform*.

Sebagai rekomendasi, dapat dilakukan *updating* konten secara berkala, saat media sosial lainnya juga ditambahkan postingan baru. Namun, karena konten Tiktok

yang bersifat video, perlu dikelola beberapa *talent* yang dapat terlibat dalam konten, misalnya bekerjasama dengan mahasiswa magang dan petugas muda Dispendukcapil yang memiliki kreativitas dalam mengedit video Tiktok.

5.2 REKOMENDASI

Van Dijk (2006) telah menyebutkan bahwa abad ke-20 merupakan era disintegrasi atas bentuk komunitas masyarakat menjadi bertambah dalam hal penyebaran dan pengelompokan berdasarkan kepentingan. Gejala yang terjadi saat ini adalah masyarakat sangat menyambut baik era tersebut dan telah mengenal berbagai media baru (new media). Penerimaan masyarakat atas hadirnya media digital baru ini terbukti dengan terciptanya kesempatan luar biasa untuk berkomunikasi tanpa batasan jarak, waktu, tempat, dan kontak fisik. Konsekuensi dari perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini adalah munculnya network society atau warganet atau information society. Dan kemunculan masyarakat informasi (information society) pada prinsipnya dapat berkontribusi pada lingkup suatu organisasi mulai bidang ekonomi hingga bidang produksi media dan informasi.

Masyarakat informasi hari ini, yang sedang mengalami metamorfosis konvergensi media menuju media baru, merupakan anggota suatu komunitas informasi yang tetap dapat menjalankan peran sebagai masyarakat sipil untuk berpartisipasi pada berbagai aktifitas sosial, meskipun berlangsung secara virtual. Melalui aktifitas ini mereka dapat saling mengenalkan dan memahami karakteristik masing-masing individu, sehingga akan berakibat pada terjadinya ketidaksamaan persepsi dalam suatu kelompok masyarakat informasi. Ketidaksamaan persepsi ini oleh Liliweri (2011) setiap digambarkan sebagai kebebasan individu untuk memilih menginterpretasi atas suatu hal yang mungkin akan disesuaikan dengan kebutuhan, nilai, dan keyakinan masing-masing. Secara ringkas, persepsi tersebut adalah kesatuan sebuah konstruksi dari tahap Action, Judgement, Label, Perseption, dan *Total Concrete Reality.*

Pada laporan ini, ada sejumlah permasalahan yang teridentifikasi salah satunya adalah minimnya tingkat keterlibatan masyarakat atas konten informasi administrasi

kependudukan yang disampaikan oleh Dispendukcapil Kota Surabaya. Disisi lain juga ada permasalahan kelembagaan media informasi yang berdampak kurang maksimalnya kinerja. Permasalahan serupa juga diteliti oleh Setiawan (2022) yaitu terkait persepsi masyarakat pada aplikasi layanan kependudukan online di Kabupaten Semarang. Dalam risetnya ditemukan bahwa persepsi masyarakat terhadap aplikasi layanan kependudukan adalah layanan menjadi cenderung lebih lambat karena ketidaksiapan menghadapi lonjakan pengguna layanan dan akses penggunaan teknologi yang cenderung cukup sulit bagi sebagian masyarakat. Kemudian ditemukan juga kondisi serupa dalam riset Idrus & Zakiyah (2022) di Provinsi DKI Jakarta yaitu bahwa inovasi manajemen informasi administrasi kependudukan berbasis elektronik masih terkendala belum meratanya implementasi efisiensi pada tingkat kelurahan atau desa.

Sementara itu, kecenderungan yang diharapkan dengan adanya teknologi komunikasi dan informasi mutakhir dalam menyampaikan informasi tertentu adalah hadirnya fitur-fitur interaksional yang ditawarkan kepada pengguna atau masyarakat. Sebagai contoh, penerapan computer-mediated communication (CMC) seperti melalui situs jaringan (website) internet akan sangat bergantung pada faktor kecepatan bandwith, tampilan dengan pesan yang menarik, dapat menimbulkan emosi dan reaksi, sesuai dengan pengetahuan masyarakat, berkaitan dengan kebutuhan dasar masyarakat, dan memuat informasi yang mendesak untuk dilakukan. Selain itu, Kriyantono (2020) juga meringkas bahwa efektifitas sebuah website akan bergantung pada beberapa aspek yaitu:

- 1. *Transparency*, informasi memuat kedalaman akses, keterbaruan konten dan spesialisasi bidang, informasi kontak yang dapat dihubungi dan bertanggungjawab atas konten, penyampaian visi misi organisasi.
- 2. *Interactivity*, tersedia layanan surat elektronik atau kotak pesan untuk berdialog dan kolom sarana untuk berkomentar.
- 3. *Usability*, fitur multi bahasa, kebaruan informasi atau berita terkini,mesin pencari kata kunci, dan FAQ (*Frequently Asked Questions*).
- 4. *Positivity*, kemudahan dalam mengakses website, tersedia fitur multimedia video, dan tersedia halaman menu utama.

5. *Useful Information*, tersedia fitur *login* untuk anggota tertentu, terdapat tampilan jumlah pengunjung, tersedia informasi tentang respon organisasi terhadap isu terkait yang sedang terjadi, dan tersedia arsip berita.

Dengan tercukupinya komponen-komponen tersebut, maka suatu proses diseminasi informasi akan dapat berlangsung sesuai kaidah-kaidah pelayanan publik yang menjalankan standar pelayanan berkualitas, terbuka terhadap kritik dan saran, memandang adil semua masyarakat, memberikan informasi sesuai keadaan sebenarnya, memberikan kemudahan bagi semua pengguna layanan, dan melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas layanan.

a. Review Inovasi dan Kreasi Dalam Upaya Peningkatan Penyebaran dan Akses Terhadap Konten

Media Informasi yang dimiliki oleh Dispendukcapil terdiri atas 2 (dua) media utama, yakni Website Dispendukcapil yang dapat diakses melalui tautan www.dispendukcapil.surabaya.go.id dan Website Swargaloka yang dapat diakses melalui tautan www.swargalokasurabaya.id. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, dapat dilihat bahwa perbedaan mendasar pada kedua website tersebut. Website Dispendukcapil menjadi media yang menginformasikan pelayanan yang tersedia pada Dispendukcapil beserta mekanisme pendaftaran dan perysaratan yang dibutuhkan oleh masyarakat dalam mengurus administrasi kependudukan (adminduk). Di sisi lain, website Swargaloka tampil sebagai media yang mempublikasikan berbagai aktivitas yang dilakukan oleh Dispendukcapil dalam mensosialisasikan pelayanan yang diterapkan langsung kepada masyarakat di lapangan, dan kegiatan-kegiatan tersebut dibagikan melalui tautan media sosial lainnya yang dimiliki oleh Dispendukcapil dan Swargaloka, diantaranya *Instagram*, *Youtube* dan *Podcast*.

Berdasarkan peran yang berbeda ini, fungsi kedua website menjadi terpisah dan belum saling terintegrasi satu sama lain. Pada website **Dispendukcapil**, konten yang ditampilkan masih berbatas pada informasi-informasi layanan dengan

infografis sederhana, tanpa adanya tampilan jumlah pengungjung website yang berkunjung setiap harinya, sehingga efektivitas website belum dapat diukur, karena jumlah pengunjung yang mengalami kenaikan ataupun penurunan secara berkala, belum dapat diketahui. Di samping itu, website Dispendukcapil juga belum memiliki fasilitas live chat ataupun penyediaan operator online yang secara otomatis dapat menjawab pertanyaan dari pengunjung website selama website tersebut dapat diakses. Kreativitas dalam menghubungkan website Swargaloka ke dalam akses website Dispendukcapil juga perlu dilakukan untuk mendukung efektivitas website Swargaloka sebagai bagian dari media Informasi Dispendukcapil, sehingga kedua website dapat berjalan beriringan dalam menyebarkan informasi keapada masyarakat. Kekurangan fitur dalam website Dispendukcapil selanjutnya dapat dijadikan inovasi dalam meningkatkan performa website.

Dalam upaya meningkatkan penyebaran dan akses informasi yang dimiliki oleh Dispendukcapil, dapat ditelaah beberapa startegi yang relevan, seperti yang diuraikan oleh Amy Van Looy (2016) dalam bukunya "Social Media Management, Technologies and Strategies for Creating Business Value", Van Looy menyebutkan bahwa bahwa Strategi media sosial menjadi cara yang paling esensial dalam melihat gambaran yang lebih besar dari manajemen media sosial yang dikelola oleh suatu organisasi. Secara khusus, media sosial seharusnya digunakan jika mediamedia tersebut dapat berkontribusi pada satu atau lebih dari tujuan bisnis. Contohcontohnya bisa berupa internal atau eksternal (misalnya, dengan pelanggan, pemasok, atau stakeholder lainnya). Beberapa contoh tujuan bisnis yang memungkinkan bahwa media sosial dapat berperan seprti berikut (Blanchard 2011; Borremans 2013):

- 1. Untuk mendapatkan pelanggan baru
- 2. Untuk mendorong trafik dalam meningkatkan penjualan atau laba
- 3. Untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan
- 4. Untuk meningkatkan brand awareness

- 5. Untuk meningkatkan brand engagement
- 6. Untuk membangun citra (misalnya, terkait dengan tanggung jawab sosial, kesehatan, lingkungan, dll.)
- 7. Untuk branding perusahaan
- 8. Untuk mendukung inovasi produk dan layanan
- 9. Untuk mendukung komunikasi internal yang melibatkan karyawan dan pimpinan
- 10. Untuk mendukung promosi dari mulut ke mulut
- 11. Untuk mengoptimalkan proses bisnis (atau cara kerja internal) dengan menghubungkan staf di berbagai unit bisnis dan lokasi

Banyak contoh yang juga menunjukkan bahwa tujuan bisnis organisasi tidak selalu terkait dengan penjualan atau laba yang lebih tinggi, tetapi ada kemungkinan yang berbeda (Van Looy, 2016). Oleh karena itu, beberapa strategi yang telah disebutkan diatas dapat diterapkan pada optimalisasi fungsi website Dispendukcapil.

Tampilan yang cukup berbeda ditunjukkan oleh website **Swargaloka**. Pada dasarnya, website ini memiliki tujuan esensial, yakni untuk mendekatkan jalinan komunikasi Dispendukcapil dengan warga Kota Surabaya. Website ini diharapkan dapat menjadi penghubung antara Pemerintah dan masyarakat khuusnya dalam mengedukasi masyarakat terkait Administrasi Kependudukan (Adminduk). Namun, Berdasarkan hasil observasi pada konten yang dimiliki oleh website Swargaloka, sebagian besar konten ditautkan pada media sosial lainnya yang dihubungkan melalui website Swargaloka.

Hasil observasi menunjukkan banyaknya media sosial yang dikelola oleh Swargaloka menyebabkan website nya sendiri menjadi minim konten, sehingga website ini memerlukan kreasi serta inovasi lebih lanjut. Salah satu fiturnya yakni tombol "jelajah" yang berfungsi seperti *search engine* dalam website Swargaloka, namun tidak terdapat petunjuk maupun contoh dalam menggunakan fitur tersebut. *Dashboard* yang tersedia pada website Swargaloka juga menunjukkan keterbatasan

konten, seperti adanya galeri yang berisi foto-foto kegiatan Dispendukcapil, kedepannya dapat dioptimalisasi dengan adanya foto-foto pengurusan administrasi kependudukan yang dilakukan langsung oleh masyarakat, baik kepengurusan secara online maupun offline. Fitur-fitur lainnya berupa link atau tautan menuju media sosial lainnya, ataupun konten yang disediakan pada website pada dasarnya telah disediakan oleh media sosial lainnya, sehingga konten yang dimiliki oleh website tidak berbeda dengan konten media sosial lainnya. Maka, dalam meningkatkan efektivitas website Swargaloka, konten yang kreeatif dan inovatif perlu dikembangkan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan membangun kolaborasi bersama content creator Surabaya dalam mengisi website dan meningkatkan performa website.

Scott (2020) menguraikan pentinganya membuat website atau situs web yang berbeda, konsisten, dan mudah diingat. Warna dan nuansa konten akan berkontribusi pada tujuan itu. Saat pengunjung berinteraksi dengan konten di situs tersebut, mereka harus memperoleh gambaran yang jelas tentang organisasi yang diwakili oleh konten tersebut. Secara tidak langsung, situs tersebut harus dapat menjawab pertanyaan "Apakah kepribadian organisasi menyenangkan? Atau apakah karakter situs tersebut solid dan konservatif?"

Scott (2020) juga melihat bahwa konten tidak hanya terbatas pada kata-kata; pembuat konten yang cerdas akan memanfaatkan konten non-teks; termasuk foto, konten audio, klip video, kartun, *chart*, infografis untuk menginformasikan dan menghibur pengunjung situs. Foto-foto khususnya, memainkan peran penting bagi banyak situs. Foto merupakan konten yang kuat ketika pengunjung halaman melihat bahwa gambar tersebut merupakan komponen yang terintegrasi dari situs web.

Dalam mendistribusikan konten secara tepat sasaran, Scott (2020) mengungkapkan bahwa konten web dapat menyediakan bahan yang luar biasa untuk viral—fenomenanya muncul ketika orang-orang menyampaikan informasi tentang situs tersebut kepada teman dan kolega mereka atau membagikan *link* konten website

tersebut di blog maupun media sosial mereka. Ketika konten terbukti menarik atau bermanfaat, pengunjung cenderung memberi informasi kepada teman mereka, biasanya dengan mengirimkan tautan kepada mereka. Membuat "buzz" di sekitar situs untuk mendorong orang membicarakannya untuk website tersebut tentu tidaklah mudah, karena prosesnya yang bersifat organik dan membutuhkan waktu untuk dapat dievaluasi.

Namun, Ada beberapa hal yang dapat dilakukan untuk meningkatkan peluang optimalisasi situs web. Saat membuat konten situs, dapat dipertimbangkan tentang konten-konten yang mungkin akan diteruskan pengunjung atau pengguna, konten itu dapat dibuat se-kreatif mungkin agar mudah ditemukan dan ditautkan. Nuansa humor juga seringkali membantu, seperti halnya konten yang sangat praktis (Scott, 2020).

Dari review penyampaian pesan media informasi, terlihat bawah media informasi Dispendukcapil Surabaya membutuhkan peningkatan kinerja dalam menyebarkan konten. hal ini terlihat bahwa konten yang disampaikan masih belum banyak diakses oleh masyarakat. Satu konten di yotube masih diilihat sekitar seratus orang viewer, ini menujukkan bahwa proses distribusi konten masih sangat minim. Sehingga perlu dikuatkan dalam upaya peningkatan penyebaran konten sehingga lebih banyak lagi masyarakat yang mengakses konten yang sudah dinaikan pada semua platform media informasi Dispendukcapil Surabaya. Ada beberapa cara yang dapat dilakukan dalam kreasi peningkaan penyebaran konten antaralain:

1. Penyebaran Konten Melalui Media Chat WA

Media chat adalah aplikasi untuk mengirim pesan text, suara dan video melalui jarinagn pertemanan personal maupun grup atau kelompok. Media chat sekarang adalah platform yang paling banyak digunakan oleh masyrakat di Indonesia. Terdapat sejumlah platform media chat yang beredar di Indonesia, secara jumlah ada sebanyak lebih dar 13 medi chat. Namun yang paling banyak digunakan adalah media chat WA (What's Up). Petugas media informasi

Dispendukcapil Surabaya dapat menggunakan media chat WA untuk menyebarkan konten yang sudah diupload.

Secara teknik cara yang digunakan bisa bermacam-macam, diantaranya dengan menggunakan jaringan WA pegawai Dispendukcapil maupuan jaringan pegawai yang ada di kelurahan dan kecamatan. Masing masing pegawai diminta untuk ikut menyebarkan link konten yang ingin disebarkan, melalui jaringan pertemanan personal maupun jarigan kelompok atau grup wa. Dengan begitu konten yang diproduksi oleh media informasi dimungkinan untuk diakses oleh masyarakats secara luas masyarakat Surabaya. Tentu saja media chat yang dapat digunakan bukan hanya WA namun ada sejumlah media chat yang dapat dimaksimalkan penggunaannya. Seperti aplikasi Messenger, Line, Telegram, WeChat, Discord, Skype dan masih banyak lagi.

2. Kolaborasi Dengan Konten Creator

Konten creator adalah seseorang yang memiliki profesi membuat konten video maupun text, gambar suara maupun gabungan dari berbagai dua atau lebih materi. Konten konten tersebut umumnya diupload pada platform digital sepert Youtube, Instagram, TikTok, Twitter maupun facebook dan berbagai macam platform lainnya. Umumnya, para Konten Kreator memiliki audience, pengakses atau penonton yang sengat banyak yang cukup banyak. Dengan berkolaborasi membuat konten bersama para konten kreator aka nada beberapa manfaat yang didapatkan. Yang pertama, akan mendapatkan ide konten yang digarap bersama-sama sehingga proses kreatif antara konten kreator dengan petugas media informasi akan berkembang dengan menghasilkan konten yang semakin baik dan menarik tonton. Kedua, dapat mendongkrak jumlah pengakses media informasi dari platform yang digunakan Dispendukcapil Surabaya, atau terjadi crosing audience antara keduanya. Ketiga, meningkatkan enggagment keterikatan atau pengunjung atau audience pada media informasi Dispendukcapil Surabaya.

3. Beriklan di Sosmed

Sejumlah media sosial seperti Instagram, Facebook maupun Youtube pada umumnya memiliki program iklan atau promosi konten untuk disebar pada jaringan masing-masing platform sosial media tersebut. Melalui program iklan, maka platform sosial media tersebut akan membantu konten yang di iklankan untuk disebar pada pengguna sosial media. Misalnya dengan beriklan di youtube maka konten tersebut akan di sebarkan pada jaringan youtube agar dapat ditonton oleh pengguna youtube. Melalui program iklan sosmed berbagai konten media informasi Dispendukcapil Surabaya dapat disebarkan atau didistribusikan kepad audience secara tepat sasaran, dengan berbagai platform yang digunakan oleh masyarakat.

b. Rekomendasi Peningkatan Kualitas Media Informasi Dispendukcapil Surabaya Dalam Penyampaian Informasi Pelayanan Administrasi Kependudukan.

Dalam memberikan rekomendasi pada hal peningkatan kualitas media informasi akan dilihat pada dua aspek penting. Yang pertama aspek produksi dan kedua adalah aspek distribusi. Pada aspek produksi perlu memperhatikan struktur dan sumberdaya yang dimiliki Dispendukcapil Surabaya, karena kedua hal ini berpengaruh pada pelaksanaan kerja media informasi. Setelah itu baru kemudian memperhatikan aspek mekanisme kerja pendistribusian konten media informasi Dispendukcapil Surabaya

1. Struktur Media Informasi yang Pasti

Salah satu kelemahan dari pelaksanaan media informasi Dispendukcapil Surabaya adalah struktur pengelolaan media informasi yang belum jelas. Mulai dari yang menata dan mengatur disdukcapil maupun media swargaloka. Walaupuan ada person yang bertanggung jawab pada akun tertentu pada sosmed maupun kedua website (disdukcapil-surabaya dan Swrgaloka Surabaya), namun tidak dibekali aturan yang jelas yaitu struktur yang kuat. Misalnya surat keputusan atas adanya struktur media informasi yang dikeluarkan dari pihak

yang memiliki otoritas. Dampak dari ketidakjelasan struktur dapat terlihat dari kurang maksimalnya distribusi konten dan kreatifitas konten yang diproduksi.

Secara stuktur media informasi berada dibawah tanggung jawab pada Bidang Pemanfaatan dan Inovasi Pelayanan (PDIP). Landasan kerja dengan membentuk tim ini berdasarkan peraturan walikota Surabaya No 7 tahun 2018 pasal 11 menyebutkan tugas sosialisai juga diberikan kepada Bidang Pemanfaatan dan Inovasi Pelayanan.

Namun, pada pelaksanaan di lapangan media informasi belum dibekali struktur resmi secara kedinasan. Tentu saja personil yang bekerja di media informasi bukan menjadi tugas utama mereka, karena secara struktur bukan bagian dari tugas utamanya. Dampaknya, masing-masing personil yang terlibat dalam media informasi Dispendukcapil berkerja secara bercabang, tidak fokus pada media informasi.

Sehingga, media informasi dispenducapil Surabaya hanya menjadi pekerjaan diluar target utama. Karena tidak masuk dalam struktur yang jelas maka, pekerjaan dalam media informasi tidak menjadi ukuran kinerja pegawai dispendukcapil.

Dengan membuatkan struktur yang baku pengelola media informasi, maka pegawai yang mengurusi media informasi akan lebih fokus bekerja dengan target capaian yang jelas. Dengan begitu, masing masing personil akan bertanggung jawab dengan apa yang mereka kerjakan dengan target kreatifitas dan ditribusi konten yang pasti. Sehingga peningkatan dan optimalisasi media informasi dispendukcapil Surabaya dapat tercapai.

2. Sistem Penganggaran Media Informasi

Dengan terbentunya struktur media informasi konsekuensi lanjutan yang harus dilakukan adalah melakukan penganggaran pada kerja media informasi

Dispendukcapil Surabaya. Sejauh ini pembangunan media informasi disdukcapil Surabaya dan swargaloka tidak terdapat dukungan anggaran yang kuat, sehingga sejumlah program tidak dapat berjalan dengan baik. Melalui sistem anggaran pada media informasi, maka sejumlah program yang diusulkan pada bagian review kreasi dan inovasi dapat berjalan dengan baik. Misalnya, program peningkatan akses melalui iklan dan kolaborasi.

Tentu saja dengan penganggaran yang jelas akan diikuti dengan target kinerja personil yang bekerja pada media informasi Dispendukcapil Surabaya baik pada media resmi disdukcapil surabaya maupun media Swargaloka Surabaya.

3. Penambahan SDM yang Profesional.

Pada review dan evaluasi media informasi Dispendukcapil Surabaya ditemukan persoalan kekuarangan sumberdaya manusia. Dengan memberikan tambahan personil maka sejumlah program seperti perencaaan dan pola ditribusi dapat dikerjakan secara maksimal, karena dari analis data menunjukkan pengisisan konten website baik disdukcapil maupun website swargaloka Surabaya kurang maksimal, karena minimnya konten yang diupload.

Kedua website, baik Dispendukcapil maupun Swargaloka, berpotensi besar untuk menjadi media informasi yang tepat guna untuk membantu Pemerintah, khususnya Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya dalam menjangkau masyarakat yang membutuhkan ketersediaan informasi dan layanan pengurusan administrasi di Kota Surabaya. Seperti yang diketahui, Surabaya merupakan kota terbesar kedua di Indonesia. Posisi tersebut berpengaruh pada tingginya jumlah pendatang dan perantau yang setiap harinya memasuki wilayah administratif Kota Surabaya dari berbagai daerah di Indonesia. Masyarakat tersebut tentunya membutuhkan kemudahan akses dalam mengurus berbagai administrasi kependudukan di Kota Surabaya, seperti pindah domisili, pendaftaran sekolah, pencatatan pernikahan, dan lain sebagainya.

Oleh karenanya, kehadiran wesbiste Dispendukcapil dan Swargaloka dapat saling mendukung satu sama lain dan berjalan beriringan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, agar jangkauan informasi yang disebarkan dapat semakin luas dengan adanya konten-konten yang bermanfaat yang disediakan oleh kedua website tersebut, meskipun masing-masing website mengusung konsep yang berbeda dalam karakteristik kontennya. Konten yang kurang beragam dan kurang inovatif menyebabkan kurang diterimanya konten tersebut di kalangan masyarakat, sehingga optimalisasi penyebaran informasi melalui konten media, khususnya website belum dapat tercapai secara maksimal. Beberapa penelitian, selanjutnya dapat dijadikan acuan untuk mengevaluasi performa website Dispendukcapil dan Swargaloka.

Hastrida (2021) dalam penelitiannya terkait "Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah: Manfaat dan Resiko" menyampaikan bahwa karakteristik lembaga pemerintahan cenderung kaku karena terikat dengan berbagai peraturan perundangan yang membuat penggunaan media sosial oleh pemerintah menjadi cukup berbeda dengan penggunaan media oleh perusahaan swasta maupun perorangan. Hastrida (2021) juga berpendapat bahwa penggunaan media sosial pemerintah seringkali masih bersifat satu arah tanpa banyak memperhatikan dialog dan diskusi. Oleh karena itu, kualitas informasi pada media Dispendukcapil dan Swargaloka dapat dioptimaliasi dengan menyediakan kolom komentar, saran, maupun kritik yang dapat disampaikan oleh masyarakat sehingga *feedback* tersebut dapat digunakan untuk memperbaiki performa media untuk mencapai harapan masyarakat terhadap pemerintah, dalam hal ini adalah Dispendukcapil.

Kavanaugh et al. (2012 dalam *Hastrida, 2021)* juga melihat bagaimana pejabat pemerintah berupaya memanfaatkan sumber daya media sosial untuk meningkatkan layanan dan komunikasi dengan warga, dan menemukan bahwa dengan melihat efisiensi komunikasi yang disediakan oleh media sosial, ditambah dengan potensi untuk menjangkau banyak konstituen dengan cepat, pemerintah harus berusaha memahami dan memanfaatkan saluran komunikasi ini.

Dalam ruang penelitian yang sama, Khan (2014 dalam Hastrida, 2021) juga membahas mengenai kinerja pemerintah yang berbasis media sosial (social media-based government), mengusung konsep budaya berbagi/ sharing (S), transparansi/ transparency (T), keterbukaan/ openness (O), dan kolaborasi/ collaboration (C) yang kemudian disebutnya sebagai budaya STOC. Tanpa budaya ini, menurutnya, penggunaan media sosial pemerintah tidak akan dapat memberikan manfaat secara penuh, seperti mempromosikan transparansi, keterbukaan, memerangi korupsi, dan memberdayakan masyarakat dalam menciptakan layanan publik (Khan, Swar, and Lee 2014; Gohar F., Khan 2017; Khan 2015a).

Dalam penelitian Khan selanjutnya (2015), digambarkan pula sebuah model konseptual penggunaan media sosial di sektor publik yang menggambarkan konsep penggunaan media sosial oleh pemerintah untuk melakukan sosialisasi informasi, menjalin kolaborasi massal, dan menyediakan layanan *online* yang nyata melalui saluran produsen dan konsumen (atau *prosumers*, yaitu, lembaga pemerintah, masyarakat negara, dan industri) dari layanan pemerintah yang terhubung. Pada model tersebut, aliran layanan dibuat dua arah, yang menunjukkan bahwa konten dapat diproduksi bersama oleh pemerintah dan masyarakat, tergantung pada keberadaan infrastruktur teknis dan sosial yang ada (Hastrida, 2021).

Studi dari Song & Lee (2016) juga menemukan bahwa media sosial merupakan sarana yang efektif bagi pemerintah untuk meningkatkan kepercayaan warga terhadap pemerintah dengan meningkatkan persepsi mereka tentang transparansi pemerintah. Sementara itu, DePaula, Dincelli, and Harrison (2018) berpendapat bahwa sebagian besar penggunaan media sosial oleh pemerintah adalah untuk tujuan simbolis dan presentasi, yang dinilai dapat menciptakan ekspektasi tertentu dari masyarakat terhadap pemerintah dari apa yang ditampilkan di media sosial (Hastrida, 2021).

Hasil penelitian Hastrida (2021) menunjukkan bahwa melalui media sosial, pemerintah dapat menyediakan layanan *online* di berbagai tingkatan, termasuk pemerintah ke pemerintah (*Government to Government*/ G to G), pemerintah ke masyarakat (*Government to citizen*/ G to C), pemerintahan ke bisnis dan pemerintah ke pegawai (*Governement to Business & Governemt to Employee*/ G to B & G to E), masyarakat ke pemerintah (*Citizen to Government*/ C to G).

Penggunaan media sosial oleh pemerintah menawarkan beberapa peluang kunci untuk teknologi (Bertot et al., 2010a). Pertama, adanya partisipasi dan keterlibatan demokratis, kedua, munculnya produksi bersama (*co-production*), yaitu ketika pemerintah dan publik secara bersama-sama mengembangkan, merancang, dan memberikan layanan pemerintah untuk meningkatkan kualitas, penyampaian, dan daya tanggap layanan. Ketiga, solusi dan inovasi *crowdsourcing*, yakni pemerintah melakukan proses pembuatan inovasi melalui pengetahuan dan kemampuan publik dengan tujuan mengembangkan solusi inovatif untuk masalah sosial berskala besar, misalnya penanggulangan *hoax* terkait pengurusan administrasi kependudukan, termasuk pungutan liar dan bentuk-bentuk gratifikasi yang beredar di masyarakat untuk memudahkan pengurusan administrasi kependudukan yang informasinya harus diminimalisir dan diberantas melalui keterbukaan informasi media Dispendukcapil dan Swargaloka.

Sejalan dengan meningkatnya eksplorasi dari penggunaan media sosial oleh pemerintah bagi kepentingan umum, para peneliti mendokumentasikan penggunaannnya dan menyarankan beberapa model untuk penggunaan pengelolaan media sosial pemerintahan (Lee and Kwak 2012; Mergel and Bretschneider 2013; Khan 2015). Khan (2017 dalam Hastrida, 2021) menyajikan beberapa model yang mendokumentasikan penggunaan media sosial di sektor publik berdasarkan beberapa studi yang telah dilakukan sebelumnya.

Yang pertama adalah Model Pemanfaatan Media Sosial (*Social Media Utilization Model*). Model ini dikembangkan oleh Khan (2013). Pada model ini media sosial di sektor publik dilihat dari perspektif masyarakat, mengenai bagaimana media sosial dapat digunakan untuk melibatkan dan melayani masyarakat. Tahapan yang diusulkan dapat diterapkan pada urutan apa pun terlepas dari tahapan lainnya, yaitu:

- 1. Tahap Sosialisasi Informasi: konsep penggunaan media sosial terutama untuk tujuan informasi dan partisipatif. Sosialisasi informasi dilakukan melalui pembentukan halaman media sosial resmi lembaga untuk pengiriman informasi atau berita sehari-hari kepada masyarakat.
- 2. Tahap Kolaborasi Massal: konsep untuk menggunakan kekuatan kolaboratif dari media sosial dalam memanfaatkan kecerdasan kolektif. Kolaborasi massal melalui media sosial dapat berperan penting untuk *crowdsourcing*, regulasi, penegakan hukum, dan kolaborasi lintas lembaga. Pada tahap ini, pemerintah bergerak lebih jauh untuk penyebaran informasi hingga pembentukan upaya kolaborasi massal melalui media sosial.
- 3. Tahap Transaksi Sosial: merupakan tahap lanjutan di mana pemerintah mencoba menggunakan media sosial untuk menyediakan layanan *online* yang nyata (*tangible*) ke masyarakat.

Model yang kedua adalah Model Proses Adopsi untuk Media Sosial (*Adoption Process for Social Media*). Mergel and Bretschneider (2013 dalam Hastrida, 2021) menyarankan beberapa tahap proses adopsi untuk penggunaan media sosial di sektor publik, salah satu yang relevan dalam mengembangkan kualitas media Informasi Dispendukcapil dan Swargaloka yaitu: Tahap *Decentralized, Informal Early Experimentation*. Sebagian besar penggunaan media sosial di sektor publik merupakan eksperimen *bottom up* informal yang dilakukan oleh beberapa orang pegawai yang inovatif demi departemen atau layanan mereka sendiri. Tahap ini memberikan kesempatan untuk berinteraksi langsung dengan khalayak dan bagi

pemerintah untuk menyediakan saluran inovatif untuk representasi, penyebaran informasi, dan pendidikan.

Beberapa model pengelolaan media sosial pemerintahan tersebut diatas dapat menjadi rekomendasi dalam meningkatkan kualitas media informasi yang dikelola oleh Dispendukcapil dan Swargaloka yang dapat disesuaikan dengan ketersediaan sumber daya manusia yang dapat mendukung optimalisasi media.

Sebagai upaya lanjutan dalam meningkatkan inovasi yang sudah dijalankan, poin penting yang sangat direkomendasikan adalah bentuk-bentuk kolaborasi dan kerjasama antara Dipsendukcapil dan warga Surabaya yang juga dapat membuka peluang bagi masyarakat yang memiliki talenta dalam menyumbangkan ide-ide kreatif dan membuat konten yang menarik bersama dengan Dispendukcapil, karena konten tersebut pada dasarnya diperuntukkan bagi masyarakat, sehingga Dispendukcapil dapat mendengarkan perspektif masyarakat dalam proses pembuatan konten tersebut, agar konten-konten yang dihasilkan dapat benarbenar bermanfaat bagi masyarakat dalam memperoleh informasi, dan konten tersebut dapat dikemas dalam konsep yang menarik, kreatif dan juga menghibur, seperti yang telah melekat pada karakteristik konten media pada saat ini, seperti pada konten Youtube, konten tersebut dapat secara berkelanjutan dibagikan oleh masyarakat kepada orang lain, sehingga semakin menjangkau segala lapisan masyarakat di Kota Surabaya.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

Media informasi Dispedukcapil Surabaya sudah beroperasi cukup baik dalam rangka memberikan penyampaian informasi terkait adminisrasi kependudukan atau literasi adminduk. Sudah ada tim yang menjalankan program ini secara kontinyu meskipun belum secara resmi dibakukan sebagai struktur resmi dari kedinasan Dispendukcapil Surabaya. Tidak masuk dalam struktur resmi membuat sejumlah pekerjaan deseminasi informasi tidak berjalan secara maksimal. Minimnya jumlah SDM yang terlibat dalam media informasi tidak seimbang dengan banyaknya jumlah platform media yang digunakan. Dampaknya, platform media seperti website (dispendukcapil dan swargaloka) tidak terisi atau tidak ter-manage dengan baik. Tim lebih menitik-beratkan pengisisan konten pada platform video seperti youtube, meski masih ditemui minimnya aktivitas distribusi konten pada masyarakat luas terhadap konten yang sudah terupload.

Disarankan, secara kedinasan dispendukcapil memperhatikan struktur yang lebih baku pada media informasi, mengingat pentingnya peran yang dijalankan dalam literasi atau diseminasi administrasi kependudukan pada masyarakat luas. Dengan struktur yang pasti akan ada target pekerjaan yang harus dilakukan, sehingga ada ukuran keberhasilan yang akan dicapai.

Konsistensi dalam melakukan perencanaan, produksi dan distribusi konten harusnya menjadi prioritas. Apabila profesionalisme dalam mengembangkan media informasi dapat dilakukan maka, hal ini akan membawa image positif bagi kedinasan Dispendukcapil Surabaya maupun pemerintah kota Surabaya.

DAFTAR PUSTAKA

- Alo Liliweri. 2011. Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Kencana: Jakarta
- Hastrida, Andhini. 2021. *Proses Pengelolaan Media Sosial Pemerintah: Manfaat Dan Risiko*. Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 25 No. 2, Desember 2021: 149-165.
- Hidayat, T. (2019). Pembahasan Studi Kasus Sebagai Bagian Metodologi Penelitian. *ResearchGate*, *August*, 1–13. https://www.researchgate.net/publication/335227300_Pembahasan_Studi_Kasus_Sebagai_Bagian_Metodologi Penelitian
- Idrus, I. A. & Zakiyah, U. 2022. Inovasi Sistem Manajemen Administrasi Kependudukan Warga Berbasis Infomasi Elektronik pada Aplikasi Pelayanan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil DKI Jakarta. Journal of Political Issues. 3 (2); 77-85. https://doi.org/10.33019/jpi.v3i.2.69 Wahyuningsih, S. (2013). Metode Penelitian Studi Kasus: Konsep, Teori Pendekatan Psikologi Komunikasi, dan Contoh Penelitiannya. UTM PRESS Bangkalan Madura, 119.
- Kriyantono, R. 2020. *Efektivitas Website Perguruan Tinggi Negeri Sebagai Penyedia Informasi bagi Mahasiswa*. Jurnal Studi Komunikasi, 4 (1). doi:10.25139/jsk.v4i1.1799
- Scott, David Meerman. 2020. *The New Rules of Marketing & PR: Seventh Edition*. New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Setiawan, Sintia Ruria. 2022. Persepsi Masyaratak pada Aplikasi Sipenduk Online dalam Pelayanan Administrasi Kependudukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Semarang. IPDN: Repository
- Van Dijk, T. A. 2006. *Discourse and Manipulation*. Discourse & Society, 17(3), 359–383. https://doi.org/10.1177/0957926506060250
- Van Looy, Amy. 2016. Social Media Management: Technologies and Strategies for Creating Business Value. Switzerland: Springer International Publishing.