



Strategi Media Richness Dispendukcapil Surabaya Dalam Upaya Diseminasi Informasi Administrasi Kependudukan pada Warga Surabaya



DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	2
Pendahuluan.....	1
Rumusan Masalah.....	2
Manfaat Kajian	2
Hasil Kajian.....	3
1. Strategi Dua Website.....	4
a. Website resmi Dispendukcapil Surabaya.....	4
b. Website non resmi Dispendukcapil Surabaya.....	5
2. Strategi Instagram.....	7
Akun resmi @dispendukcapil.sby.....	8
Akun tidak Resmi @Swargaloka.sub.....	9
3. Strategi Media Youtube	11
a. Penggunaan youtube @disdukcapi kotasurabaya8952.....	11
b. Penggunaan youtube @swargalokasub	13
Kelebihan Strategi.....	14
KESIMPULAN	18

Strategi Media Richness Dispendukcapil Surabaya Dalam Upaya Diseminasi Informasi Administrasi Kependudukan pada Warga Surabaya

Pendahuluan

Pemerintah Kota Surabaya terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan administrasi kependudukan (Adminduk) bagi warganya. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan mengoptimalkan strategi media richness dalam menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat.

Media richness adalah kemampuan suatu media untuk menyampaikan informasi secara kompleks dan kaya. Media yang kaya akan media richness, seperti video dan audio, dapat memberikan informasi yang lebih jelas dan mendalam daripada media yang miskin media richness, seperti yang hanya mengandalkan teks saja.

Dispendukcapil Surabaya telah menggunakan berbagai media untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat, mulai dari media konvensional seperti surat kabar dan televisi hingga media digital seperti website dan media sosial. Namun, masih terdapat beberapa kendala dalam penyampaian informasi Adminduk melalui media-media tersebut.

Salah satu kendalanya adalah masih terdapat sebagian masyarakat yang belum memahami informasi Adminduk dengan baik. Hal ini dapat disebabkan oleh beberapa faktor, seperti kurangnya akses informasi, keterbatasan kemampuan literasi, dan perbedaan budaya.

Dispendukcapil Surabaya memiliki website resmi yang beralamat di dispendukcapil.surabaya.go.id. Website ini berisi informasi lengkap tentang pelayanan Adminduk, seperti prosedur, persyaratan, dan biaya. Website ini juga menyediakan layanan online untuk mempermudah masyarakat dalam mengurus Adminduk.

Selain website resmi, Dispendukcapil Surabaya juga memiliki website non resmi yang beralamat di swargalokasurabaya.id. Website ini berisi informasi tentang pelayanan Adminduk yang lebih bersifat informal dan gaul. Website ini juga menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Dispendukcapil Surabaya juga aktif menggunakan media sosial untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat. Media sosial yang digunakan antara lain YouTube, Instagram, dan TikTok.

Di YouTube, Dispendukcapil Surabaya membuat berbagai video informatif tentang pelayanan Adminduk. Video-video ini dibuat dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menarik untuk ditonton.

Di Instagram, Dispendukcapil Surabaya membuat berbagai konten kreatif tentang pelayanan Adminduk. Konten-konten ini dibuat dengan menggunakan foto dan video yang menarik dan informatif.

Di TikTok, Dispendukcapil Surabaya membuat berbagai video pendek tentang pelayanan Adminduk. Video-video ini dibuat dengan menggunakan bahasa yang gaul dan mudah dipahami oleh generasi muda.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat dirumuskan masalah adalah : Bagaimana strategi media richness Dispendukcapil Surabaya dalam menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat ?

Manfaat Kajian

Hasil kajian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi berbagai pihak, antara lain:

- Pemerintah Kota Surabaya dapat memperoleh gambaran yang lebih komprehensif tentang strategi media richness yang efektif dalam meningkatkan pemahaman warga Surabaya tentang informasi Adminduk.
- Dispendukcapil Surabaya dapat meningkatkan kualitas penyampaian informasi Adminduk kepada masyarakat melalui strategi media richness yang lebih efektif.
- Masyarakat dapat memperoleh informasi Adminduk yang lebih jelas dan mendalam melalui strategi media richness yang lebih efektif.

Hasil Kajian

Strategi media richness adalah strategi yang menggunakan media yang kaya akan media richness untuk menyampaikan informasi yang kompleks dan kaya. Media yang kaya akan media richness, seperti video dan audio, dapat memberikan informasi yang lebih jelas dan mendalam daripada media yang miskin media richness, seperti teks.

Strategi media richness dapat digunakan dalam berbagai konteks, termasuk dalam konteks penyampaian informasi layanan publik. Salah satu contoh strategi media richness dalam konteks penyampaian informasi layanan publik adalah strategi yang digunakan oleh Dispendukcapil Surabaya.

Dispendukcapil Surabaya menggunakan berbagai media untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat, baik media konvensional maupun media digital. Media konvensional yang digunakan antara lain surat kabar dan televisi. Media digital yang digunakan antara lain website dan media sosial.

Dispendukcapil Surabaya juga menggunakan strategi media richness dalam menyampaikan informasi Adminduk melalui website dan media sosial. Website Dispendukcapil Surabaya berisi informasi lengkap tentang pelayanan Adminduk, seperti prosedur, persyaratan, dan biaya. Website ini juga menyediakan layanan online untuk mempermudah masyarakat dalam mengurus Adminduk.

Selain website resmi, Dispendukcapil Surabaya juga memiliki website non resmi yang berisi informasi tentang pelayanan Adminduk yang lebih bersifat informal dan gaul. Website ini juga menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat.

Di media sosial, Dispendukcapil Surabaya membuat berbagai konten kreatif tentang pelayanan Adminduk. Konten-konten ini dibuat dengan menggunakan foto dan video yang menarik dan informatif. Konten-konten ini juga dilengkapi dengan tagar dan caption yang mudah dipahami oleh masyarakat.

Dispendukcapil Surabaya juga membuat berbagai video informatif tentang pelayanan Adminduk di YouTube. Video-video ini dibuat dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami dan menarik untuk ditonton. Video-video ini juga dilengkapi dengan teks untuk memudahkan masyarakat yang memiliki keterbatasan akses internet.

Di TikTok, Dispendukcapil Surabaya membuat berbagai video pendek tentang pelayanan Adminduk. Video-video ini dibuat dengan menggunakan bahasa gaul dan mudah dipahami oleh generasi muda. Video-video ini juga dilengkapi dengan musik dan efek visual yang menarik.

Penggunaan website, baik resmi maupun non resmi, serta media sosial merupakan upaya Dispendukcapil Surabaya untuk meningkatkan media richness dalam menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat. Hal ini dilakukan untuk mengatasi kendala kurangnya pemahaman masyarakat tentang informasi Adminduk.

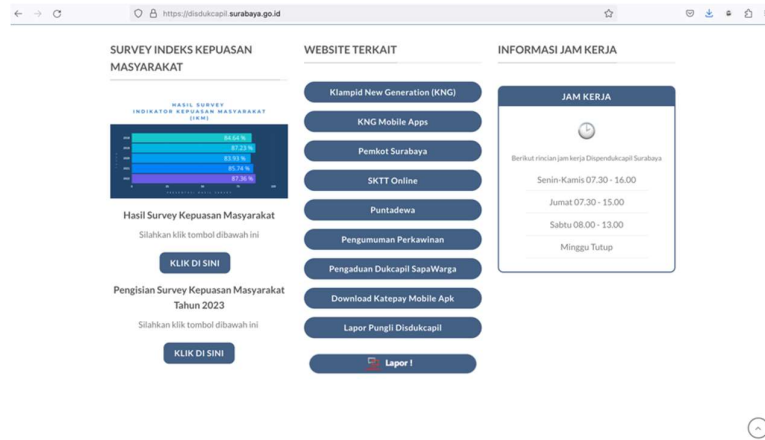
Penggunaan website dan media sosial yang kaya akan media richness dapat memberikan informasi yang lebih jelas dan mendalam kepada masyarakat. Hal ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang informasi Adminduk dan memudahkan mereka dalam mengakses informasi tersebut.

1. Strategi Dua Website

Strategi pertama yang dilakukan oleh dispendukcapil dalam melakukan diseminasi informasi adalah dengan membuat dua website. Website yang dimiliki dispendukcapil adalah <https://disdukcapil.surabaya.go.id/> dan <http://swargalokasurabaya.id/> kedua website tersebut sebagai upaya untuk memperkaya informasi berupa teks dan gambar. Meskipun sama sama berfungsi sebagai diseminasi informasi administrasi kependudukan, namun terdapat perbedaan yang kuat diantara kedua website yang dibangun Dispendukcapil Surabaya.

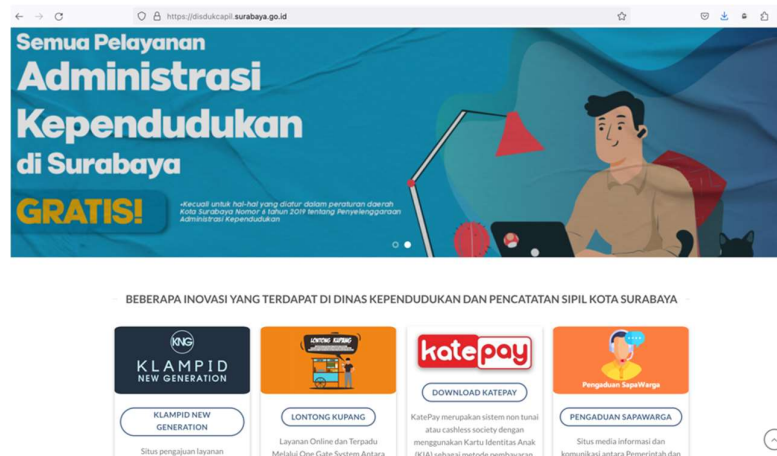
a. Website resmi Dispendukcapil Surabaya

Website resmi Dispendukcapil Surabaya, yaitu [dispendukcapil.surabaya.go.id](https://disdukcapil.surabaya.go.id/), merupakan media richness yang kaya akan informasi. Website ini menyediakan informasi lengkap tentang pelayanan Adminduk, seperti prosedur dan persyaratan mengurus administrasi kependudukan. Website ini juga menyediakan layanan online untuk mempermudah masyarakat dalam mengurus Adminduk.



Gambar 1 tampilan layanan dispendukcapil surabaya di website dispendukcapil.surabaya.go.id

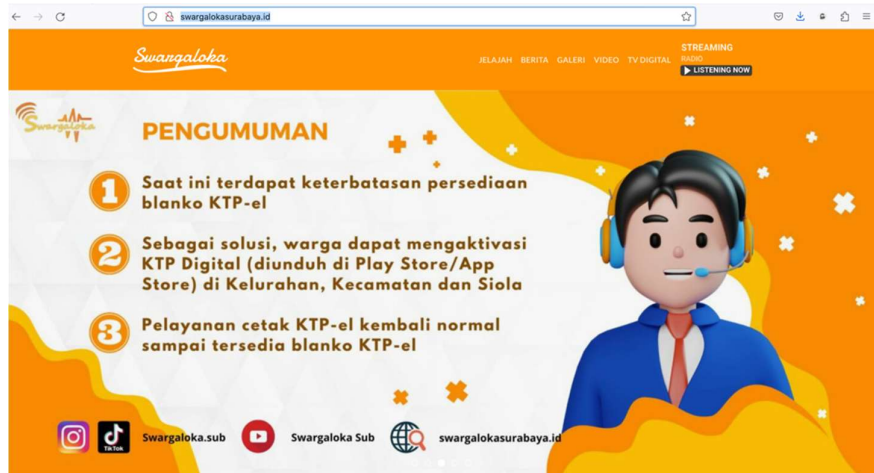
Website ini menggunakan bahasa yang formal dan informatif. Hal ini sesuai dengan target audience website, yaitu masyarakat umum yang membutuhkan informasi Admindak secara formal.



Gambar 2 tampilan fitur informasi dan inovasi dispendukcapil surabaya di laman website Dispendukcapil Surabaya

b. Website non resmi Dispendukcapil Surabaya

Website non resmi Dispendukcapil Surabaya, yaitu swargalokasurabaya.id, merupakan media richness yang kaya akan konten. Website ini menyediakan informasi tentang pelayanan Admindak yang lebih bersifat informal dan gaul. Salah satu yang dilakukan terlihat pada beranda depan laman website yang berisikan informasi tentang ktp elektronik seperti yang terlihat pada gambar 3.



Gambar 3 Halaman depan website swargaloka yang memberikan informasi terkait ktp-el

Website ini juga menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Website ini menggunakan bahasa yang informal dan gaul. Hal ini sesuai dengan target audience website, yaitu generasi muda yang membutuhkan informasi Adminduk secara informal. Informasi yang ditulis pada website swargaloka sangat informatif, bukan hanya dengan tulisan namun juga dengan infografis, seperti pada gambar 4 dibawah ini.



Gambar 4 Tampilan infografis yang memberikan informasi Dispendukcapil melalui laman website swargaloka

Kedua website tersebut merupakan media richness yang efektif untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat. Website resmi Dispendukcapil Surabaya efektif untuk menyampaikan informasi Adminduk secara formal kepada masyarakat umum. Website non resmi Dispendukcapil Surabaya efektif untuk menyampaikan informasi Adminduk secara informal kepada generasi muda.

Berdasarkan teori media richness, media yang kaya akan informasi dapat memberikan pemahaman yang lebih baik kepada penerima pesan. Hal ini karena media yang kaya akan informasi dapat menyampaikan informasi yang lebih jelas, mendalam, dan kompleks.

Dalam konteks diseminasi informasi Adminduk, Dispendukcapil Surabaya menggunakan strategi media richness dengan menyediakan dua website yang berbeda. Website resmi Dispendukcapil Surabaya dapat memberikan informasi Adminduk secara formal dan lengkap kepada masyarakat umum. Website non resmi Dispendukcapil Surabaya dapat memberikan informasi Adminduk secara informal dan menarik kepada generasi muda.

Strategi ini dapat meningkatkan pemahaman masyarakat tentang informasi Adminduk. Hal ini karena masyarakat dapat memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka.

2. Strategi Instagram

Sama seperti website untuk memberikan informasi pada publik Surabaya, Dispendukcapil Surabaya memiliki dua akun Instagram. Yang pertama adalah akun yang resmi dengan nama dispendukcapil.sby dan akun yang tidak resmi @swargaloka.sub. kedua akun tersebut sama sama berfungsi sebagai diseminasi informasi dispendukcapil Surabaya dengan gaya yang berbeda.

Instagram merupakan media sosial yang berbasis foto dan video. Media ini memiliki beberapa karakteristik yang dapat mendukung strategi media richness, yaitu:

- **Visual:** Instagram merupakan media yang mengandalkan visual, seperti foto dan video. Visual dapat membantu untuk menyampaikan informasi secara lebih jelas, menarik, dan mudah diingat.
- **Interaktif:** Instagram memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten yang diunggah, seperti dengan memberikan komentar atau menyukai konten

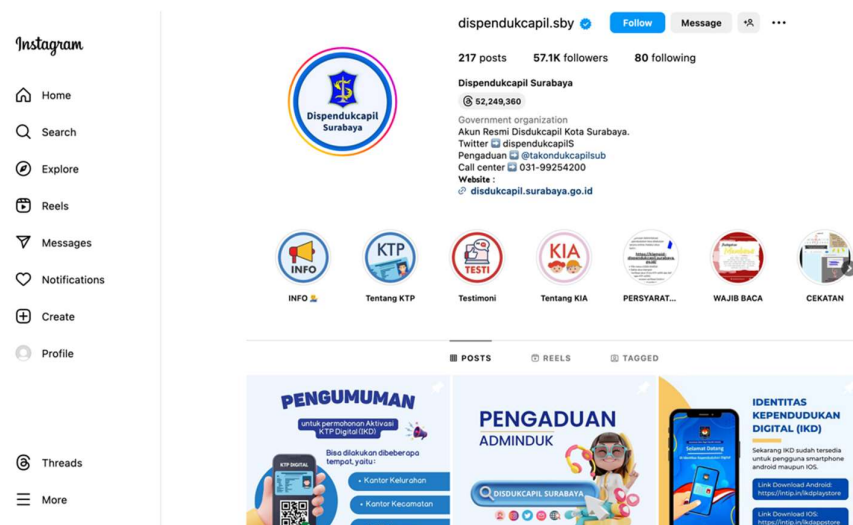
tersebut. Interaksi ini dapat membantu untuk meningkatkan engagement masyarakat dengan konten yang diunggah.

- **Personal:** Instagram merupakan media sosial yang bersifat personal. Hal ini dapat membantu untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara Dispendukcapil Surabaya dengan masyarakat.

Akun resmi @dispendukcapil.sby

Dispendukcapil Surabaya menggunakan Instagram sebagai salah satu media untuk menyampaikan informasi administrasi kependudukan (Adminduk) kepada masyarakat. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat umum tentang informasi Adminduk, khususnya generasi muda.

Dispendukcapil Surabaya menggunakan Instagram untuk menyampaikan informasi Adminduk secara formal dan informatif. Informasi yang disampaikan meliputi. **Pelayanan penting Dispendukcapil:** Informasi tentang pelayanan Adminduk yang penting bagi masyarakat, seperti pengurusan KTP, KK, dan akta kelahiran. **Testimoni:** Informasi tentang pengalaman masyarakat dalam mengurus Adminduk di Dispendukcapil Surabaya. **Kegiatan penting Dispendukcapil:** Informasi tentang kegiatan penting yang dilakukan oleh Dispendukcapil Surabaya, seperti sosialisasi Adminduk. Seperti terlihat pada gambar dibawah ini :



Gambar 5 Tampilan muka pada laman instagram dispendukcapil Surabaya

Dispendukcapil Surabaya menggunakan bahasa yang formal dalam menyampaikan informasi. Hal ini untuk memberikan informasi yang lugas dan tegas. Dispendukcapil Surabaya juga menggunakan desain grafis yang menarik untuk membuat kontennya lebih informatif dan menarik.

Dispendukcapil Surabaya dapat terus mengembangkan strategi media richness ini dengan cara: *Pertama*, meningkatkan kualitas konten: Dispendukcapil Surabaya dapat meningkatkan kualitas konten yang diunggah dengan cara : Menambahkan informasi yang lebih lengkap dan mendalam, menggunakan bahasa yang lebih mudah dipahami, menggunakan desain grafis yang lebih menarik. *Kedua*, melakukan promosi: Dispendukcapil Surabaya dapat melakukan promosi untuk meningkatkan awareness masyarakat tentang akun Instagramnya. *Ketiga*, melakukan evaluasi: Dispendukcapil Surabaya dapat melakukan evaluasi secara berkala untuk mengetahui efektivitas strategi tersebut.

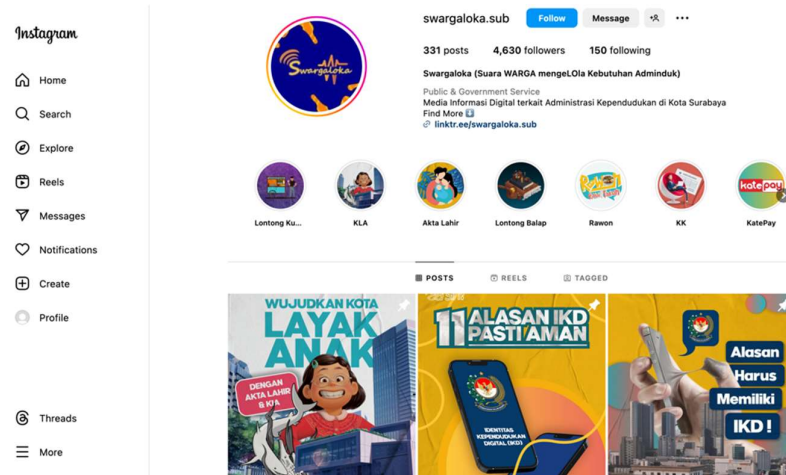
Strategi media richness yang digunakan oleh Dispendukcapil Surabaya di Instagram merupakan strategi yang efektif untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat. Strategi ini dapat terus dikembangkan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitasnya.

Akun tidak Resmi @Swargaloka.sub

Akun @swargaloka.sub menggunakan strategi media richness untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada generasi muda. Informasi yang disampaikan meliputi:

- Informasi ringan seputar kegiatan Dispendukcapil Surabaya: Akun ini sering mengunggah informasi ringan seputar kegiatan Dispendukcapil Surabaya, seperti tips membuat KTP elektronik, info tentang IKD, dan kegiatan-kegiatan kreatif Dispendukcapil Surabaya.
- Informasi administratif: Akun ini juga mengunggah informasi administratif, seperti cara membuat akta kelahiran dan KTP elektronik. Namun, informasi administratif ini disampaikan secara ringan dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami oleh generasi muda.

Akun @swargaloka.sub menggunakan bahasa yang informal dan gaul dalam menyampaikan informasi. Hal ini untuk menarik perhatian generasi muda. Akun ini juga menggunakan infografis yang unik dan menarik untuk membuat kontennya lebih informatif dan menarik.



Gambar 6 Tampilan muka pada akun instagram swargaloka.sub yang dikelola Dispendukcapil Surabaya

Strategi media richness yang digunakan oleh akun @swargaloka.sub dapat dikatakan efektif untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada generasi muda. Strategi ini dapat terus dikembangkan untuk meningkatkan kualitas dan efektivitasnya. Keunggulan Strategi media richness yang digunakan oleh akun @swargaloka.sub memiliki beberapa keunggulan, yaitu:

- Menjangkau target audiens yang lebih luas: Akun @swargaloka.sub dapat menjangkau generasi muda yang merupakan target audiens Dispendukcapil Surabaya.
- Meningkatkan pemahaman generasi muda tentang informasi Adminduk: Akun @swargaloka.sub dapat membantu generasi muda untuk memahami informasi Adminduk secara lebih mudah dan menarik.
- Membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat: Akun @swargaloka.sub dapat membantu Dispendukcapil Surabaya untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat.

3. Strategi Media Youtube

Dispendukcapil Surabaya menggunakan YouTube sebagai salah satu media untuk menyampaikan informasi administrasi kependudukan (Adminduk) kepada masyarakat. Strategi ini dilakukan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang informasi Adminduk, khususnya generasi muda.

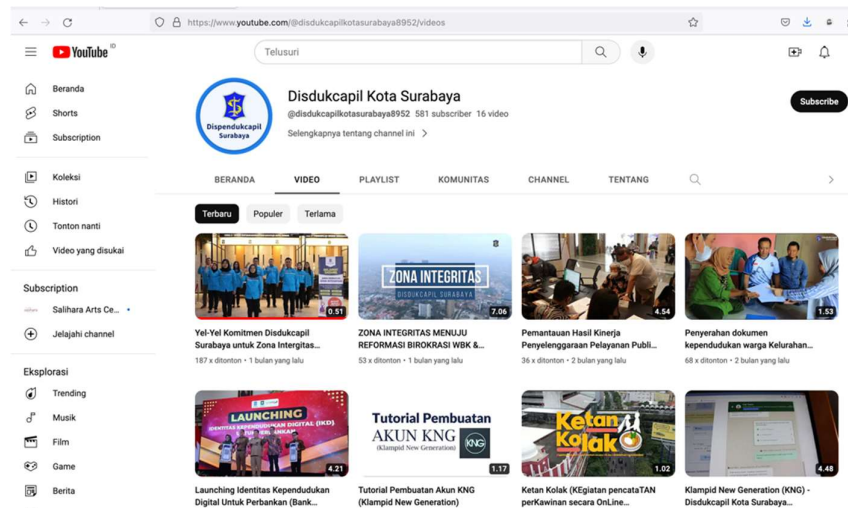
YouTube merupakan platform media sosial yang berbasis video. Media ini memiliki beberapa karakteristik yang dapat mendukung strategi media richness, yaitu:

- Visual: YouTube merupakan media yang mengandalkan visual, seperti video. Visual dapat membantu untuk menyampaikan informasi secara lebih jelas, menarik, dan mudah diingat.
- Interaktif: YouTube memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan konten yang diunggah, seperti dengan memberikan komentar atau menyukai konten tersebut. Interaksi ini dapat membantu untuk meningkatkan engagement masyarakat dengan konten yang diunggah.
- Personal: YouTube merupakan media sosial yang bersifat personal. Hal ini dapat membantu untuk membangun hubungan yang lebih dekat antara Dispendukcapil Surabaya dengan masyarakat.

a. Penggunaan youtube @disdukcapilkotasurabaya8952

Dispendukcapil Surabaya memiliki akun YouTube resmi bernama **@disdukcapilkotasurabaya8952**. Akun ini dikelola oleh tim Dispendukcapil Surabaya dan mengunggah konten yang bersifat formal dan informatif. Seperti video yang memuat yel yel dispendukcapil untuk mengikuti program zona integritas. Video yang memuat pemantauan hasil kinerja dispendukcapil maupun video kegiatan pencatatan perkawinan secara online.

Strategi media richness yang digunakan oleh akun @disdukcapilkotasurabaya8952 dapat dikatakan efektif untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat



Gambar 7 Tampilan depan kanal youtube Dispendukcapil Surabaya sebagai kanal resmi dispendukcapil surabaya

Kelebihan Strategi. Strategi media richness yang digunakan oleh akun @disdukcapilkotasurabaya8952 memiliki beberapa kelebihan, yaitu:

- Menjangkau target audiens yang lebih luas: Akun ini menggunakan nama dan logo Dispendukcapil Surabaya, sehingga dapat menjangkau masyarakat yang sudah mengenal Dispendukcapil Surabaya.
- Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang informasi Adminduk: Konten video yang diunggah oleh akun ini bersifat formal dan informatif, sehingga dapat membantu masyarakat untuk memahami informasi Adminduk secara lebih jelas.
- Membangun kepercayaan masyarakat terhadap Dispendukcapil Surabaya: Akun ini menggunakan nama dan logo Dispendukcapil Surabaya, sehingga dapat membantu untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap Dispendukcapil Surabaya.

Namun kalaupun youtube resmi dispendukcapil Surabaya @disdukcapilkotasurabaya8952 memiliki kelemahan, diantaranya adalah jarang update konten. Produksi konten masih sangat minim yaitu rata-rata sebanyak satu sampai dua kali dalam satu bulan, sehingga total video yang diupload adalah sebanyak 16 video.

b. Penggunaan youtube @swargalokasub

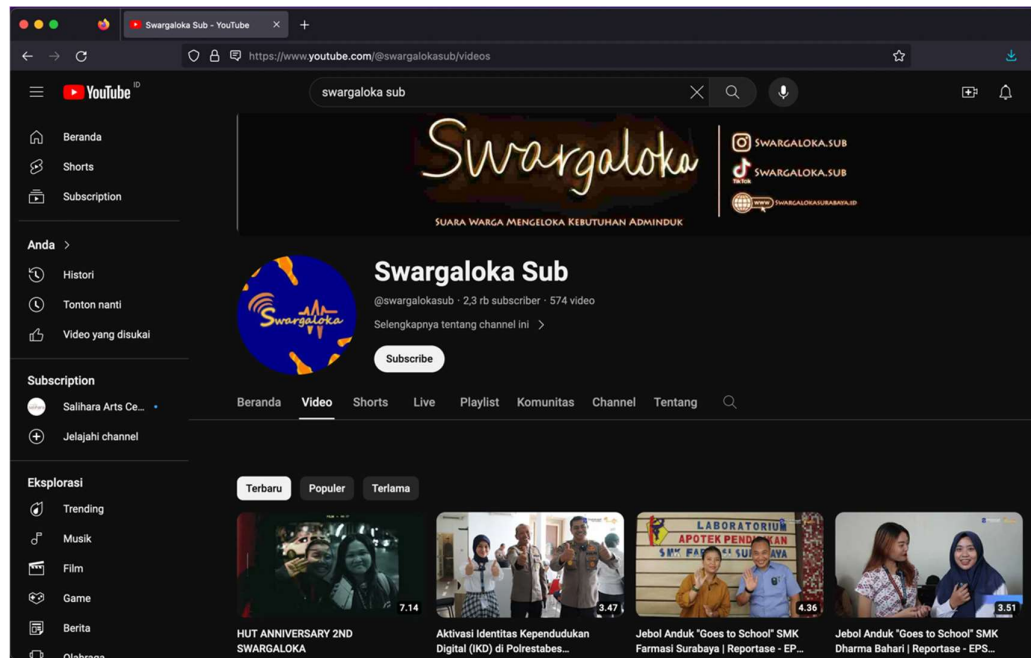
Dispendukcapil Surabaya memiliki akun YouTube non resmi bernama @swargalokasub. Akun ini dikelola oleh tim Dispendukcapil Surabaya, tetapi konten yang diunggah bersifat informal dan ditujukan kepada generasi muda.

Akun @swargalokasub menggunakan strategi media richness untuk menyampaikan informasi administrasi kependudukan (Adminduk) kepada masyarakat. Informasi yang disampaikan meliputi:

- Video sitkom: Video sitkom yang dibuat untuk menarik perhatian generasi muda.
- Iklan layanan masyarakat: Iklan layanan masyarakat yang dibuat untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya Adminduk.
- Video tanya jawab: Video tanya jawab dengan Dispendukcapil Surabaya untuk menjawab pertanyaan masyarakat tentang Adminduk.

Analisis Strategi Strategi media richness yang digunakan oleh akun @swargalokasub dapat dikatakan efektif untuk menyampaikan informasi Adminduk kepada masyarakat. Hal ini terlihat dari beberapa indikator, yaitu:

- Jumlah pengikut: Jumlah pengikut akun @swargalokasub terus meningkat, yaitu dari 1.000 pengikut pada tahun 2022 menjadi 2.250 pengikut pada tahun 2023.
- Engagement: Engagement masyarakat dengan konten yang diunggah oleh akun @swargalokasub juga cukup tinggi. Hal ini terlihat dari banyaknya komentar dan like yang diberikan oleh masyarakat.



Gambar 8 tampilan layar pada kanal youtube swargalokasub

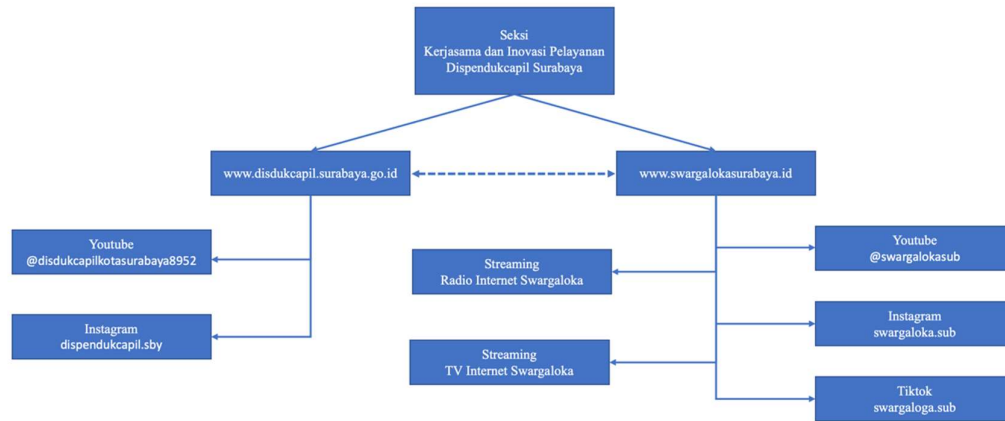
Kelebihan Strategi

Strategi media richness yang digunakan oleh akun @swargalokasub memiliki beberapa kelebihan, yaitu:

- Menjangkau target audiens yang lebih luas: Akun ini menggunakan bahasa yang informal dan gaul, sehingga dapat menjangkau generasi muda yang merupakan target audiens Dispendukcapil Surabaya.
- Meningkatkan pemahaman masyarakat tentang informasi Adminduk: Konten video yang diunggah oleh akun ini bersifat informatif, tetapi disampaikan secara informal, sehingga dapat membantu masyarakat untuk memahami informasi Adminduk secara lebih mudah.
- Membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat: Akun ini menggunakan bahasa yang informal dan gaul, sehingga dapat membantu untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat.

Walaupun terkesan konten swargaloka lebih banyak dibandingkan dispendukcapil Surabaya, namun keduanya saling mengisi konten diantara media yang tersedia, terjadi *crossing content* diantara keduanya. Polanya seperti website, tulisan akun sosial media di Swargaloka Surabaya umumnya juga ada pada konten media sosial Dispendukcapil Surabaya. Untuk

mengetahui bagaimana arus informasi atau pola hubungan informasi pada keduanya dapat dilihat pada gambar di bawah ini.



Gambar 9 Arus konten media informasi dispendukcapil Surabaya, antara akun resmi dispendukcapil Surabaya dengan akun swargaloka Surabaya.

Dari gambar 1 dapat disampaikan bahwa Dispendukcapil Surabaya memiliki dua media utama dalam melakukan diseminasi informasi pada publik Surabaya. Yang pertama adalah website resmi dispendukcapil Surabaya dan yang kedua adalah website swargalokasurabaya. Keduanya dibawah perintah langsung Seksi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemerintah Kota Surabaya.

Meski dalam satu perintah, namun antara media resmi disdukcapil Surabaya dengan swargaloka adalah media yang terpisah. Keduanya sama sama memiliki media sosial yang berbeda, kanal atau akun juga berbeda. Media resmi disdukcapil.surabaya.go.id memiliki dua kanal di sosial media, memiliki akun di youtube dengan alamat @disdukcapilsurabaya8952 dan akun Instagram di alamat @dispendukcapil.sby. Sementara akun sosial media pada media swargaloka memiliki akun yang lebih banyak, seperti yotube, Instagram, maupun tiktok. Bahkan swargaloka memiliki program streaming untuk radio dan televisi (audio visual), keduanya dapat diakses melalui website swargalokasurabaya.id. Walau berbeda media, namun kedua media antara disdukcapil.surabaya.go.id maupun swargalokasurabaya.id saling berkoordinasi untuk urusan konten.

Penggunaan kanal sosial media oleh Dispendukcapil Surabaya pada dasarnya didukung oleh

peraturan pemerintah. Kementerian Komunikasi dan Informatika-Kominfo melalui Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik–Ditjen IKP pada tahun 2017 telah melakukan koordinasi kepada pemerintah provinsi, dan pemerintahan kabupaten/kota dalam pembentukan satuan tugas-Satgas medsos pemda. Satgas medsos tersebut kemudian memiliki tanggung jawab terhadap akun resmi medsos milik pemda yang terdiri dari *facebook*, *instagram*, dan *twitter* yang terintegrasi satu sama lain (Dunan, 2020).

Sejalan dengan aktivitas Swargaloka dalam mengoptimalisasi penggunaan media sosial untuk meningkatkan interaksi dengan warga Surabaya, Graham (2014) menyatakan bahwa penggunaan media sosial meningkatkan kemampuan pemerintah untuk berinteraksi dan melibatkan warga. Kemampuan ini membentuk keterbukaan pemerintah dan hubungan masyarakat yang tersedia pada penggunaan media sosial yang sangat bermanfaat khususnya bagi pemerintah daerah, karena ini adalah tingkat daerah dimana warganya seringkali dapat merasakan akses langsung dan kepentingan terhadap pemerintahan. Media sosial memberi pemerintah kemampuan untuk meningkatkan dan mengembangkan hubungan antara pemerintah dan warga negaranya.

Dengan adanya media sosial dan mudahnya membuat website, mengubah pola deseminasi informasi dan cara Dispendukcapil Surabaya berkomunikasi dengan publiknya. Diseminasi informasi administrasi kependudukan yang semula menggunakan tatap muka maupun publikasi media massa, kini ditambahkan website dan media sosial. Keberadaan media sosial membuat pelayanan informasi pemerintahan tidak dapat dilakukan secara konvensional (satu arah) namun menjadi dua arah. Publik dapat langsung memberikan komentar, bahkan juga dapat berpartisipasi dalam pembuatan konten. Apabila sebuah lembaga sangat aktif di media sosial terutama responsif terhadap komentar negatif dan saran dari khalayak media sosial, hal ini menjadi indikator corporate identity yang memengaruhi persepsi khalayak (Setiadi, 2023). Sehingga pemerintah diperlukan lebih interaktif dan meraih publiknya dimanapun berada dan dimana mereka merasa nyaman (Khasawneh & Abu-Shanab, 2013).

Aktivitas diseminasi informasi yang dilakukan oleh website Dispendukcapil, Swargaloka, serta beragam media sosial yang dikelola secara bersama-sama, menunjukkan peran Dispendukcapil Surabaya sebagai komunikator dalam memanfaatkan sejumlah media dan teknologinya untuk memperkuat penyampaian pesan dengan baik. Peran pemerintah sebagai komunikator sejalan dengan konsep *Media Richness*, seperti yang dikemukakan oleh Ishii, Lyons & Carr (2019), bahwa komunikator telah memanfaatkan keunggulan teknologi di berbagai bidang sebagai strategi mereka dalam penggunaan media, yang tampaknya memfasilitasi penggunaan berbagai

saluran. Selain itu, fitur teknologi yang tertanam dalam media sering kali memfasilitasi interaktivitas antara komunikator, yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kekayaan media yang dirasakan.

Dispendukcapil Surabaya adalah lembaga yang tidak secara khusus memiliki tugas membuat konten media sosial. Semua pegawai bertugas melayani warga negara pada administrasi kependudukan. Tentu saja jauh dari urusan membuat konten atau produksi media. Namun sebagai upaya meraih publik Surabaya dengan baik Dispendukcapil Surabaya membentuk tim khusus pembuat konten (*content creator*). Tim ini beranggotakan tiga orang, satu orang bagian editing video, dua orang bertugas memproduksi konten baik tulisan maupun audiovisual. Tim ini yang mengelola semua media yang digunakan Dispendukcapil Surabaya. Dispendukcapil menyadari bahwa mengelola konten media sosial dan website tidak boleh sembarangan, karena taruhannya adalah citra lembaga. Sejalan dengan Khasawneh & Abu-Shanab (2013), untuk menjalin hubungan dengan publik, pemerintah harus berhati hati tentang bagaimana mereka mengelola media sosial dan bagaimana kanal yang dibuat dapat berjalan dengan efektif.

Namun, dalam pelaksanaannya ada hal yang masih perlu dilakukan oleh tim informasi dispendukcapil dalam melakukan diseminasi informasi. Diantaranya adalah, perlunya memperhatikan keterlibatan publik dalam partisipasi dalam diseminasi informasi administrasi kependudukan. Bentuknya dapat mengajak publik dalam pembuatan konten, misalnya berkolaborasi membuat konten dengan para *youtubers* (konten creator), atau mengajak *key opinion leaders* di media sosial untuk membahas administrasi kependudukan. Dengan begitu harapannya, terjadi partisipasi publik terhadap diseminasi administrasi kependudukan, selain itu akan semakin eratnya jalinan komunikasi pemerintahan dengan publiknya, untuk menguatkan upaya komunikasi pemerintahan.

Tujuan dari *Government Communication* adalah untuk membawa pemahaman bagi gagasan dan cita-cita suatu negara, institusi dan kebijakannya. Komunikasi pemerintah juga mengupayakan keharmonisan di dalam masyarakat. Oleh karena itu, sifat komunikasi pemerintah yang multidimensional di Internet perlunya penanganan dan perhatian yang cermat terhadap konteks dan kebutuhan serta kepentingan publik (Minaeva, 2018). Dengan demikian, *Government Communication* yang dilakukan oleh Dispendukcapil Surabaya adalah bagian dari strategi untuk melayani informasi administrasi kependudukan dan upaya memudahkan memudahkan masyarakat untuk memperoleh informasi.

KESIMPULAN

Media informasi yang berbasis website maupun media sosial yang dikelola Dispendukcapil Surabaya menjalankan fungsi diseminasi informasi tentang administrasi kependudukan. Dengan menggunakan berbagai platform Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya mencoba berbagai cara untuk menjangkau masyarakat yang membutuhkan ketersediaan informasi dan layanan pengurusan administrasi di Kota Surabaya. Pertemuan antara *trend* penggunaan *new media* dan kebutuhan publik akan informasi administrasi kependudukan telah memaksa Dispendukcapil Surabaya menggunakan berbagai platform dalam menjangkau publiknya (*online public relations*) atau cara baru dalam melakukan *government communication*. Meskipun secara struktur tugas dan para staf Dispendukcapil Surabaya bukan dilahirkan untuk memproduksi konten informasi, tapi hal tersebut dapat diantisipasi dengan membuat tim khusus penyebaran informasi (sebagai komitmen diseminasi informasi). Selanjutnya, Dispendukcapil Surabaya disarankan untuk meningkatkan kualitas konten seperti berkolaborasi dengan masyarakat agar terjadi partisipasi publik selain itu juga meningkatkan pola distribusi konten sehingga lebih banyak masyarakat yang terjangkau.

Meskipun langkah penggunaan berbagai platform dari *new media* adalah bagian dari upaya institusi Dispendukcapil Surabaya dalam melakukan *Government Communication*, namun limitasi dari kajian ini belum melihat bagaimana publik melihat aktivitas dispendukcapil Surabaya dalam melakukan diseminasi informasi tersebut, atau sejauh mana efektivitas proses diseminasi informasi yang telah dilakukan ini. Sehingga, kajian efektivitas tentang penggunaan media sosial sebagai bentuk komunikasi pemerintah dalam melaksanakan aktivitas diseminasi informasi perlu dilakukan.

Disusun Oleh:
Maulana Arief, M.IKom