

Relevansi *Media Richness* sebagai Upaya Dispendukcapil Surabaya dalam Aktivitas Komunikasi Pemerintahan dan Diseminasi Informasi Adminduk

Jauhar Wahyuni¹, Maulana Arief²

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya
Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: jauharwahyuni@unesa.ac.id

Abstract

In the digital age, government communication practices can be carried out by leveraging social media. This method is considered to be able to increase interaction between netizens and the government, which then changes the way government public relations communicate with their public. The Surabaya Population and Civil Registration Office (Dispendukcapil) implements this by leveraging two websites and several social media platforms at the same time as a tool to convey population information to its public. This study aims to see how the Surabaya Dispendukcapil utilizes new media as an effort to carry out government communication activities and the dissemination process of information about population administration. This research also intends to describe the diversity of message delivery mediums used by Dispendukcapil Surabaya through the lens of Media Richness theory. Using a qualitative research method, this study shows that the existence of new media forces the Surabaya Dispendukcapil to change its communication style with the Surabaya public. Now, the Surabaya Dispendukcapil staff must not only serve population administration, but must also have the ability to disseminate information by producing website and social media content. However, disseminating information in the digital age requires several skills, such as the ability to package content, the ability to understand the characteristics of content that users are looking for, and the techniques (technologies) used to disseminate information. The Surabaya Dispendukcapil does this by forming a special team of Generation Z workers who create population administration content.

Keywords: *Diseminasi Informasi, Government Communication, New Media, Media Richness*

Abstrak

Di era digital, praktik komunikasi pemerintahan dapat dijalankan dengan memanfaatkan media sosial. Cara ini dinilai dapat meningkatkan interaksi antara netizen dengan pemerintah, yang kemudian mengubah cara humas pemerintahan dalam berkomunikasi dengan publiknya. Dispendukcapil Surabaya menjalankannya dengan memanfaatkan dua website dan beberapa sosial media dalam satu waktu sekaligus sebagai alat untuk menyampaikan informasi kependudukan pada publiknya. Penelitian ini ditujukan untuk melihat bagaimana Dispendukcapil Surabaya memanfaatkan new media sebagai upaya melakukan aktivitas Government Communication dan proses diseminasi informasi tentang administrasi kependudukan. Penelitian ini juga bermaksud untuk menggambarkan keberagaman medium penyampaian pesan yang digunakan oleh Dispendukcapil Surabaya melalui sudut pandang teori Media Richness. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, penelitian ini menunjukkan bahwa keberadaan new media memaksa Dispendukcapil Surabaya mengubah gaya komunikasinya dengan publik Surabaya. Kini staf Dispendukcapil Surabaya tak hanya melayani administrasi kependudukan saja tapi juga harus memiliki kemampuan melakukan diseminasi informasi dengan memproduksi konten website dan sosial media. Padahal dalam melakukan diseminasi informasi di era digital membutuhkan beberapa keahlian, seperti skill atau keahlian mengemas konten, kemampuan memahami karakteristik konten yang dicari pengguna, dan teknik (teknologi) yang digunakan dalam melakukan diseminasi informasi. Dispendukcapil Surabaya melakukannya dengan membentuk tim khusus dari generasi Z yang bekerja membuat konten administrasi kependudukan.

Kata Kunci: Diseminasi Informasi, Komunikasi Pemerintahan, Media Baru, Media Richness.

PENDAHULUAN

Keberadaan *new media* membuat pemerintah memiliki banyak cara untuk berkomunikasi dengan publiknya. Platform media baru seperti *Website*, *Instagram*, *Youtube*, maupun *Tiktok* dan media lainnya dapat digunakan secara bersamaan dalam penyampaian pesan hingga menerima *feedback*. Dari penyampaian program pemerintah, kebijakan dan layanan publik hingga gagasan/ide hingga menerima masukan atau komentar masyarakat luas. Komunikasi menggunakan media sosial bisa disebut sebagai bagian dari *Government Communication*, harapannya terjadi harmonisasi antara warga negara dengan pemerintah (Minaeva, 2018).

Government communication direpresentasikan ke dalam berbagai kajian komunikasi seperti *political communication*, *public relations*, *corporate communication*, *organizational and strategic communication* (Sanders & José Canel, 2013, p. 4). Membicarakan *Government Communication*, tentu saja tidak bisa lepas dari ke-lima topik tersebut, termasuk apapun upaya yang dilakukan pemerintah dalam pertukaran komunikasi dan informasi terkait kebijakan, ide dan keputusan antara pemerintah dan publik yang diaturnya (Sanders & José Canel, 2013, p. 1).

Di era digital, praktik komunikasi pemerintahan dapat dijalankan dengan memanfaatkan media sosial (Graham, 2014). Di Indonesia, penggunaan media sosial pada lingkungan humas pemerintahan sudah menjadi perhatian. Menkominfo meminta

agar humas pemerintah daerah memiliki kemampuan memaksimalkan media sosial dalam penyampaian kebijakan maupun program, (*Menkominfo Minta Humas Pemerintah Optimalkan Peran Media Sosial-Dinas Komunikasi Dan Informatika Provinsi Jawa Timur*, 2017). Secara praktis, cara ini dinilai dapat meningkatkan interaksi antara netizen dengan pemerintah, yang kemudian mengubah cara humas pemerintahan dalam berkomunikasi dengan publiknya (Dunan, 2020).

Tentu saja, penggunaan media sosial dapat menimbulkan implikasi pada komunikasi antara pemerintah dengan publiknya. Keaktifan produksi konten pemerintahan akan direspon warga secara cepat dengan komentar tak terduga dan acak, termasuk respon positif atau negatif. Kondisi ini akan menciptakan dialog atau interaksi antara pemerintah dengan masyarakatnya (DePaula & Dincelli, 2018). Dengan begitu diharapkan akan terjadi peningkatan demokratisasi, karena mendorong transparansi, interaktif dan partisipasi masyarakat pada kegiatan pemerintahan (Graham, 2014).

Sosial media kini sedang marak digunakan sebagai fungsi *Public Relations* untuk mempromosikan demokrasi, partisipasi dan model transparansi di pemerintahan (Graham, 2014). *Government communication* sebenarnya erat hubungannya dengan aktivitas *public relations*. *Government communication* digunakan sebagai instrument mencapai tujuan pemerintahan seperti

mendapatkan pengaruh maupun mempengaruhi opini publik melalui kontrol media (Sanders & José Canel, 2013, p. 3).

Keberadaan media sosial menjadikan hubungan antara media dengan masyarakat menjadi sangat cair, siapapun dapat memproduksi konten melalui berbagai saluran, dari masyarakat biasa hingga lembaga pemerintahan. Produksi konten tidak lagi didominasi lembaga media, sehingga siapapun dapat melakukan pembentukan opini atau melakukan kegiatan sosialisasi melalui saluran media new media. Berbagai issue dapat mudah tersebar dengan berbagai platform. Kekuatan media sosial memang cukup menjanjikan sebagai upaya diseminasi informasi untuk berbagai tema. Misalnya dari segi budaya, kemampuan konten kreator dalam meningkatkan banyaknya update status di media sosial, khususnya Facebook, dapat menguatkan budaya dan memuluskan transformasi budaya ke tengah masyarakat (Suyono, 2020).

Keberadaan media sosial yang dinilai cukup menjanjikan ini dapat digunakan sebagai upaya melakukan *online public relations*, sebuah istilah yang mengacu pada penggunaan berbagai macam media secara online mulai *website*, *blog*, *microblog*, *podcast*, *new media release*, *online conferencing* dan lain sebagainya. Dengan begitu sangat memungkinkan organisasi atau lembaga berkomunikasi dan berdialog secara langsung dengan publik-nya dan pemangku kepentingan tanpa adanya mediasi atau *traditional gatekeepers* (Phillips & Young, 2019, p. 6).

Di Surabaya, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (dispendukcapil) berupaya menyebarkan informasi (diseminasi informasi) terkait administrasi kependudukan. Berbagai gagasan dan program seperti kegiatan rutin Dispendukcapil, hingga sosialisasi teknis cara mengurus administrasi kependudukan. Pada pelaksanaannya, Dispendukcapil Surabaya tidak hanya menggunakan website resmi saja dengan alamat www.disdukcapil.surabaya.go.id, tapi juga memiliki website lain dengan alamat www.swargalokasurabaya.id. Kedua website tersebut, memberikan informasi yang hampir sama, walau dengan gaya penulisan yang berbeda. Selain *website*, Dispendukcapil Surabaya juga menggunakan media sosial seperti *Youtube*, *Instagram* maupun *Tiktok*. Semua informasi terkait administrasi kependudukan disebarkan atau diseminasikan melalui berbagai saluran tersebut.

Aktivitas Dispendukcapil Surabaya dalam menggunakan media baru di internet begitu aktif setelah Kementerian Dalam Negeri mengeluarkan program Gerakan Indonesia Sadar Administrasi (GISA). Melalui Instruksi Mendagri Nomor 470/837/SJ tanggal 07 Februari 2018, program GISA dititik beratkan pada empat hal yang dianggap penting untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan administrasi kependudukan. Program tersebut antara lain : 1) Program Sadar Kepemilikan Dokumen Kependudukan; 2) Program Sadar Pemutakhiran Data Penduduk; 3) Program Sadar Pemanfaatan Data Kependudukan Sebagai Satu satunya Data Yang

Dipergunakan untuk Semua Kepentingan; 4) Program Sadar Melayani Administrasi Kependudukan Menuju Masyarakat yang Bahagia (*Gerakan Indonesia Sadar Administrasi Kependudukan (GISA)*, n.d.).

Dalam menjalankan program GISA, Dpendukcapil Surabaya juga menjalankan program secara *offline*, dengan membangun KALIMASADA (Kawasan Lingkungan Masyarakat Sadar Adminduk). Pada kegiatan ini terdapat aktivitas tatap muka langsung dengan masyarakat dengan turun ke RT dan RW untuk peningkatan pelayanan administrasi kependudukan (Ajeng & Wulansari, 2023). Sementara untuk peningkatan kesadaran masyarakat, Dpendukcapil Surabaya menjalankan diseminasi informasi dengan memanfaatkan berbagai platform media berbasis internet.

Penyebaran informasi melalui media internet dinilai sangat membantu karena masyarakat tidak bisa selalu memantau media konvensional seperti TV maupun radio setiap saat untuk memperoleh informasi (Siahaan et al., 2021). Media konvensional yang bersifat liner memiliki kekurangan, bahwa konten yang sudah disiarkan tidak bisa diakses kembali karena sudah terlewat. Namun dengan media baru, masyarakat dapat mengakses konten kapanpun mereka mau, dapat diulang dan selalu tersedia. Hal ini menjadi keuntungan bagi komunikator dan komunikan karena keduanya dapat menyimpan dan mengakses konten kapanpun dan dimanapun, tanpa kendala ruang dan waktu.

Namun, di tengah lajunya penyebaran informasi melalui internet, kedudukan informasi yang valid juga menjadi kepentingan bagi masyarakat. Maka, pemanfaatan lebih dari satu saluran informasi yang disediakan oleh pemerintah menjadi sumber yang dapat meminimalisir kesalahan informasi, seperti yang diungkapkan oleh Daft, Lengel, & Trevino, 1987 (dalam Ishii, Lyons & Carr, 2019), bahwa ketidakpastian terhadap kurangnya informasi, dapat dikurangi dengan kuantitas atau jumlah informasi yang muncul dari satu sumber. Sebaliknya, ketidakjelasan mengacu pada kebingungan atau kurangnya pemahaman, yang tidak dapat dikurangi dengan jumlah informasi, tetapi dapat dikurangi dengan kualitas atau kekayaan informasi. Pemahaman ini berakar pada teori *media richness*.

Keandalan diseminasi informasi juga menjadi salah satu point penting dalam pelaksanaan *Government Communication*, karena komunikasi pemerintahan bukan hanya tentang mengelola opini publik tapi juga terkait pengelolaan seluruh proses komunikasi yang berlangsung di pemerintahan untuk mencapai tujuan, salah satunya adalah penguatan sosialisasi dan penyebaran informasi (Ardiyanti, 2020). Dalam pemerintahan, lembaga yang memiliki tugas pokok dan fungsi pada bidang sosialisasi adalah dinas komunikasi dan informatika.

Penelitian ini ditujukan untuk melihat bagaimana Dpendukcapil Surabaya melakukan aktivitas *Government*

Communication melalui proses diseminasi informasi administrasi kependudukan yang menggunakan berbagai platform seperti website maupun media sosial. Hal ini perlu dilakukan mengingat Dpendukcapil Surabaya adalah instansi pemerintah yang melayani administrasi kependudukan, bukan sebagai institusi penyedia data dan informasi ataupun lembaga kehumasan yang didirikan untuk memproduksi konten. Padahal dalam melakukan diseminasi informasi di era digital membutuhkan beberapa keahlian, seperti *skill* atau keahlian mengemas konten, kemampuan memahami karakteristik konten yang dicari pengguna, dan teknik (teknologi) yang digunakan dalam melakukan diseminasi informasi (Shonhe, 2017).

Penelitian ini juga bermaksud untuk menggambarkan keberagaman medium penyampaian pesan yang digunakan oleh Dpendukcapil Surabaya melalui sudut pandang teori *Media Richness*. Ishii, Lyons & Carr (2019) dalam studinya, menguraikan bahwa pengembangan dari teori *Media Richness* adalah pertimbangan valensi pesan dalam memilih saluran komunikasi.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Tujuannya untuk mendapatkan gambaran yang komperhensif terkait bagaimana Dpendukcapil Surabaya menggunakan media baru dalam berkomunikasi dengan publik Surabaya. Melalui metode kualitatif penelitian ini akan lebih menekankan deskripsi yang holistik, sehingga dapat memberikan penjelasan secara detail (Rijal Fadli, 2021), tentang kegiatan

Dpendukcapil Surabaya dalam melaksanakan prinsip *government communication*.

Dengan pendekatan konstruktifisme, peneliti menggambarkan situasi dari kacamata subyek penelitian. Melalui paradigma ini, peneliti ingin memberikan gambaran yang lengkap atau pengalaman dari sisi subyek penelitian (Creswell, 2013, p. 24). Sehingga, akan tergambar jelas bagaimana para pelaku (aktor) di Dpendukcapil Surabaya memanfaatkan berbagai platform new media dalam melakukan komunikasi pemerintahan.

Data diambil melalui wawancara mendalam sekaligus melakukan observasi lapangan dan dokumentasi. Dari semua data yang terkumpul, peneliti melakukan analisis data spiral seperti yang ditawarkan Creswell (2013), yaitu mengorganisasikan data, membaca traskrip secara keseluruhan, menggabungkan data dan mengkalsifikasikan data menjadi kode kode dan tema tema tertentu, menginterpretasikan data, menampilkan dan memvisualisasikan data (Creswell, 2013, pp. 182–192). Dengan begitu peneliti dapat memberikan gambaran yang utuh dan komperhensif dari semua data yang diperoleh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada konteks komunikasi pemerintahan, beberapa dekade belakangan pemerintah dapat diuntungkan dengan kehadiran *new media*. Komunikasi dengan publiknya dapat dilakukan secara langsung

tanpa mediasi *media masintream*. Tentu saja, hal yang tidak bisa dilakukan sebelum kehadiran internet. Melalui internet, pemerintah memiliki lebih banyak kesempatan untuk berinteraksi dan melibatkan *stakeholder*. Sifat media sosial yang terbuka dan dialogis menghilangkan banyak hambatan dalam komunikasi yang dialami pemerintah di masa lalu (Graham, 2014).

Di era digital, Pemerintah dapat menggunakan banyak saluran untuk melakukan *Government Communication* (Minaeva, 2018). Pun yang dilakukan Dispendukcapil Surabaya dalam menyebarkan ide maupun programnya. Berbagai macam saluran media seperti website maupun media sosial digunakan secara bersamaan, untuk menjangkau masyarakat yang lebih luas. Dalam menggunakan media website, Dispendukcapil Surabaya memiliki dua web, yang keduanya secara aktif menyebarkan informasi pada masyarakat. Yang pertama adalah website resmi lembaga dengan alamat www.dispendukcapil.surabaya.go.id dan yang kedua media yang informal yaitu www.swargalokasurabaya.id. Media informasi ini diluncurkan Dispendukcapil Surabaya pada tahun 2021. Nama Swargaloka merupakan akronim dari Suara Warga Mengelola Kebutuhan Adminduk.

Peluncuran Swargaloka merupakan salah satu strategi pemerintah kota Surabaya untuk mendekatkan pelayanan administrasi

kependudukan Dispendukcapil kepada masyarakat Surabaya. Harapannya, lebih memudahkan jalinan komunikasi antara Pemerintah Kota Surabaya dengan masyarakat terkait pelayanan adminduk, dan juga bertujuan untuk mendengarkan aspirasi warga.

Kedua website tersebut memiliki maksud dan tujuan yang berbeda meskipun konten informasi yang tersebar relatif sama. Konten website resmi dispendukcapil (www.dispendukcapil.surabaya.go.id), menitik beratkan pada layanan administrasi kependudukan, seperti pengurusan administrasi kependudukan secara online atau aplikasi pendaftaran kependudukan, penerbitan SKTT (surat keterangan tempat tinggal) untuk orang asing, hingga pengumuman pencatatan perkawinan. Selain itu juga ada konten informasi atau sikap resmi Dispendukcapil Surabaya atas kebijakan administrasi kependudukan di Surabaya. Sehingga, website dispendukcapil Surabaya dapat dijadikan rujukan resmi bagi masyarakat umum maupun media massa.

Sementara itu, website Swargaloka Surabaya (www.swargalokasurabaya.id), berisikan informasi terkait diseminasi informasi administrasi kependudukan, misalnya informasi tentang bagaimana cara mengurus KTP, KIA maupun kegiatan rutin dispendukcapil Surabaya. Konten informasi yang ditulis dengan gaya bahasa non formal atau tidak resmi. Dengan begitu, diharapkan masyarakat mendapatkan akses informasi

yang berbeda gaya dan lebih variatif tentang administrasi kependudukan.

Apabila dilihat lebih dalam persebaran konten informasi antara kedua website tersebut, maka dapat disampaikan bahwa terdapat *crossing* konten antar kedua website. Maksudnya, konten informasi yang terdapat pada website dispendukcapilsurabaya juga ditulis ulang (dengan judul dan tulisan yang berbeda) pada website swargalokasurabaya, pun juga sebaliknya. Sehingga informasi yang ditulis pada kedua website relatif sama.

Kedua website sepenuhnya digunakan untuk mengoptimalkan upaya diseminasi informasi kepada warga kota Surabaya terkait jenis-jenis layanan yang disediakan oleh Dispendukcapil Surabaya, namun dengan tampilan yang berbeda. Maka, kedua portal ini pada dasarnya memiliki tujuan yang sama, yakni memudahkan masyarakat Surabaya dalam memperoleh informasi terkait kepengurusan administrasi kependudukan, namun memiliki tampilan informasi yang dikemas berbeda juga adanya peran yang berbeda, yakni peran Dispendukcapil dalam menyediakan informasi terkait layanan Adminduk yang berbeda dengan peran Swargaloka dalam mempublikasi kegiatan Dispendukcapil saat berinteraksi langsung dengan masyarakat.

Dispendukcapil Surabaya berharap melalui kedua website tersebut, lebih banyak masyarakat yang terjangkau informasi tentang

admisnitasi kependudukan, karena ada sejumlah alternatif dalam menyampaikan informasi. Menurut Pera Irawan (2017), website dapat dimanfaatkan pemerintah dalam mengembangkan media informasi publik. Hal ini adalah bagian dari upaya keterbukaan informasi publik atau memberikan peluang seluas luasnya bagi masyarakat dalam mengakses informasi publik (Pera Irawan, 2017). Informasi publik yang disampaikan Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Pemerintah kota Surabaya adalah terkait layanan, kegiatan dipenduk dan diseminasi informasi yang berkaitan dengan administrasi kependudukan. Dengan demikian, keberadaan integrasi kanal pemerintah melalui medsos sebagai upaya diseminasi informasi kebijakan pemerintah merupakan hal yang penting untuk dilaksanakan dengan optimal baik oleh pemda (Dunan, 2020).

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

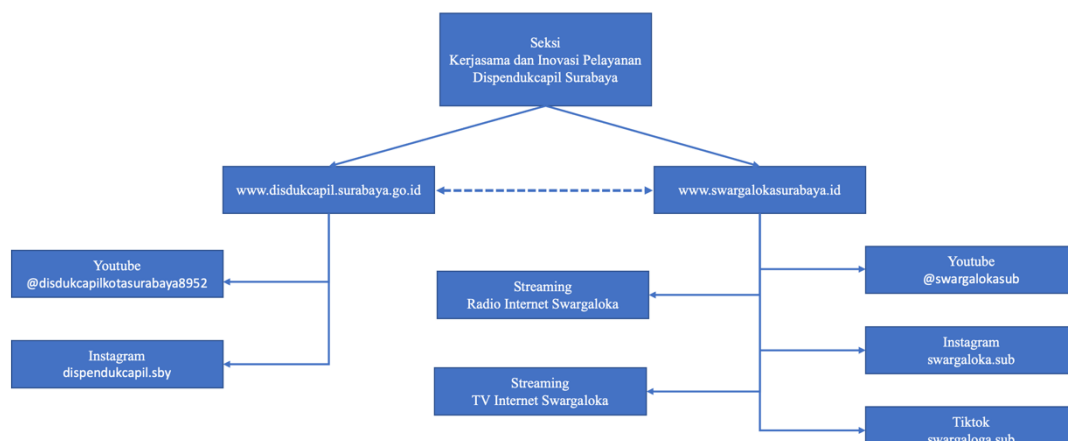
penggunaan berbagai saluran. Selain itu, fitur teknologi yang tertanam dalam media sering kali memfasilitasi interaktivitas antara komunikator, yang dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap kekayaan media yang dirasakan.

Selain menggunakan website Dispendukcapil juga menggunakan sosial media dalam melakukan diseminasi informasi. Media sosial yang dimanfaatkan oleh Dispendukcapil adalah *Instagram*, *Youtube*, maupun *Tiktok*. Dispendukcapil Surabaya juga menggunakan multi kanal dalam menggunakan sosial media. Terdapat kanal resmi dispendukcapil Surabaya pada *Youtube* dan *Instagram* sementara juga terdapat kanal *Youtube*, *Instagram* dan *Tiktok* milik Swargaloka. Dibandingkan dengan kanal resminya, dispendukcapi Surabaya tampaknya lebih mengoptimalkan kanal sosial media yang digunakan swargaloka.

Pada halaman youtube swargaloka lebih cair, memberikan memberikan akronim pada setiap acara yang dibawakan. Misalnya Limits yang berarti liputan 3 menit

Swargaloka, Kalimasada (Kawasan Lingkungan Masyarakat Sadar Administrasi Kependudukan), Jebol Anduk (Jemput Bola Administrasi Kependudukan), Lontong Balap (Aplikasi Layanan Online dan Terpadu melalui *One Gate System* bersama Dispendukcapil dan Pengadilan Negeri), rabi pindo (rangkuman berita seputar Indonesia), Dengan memberikan nama nama unik pada program tersebut diharapkan lebih cair dan menarik perhatian pengguna sosial media.

Aktivitas *youtube* dan *instagram* swargaloka Surabaya terlihat sangat aktif dan selalu *update*. Namun, untuk akun *youtube* resmi dispendukcapil Surabaya terlihat masih minim *update*. Kepala seksi Kerjasama dan Inovasi Pelayanan Dispendukcapil Surabaya Antonius Rachmat Witarto menjelaskan, kedua media informasi dispendukcapil Surabaya menjadi prioritas. Namun karena media swargaloka sifatnya lebih cair sehingga lebih banyak konten yang bisa diangkat. Implikasinya adalah, pengunjung dan pengikut media sosial swagaloka lebih



Gambar 1 Arus konten media informasi dispendukcapil Surabaya, antara akun resmi dispendukcapil Surabaya dengan akun swargaloka Surabaya.

banyak dibandingkan dengan akun resmi media sosial dispendukcapil Surabaya.

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

Dari gambar 1 dapat disampaikan bahwa Dspendukcapil 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 disdukcakil Surabaya dengan swargaloka adalah media yang terpisah. Keduanya sama sama memiliki media sosial yang berbeda, kanal atau akun juga berbeda. Media resmi disdukcakil.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 youtube, 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 disdukcakil.surabaya.go.id maupun swargalokasurabaya.id saling berkoordinasi untuk urusan konten.

Penggunaan kanal sosial media oleh Dspendukcapil 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 mengoptimisasi 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).

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 penelitian 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.

Studi lebih lanjut juga dibutuhkan untuk mengamati relevansi teori *Media Richness* terhadap instansi maupun perusahaan yang aktif menggunakan beberapa media informasi sekaligus, dan menganalisis dampaknya terhadap pengalaman pengguna dalam memperoleh kemudahan informasi dan memahami pesan yang tepat guna diantara alternatif media tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, O., & Wulansari, D. (2023). Implementasi Gerakan Indonesia Sadar Adminduk Melalui Program Inovasi Oleh DISDUKCAPIL Kota Surabaya. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3.
- Ardiyanti, H. (2020). Government Communication for Handling Covid-19 Pandemic. *Domestic Political Division Info Singkat, XII (A Brief Study of Actual and Strategic Issues)*, 25–29.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design (Third Edition)*. SAGE Publications, Inc.
- DePaula, N., & Dincelli, E. (2018, April 2). View of Information strategies and affective reactions: How citizens interact with government social media content. *First Monday*. <https://firstmonday.org/ojs/index.php/fm/article/view/8414/6695>
- Dunan, A. (2020). Government Communications in Digital Era: Public Relation and Democracy. *Journal Pekommas*, 5(1), 71. <https://doi.org/10.30818/jpkm.2020.2050108>
- Gerakan Indonesia Sadar Administrasi Kependudukan (GISA). (n.d.). Retrieved March 15, 2023, from https://dukcapil.kemendagri.go.id/berita/baca/15/gerakan_indonesia_sadar_administrasi_kependudukan_gisa
- Graham, M. W. (2014). Government communication in the digital age: Social media's effect on local government public relations. *Public Relations Inquiry*, 3(3), 361–376. <https://doi.org/10.1177/2046147X14545371>
- Ishii, Kumi., Lyons, Mary Madison., Carr, Sabrina A. (2019). Revisiting Media Richness Theory for Today and Future. *Hum Behav & Emerg Tech*. 2019;1:124–131. DOI: 10.1002/hbe2.138
- Khasawneh, R. T., & Abu-Shanab, E. A. (2013). E-Government and Social Media Sites: The Role and Impact. *World Journal of Computer Application and Technology*, 1(1), 10–17. <https://doi.org/10.13189/wjcat.2013.010103>
- Menkominfo Minta Humas Pemerintah Optimalkan Peran Media Sosial-Dinas Komunikasi dan Informatika Provinsi Jawa Timur. (2017). <https://kominfo.jatimprov.go.id/read/umum/menkominfo-minta-humas-pemerintah-optimalkan-peran-media-sosial>
- Minaeva, L. (2018). Government Communication in Digital Environment. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 273, 50–53.
- Pera Irawan, E. (2017). Pemanfaatan Website Pada Aktivitas Cyber PR dalam Mendukung e-Government di Pemerintah Kota Tangerang Selatan Website Utilization in Cyber PR

- Activities to Promote e-Government Service in South Tangerang Administration (Vol. 19, Issue 2). <http://www.tangerangselatankota.go.id>.
- Phillips, D., & Young, P. (2019). Online Public Relations. www.cipr.co.uk/books
- Rijal Fadli, M. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>
- Sanders, K., & José Canel, M. (2013). Government Communication Cases and challenges (K. Sanders & M. José Canel, Eds.; First Edition). Bloomsbury Academic.
- Setiadi, T. (2023). Manajemen Corporate Image melalui Media Sosial: Studi Literatur tentang Citra Perusahaan dan Perkembangan Teknologi Media. Representamen, 9(01), 18–30. <https://doi.org/10.30996/representamen.v9i01.8380>
- Shonhe, L. (2017). A Literature Review of Information Dissemination Techniques in the 21st Century Era A Literature Review of Information Dissemination Techniques in the 21 st Century Era.
- Siahaan, C., Tampubolon, J. A., & Sinambela, N. B. (2021). DISEMINASI INFORMASI MELALUI MEDIA ONLINE SEBAGAI TRANSFORMASI MEDIA KONVENSIONAL. Jurnal Signal, 10(2).
- Suyono. (2020). Peran Media Sosial dalam Transformasi Budaya Pandhalungan. In Jurnal Representamen (Vol. 6, Issue 02).