

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DISPENDUKCAPIL SURABAYA
DALAM MENGOPTIMALISASI KUALITAS PELAYANAN PUBLIK
MELALUI "SWARGALOKA"**



Disusun oleh :

Merlinda Dwi Kristiana

20410105

Ditulis Untuk Memenuhi Persyaratan dalam Mendapatkan

Gelar Sarjana Pendidikan di Jurusan Ilmu Komunikasi

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS SLAMET RIYADI

SURAKARTA

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

Disetujui untuk dipertahankan di hadapan panitia ujian skripsi program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Dosen Pembimbing Utama

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Sihabuddin', written in a cursive style.

(Sihabuddin, S.I.Kom, M.I.Kom)

NIDN. 0620059004

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah diuji dan disarankan oleh Panitia Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta. Skripsi ini juga telah diterima untuk memenuhi persyaratan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi.

Hari : Rabu

Tanggal : 19 Maret 2025

Panitia Penguji Skripsi

Ketua : Sihabuddin, S.I.Kom., M.I.Kom

Penguji 1 : Dewi Maria H, S.I.Kom., M.I.kom

Penguji 2 : Fikriana Mahar Rizqi, S.I.Kom., M.A.



Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Herning Suryo Sarjono, M.si

NIDN. 0602076601

HALAMAN PERNYATAAN

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini disusun tanpa mengambil bahan hasil penelitian baik untuk gelar Sarjana di Universitas Slamet Riyadi maupun hasil penelitian lain. Sejauh yang penulis ketahui, skripsi ini juga tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan di dalam rujukan. Saya menerima sanksi jika terbukti melakukan penjiplakan.

Surakarta,

Merinda Dwi Kristiana

20410105

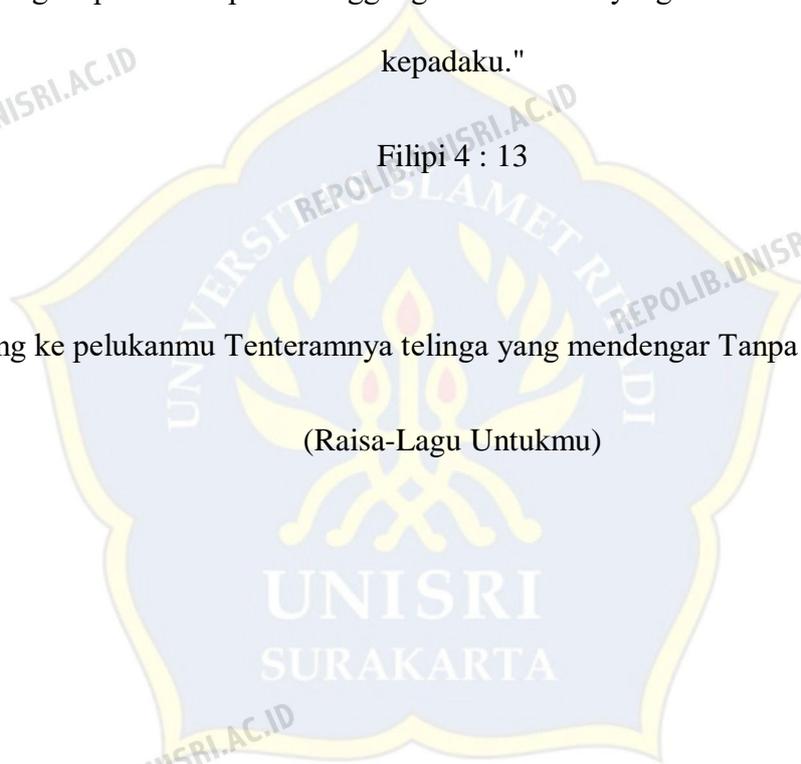
MOTTO

“Segala perkara dapat kutanggung di dalam Dia yang memberi kekuatan kepadaku.”

Filipi 4 : 13

“Pulang ke pelukanmu Tenteramnya telinga yang mendengar Tanpa menghakimi”

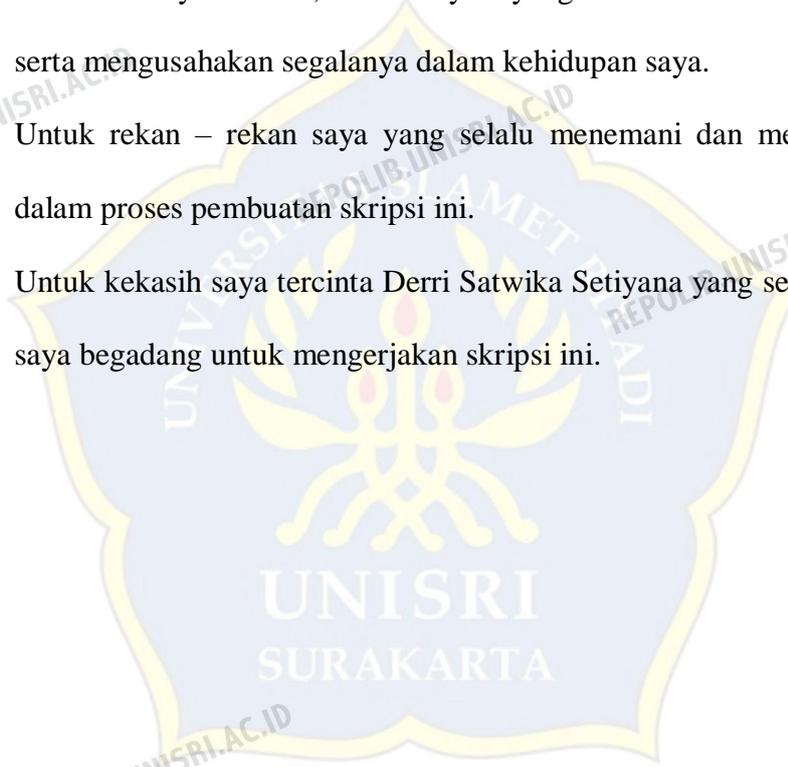
(Raisa-Lagu Untukmu)



HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Untuk ibu saya tercinta, Ibu Widayani yang selalu mendukung, mendoakan serta mengusahakan segalanya dalam kehidupan saya.
2. Untuk rekan – rekan saya yang selalu menemani dan mendukung saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
3. Untuk kekasih saya tercinta Derri Satwika Setiyana yang selalu menemani saya begadang untuk mengerjakan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada saya sehingga dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul “STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DISPENDUKCAPIL SURABAYA DALAM MENGOPTIMALKAN KUALITAS PELAYANAN PUBLIK MELALUI SWARGALOKA” Maka dari itu, saya sebagai penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang sudah berpartisipasi dalam penyusunan skripsi ini, yaitu :

1. Prof. Dr. Drs. Sutoyo, M.Pd selaku rektor Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
2. Dr. Suwardi, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
3. Drs. Buddy Riyanto, M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
4. Sihabuddin, S.I.Kom., M.I.Kom selaku dosen pembimbing utama yang telah membimbing saya dan memberikan saran-saran kepada saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya yang telah bersedia memberikan ijin kepada saya untuk melakukan penelitian.
6. Seluruh Tim media Informasi Swargaloka yang bersedia meluangkan waktu untuk memberikan informasi kepada saya.

7. Kepada ibu saya tercinta, Ibu Widayani yang selalu memberikan kasih sayang, semangat, waktu serta doa dukungan moril maupun materil yang tak terhingga.
8. Kepada rekan – rekan saya yang selalu menemani dan mendukung saya dalam proses pembuatan skripsi ini.
9. Kepada kekasih saya tercinta Derri Satwika Setiyana yang selalu menemani saya begadang untuk mengerjakan skripsi ini.
10. . Kepada diri saya sendiri, terima kasih karena selalu bertahan dan tidak memilih untuk menyerah walau seringkali merasa tertinggal atas segala pencapaian. Untuk diriku “Proud of me, apapun kurang dan lebihnya mari merayakan diri sendiri

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR	xi
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	7
D. Manfaat Penelitian.....	7
BAB II KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR	8
A. Kajian Pustaka.....	8
B. Penelitian Terdahulu	28
C. Kerangka Berpikir	29
BAB III METODE PENELITIAN.....	33
A. Jenis Penelitian	33
B. Objek/Lokasi Penelitian.....	33
C. Jenis Data Dan Sumber Data.....	33
D. Teknik Penentuan Informan	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Validitas Dan Reliabilitas Data	37
G. Teknik Analisis Data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	41
A. Sajian Data	41
C. Hasil Penelitian	48
D. Pembahasan.....	74
BAB V.....	79

PENUTUP79

A. Kesimpulan79

B. Saran80



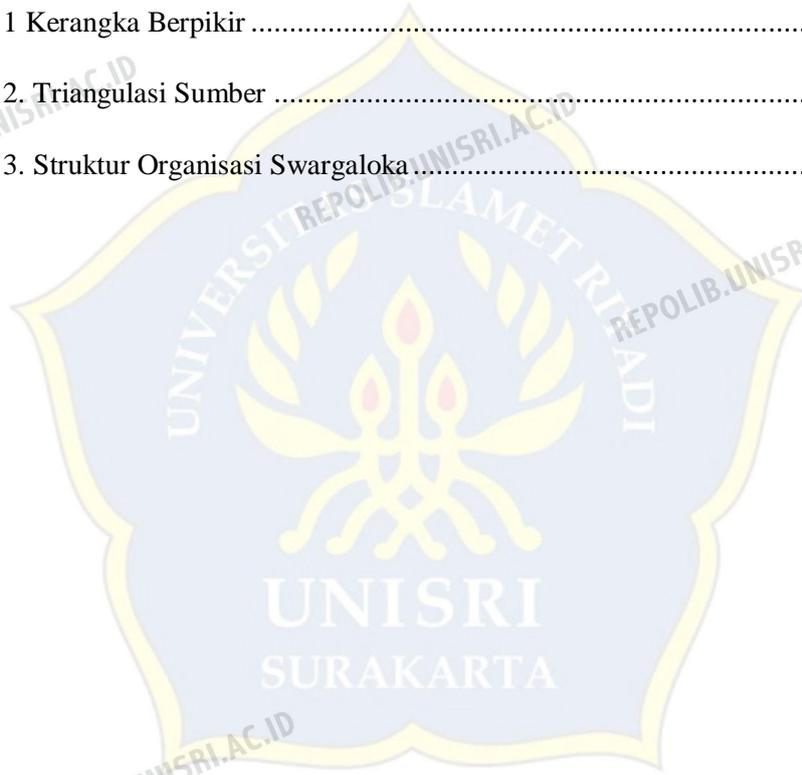
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Peta Lokasi	42
Gambar 2 Struktur Organisasi Dispendukcapil kota Surabaya.....	44



DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Berpikir	29
Bagan 2. Triangulasi Sumber	37
Bagan 3. Struktur Organisasi Swargaloka	47



ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis strategi komunikasi Humas Disedukcapil Surabaya dalam mengoptimalkan pelayanan publik melalui *Swargaloka*, platform digital yang mempermudah akses informasi kependudukan. Dengan metode kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan analisis dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Swargaloka* memanfaatkan media sosial seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp untuk menyebarkan informasi. Strategi interaktif seperti sesi tanya jawab dan koordinasi dengan perwakilan masyarakat meningkatkan efektivitas komunikasi. Meskipun program ini mempercepat layanan, tantangan seperti verifikasi informasi yang lama dan rendahnya literasi digital masih menjadi kendala.

Kesimpulannya, strategi komunikasi digital melalui *Swargaloka* berhasil meningkatkan akses dan kualitas pelayanan publik, namun perlu perbaikan dalam sosialisasi agar lebih inklusif.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Humas, Pelayanan Publik, Swargaloka

ABSTRACT

This study analyzes the communication strategy of Public Relations of Dispendukcakil Surabaya in optimizing public services through Swargaloka, a digital platform that facilitates access to population information. Using a descriptive qualitative method, data was collected through interviews, observation, and documentation analysis.

The results showed that Swargaloka utilizes social media such as Instagram, TikTok, YouTube, and WhatsApp to disseminate information. Interactive strategies such as question and answer sessions and coordination with community representatives increase the effectiveness of communication. Although the program accelerates services, challenges such as lengthy information verification and low digital literacy remain.

In conclusion, the digital communication strategy through Swargaloka has successfully improved access and quality of public services, but needs improvement in socialization to be more inclusive.

Keywords: Communication Strategy, Public Relations, Public Services, Swargaloka

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya adalah lembaga pemerintah yang bertugas menyelenggarakan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil. Menurut Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2013 tentang Administrasi Kependudukan, Dispendukcapil memiliki tanggung jawab dalam pengelolaan data identitas penduduk serta penerbitan dokumen resmi seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), akta kelahiran, akta kematian, dan dokumen kependudukan lainnya (Kemendagri, 2013). Dengan tujuan memastikan bahwa setiap individu memperoleh pengakuan hukum yang sah, Dispendukcapil berkomitmen untuk memberikan layanan berkualitas, efisien, dan berbasis pada prinsip keadilan serta pelayanan publik yang baik. Keberadaan Dispendukcapil sangat penting karena dokumentasi yang akurat dan terpercaya menjadi landasan bagi aktivitas sosial, ekonomi, dan politik masyarakat (Setyowati, 2020).

Namun, dalam praktiknya, Dispendukcapil Surabaya menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat efektivitas pelayanan publik. Salah satu masalah yang paling mendasar adalah rendahnya tingkat pemahaman masyarakat terkait prosedur dan persyaratan yang diperlukan untuk pengajuan dokumen kependudukan. Banyak warga yang merasa kesulitan mengakses informasi yang relevan tentang langkah-langkah yang harus diambil, sehingga mereka sering kali terjebak dalam proses administrasi yang rumit dan membingungkan. Hal ini mengakibatkan mereka harus menghabiskan waktu yang lama dalam antrian di kantor Dispendukcapil tanpa

kepastian dalam penyelesaian permohonan. Selain itu, kurangnya transparansi mengenai status pengajuan dokumen juga menjadi masalah yang sering dikeluhkan oleh masyarakat. Ketidakpastian ini bukan hanya menciptakan rasa frustrasi, tetapi juga mengurangi kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh lembaga tersebut.

Sebagai respons terhadap tantangan yang dihadapi, Dinkes Surabaya meluncurkan program inovatif yang dikenal sebagai "Swargaloka." Program ini dirancang untuk menyederhanakan dan mempercepat proses pelayanan kependudukan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Melalui Swargaloka, masyarakat diberikan akses yang lebih mudah untuk informasi layanan administrasi kependudukan melalui satu platform digital. Hasilnya, masyarakat dapat mengakses dokumen dan prosedur yang diperlukan tanpa harus mengunjungi kantor secara langsung. Dengan adanya inisiatif ini, diharapkan masyarakat dapat lebih memahami langkah-langkah administrasi yang harus diambil, sehingga mempercepat proses pengajuan dan mengurangi antrian di kantor Dinkes Surabaya.

Dalam menjalankan misinya, peran Humas di Dinkes Surabaya sangat penting, karena mereka berfungsi sebagai mediator antara pemerintah dan masyarakat. Humas bertanggung jawab untuk menyampaikan informasi yang jelas, akurat, dan tepat waktu mengenai layanan yang ditawarkan oleh Dinkes Surabaya kepada masyarakat. Selain itu, Humas juga berperan dalam menerima pertanyaan, keluhan, dan masukan dari masyarakat. Dengan demikian, Humas tidak hanya berfungsi sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai penghubung yang mampu mendorong interaksi positif antara pemerintah dan publik. Dalam konteks

ini, upaya Humas untuk membangun komunikasi yang transparan dan terbuka sangat penting dalam menciptakan kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang disediakan.

Swargaloka, sebagai bagian dari fungsi Humas Disedukcapil, memiliki peran yang lebih luas dalam menjadikan pelayanan publik lebih inklusif. Selain menyediakan informasi yang dibutuhkan masyarakat, Swargaloka juga bertujuan untuk melibatkan warga dalam proses administrasi kependudukan. Melalui program ini, masyarakat tidak hanya menjadi penerima layanan, tetapi juga sebagai aktor yang dapat memberikan umpan balik dan berpartisipasi dalam pengembangan kebijakan yang berdampak langsung pada mereka. Dengan cara ini, Swargaloka berkontribusi dalam menciptakan rasa memiliki di kalangan masyarakat terhadap layanan publik serta mendorong mereka untuk lebih aktif dalam proses administrasi kependudukan.

Program Swargaloka sebagai media informasi telah membawa dampak positif yang signifikan bagi masyarakat Surabaya, terbukti dari peningkatan kesadaran warga terhadap layanan yang disediakan oleh Disedukcapil. Sejak diluncurkan, Swargaloka berhasil meningkatkan penggunaan layanan pengajuan dokumen secara online, di mana jumlah pengajuan KTP, akta kelahiran, dan dokumen penting lainnya meningkat hingga 60% dalam tahun pertama. Hasil survei kepuasan masyarakat juga menunjukkan bahwa tingkat kepuasan terhadap pelayanan meningkat dari 70% menjadi 90%, menandakan bahwa warga merasa lebih terbantu melalui akses informasi yang lebih jelas dan transparan. Selain itu, proses pengajuan dokumen yang sebelumnya memakan waktu rata-rata 10 hari

kerja kini dapat diselesaikan dalam waktu 3-5 hari kerja, menjadikan layanan ini lebih efisien. Testimoni positif dari masyarakat juga memperkuat fakta bahwa Swargaloka berhasil memberikan kemudahan akses layanan yang sangat dibutuhkan. Berita yang dimuat dalam media lokal semakin menegaskan bahwa Swargaloka tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kolaborasi antara Dispendukcapil dan masyarakat dalam sosialisasi program ini.

Untuk mencapai tujuan komunikasi humas Dispendukcapil Surabaya yang efektif, Swargaloka menerapkan berbagai strategi komunikasi seperti pemanfaatan media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, sebagai media informasi untuk menyebarkan layanan administrasi kependudukan dan edukasi masyarakat. Melalui Swargaloka, informasi terkini dapat diakses lebih mudah, dan acara sosialisasi di berbagai komunitas digelar untuk memberikan penjelasan langsung kepada warga. Tidak semua strategi komunikasi yang diterapkan tercapai dengan sukses, seperti Penelitian tentang "Faktor Penghambat Peran Humas dalam Membangun Hubungan Kerja Harmonis di IAIN Parepare" dilakukan oleh Mustika, Hilda. (2020).

Penelitian ini mengidentifikasi berbagai faktor yang menghambat peran Humas dalam menciptakan hubungan kerja yang harmonis di lingkungan IAIN Parepare. Salah satu faktor utama adalah kurangnya koordinasi internal antar bagian dalam institusi. Tanpa komunikasi yang efektif dan sinergi antar departemen, informasi penting sering kali tidak tersampaikan dengan baik, sehingga tugas dan tanggung jawab menjadi tidak jelas. Kondisi ini dapat menyebabkan

kesalahpahaman dan konflik yang merugikan, baik bagi karyawan maupun bagi reputasi institusi (Effendy, 2019). Selain itu, keterbatasan sumber daya manusia yang terlatih juga menjadi kendala utama. Tanpa pelatihan yang memadai, staf Humas mungkin tidak memiliki keterampilan yang diperlukan untuk menjalankan tugas mereka secara optimal, yang berdampak langsung pada kualitas interaksi serta hubungan yang dibangun dengan publik dan lingkungan internal (Ruslan, 2020).

Selain itu, keterbatasan akses terhadap teknologi yang memadai juga menjadi hambatan yang signifikan. Di era digital saat ini, teknologi komunikasi berperan penting dalam membangun dan mempertahankan hubungan yang baik. Jika Humas tidak dilengkapi dengan perangkat dan teknologi terbaru, mereka akan mengalami kesulitan dalam menyebarkan informasi secara cepat dan efisien. Kondisi ini dapat menghambat upaya membangun citra positif serta meningkatkan keterlibatan komunitas dengan kampus (Nasution, 2021). Oleh karena itu, penting bagi IAIN Parepare untuk mengatasi ketiga faktor tersebut dengan meningkatkan koordinasi internal, menyelenggarakan pelatihan sumber daya manusia secara berkala, dan menyediakan akses yang lebih baik terhadap teknologi informasi. Dengan langkah-langkah tersebut, peran Humas dapat lebih efektif dalam menciptakan hubungan kerja yang harmonis, yang pada akhirnya akan mendukung pencapaian tujuan institusi secara keseluruhan (Effendy, 2019; Ruslan, 2020; Nasution, 2021).

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang telah diuraikan, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Strategi Komunikasi Humas Disediakan Surabaya dalam Mengoptimalkan Kualitas Pelayanan Publik

melalui ‘Swargaloka’.” Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam mengenai bagaimana implementasi program “Swargaloka” sebagai salah satu inovasi dalam pelayanan publik berperan penting dalam membangun komunikasi yang transparan dan efektif antara Dispendum dengan masyarakat. Melalui pendekatan yang sistematis, penulis ingin meneliti pengaruh strategi komunikasi Humas terhadap peningkatan kualitas pelayanan Dispendum, serta mendalami tanggapan masyarakat terhadap layanan yang diberikan. Hal ini akan membantu mendapatkan perspektif yang lebih holistik mengenai kualitas pelayanan publik saat ini, dan memberikan solusi terhadap kendala yang ada.

Lebih jauh, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang berharga bagi pihak Humas Dispendum Surabaya dalam merancang strategi komunikasi yang lebih baik. Strategi ini tidak hanya perlu fokus pada efektivitas dalam menjalin hubungan dengan publik, tetapi juga harus memperhatikan aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Dengan adanya kajian ini, penulis berharap dapat memberikan kontribusi pada pengembangan administrasi kependudukan di Surabaya agar lebih efektif, efisien, dan responsif. Oleh karena itu, hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya menjadi referensi akademis, tetapi juga menjadi pedoman praktis bagi pengambilan keputusan dalam pengelolaan layanan publik di masa depan.

B. Rumusan Masalah

Melalui uraian penelitian ini, peneliti membahas “ Bagaimana strategi komunikasi Humas Dispendum Surabaya dalam mengoptimalkan kualitas pelayanan publik melalui Swargaloka ? ”

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendiskripsikan bagaimana strategi komunikasi Humas Disedukcapil Surabaya dalam mengoptimalkan kualitas pelayanan publik melalui Swargaloka.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Menambah wawasan dalam strategi komunikasi humas khususnya dalam komunikasi pelayanan publik.
- b. Menjadi referensi bagi penelitian di bidang komunikasi publik.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti: Menambah wawasan dan pengalaman dalam menganalisis strategi komunikasi humas di pelayanan publik.
- b. Bagi Disedukcapil Surabaya: Sebagai evaluasi dan masukan untuk meningkatkan efektivitas strategi komunikasi dalam layanan Swargaloka.
- c. Bagi Masyarakat: Meningkatkan pemahaman dan akses terhadap layanan kependudukan yang lebih optimal.

BAB II

KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR

A. Kajian Pustaka

1. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi merupakan perencanaan yang terstruktur untuk mencapai tujuan tertentu. Dalam konteks manajemen, strategi berfungsi sebagai panduan dalam pengambilan keputusan dan mengarahkan tindakan organisasi. Menurut David (2011) dalam Argenti, P. A. (2017), strategi adalah sarana yang digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan jangka panjangnya dengan mempertimbangkan lingkungan internal dan eksternal. Strategi tidak hanya mencakup langkah-langkah yang akan diambil, tetapi juga menyediakan kerangka kerja untuk mengelola sumber daya yang ada, menghadapi tantangan di lingkungan eksternal, dan memanfaatkan peluang yang muncul (Pearce & Robinson, 2013). Dengan memiliki strategi yang jelas, suatu organisasi dapat menentukan arah yang tepat dan mengalokasikan sumber daya secara efisien untuk mencapai hasil yang diinginkan (Kotler & Keller, 2016).

Komunikasi adalah proses di mana informasi, ide, dan pesan disampaikan di antara individu atau kelompok. Menurut Denis McQuail

(2010), komunikasi adalah proses berbagi makna melalui pertukaran pesan yang bisa dilakukan secara verbal maupun non-verbal. Dalam konteks ini, komunikasi bukan sekadar aktivitas satu arah, tetapi melibatkan interaksi yang berkelanjutan antara pengirim dan penerima pesan. Proses berbagi makna ini menjadi inti dari komunikasi, di mana tujuan utama adalah untuk memastikan bahwa penerima memahami dan merasakan hal yang sama dengan pengirim. Penggunaan kata-kata dalam komunikasi verbal memberikan informasi yang langsung, sementara komunikasi non-verbal, yang meliputi ekspresi wajah dan bahasa tubuh, memberikan nuansa dan makna tambahan yang memperkaya pesan yang disampaikan.

Umpan balik dari penerima memberikan informasi kepada pengirim terkait seberapa baik pesan tersebut dipahami, yang dapat memengaruhi komunikasi selanjutnya (DeVito, 2016). Proses ini menunjukkan bahwa komunikasi bukan hanya sekadar penyampaian informasi, tetapi juga interaksi yang melibatkan pemahaman dan membangun hubungan antara pihak-pihak yang terlibat (Littlejohn & Foss, 2009). Oleh karena itu, efektivitas komunikasi sangat bergantung pada kejelasan pesan, pilihan saluran komunikasi, serta faktor sosial dan psikologis yang memengaruhi baik pengirim maupun penerima.

Strategi komunikasi adalah rencana yang terstruktur untuk menyampaikan pesan dengan tujuan tertentu kepada audiens yang dituju.

Menurut Cutlip, Center, dan Broom (2013), strategi komunikasi mencakup perencanaan dan pelaksanaan pesan guna mencapai efektivitas dalam penyampaian informasi serta membangun hubungan yang baik dengan audiens. Dalam merancang strategi komunikasi, penting untuk mempertimbangkan audiens, konteks, pesan, serta saluran komunikasi yang digunakan agar pesan dapat diterima dan dipahami dengan baik (Wilcox et al., 2015).

Dengan kata lain, strategi komunikasi harus memadukan elemen-elemen komunikasi dan tujuan yang ingin dicapai sehingga pesan bisa disampaikan secara efektif (Argenti, 2017). Menurut Grunig dan Hunt (1984), strategi komunikasi tidak hanya berfokus pada isi pesan, tetapi juga mempertimbangkan bagaimana, kapan, dan melalui siapa pesan tersebut akan disampaikan agar dapat mencapai dampak yang diinginkan. Pemilihan saluran komunikasi yang tepat, baik itu media massa, digital, maupun komunikasi interpersonal, juga menjadi faktor kunci dalam keberhasilan strategi komunikasi (Smith, 2020). Dengan strategi komunikasi yang efektif, suatu organisasi dapat mengoptimalkan interaksi dengan audiens serta memastikan pesan yang disampaikan mampu memengaruhi pemahaman dan respons mereka.

Strategi komunikasi menurut Harold D. Lasswell menekankan pentingnya memahami elemen-elemen dalam proses komunikasi untuk mencapai pengaruh yang efektif terhadap audiens. Lasswell merumuskan

strategi komunikasi sebagai sebuah upaya yang bertujuan untuk memengaruhi dan membentuk persepsi publik melalui media tertentu (Lasswell, 1948). Ia mengembangkan model komunikasi yang terkenal dengan lima pertanyaan kunci: *Who* (Siapa yang berbicara?), *Says what* (Apa yang dikatakan?), *In which channel* (Melalui saluran apa?), *To whom* (Kepada siapa?), dan *With what effect* (Dengan efek apa?) (Lasswell, 1948; McQuail, 2010).

Pendekatan ini menekankan bahwa suatu pesan harus dirancang dengan mempertimbangkan siapa pengirimnya, apa isi pesannya, saluran mana yang digunakan untuk menyampaikan pesan tersebut, kepada siapa pesan itu ditujukan, serta efek yang diharapkan dari komunikasi itu sendiri (Severin & Tankard, 2014). Dengan demikian, strategi komunikasi menurut Lasswell tidak sekadar mengedepankan penyampaian informasi, tetapi juga mencakup pengaruh yang ingin dibangun dalam benak masyarakat. Pemahaman terhadap audiens serta pemilihan saluran komunikasi yang tepat menjadi faktor kunci dalam menentukan keberhasilan suatu strategi komunikasi (Littlejohn & Foss, 2009).

Sementara itu, menurut Cutlip, Center, dan Broom dalam buku mereka *Effective Public Relations* (2013), strategi komunikasi adalah serangkaian langkah terencana yang digunakan untuk menciptakan hubungan yang konstruktif antara organisasi dan publiknya. Mereka

menekankan bahwa komunikasi harus disusun dengan baik untuk memenuhi kebutuhan publik sekaligus mencapai tujuan organisasi. Cutlip et al. (2013) menjelaskan bahwa strategi komunikasi mencakup berbagai aspek, seperti analisis situasi, identifikasi audiens, penyusunan pesan yang sesuai, pemilihan saluran komunikasi yang efektif, serta evaluasi hasil komunikasi untuk memastikan bahwa tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai.

Dalam pandangan mereka, strategi komunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dapat diterima, dipahami, dan direspon oleh publik dengan cara yang diharapkan (Wilcox et al., 2015). Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang konteks sosial, budaya, dan psikologis audiens menjadi kunci dalam mengimplementasikan strategi komunikasi yang fungsional dan berdampak, baik untuk individu maupun organisasi (Grunig & Hunt, 1984). Dengan pendekatan yang sistematis dan berbasis analisis, organisasi dapat membangun komunikasi yang lebih efektif dan berkelanjutan dengan berbagai pemangku kepentingan (Smith, 2020).

b. Peran Strategi Komunikasi

Menurut Harold D. Lasswell, strategi komunikasi berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memengaruhi dan membentuk persepsi publik. Lasswell (1948) menyatakan bahwa komunikasi bukan hanya sekadar penyampaian pesan tetapi juga merupakan proses yang memiliki

kekuatan untuk membangun pandangan masyarakat terhadap isu-isu tertentu. Ia mengembangkan model komunikasi yang dikenal dengan analisis *Who says what, in which channel, to whom, with what effect* (Lasswell, 1948; McQuail, 2010). Model ini menekankan bahwa komunikasi yang efektif harus mempertimbangkan siapa pengirimnya, apa isi pesannya, saluran komunikasi yang digunakan, audiens yang dituju, dan dampak yang diharapkan. Dalam konteks ini, strategi komunikasi memainkan peran penting dalam berbagai aspek, di antaranya:

1. Mempengaruhi Pendapat Publik

Salah satu peran utama dari strategi komunikasi menurut Lasswell adalah untuk memengaruhi cara orang berpikir mengenai isu tertentu. Dengan menggunakan pesan yang jelas dan saluran media yang tepat, pengirim dapat mengubah atau memperkuat pendapat audiens, sehingga menciptakan kesadaran akan isu yang diangkat (Severin & Tankard, 2014). Komunikasi yang terstruktur dengan baik dapat membentuk opini publik, baik melalui propaganda, iklan, maupun kampanye informasi (Littlejohn & Foss, 2009).

2. Penggunaan Media yang Tepat

Lasswell menekankan pentingnya pemilihan saluran komunikasi yang sesuai untuk menyampaikan pesan. Dengan memahami audiens dan konteks media, strategi komunikasi dapat dirancang untuk mencapai dampak maksimal (McQuail, 2010). Dalam kajian media dan komunikasi politik, pemilihan media yang tepat sangat berpengaruh terhadap efektivitas penyebaran pesan, terutama dalam era digital saat ini di mana berbagai platform komunikasi memiliki karakteristik yang berbeda (Dominick, 2012).

3. Menciptakan Hasil yang Diharapkan:

Dalam pandangan Lasswell, setiap komunikasi harus memiliki tujuan yang ingin dicapai. Dengan menyusun pesan yang berfokus pada hasil yang diharapkan, strategi komunikasi dapat mengarahkan audiens untuk mengambil tindakan yang diinginkan, entah itu dalam bentuk perubahan sikap, perilaku, atau dukungan terhadap suatu isu (Berlo, 1960). Keberhasilan suatu strategi komunikasi bergantung pada sejauh mana pesan yang disampaikan dapat memotivasi audiens untuk merespons sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan (Grunig & Hunt, 1984).

Sementara itu, menurut Cutlip, strategi komunikasi memiliki peran krusial dalam menciptakan hubungan yang konstruktif antara organisasi dan publik. Dalam perspektif Cutlip, strategi komunikasi berfungsi untuk menanggapi kebutuhan publik serta membangun reputasi yang positif bagi organisasi (Cutlip, Center, & Broom, 2013). Mereka menjelaskan

bahwa strategi komunikasi yang efektif harus dirancang secara sistematis agar dapat mencapai tujuan organisasi sekaligus memenuhi harapan publik. Dalam hal ini, strategi komunikasi berperan dalam beberapa aspek utama, di antaranya:

1. Mengelola Hubungan dengan Publik

Cutlip berpendapat bahwa strategi komunikasi sangat penting dalam mengelola interaksi antara organisasi dan pemangku kepentingan. Melalui komunikasi yang terbuka dan transparan, organisasi dapat menjelaskan tujuan dan nilai-nilai mereka, serta mendapatkan kepercayaan dari publik yang mereka layani (Cutlip, Center, & Broom, 2013). Hubungan yang baik antara organisasi dan publik dapat meningkatkan keterlibatan serta dukungan terhadap program atau kebijakan yang dijalankan (Grunig & Hunt, 1984).

2. Menanggapi Kebutuhan Publik

Salah satu peran sentral dari strategi komunikasi adalah memahami dan menanggapi kebutuhan serta harapan publik. Dengan mendengarkan dan menganalisis respons dari audiens, organisasi dapat menyesuaikan pesan dan pendekatan komunikasi mereka agar lebih relevan serta memenuhi ekspektasi masyarakat (Wilcox et al., 2015). Strategi komunikasi yang responsif dapat meningkatkan partisipasi publik dan memperkuat hubungan antara organisasi dan audiensnya (Smith, 2020).

3. Pembangunan Citra dan Reputasi

Cutlip juga menyatakan bahwa strategi komunikasi berperan dalam membangun dan mempertahankan citra positif organisasi. Dengan menyampaikan informasi yang konsisten dan tepat waktu, organisasi dapat menciptakan persepsi baik di mata publik, yang pada akhirnya berkontribusi pada loyalitas dan kepercayaan masyarakat terhadap merek atau institusi tersebut (Cutlip, Center, & Broom, 2013). Menurut Fombrun dan Van Riel (2004), citra dan reputasi organisasi sangat bergantung pada bagaimana organisasi berkomunikasi dengan publik serta bagaimana mereka menangani krisis atau isu yang muncul di lingkungan mereka.

c. Jenis – Jenis Strategi Komunikasi

Menurut Harold D. Lasswell, strategi komunikasi dapat dikategorikan berdasarkan model komunikasi yang ia kembangkan, yaitu "*Who says what in which channel to whom with what effect?*" (Siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa) (Lasswell, 1948). Model ini menekankan bahwa komunikasi tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga harus mempertimbangkan berbagai elemen yang berkontribusi terhadap keberhasilan komunikasi. Berdasarkan model ini, strategi komunikasi dapat dibagi menjadi beberapa jenis:

1. Strategi Komunikator (*Who*)

Strategi ini berfokus pada siapa yang menjadi sumber pesan dalam komunikasi. Kredibilitas dan karakter komunikator sangat mempengaruhi efektivitas penyampaian pesan (McQuail, 2010). Seorang komunikator yang memiliki kepercayaan dan otoritas di mata audiens akan lebih mudah meyakinkan dan memengaruhi penerima pesan (Severin & Tankard, 2014). Menurut Aristoteles dalam retorika klasiknya, ethos atau kredibilitas komunikator menjadi faktor penting dalam membangun kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan (Griffin, 2012)..

2. Strategi Pesan (*Says What*)

Strategi ini berkaitan dengan perancangan isi pesan agar sesuai dengan tujuan komunikasi. Pesan dapat disampaikan dengan pendekatan rasional, yaitu berbasis fakta dan data, atau pendekatan emosional yang lebih menekankan pada perasaan dan pengalaman audiens (Berlo, 1960). Menurut Petty & Cacioppo (1986) dalam *Elaboration Likelihood Model*, audiens dapat dipengaruhi melalui jalur persuasi yang berbeda, baik jalur sentral (berbasis logika dan bukti) maupun jalur perifer (berbasis emosi dan daya tarik sumber pesan). Oleh karena itu, strategi komunikasi harus disusun berdasarkan bagaimana audiens memproses informasi yang diterima (Littlejohn & Foss, 2009).

3. Strategi Saluran (*In Which Channel*)

Pemilihan saluran komunikasi yang tepat menjadi faktor penting dalam efektivitas penyampaian pesan. Media yang digunakan dapat berupa media massa seperti TV, radio, dan koran, serta media digital seperti media sosial dan website (McQuail, 2010). Selain itu, komunikasi tatap muka juga dapat digunakan untuk meningkatkan interaksi langsung dengan audiens (Dominick, 2012). Menurut Shannon & Weaver (1949), efektivitas komunikasi sangat bergantung pada sejauh mana saluran yang dipilih dapat mengurangi gangguan (*noise*) dan memastikan pesan diterima dengan jelas oleh audiens.

4. Strategi Audiens (*To Whom*)

Strategi ini menitikberatkan pada pemahaman terhadap karakteristik audiens sebagai sasaran komunikasi. Segmentasi audiens berdasarkan faktor demografi, psikografi, dan kebutuhannya akan menentukan cara penyampaian pesan yang efektif (Wilcox et al., 2015). Lasswell menekankan bahwa setiap audiens memiliki karakteristik yang berbeda, sehingga pendekatan komunikasi harus disesuaikan agar pesan dapat diterima dengan optimal (Lasswell, 1948). Pendekatan yang digunakan untuk audiens yang kurang paham teknologi tentu berbeda dengan mereka yang aktif di media digital (Smith, 2020).

5. Strategi Efek (*With What Effect*)

Strategi ini bertujuan untuk menentukan dampak atau efek yang diharapkan dari komunikasi yang dilakukan. Tujuan komunikasi bisa berupa memberikan informasi, mengubah sikap, atau mempengaruhi tindakan audiens. Menurut Severin & Tankard (2014), komunikasi massa memiliki kemampuan untuk memengaruhi opini dan perilaku masyarakat dalam berbagai cara, baik melalui kampanye informasi, iklan, atau komunikasi politik. Keberhasilan strategi komunikasi dapat diukur dari efektivitasnya dalam mencapai tujuan tersebut. McQuail (2010) mengemukakan bahwa pengukuran keberhasilan komunikasi dapat dilakukan dengan mengevaluasi sejauh mana pesan yang disampaikan dapat merubah sikap atau perilaku audiens sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Selain itu, Grunig & Hunt (1984) juga menekankan bahwa komunikasi yang efektif akan menghasilkan dampak yang terukur dalam bentuk perubahan sikap, tindakan, atau penguatan posisi audiens terhadap suatu isu atau organisasi.

2. Hubungan Masyarakat

a. Pengertian Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat, atau sering disingkat humas, adalah praktik komunikasi yang strategis yang digunakan oleh individu, organisasi, atau institusi untuk membangun dan memelihara hubungan baik dengan

publik dan pemangku kepentingan. Secara garis besar, tujuan dari hubungan masyarakat adalah untuk menciptakan pemahaman yang mendalam, membangun kepercayaan, serta memperkuat citra positif suatu organisasi di mata publik (Grunig & Hunt, 1984). Dalam konteks ini, hubungan masyarakat tidak hanya melibatkan penyampaian informasi mengenai organisasi atau produk, tetapi juga mencakup interaksi yang lebih luas dengan berbagai audiens, termasuk pelanggan, karyawan, investor, media, dan masyarakat umum (Cutlip & Center, 2013). Hubungan masyarakat mencakup beragam elemen, seperti komunikasi dua arah, riset opini publik, pengelolaan krisis, serta pembuatan konten yang menarik dan informatif (Wilcox et al., 2015).

Salah satu aspek penting dari hubungan masyarakat adalah pengelolaan citra dan reputasi. Sebuah reputasi organisasi tidak hanya dibentuk oleh kinerja dan produk yang ditawarkan, tetapi juga dari cara organisasi berkomunikasi dan berinteraksi dengan publik. Menurut Grunig & Hunt (1984), citra positif yang dibangun melalui hubungan yang konstruktif dan saling percaya sangat penting dalam menciptakan hubungan jangka panjang antara organisasi dan publik. Oleh karena itu, para profesional humas berusaha tidak hanya untuk menyampaikan berita atau informasi, tetapi juga untuk mendengarkan dan merespons masukan serta kekhawatiran publik dengan bijak dan efektif.

Di era digital saat ini, hubungan masyarakat juga mencakup penggunaan media sosial dan platform digital lainnya untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan membangun interaksi yang lebih dinamis (Kotler & Keller, 2016). Melalui konten yang relevan dan menarik di media sosial, organisasi dapat memperkuat hubungan dengan audiens serta meningkatkan kesadaran mengenai merek dan nilai-nilai yang dimiliki (Smith, 2020).

Dengan pengembangan praktik hubungan masyarakat yang baik, sebuah organisasi dapat meningkatkan kredibilitas, memperkuat loyalitas pelanggan, serta meraih dukungan dari publik. Oleh karena itu, hubungan masyarakat menjadi salah satu komponen kunci dalam strategi komunikasi yang efektif bagi setiap organisasi atau institusi yang ingin berhasil dalam lingkungan kompetitif saat ini (Wilcox et al., 2015).

Menurut Scott M. Cutlip dalam bukunya yang terkenal *Effective Public Relations*, hubungan masyarakat (humas) dapat didefinisikan sebagai fungsi manajemen yang selalu berusaha untuk membangun komunikasi yang efektif antara organisasi dan publik yang beragam (Cutlip & Center, 2013). Cutlip menekankan bahwa humas bukan hanya bertujuan untuk mendapatkan perhatian publik, tetapi juga untuk membina hubungan yang saling menguntungkan antara keduanya. Dalam praktiknya, humas berperan penting dalam menciptakan saling pengertian dan kepercayaan melalui strategi komunikasi yang terencana

dengan baik. Ini mencakup kegiatan seperti penyampaian informasi yang akurat, respons terhadap umpan balik dari publik, serta pengelolaan isu dan krisis yang mungkin muncul (Cutlip & Center, 2013).

Dengan pendekatan yang proaktif, humas membantu organisasi memahami kebutuhan dan harapan publik, serta menyesuaikan pesan mereka untuk mencapai relevansi yang lebih besar. Cutlip menyoroti pentingnya hubungan masyarakat sebagai alat strategis yang esensial, tidak hanya untuk menjangkau audiens yang lebih luas tetapi juga untuk membangun dan memelihara citra positif organisasi di masyarakat. Integrasi komunikasi, interaksi yang bermakna, dan pendekatan yang berbasis pada kepercayaan adalah fondasi dalam menjalankan fungsi humas menjadi lebih efektif (Cutlip & Center, 2013).

3. Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat

Menurut Cutlip dan Center dalam Ruslan (2010: 148-149), terdapat empat tahapan utama dalam proses strategi komunikasi hubungan masyarakat yaitu:

a. *Fact-Finding* (Pencarian Fakta atau Penelitian)

Tahap awal ini melibatkan pengumpulan data dan informasi yang relevan terkait organisasi, audiens, serta permasalahan atau peluang yang ada. Penelitian ini dapat dilakukan melalui metode kualitatif maupun kuantitatif untuk memahami situasi komunikasi dengan lebih baik.

b. *Planning* (Perencanaan Program dan Strategi)

Setelah data dikumpulkan, tahap selanjutnya adalah menyusun rencana strategi komunikasi. Perencanaan ini mencakup penetapan tujuan, penentuan sasaran audiens, pemilihan pesan, serta pemilihan media dan teknik komunikasi yang sesuai.

c. *Communication* (Implementasi dan Komunikasi Program)

Pada tahap ini, strategi yang telah dirancang mulai dijalankan. Komunikasi dengan publik dilakukan melalui berbagai saluran yang telah dipilih, seperti media massa, media sosial, event, atau komunikasi langsung.

d. *Evaluation* (Evaluasi dan Umpan Balik)

Evaluasi bertujuan untuk menilai efektivitas program Humas yang telah dilakukan. Umpan balik dari publik dianalisis untuk mengetahui sejauh mana tujuan komunikasi telah tercapai dan apakah ada aspek yang perlu diperbaiki dalam strategi komunikasi selanjutnya.

4. Pelayanan Publik

Pelayanan publik adalah segala bentuk kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah atau lembaga publik untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta memberikan manfaat langsung kepada publik. Secara garis besar, pelayanan publik mencakup berbagai layanan yang disediakan dalam beragam sektor, seperti kesehatan, pendidikan, transportasi, keamanan, dan administrasi (Hughes, 2012).

Tujuan utama dari pelayanan publik adalah untuk memastikan bahwa semua warga negara mendapatkan akses yang adil dan merata terhadap sumber daya dan layanan yang tersedia, serta untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat (Denhardt & Denhardt, 2015). Dalam konteks pemerintah, pelayanan publik diharapkan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan masyarakat dalam berbagai aspek kehidupan. Pelayanan ini meliputi penyediaan fasilitas umum, seperti rumah sakit, sekolah, dan infrastruktur jalan, yang semuanya berkontribusi pada kesejahteraan sosial dan ekonomi warga (Osborne & Gaebler, 1992). Selain itu, pelayanan publik juga mencerminkan komitmen dan tanggung jawab pemerintah untuk melayani rakyat serta memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah (Behn, 2001).

Efektivitas pelayanan publik sangat bergantung pada kualitas dan kuantitas sumber daya yang tersedia, termasuk tenaga kerja, sarana operasional, serta anggaran. Dalam memberikan pelayanan yang baik, pemerintah dan lembaga publik harus secara rutin melakukan evaluasi untuk memahami ekspektasi masyarakat serta mengevaluasi kinerja layanan yang telah diberikan (Grindle, 1997). Dengan melakukan penyesuaian berdasarkan umpan balik dari pengguna layanan, diharapkan pelayanan publik dapat terus ditingkatkan dan disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat yang selalu berubah (Fukuyama, 2013).

Pelayanan publik juga harus berorientasi pada prinsip transparansi dan akuntabilitas, sehingga masyarakat merasa dilibatkan dan memiliki akses terhadap informasi mengenai layanan yang mereka terima (Bovens et al., 2008). Memastikan

bahwa proses pelayanan publik dilakukan secara adil, efisien, dan tanpa adanya praktik korupsi atau kolusi adalah kunci untuk membangun kepercayaan masyarakat yang lebih tinggi terhadap pemerintah (Perry & Hondegheem, 2008).

Seiring dengan perkembangan teknologi, pelayanan publik mengalami transformasi dengan penerapan inovasi digital yang meningkatkan efisiensi dan memberikan kemudahan akses kepada masyarakat. Contohnya, penggunaan platform online untuk pendaftaran layanan kesehatan, pengurusan administrasi, atau pengaduan masyarakat sangat membantu dalam mengurangi antrean dan meningkatkan kecepatan pelayanan (Heeks, 2006).

Dengan demikian, pelayanan publik tidak hanya sekadar memberikan layanan, tetapi juga merupakan cerminan dari komitmen pemerintah untuk melayani masyarakat dengan cara yang profesional dan responsif. Investasi dalam peningkatan kualitas pelayanan publik adalah faktor penting dalam menciptakan masyarakat yang sejahtera, adil, dan demokratis (Pollitt & Bouckaert, 2011).

5. Swargaloka

Swargaloka Surabaya berfungsi sebagai media hubungan masyarakat (humas) yang inovatif dari Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Surabaya. Sebagai inisiatif pemerintah untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik, Swargaloka dirancang tidak hanya sebagai lokasi untuk pengurusan administrasi kependudukan, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun komunikasi yang efektif antara pemerintah dan masyarakat (Dinas Kependudukan

dan Pencatatan Sipil Surabaya, 2023). Sebagai pusat informasi, Swargaloka menyediakan berbagai jenis informasi yang terkait dengan layanan administrasi kependudukan serta pencatatan sipil. Melalui papan informasi, brosur, dan media digital, pengunjung dapat dengan mudah mendapatkan petunjuk dan panduan mengenai prosedur yang diperlukan untuk mengakses berbagai layanan yang ditawarkan (Surabaya City Government, 2023). Lebih jauh lagi, Swargaloka berperan sebagai ruang untuk memfasilitasi interaksi dan dialog antara masyarakat dan pejabat pemerintah. Dalam suasana yang ramah dan terbuka, masyarakat diberikan kesempatan untuk bertanya, berdiskusi, serta memberikan masukan mengenai layanan yang mereka terima. Forum ini sangat penting, karena tidak hanya memungkinkan Dispendukcapil untuk mendengar dan memahami aspirasi masyarakat, tetapi juga membantu menciptakan kebijakan dan layanan yang lebih responsif terhadap kebutuhan publik.

Swargaloka juga mengadakan berbagai kegiatan edukasi untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya dokumen kependudukan. Melalui seminar, workshop, dan program penyuluhan, masyarakat dapat diajarkan prosedur dan manfaat memiliki dokumen administratif yang lengkap dan valid. Kegiatan-kegiatan ini bertujuan untuk memberdayakan masyarakat, agar mereka lebih proaktif dalam mengurus kebutuhan administrasi dan memahami hak serta kewajiban mereka sebagai warga negara.

Penerapan teknologi digital dalam Swargaloka semakin memperkuat fungsi humas ini. Dengan adanya sarana seperti layar informasi interaktif dan platform

online, pengunjung dapat mengakses informasi terkini mengenai layanan, pengumuman, serta kegiatan yang diselenggarakan oleh Disedukcapil. Penggunaan media sosial juga dimanfaatkan untuk menjangkau lebih banyak masyarakat, memberikan informasi secara cepat, dan menjalin komunikasi efektif yang tidak terbatas oleh waktu dan tempat.

Selain itu, Swargaloka berkomitmen untuk meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam pelayanan publik. Dengan memberikan informasi yang jelas dan mudah diakses, masyarakat dapat mengetahui proses dan tahapan yang harus dilalui dalam pengurusan dokumen kependudukan. Hal ini tidak hanya mempercepat proses pelayanan, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah. Melalui berbagai fungsi dan inisiatif yang diusung, Swargaloka Surabaya berperan penting sebagai jembatan antara Disedukcapil dan masyarakat. Dengan pendekatan yang interaktif, edukatif, dan responsif, Swargaloka tidak hanya memberikan layanan, tetapi juga mendukung dan memberdayakan masyarakat untuk aktif dalam pengurusan administrasi kependudukan mereka. Dengan demikian, Swargaloka berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan publik dan penguatan hubungan antara pemerintah dan publik, yang merupakan kunci dalam mencapai tujuan pemerintahan yang baik dan transparan.

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini berguna sebagai bahan perbandingan. Oleh karena itu peneliti melakukan penelitian ini secara serius dan orisinal. Berikut penelitian-penelitian terdahulu yang telah peneliti rangkum:

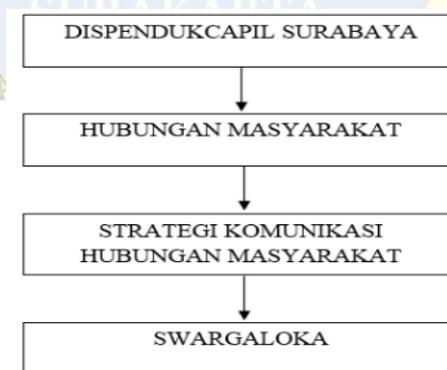
- a. Indah Permatasari (2021) – "Strategi Komunikasi Humas dalam Meningkatkan Pelayanan Publik di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Bandung" Penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Disdukcapil Kota Bandung dalam meningkatkan efektivitas layanan kependudukan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan inovasi layanan digital berkontribusi dalam meningkatkan kepuasan masyarakat.
- b. Rizky Pratama (2022) – "Efektivitas Strategi Public Relations dalam Meningkatkan Citra Instansi Pemerintahan (Studi Kasus di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Semarang)" Studi ini meneliti efektivitas strategi Humas dalam membangun citra positif instansi pemerintahan melalui komunikasi yang transparan dan pelayanan yang inovatif. Ditemukan bahwa program berbasis teknologi dan pelayanan prima menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan publik.
- c. Siti Aisyah (2023) – "Peran Humas dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik: Studi pada Dispendukcapil Kota Surabaya" Penelitian ini menyoroti bagaimana Dispendukcapil Surabaya memanfaatkan strategi komunikasi dalam menyampaikan informasi layanan kepada masyarakat. Hasil penelitian

menunjukkan bahwa pemanfaatan aplikasi dan media sosial sangat berpengaruh dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik.

- d. Ahmad Fauzan (2023) – "Digitalisasi Pelayanan Publik sebagai Inovasi Strategi Humas Pemerintah Daerah (Studi pada Program Swargaloka di Surabaya)" Penelitian ini secara spesifik membahas peran digitalisasi dalam pelayanan publik melalui program Swargaloka. Hasilnya menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dan penggunaan teknologi dalam pelayanan publik meningkatkan aksesibilitas dan kepuasan masyarakat terhadap layanan kependudukan.

C. Kerangka Berpikir

Berikut adalah tabel kerangka berpikir yang mendukung penelitian ini :



Bagan 1 Kerangka Berpikir

Sumber : Hasil olahan peneliti

Kerangka berpikir pada gambar menunjukkan alur konsep dalam lakukan terkait strategi komunikasi Humas Dispendukcapil Surabaya melalui program Swargaloka. Berikut penjelasannya :

b. Dispendukcapil Surabaya

Dispendukcapil Surabaya, atau Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya, adalah lembaga pemerintah yang bertugas dalam pengelolaan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil di wilayah Surabaya. Lembaga ini bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat dalam hal pendaftaran penduduk, penerbitan dokumen kependudukan seperti Kartu Tanda Penduduk (KTP), akta kelahiran, dan akta kematian, serta pengelolaan data demografis penduduk. Dispendukcapil Surabaya juga berperan dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya administrasi kependudukan dan memperkuat komunikasi antara pemerintah dan masyarakat terkait layanan yang disediakan.

c. Hubungan Masyarakat

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah suatu disiplin yang fokus pada membangun dan memelihara hubungan yang baik antara organisasi atau lembaga dengan publik atau masyarakat. Humas bertugas untuk menyampaikan informasi yang jelas dan akurat kepada masyarakat serta mendengarkan tanggapan atau kritik dari publik. Tujuan Humas adalah untuk meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan citra positif terhadap organisasi, serta menciptakan komunikasi yang dua arah. Humas biasanya melibatkan berbagai strategi komunikasi, seperti media sosial, kegiatan sosialisasi, kampanye publik, dan event-event tertentu untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Dengan kata lain, Humas berfungsi sebagai jembatan

antara organisasi dan masyarakat untuk mendukung transparansi dan menjawab kebutuhan serta harapan masyarakat.

d. Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat

Strategi komunikasi hubungan masyarakat adalah rencana yang dirancang untuk membangun, memelihara, dan meningkatkan hubungan baik antara organisasi atau lembaga dengan publik. Strategi ini mencakup serangkaian langkah dan pendekatan yang diambil untuk menyampaikan informasi dan pesan kepada audiens dengan cara yang efektif dan efisien. Tujuan dari strategi ini adalah untuk mengelola citra dan reputasi organisasi, meningkatkan kesadaran publik tentang layanan atau produk yang ditawarkan, serta menjalin komunikasi dua arah yang membangun kepercayaan dan transparansi. Beberapa elemen kunci dari strategi komunikasi Humas meliputi penggunaan media tradisional dan digital, kampanye sosialisasi, penyelenggaraan acara, serta kolaborasi dan interaksi langsung dengan masyarakat. Dengan demikian, strategi komunikasi Humas berperan penting dalam mengelola hubungan positif dan responsif antara organisasi dan seluruh stakeholdersnya.

e. Swargaloka

Swargaloka adalah sebuah program inovatif yang diinisiasi oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Surabaya. Program ini bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang administrasi kependudukan dengan mempermudah akses masyarakat terhadap layanan yang disediakan. Swargaloka mengedepankan prinsip transparansi, efisiensi, dan responsivitas dengan memanfaatkan teknologi digital. Melalui Swargaloka, masyarakat dapat mendapatkan informasi, mendaftar, dan mengakses berbagai layanan administrasi kependudukan secara online, sehingga mengurangi waktu tunggu dan meningkatkan kepuasan layanan. Dengan pendekatan ini, Swargaloka diharapkan dapat menjadi solusi yang lebih baik dalam memenuhi kebutuhan masyarakat terkait dengan dokumen kependudukan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain deskriptif. Penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami makna, pengalaman, dan perspektif subjektif individu tentang suatu fenomena (Sugiyono,2020). Dalam konteks penelitian ini, pendekatan ini dipilih untuk menggali informasi mendalam mengenai strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Dispendukcapil Surabaya melalui program Swargaloka dalam upaya mengoptimalkan kualitas pelayanan publik

B. Objek/Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya, khususnya di bagian Humas yang mengelola pelaksanaan program Swargaloka. Penelitian ini juga akan melibatkan masyarakat yang menggunakan layanan administrasi kependudukan untuk memahami perspektif mereka mengenai program ini.

C. Jenis Data Dan Sumber Data

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah:

- a. Data Primer

Data primer merupakan data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti dari sumber pertamanya untuk menjawab pertanyaan penelitian (Sugiyono,2020). Data ini diperoleh langsung dari pengumpulan informasi melalui wawancara dengan petugas Humas Dpendukcapil dan masyarakat pengguna layanan Swargaloka. Data primer juga diperoleh melalui observasi langsung di lapangan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang telah dikumpulkan oleh pihak lain dan dapat digunakan untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan (Sugiyono,2020). Data sekunder diperoleh dari dokumentasi yang terkait dengan proses pembuatan informasi pada media sosial Swargaloka. Ini mencakup dokumen resmi, laporan tahunan, dan materi sosialisasi yang diterbitkan melalui platform media sosial oleh Dpendukcapil Surabaya. Dokumentasi ini penting untuk memahami bagaimana informasi disusun dan dipublikasikan di media sosial untuk disampaikan kepada masyarakat.

D. Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan purposive sampling, yaitu memilih informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan penelitian. Menurut Sugiyono (2020), purposive sampling adalah teknik pemilihan sampel yang dilakukan secara sengaja dengan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Informan yang dipilih mencakup:

- a. Petugas Humas: Untuk mendapatkan perspektif mengenai strategi komunikasi dan implementasi program Swargaloka.
- b. Masyarakat Pengguna Layanan: Agar peneliti dapat memahami pengalaman dan penilaian mereka terhadap layanan yang disediakan oleh program ini.

Maka dari itu informan yang di pilih sesuai dengan kriteria diatas adalah sebagai berikut :

1. Antonius Rachmat Witarto S.E, M.M sebagai informan kunci yang memiliki informasi mendalam dan berkontribusi besar dalam program Swargaloka.
2. Tim media yang terdiri dari tiga orang yaitu : Farez dan Habib sebagai *Editor*, Razida sebagai *Content Planner* program Swargaloka sebagai tim media program Swargaloka.
3. Masyarakat Surabaya : Tasya dan Lutfiana sebagai penerima informasi layanan dari program Swargaloka.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

a. Wawancara

Wawancara adalah proses interaksi antara pewawancara dan narasumber untuk memperoleh informasi secara langsung melalui tanya jawab, baik dilakukan secara terstruktur maupun tidak terstruktur (Sugiyono,2020). Penelitian ini menggunakan wawancara semi-terstruktur

dengan informan yang dipilih untuk memberikan informasi langsung terkait strategi komunikasi yang digunakan dalam program Swargaloka, serta tantangan yang dihadapi dalam pelaksanaan program.

b. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati secara langsung objek yang diteliti (Sugiyono,2020). Observasi ini bisa dilakukan dengan berbagai cara, seperti melalui pengamatan secara langsung (partisipatif atau non-partisipatif), tergantung pada tujuan penelitian dan jenis data yang ingin dikumpulkan.

Observasi yang digunakan dalam penelitian ini untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam dan nyata tentang fenomena yang terjadi dalam penelitian, baik itu dalam situasi alamiah maupun terkontrol. Peneliti melakukan observasi langsung terhadap kegiatan dan pelayanan yang berlangsung di Dispendukcapil Surabaya terkait dengan program Swargaloka. Peneliti akan mencatat interaksi antara petugas dan masyarakat serta bagaimana layanan diberikan.

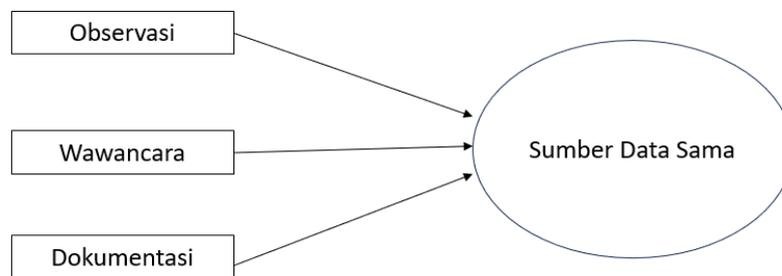
c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mencari data atau informasi yang berkaitan dengan masalah penelitian melalui dokumen yang ada (Sugiyono,2020). Dokumen yang digunakan bisa berupa arsip, catatan, laporan, foto, rekaman, dan berbagai

bentuk dokumentasi lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Teknik ini berguna untuk memperoleh data sekunder yang mendukung penelitian atau memberikan gambaran tambahan mengenai suatu fenomena yang diteliti.

Pengumpulan data sekunder dilakukan dengan mengumpulkan dokumen resmi, laporan kegiatan, dan bahan sosialisasi yang berkaitan dengan program Swargaloka. Hal ini mencakup berbagai materi publikasi yang dipergunakan untuk menginformasikan masyarakat tentang layanan yang tersedia.

F. Validitas Dan Reliabilitas Data



Bagan 2. Triangulasi Sumber

Sumber : Sugiyono,2020

Validitas data dalam penelitian ini dicapai melalui triangulasi, yaitu dengan menggunakan berbagai sumber dan teknik pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Menurut Sugiyono (2020), triangulasi membantu memverifikasi keakuratan informasi yang diperoleh.

Selain itu, umpan balik dari ahli di bidang komunikasi dan pelayanan publik digunakan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang diterapkan relevan dan efektif.

Reliabilitas data dijaga dengan mengulangi pengukuran pada waktu yang berbeda untuk memastikan konsistensi hasil. Sugiyono (2020) menyatakan bahwa melakukan uji coba pada instrumen yang terstandarisasi juga membantu menjaga reliabilitas. Perekaman wawancara dan transkripsi yang akurat dilakukan agar hasil analisis data dapat diandalkan.

Dengan menerapkan langkah-langkah ini, penelitian diharapkan menghasilkan data yang akurat dan valid, serta memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi komunikasi Humas Dispendukcapil Surabaya melalui program Swargaloka.

G. Teknik Analisis Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau cara yang digunakan untuk mengumpulkan informasi dari sumber tertentu guna memenuhi tujuan penelitian. Dalam konteks penelitian kualitatif, teknik ini berfokus pada pengumpulan data yang bersifat deskriptif dan mendalam, yang membantu peneliti memahami persepsi, pengalaman, dan pandangan subjek yang diteliti. Salah satu kutipan mengenai teknik pengumpulan data menggunakan pendekatan kualitatif dari buku Sugiyono (2020) adalah: “Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang biasa digunakan adalah wawancara

mendalam, observasi, dan dokumentasi, yang bertujuan untuk menggali informasi secara mendalam dan memahami fenomena dari perspektif partisipan.” (Sugiyono, 2020)

Menurut Miles dan Huberman yang diacu dalam buku Sugiyono berjudul *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (2019: 321-329), proses analisis data kualitatif dilakukan dengan cara interaktif dan berlanjut secara terus menerus sampai menemukan titik jenuh. Dalam analisis data terdapat tiga aktivitas utama, yaitu:

a. Reduksi Data

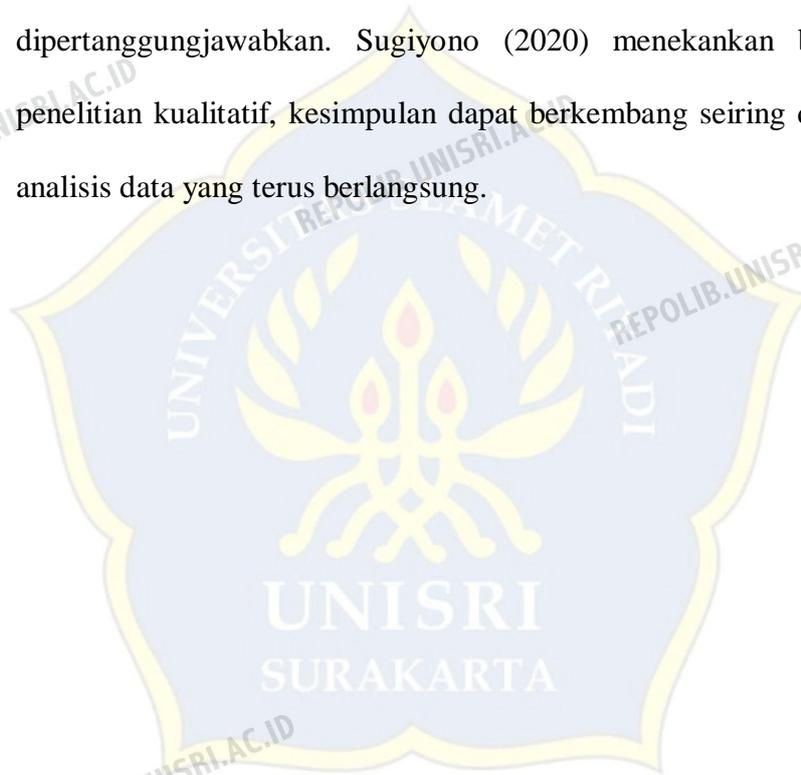
Reduksi data merupakan proses seleksi, pemfokusan, dan penyederhanaan data yang telah dikumpulkan dari lapangan. Data yang tidak relevan akan dieliminasi, sementara data yang dianggap penting akan dikategorikan sesuai dengan fokus penelitian.

b. Penyajian Data

Penyajian data dilakukan dalam bentuk deskripsi naratif, tabel, atau matriks yang mempermudah analisis dan pemahaman terhadap fenomena yang diteliti. Menurut Sugiyono (2020), penyajian data yang baik memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan secara lebih sistematis.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Kesimpulan ditarik berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan. Verifikasi dilakukan dengan mengecek kembali data yang telah dikumpulkan untuk memastikan bahwa temuan penelitian valid dan dapat dipertanggungjawabkan. Sugiyono (2020) menekankan bahwa dalam penelitian kualitatif, kesimpulan dapat berkembang seiring dengan proses analisis data yang terus berlangsung.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data

1. Profil Dispendukcapil Surabaya

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Surabaya merupakan instansi pemerintah yang bertanggung jawab dalam pengelolaan layanan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil bagi masyarakat di Kota Surabaya. Dinas ini bertujuan untuk memberikan layanan yang cepat, akurat, dan transparan dalam hal pendaftaran penduduk, penerbitan KTP, akta kelahiran, dan dokumen penting lainnya. Melalui berbagai inovasi, termasuk penggunaan teknologi digital, Dispendukcapil Surabaya berusaha mempermudah akses masyarakat terhadap layanan yang dibutuhkan, serta meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya administrasi kependudukan. Selain itu, Dispendukcapil juga aktif melakukan sosialisasi dan edukasi untuk memastikan semua kalangan dapat mengakses layanan dengan baik, serta menghimpun umpan balik untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan.

2. Peta Lokas Penelitian

Dispendukcapil Surabaya merupakan instansi pemerintah yang bertugas mengelola layanan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil. Dengan fokus pada layanan yang cepat dan efisien, Dispendukcapil berupaya

memberikan kemudahan akses bagi masyarakat dalam mengurus dokumen kependudukan. Berada di pusat kota, Dispendukcapil mudah dijangkau oleh masyarakat yang memerlukan layanan administratif.

Batas Wilayah Kantor Dispendukcapil Surabaya adalah sebagai berikut:

Sebelah Utara : Kecamatan Gubeng

Sebelah Selatan : Kecamatan Sawahan

Sebelah Barat : Kecamatan Tandes

Sebelah Timur : Kecamatan Wonokromo

Adapun gambaran Dispendukcapil Surabaya seperti yang dibawah ini :



Gambar 1 Peta Lokasi

Sumber : Dari Google Maps

3. Demografi

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Surabaya melayani sekitar 3 juta jiwa penduduk Kota Surabaya, dengan berbagai kelompok usia berikut: anak-anak (0-12 tahun) sekitar 1,2 juta jiwa, remaja (13-18 tahun) sekitar 600 ribu jiwa, dewasa (19-59 tahun) sekitar 1,5 juta jiwa, dan lansia (60 tahun ke atas) sekitar 700 ribu jiwa. Masyarakat memiliki beragam latar belakang sosial ekonomi dan tingkat pendidikan, yang berkontribusi pada kesadaran akan pentingnya administrasi kependudukan. Dispendukcapil berkomitmen untuk memberikan layanan yang inklusif dan dapat diakses oleh semua lapisan masyarakat, termasuk melalui inisiatif digitalisasi yang mempermudah pengurusan dokumen secara online. Keberagaman budaya dan etnis di Surabaya juga menjadi pertimbangan dalam pengembangan layanan, sehingga diharapkan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat secara optimal.

4. Visi Misi

Adapun visi misi Dispendukcapil Surabaya sebagai berikut :

a. Visi Dipendukcapil Surabaya :

Mewujudkan layanan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil yang cepat, tepat, efektif, dan efisien, serta berbasis teknologi informasi untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat Kota Surabaya.

b. Misi Dispendukcapil Surabaya :

- 1) Menyediakan layanan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil yang cepat, ramah, dan profesional.
- 2) Mengimplementasikan sistem informasi dan teknologi yang modern untuk mempermudah akses dan pengurusan dokumen kependudukan.
- 3) Meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat tentang pentingnya administrasi kependudukan melalui sosialisasi dan pelatihan.
- 4) Menjamin akses layanan kependudukan bagi seluruh lapisan masyarakat tanpa terkecuali, dengan memperhatikan keberagaman kultur dan latar belakang.
- 5) Mengembangkan kompetensi dan kapasitas pegawai dalam memberikan pelayanan yang optimal kepada masyarakat.

5. Struku Organisasi



Gambar 2 Struktur Organisasi Dispendukcapil kota Surabaya

Sumber : Arsip Kantor Dispendukcapil Surabaya

B. Profil Swargaloka Surabaya

1. Sejarah berdirinya Program Swargaloka

Sejarah berdirinya Program Swargaloka bermula dari upaya Pemerintah Kota Surabaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil. Diluncurkan pada tahun 2018, program ini muncul sebagai respons terhadap tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dalam mengakses layanan kependudukan yang seringkali dianggap rumit dan memakan waktu.

Pemerintah berkomitmen untuk menciptakan sistem yang lebih efisien dan efektif, serta mempercepat proses pengurusan dokumen seperti KTP, akta kelahiran, dan dokumen penting lainnya. Dengan memadukan teknologi informasi dalam layanan publik, Swargaloka bertujuan untuk mempermudah masyarakat dalam menjalankan urusan administrasi yang sering menjadi kendala.

Melalui program ini, masyarakat tidak hanya mendapatkan layanan lebih cepat, tetapi juga dibekali dengan informasi yang jelas tentang prosedur dan syarat yang diperlukan. Swargaloka juga menggandeng berbagai pihak, termasuk sektor swasta dan komunitas lokal, untuk mengoptimalkan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat tentang pentingnya administrasi kependudukan.

Sejak diluncurkan, Swargaloka terus berinovasi dan beradaptasi dengan kebutuhan masyarakat serta perkembangan teknologi, menjadikannya sebagai salah satu program unggulan dalam pelayanan publik di Surabaya. Inisiatif ini diharapkan dapat menyelesaikan permasalahan warga dalam hal pengurusan administrasi kependudukan dengan lebih baik dan transparan.

2. Visi Misi

Adapun visi dan misi dari Program Swargaloka Surabaya adalah sebagai berikut :

a. Visi Swargaloka :

Menjadi program unggulan yang memberikan layanan administrasi kependudukan yang cepat, mudah, efisien, dan berbasis teknologi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Kota Surabaya.

b. Misi Swargaloka :

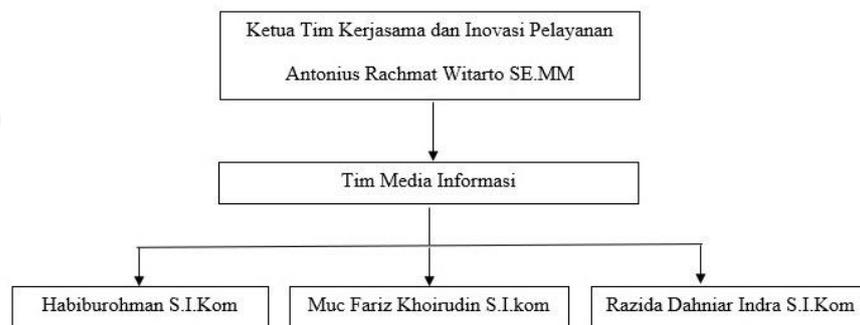
Peningkatan Aksesibilitas Layanan: Mempermudah akses masyarakat terhadap layanan administrasi kependudukan dan pencatatan sipil, sehingga semua warga dapat merasakan manfaatnya.

Inovasi dalam Pelayanan: Menerapkan teknologi informasi terkini untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas layanan, seperti melalui aplikasi dan platform digital.

Edukasi dan Sosialisasi: Meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya urusan administrasi kependudukan melalui program sosialisasi dan pelatihan.

- 1) Partisipasi Masyarakat: Mengajak masyarakat untuk berpartisipasi dalam memberikan masukan dan feedback yang konstruktif untuk perbaikan layanan.
- 2) Kualitas Pelayanan yang Terbaik: Mengedepankan profesionalisme dalam memberikan layanan, dengan staf yang terlatih dan ramah, untuk menciptakan pengalaman pelayanan yang positif bagi masyarakat.

3. Struktur Organisasi



Bagan 3. Struktur Organisasi Swargaloka

C. Hasil Penelitian

1. Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat dalam Swargaloka

Swargaloka dibentuk sebagai inisiatif Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya untuk memberikan solusi atas berbagai tantangan yang dihadapi masyarakat dalam memperoleh informasi dan layanan administrasi kependudukan. Sebelum adanya Swargaloka, masyarakat sering kali mengalami kesulitan dalam mendapatkan informasi yang akurat mengenai prosedur pengurusan dokumen kependudukan, seperti KTP, Kartu Keluarga, akta kelahiran, dan layanan lainnya. Selain itu, penyebaran informasi yang tidak merata menyebabkan banyak warga kesulitan mengakses layanan yang sebenarnya telah tersedia. Beberapa faktor lain yang turut memengaruhi kondisi ini adalah minimnya akses terhadap sumber informasi resmi, terbatasnya pemahaman masyarakat mengenai kebijakan administrasi kependudukan, serta masih adanya kendala dalam pelayanan tatap muka akibat keterbatasan waktu dan lokasi layanan.

Berangkat dari permasalahan tersebut, diadakan musyawarah yang melibatkan 220 peserta, termasuk perwakilan RT, RW, kelurahan, kecamatan, serta berbagai pemangku kepentingan lainnya. Hasil musyawarah ini menyepakati bahwa media sosial merupakan sarana komunikasi yang efektif dalam penyebarluasan informasi kependudukan. Keputusan ini diambil berdasarkan tren penggunaan media sosial di masyarakat yang terus meningkat, serta efektivitasnya dalam

menyampaikan informasi secara cepat dan luas. Dukungan penuh dari berbagai pihak, termasuk pemerintah daerah dan masyarakat, mendorong lahirnya Swargaloka sebagai platform digital yang berperan sebagai jembatan antara pemerintah dan masyarakat dalam memberikan informasi yang transparan, cepat, dan mudah diakses. Program ini kemudian diresmikan oleh Kepala Dinas Dispendukcapil Surabaya pada 27 Oktober 2021 sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas pelayanan publik berbasis digital.

Sebagai platform komunikasi digital, strategi komunikasi yang diterapkan dalam program Swargaloka berfokus pada pemanfaatan berbagai kanal media sosial untuk menjangkau masyarakat luas. Beberapa platform utama yang digunakan adalah Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp grup, yang dipilih berdasarkan analisis pola penggunaan media sosial oleh masyarakat Surabaya. Instagram dan TikTok menjadi sarana utama dalam menyajikan informasi kependudukan dalam bentuk visual dan video pendek yang interaktif, memudahkan masyarakat untuk memahami prosedur administrasi kependudukan dengan lebih cepat. Konten yang disajikan di platform ini dirancang agar menarik dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan, termasuk kaum muda yang lebih akrab dengan format video singkat.

YouTube digunakan sebagai kanal edukasi dengan menampilkan video tutorial dan penjelasan mendetail mengenai tata cara pengurusan dokumen kependudukan. Konten yang dipublikasikan di YouTube biasanya memiliki

durasi yang lebih panjang dan dikemas dengan narasi yang lebih mendalam, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif kepada masyarakat. WhatsApp grup menjadi media komunikasi yang sangat efektif dalam menjangkau masyarakat secara langsung melalui perwakilan Kalimasada, RT, RW, kelurahan, dan kecamatan. Dengan adanya grup WhatsApp ini, informasi dapat diteruskan secara berjenjang, sehingga menjangkau lebih banyak orang dalam waktu yang relatif singkat. Selain itu, Swargaloka juga bekerja sama dengan media pemerintah seperti Suara Surabaya, yang memiliki kredibilitas tinggi dalam penyebaran informasi, sehingga dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap layanan kependudukan yang diberikan.

Dalam aspek perencanaan komunikasi, tim Swargaloka menerapkan pendekatan berbasis riset untuk memastikan bahwa strategi yang digunakan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Tim melakukan identifikasi terhadap permasalahan yang sering dihadapi warga dalam mengurus administrasi kependudukan, seperti kurangnya pemahaman tentang prosedur yang benar dan minimnya informasi terkait kebijakan terbaru. Proses riset ini dilakukan melalui survei, wawancara, serta analisis data media sosial guna mengetahui pola pertanyaan dan permasalahan yang sering muncul. Berdasarkan hasil riset tersebut, tim kemudian menyusun konten dalam berbagai format, seperti infografis, video edukatif, dan siaran langsung guna memastikan bahwa informasi yang disampaikan dapat dipahami dengan mudah oleh semua kalangan. Setiap konten yang diproduksi harus melewati tahap

verifikasi oleh Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum dipublikasikan guna menjamin keakuratan informasi dan mencegah penyebaran informasi yang keliru.

Selain penyebaran informasi, strategi komunikasi Swargaloka juga menitikberatkan pada interaksi aktif dengan masyarakat. Tim Swargaloka tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi dua arah yang memungkinkan masyarakat memberikan umpan balik terhadap layanan yang diberikan. Hal ini dilakukan dengan merespons komentar dan pesan langsung (DM) di media sosial, mengadakan sesi live streaming secara rutin untuk menjawab pertanyaan masyarakat secara real-time, serta melakukan monitoring terhadap berbagai kritik dan saran yang disampaikan oleh masyarakat. Dengan strategi ini, masyarakat tidak hanya menerima informasi secara pasif tetapi juga merasa lebih terlibat dalam proses komunikasi dengan Dispendukcapil. Selain itu, Swargaloka juga menyediakan sesi tanya jawab rutin yang memungkinkan masyarakat mengungkapkan permasalahan administratif yang mereka alami serta mendapatkan solusi secara langsung dari pihak yang berwenang.

Namun, dalam implementasinya, Swargaloka menghadapi berbagai tantangan. Salah satu tantangan utama adalah proses verifikasi informasi yang cukup panjang, karena setiap informasi yang akan dipublikasikan harus terlebih dahulu mendapatkan persetujuan dari Kemendagri dan Dispendukcapil pusat. Hal ini menyebabkan keterlambatan dalam

penyampaian informasi kepada masyarakat, terutama dalam situasi yang membutuhkan respons cepat terhadap kebijakan baru. Tantangan lainnya adalah perubahan algoritma media sosial, yang memengaruhi jangkauan konten yang dipublikasikan. Tim Swargaloka harus terus menyesuaikan strategi komunikasi agar informasi tetap dapat menjangkau masyarakat secara optimal. Selain itu, pengelolaan konten juga harus mempertimbangkan tren media sosial agar tetap menarik bagi masyarakat, namun tetap menjaga akurasi dan kepatuhan terhadap kebijakan platform digital. Faktor lain yang menjadi tantangan adalah literasi digital masyarakat yang masih bervariasi, sehingga diperlukan pendekatan khusus untuk memastikan seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses informasi dengan mudah.

Untuk memastikan efektivitas strategi komunikasi yang diterapkan, Swargaloka menggunakan beberapa indikator utama dalam mengukur keberhasilan program ini. Beberapa indikator yang digunakan meliputi peningkatan jumlah pengikut di media sosial, tingginya tingkat interaksi masyarakat melalui komentar dan pesan langsung, serta respons positif dari masyarakat terhadap kemudahan akses informasi yang diberikan. Selain itu, tim juga melakukan evaluasi berkala terhadap kritik dan saran dari masyarakat guna meningkatkan kualitas layanan dan informasi yang disampaikan. Swargaloka juga mulai merancang sistem analitik yang memungkinkan mereka memonitor seberapa efektif setiap konten dalam menjangkau dan memberikan manfaat kepada masyarakat.

Dalam rangka meningkatkan efektivitas program ke depannya, Swargaloka berencana untuk memperluas kerja sama dengan media mainstream seperti Kompas Group dan Jawa Pos guna memperluas jangkauan informasi. Selain itu, Swargaloka juga akan mengintegrasikan program ini dengan sistem digital dari Kemendagri, seperti "Giza", agar masyarakat semakin mudah mengakses layanan kependudukan secara online. Dengan strategi komunikasi yang terus berkembang, berbasis pada riset, serta mengedepankan transparansi dan interaksi dengan masyarakat, Swargaloka diharapkan dapat semakin meningkatkan kualitas pelayanan administrasi kependudukan di Kota Surabaya serta menjadi contoh inovasi digital di tingkat nasional.

Berikut adalah analisis dari strategi komunikasi Swargaloka berdasarkan teori Cutlip dan Center.

a. Fact-Finding (Pencarian Fakta atau Penelitian)

Tahap awal dalam strategi komunikasi Humas adalah pencarian fakta, yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi secara mendalam terkait organisasi, audiens, serta permasalahan atau peluang yang ada di lingkungan komunikasi. Langkah ini memiliki peran yang sangat krusial, karena hasil dari proses pencarian fakta akan menjadi dasar dalam perencanaan strategi komunikasi yang lebih terarah, sistematis, dan efektif. Dalam konteks implementasi Swargaloka, pencarian fakta dilakukan melalui serangkaian musyawarah yang melibatkan sebanyak

220 peserta dari berbagai latar belakang dan kepentingan. Para peserta musyawarah ini terdiri dari perwakilan instansi pemerintahan, petugas administrasi kependudukan, tokoh masyarakat, serta masyarakat umum yang menjadi pengguna layanan administrasi kependudukan. Kehadiran beragam pemangku kepentingan ini menjadi elemen penting dalam mengidentifikasi berbagai kendala serta ekspektasi masyarakat terkait pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya.

Berdasarkan hasil diskusi yang dilakukan dalam musyawarah tersebut, ditemukan bahwa masih banyak masyarakat yang mengalami kendala dalam memperoleh informasi mengenai layanan administrasi kependudukan. Kendala yang dihadapi meliputi kurangnya pemahaman terhadap prosedur yang harus ditempuh, kebingungan dalam menyiapkan dokumen yang dibutuhkan, serta minimnya akses terhadap informasi terbaru mengenai kebijakan administrasi kependudukan. Beberapa peserta musyawarah juga mengungkapkan bahwa mereka sering kali mendapatkan informasi yang simpang siur dari sumber yang tidak resmi, sehingga menyebabkan kesalahpahaman dan kesulitan dalam mengurus dokumen kependudukan. Masalah ini diperparah dengan keterbatasan akses informasi bagi kelompok masyarakat tertentu, seperti mereka yang tinggal di daerah pinggiran kota, warga lanjut usia yang kurang familiar dengan teknologi, serta masyarakat yang memiliki keterbatasan dalam memahami bahasa administratif yang digunakan dalam kebijakan resmi.

Melihat kondisi tersebut, tim Humas Dispendukcapil Surabaya menyadari bahwa diperlukan suatu inovasi dalam penyebaran informasi yang lebih cepat, mudah diakses, dan berbasis digital. Inovasi ini tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan efektivitas penyampaian informasi, tetapi juga untuk memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat dapat mengakses informasi layanan administrasi kependudukan dengan lebih mudah dan akurat. Oleh karena itu, Swargaloka dirancang sebagai platform digital yang mampu memberikan informasi yang jelas, akurat, dan real-time kepada masyarakat.

Selain melalui musyawarah, dalam tahap pencarian fakta ini, tim media informasi Swargaloka juga melakukan riset terhadap perilaku digital masyarakat. Riset ini bertujuan untuk memahami bagaimana masyarakat mencari dan mengonsumsi informasi, sehingga dapat ditentukan media komunikasi yang paling efektif untuk digunakan dalam penyebaran informasi layanan administrasi kependudukan. Studi ini mencakup analisis tren penggunaan media sosial, kebiasaan masyarakat dalam mengakses berita atau informasi, serta preferensi format konten yang lebih disukai, seperti teks, gambar, infografis, atau video interaktif. Dengan memahami pola konsumsi informasi masyarakat, tim Swargaloka dapat merancang strategi komunikasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan audiens.

Hasil dari riset ini menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat lebih aktif dalam mengakses informasi melalui media sosial dibandingkan dengan kanal informasi resmi lainnya. Platform seperti Facebook, Instagram, dan WhatsApp menjadi pilihan utama masyarakat dalam mendapatkan berita atau pembaruan terkait layanan publik. Selain itu, ditemukan pula bahwa masyarakat cenderung lebih menyukai konten yang bersifat ringkas, visual, dan interaktif, seperti infografis, video pendek, serta panduan langkah demi langkah yang mudah dipahami. Oleh karena itu, dalam strategi komunikasi Swargaloka, media sosial dan format konten visual menjadi elemen utama dalam penyampaian informasi kepada masyarakat.

Dengan adanya kombinasi antara pencarian fakta melalui musyawarah serta riset perilaku digital masyarakat, strategi komunikasi yang diterapkan dalam Swargaloka dapat lebih terarah dan sesuai dengan kebutuhan audiens. Pendekatan ini diharapkan dapat menjawab permasalahan keterbatasan akses informasi yang selama ini dihadapi oleh masyarakat, sekaligus meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang administrasi kependudukan secara lebih efektif dan efisien. Hal ini selaras dengan bukti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti dengan informan sebagai berikut :

“Program Swargaloka memiliki peran penting dalam mempermudah akses masyarakat terhadap informasi dan layanan administrasi

kependudukan. Dengan adanya Swargaloka, masyarakat dapat memperoleh informasi secara cepat melalui platform digital, tanpa harus datang langsung ke kantor Dispendukcapil. Program ini merupakan hasil musyawarah yang dihadiri oleh 220 peserta, dan secara resmi diluncurkan oleh Kepala Dinas Dispendukcapil Surabaya pada 27 Oktober 2021 sebagai upaya mendukung transformasi digital pelayanan publik.” (Antonius Rachmat Witarto, 2025).

“Tantangan utama dalam menjalankan layanan Swargaloka adalah proses verifikasi informasi yang harus mendapatkan persetujuan dari Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum dipublikasikan. Selain itu, memahami algoritma media sosial menjadi tantangan tersendiri agar konten dapat menjangkau lebih banyak orang. Tim juga harus memastikan bahwa setiap konten yang dibagikan mengikuti tren, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta mematuhi kebijakan platform digital.” (Habibburrohman, 2025).

“Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam penyebaran informasi Swargaloka. Platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup memungkinkan kami menyampaikan informasi secara cepat dan dalam format yang mudah dipahami. Instagram dan TikTok efektif untuk menyajikan konten visual dan video singkat, sedangkan WhatsApp grup memfasilitasi komunikasi langsung dengan perwakilan RT, RW, dan kecamatan.” (Much Farez, 2025).

“Menurut saya, Swargaloka sangat membantu dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan. Sebelum adanya Swargaloka, mengurus dokumen seperti KTP atau KK terasa rumit dan memakan waktu lama. Dengan adanya Swargaloka, saya bisa mendapatkan informasi dengan mudah dan proses pengurusan dokumen menjadi lebih cepat karena banyak layanan yang bisa diakses secara online atau melalui perwakilan kelurahan,” (Lutfiana, 2025).

“Salah satu saran saya adalah meningkatkan kolaborasi dengan content creator lokal dan media mainstream untuk memperluas jangkauan informasi. Selain itu, pengembangan fitur chatbot interaktif akan sangat membantu masyarakat mendapatkan informasi secara otomatis tanpa harus menunggu balasan admin. Kami juga dapat mengadakan sesi edukasi rutin untuk membahas topik-topik penting seputar administrasi kependudukan,” (Razida, 2025).

b. Planning (Perencanaan Program dan Strategi)

Setelah data dan informasi yang relevan berhasil dikumpulkan, tahap selanjutnya dalam strategi komunikasi adalah perencanaan yang mencakup beberapa aspek penting, seperti pemilihan media yang tepat, penetapan sasaran audiens secara spesifik, serta perumusan pesan dan teknik komunikasi yang paling efektif. Perencanaan yang matang dalam strategi komunikasi sangat diperlukan agar pesan yang ingin disampaikan oleh Dispendukcapil Surabaya dapat diterima dengan baik

oleh masyarakat dan mampu memberikan dampak yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman mereka terhadap layanan administrasi kependudukan.

Dalam tahap ini, Dispendukcapil Surabaya menyusun strategi komunikasi yang selaras dengan perkembangan teknologi digital serta kebiasaan masyarakat dalam mencari dan mengonsumsi informasi. Mengingat bahwa saat ini sebagian besar masyarakat telah beralih ke media digital sebagai sumber utama informasi, maka strategi yang diterapkan harus menyesuaikan dengan perubahan pola komunikasi yang terjadi. Oleh karena itu, Dispendukcapil tidak hanya berfokus pada metode komunikasi konvensional, tetapi juga mengoptimalkan berbagai kanal digital untuk memastikan informasi dapat tersampaikan dengan lebih luas dan cepat.

Salah satu langkah utama dalam strategi ini adalah pemanfaatan berbagai platform media sosial sebagai saluran utama penyebaran informasi terkait layanan administrasi kependudukan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebelumnya, ditemukan bahwa masyarakat lebih mudah menerima informasi dalam bentuk visual dan interaktif dibandingkan dengan teks panjang yang bersifat formal. Oleh karena itu, Dispendukcapil Surabaya memilih platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, serta WhatsApp grup sebagai media utama dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat.

Pemanfaatan Instagram dilakukan dengan cara membagikan infografis, video singkat, serta konten edukatif yang dikemas secara menarik dan mudah dipahami. Selain itu, fitur Instagram Stories dan Reels juga dimanfaatkan untuk memberikan update cepat mengenai layanan administrasi kependudukan, termasuk perubahan kebijakan, prosedur terbaru, serta berbagai tips dalam mengurus dokumen kependudukan secara efisien.

Sementara itu, TikTok dipilih sebagai salah satu platform karena memiliki jangkauan yang luas dan algoritma yang memungkinkan konten menjadi viral dalam waktu singkat. Melalui TikTok, Dpendukcapil menyajikan konten dalam bentuk video edukatif dengan gaya yang lebih ringan dan menarik, seperti video tutorial pengurusan dokumen, simulasi tanya jawab terkait layanan administrasi kependudukan, serta kampanye layanan berbasis digital yang lebih modern.

Di sisi lain, YouTube menjadi pilihan utama untuk menyampaikan informasi dalam format yang lebih mendalam. Melalui platform ini, Dpendukcapil menghadirkan video dengan durasi lebih panjang, seperti webinar, diskusi interaktif, serta video panduan yang menjelaskan secara detail mengenai berbagai prosedur administrasi kependudukan. Dengan demikian, masyarakat yang membutuhkan informasi lebih

lengkap dapat mengaksesnya kapan saja melalui kanal YouTube resmi Dispendukcapil Surabaya.

Selain media sosial, WhatsApp grup juga menjadi bagian penting dalam strategi komunikasi Swargaloka. WhatsApp dipilih karena merupakan salah satu aplikasi pesan instan yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, baik di kalangan muda maupun orang tua. Dalam implementasinya, Dispendukcapil membentuk dan mengelola grup WhatsApp yang beranggotakan perwakilan masyarakat dari berbagai wilayah, termasuk RT, RW, dan kelurahan. Melalui grup ini, informasi resmi mengenai layanan administrasi kependudukan dapat disebarluaskan dengan lebih cepat dan akurat langsung kepada masyarakat, sehingga dapat mengurangi risiko penyebaran informasi yang tidak valid atau hoaks.

Selain mengoptimalkan pemanfaatan media digital, strategi komunikasi Swargaloka juga melibatkan kerja sama dengan berbagai pihak untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan tidak hanya kredibel, tetapi juga mampu menjangkau lebih banyak audiens. Salah satu upaya yang dilakukan adalah menjalin kolaborasi dengan media pemerintah seperti website dan akun media sosial resmi milik Pemkot Surabaya. Dengan kerja sama ini, informasi yang dirilis oleh Dispendukcapil dapat diperkuat dan didistribusikan melalui berbagai

kanal resmi milik pemerintah, sehingga meningkatkan kredibilitas dan jangkauannya.

Tak hanya itu, Dispdukcapil juga menggandeng perwakilan dari berbagai elemen masyarakat, seperti kader Kalimasada (Kader Layanan Masyarakat Sadar Administrasi Kependudukan), pengurus RT dan RW, serta perangkat kelurahan dan kecamatan. Peran mereka dalam penyebaran informasi sangat penting, karena mereka memiliki kedekatan langsung dengan masyarakat di tingkat akar rumput. Melalui pendekatan ini, informasi mengenai layanan administrasi kependudukan dapat lebih mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan dalam mengakses teknologi digital.

Dengan kombinasi pemanfaatan media digital dan kerja sama dengan berbagai pihak, strategi komunikasi Swargaloka dirancang agar lebih efektif dalam menjangkau masyarakat luas. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya mampu meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai layanan administrasi kependudukan, tetapi juga mendorong partisipasi aktif mereka dalam memanfaatkan layanan berbasis digital yang telah disediakan oleh Disdukcapil Surabaya. Dengan strategi yang matang dan eksekusi yang tepat, diharapkan Swargaloka dapat menjadi solusi inovatif dalam meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang administrasi kependudukan secara lebih inklusif dan efisien.

“Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam penyebaran informasi Swargaloka. Platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup memungkinkan kami menyampaikan informasi secara cepat dan dalam format yang mudah dipahami. Instagram dan TikTok efektif untuk menyajikan konten visual dan video singkat, sedangkan WhatsApp grup memfasilitasi komunikasi langsung dengan perwakilan RT, RW, dan kecamatan,” (Much Farez, 2025).

Untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka, disarankan agar memperbanyak kolaborasi dengan media mainstream seperti Kompas Group dan Jawa Pos guna memperluas jangkauan informasi. Selain itu, pengembangan fitur interaktif di media sosial, seperti sesi tanya jawab langsung atau webinar, dapat membantu masyarakat mendapatkan penjelasan langsung dari pihak terkait, (Habibburrohman, 2025).

“Swargaloka memastikan keakuratan informasi melalui proses verifikasi ketat oleh Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum dipublikasikan. Selain itu, tim melakukan riset mendalam mengenai kebijakan terbaru dan menyajikan informasi dalam format yang mudah dipahami, seperti menggunakan bahasa sederhana, visual menarik, dan penjelasan yang jelas,” (Habibburrohman, 2025).

“Akurasi informasi dijaga melalui proses verifikasi yang ketat dari Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum publikasi. Selain itu, bahasa yang digunakan dalam konten diupayakan sederhana dan mudah

dimengerti oleh masyarakat umum. Swargaloka juga rutin mengevaluasi respons masyarakat melalui komentar dan pesan langsung di media sosial untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai kebutuhan dan mudah diakses,” (Antonius Rachmat Witarto, 2025).

“Kami memiliki proses verifikasi yang ketat sebelum mempublikasikan informasi. Setiap konten yang dibuat harus melalui koordinasi dengan tim verifikasi dan pihak terkait di Dispendukcapil. Untuk memastikan informasi mudah dipahami, kami menggunakan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan menyajikan konten dalam format yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi informasi masyarakat, seperti video pendek dan infografis,” (Razida, 2025).

c. Communication (Implementasi dan Komunikasi Program)

Tahap selanjutnya dalam strategi komunikasi adalah implementasi, di mana seluruh strategi yang telah dirancang sebelumnya mulai dijalankan secara nyata. Tahap ini merupakan fase yang sangat penting karena menjadi tolak ukur efektivitas dari perencanaan yang telah dibuat. Dalam konteks program Swargaloka, implementasi strategi komunikasi dilakukan dengan mengoptimalkan berbagai saluran digital yang telah dipilih berdasarkan hasil riset dan analisis perilaku audiens. Tujuan utama dari tahap ini adalah memastikan bahwa informasi mengenai layanan administrasi kependudukan dapat tersampaikan kepada

masyarakat secara luas, cepat, dan efektif, sekaligus mendorong keterlibatan aktif masyarakat dalam memperoleh layanan yang tersedia.

Dalam praktiknya, Swargaloka mengimplementasikan strateginya melalui berbagai kanal digital, terutama media sosial yang telah ditentukan sebelumnya, seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp grup. Tim media informasi Swargaloka secara aktif mengunggah berbagai konten informatif yang dikemas dalam berbagai format, termasuk infografis, video pendek, serta sesi live di media sosial. Konten-konten ini dirancang dengan konsep yang menarik, interaktif, dan mudah dipahami agar dapat menjangkau berbagai segmen masyarakat, termasuk mereka yang mungkin tidak terbiasa dengan bahasa administratif yang terlalu formal atau teknis.

Infografis yang dipublikasikan berisi rangkuman informasi penting mengenai layanan administrasi kependudukan, seperti prosedur pengurusan KTP, KK, akta kelahiran, serta kebijakan terbaru yang berlaku di Dispendukcapil Surabaya. Infografis ini dibuat dengan tampilan visual yang menarik, penggunaan warna yang kontras, serta bahasa yang sederhana agar lebih mudah dicerna oleh masyarakat. Selain itu, infografis ini juga disebarluaskan melalui fitur Instagram Stories dan WhatsApp grup, sehingga dapat diakses dengan lebih cepat dan luas.

Selain infografis, Swargaloka juga memanfaatkan format video pendek untuk menyampaikan informasi dengan cara yang lebih dinamis

dan engaging. Video pendek ini dipublikasikan melalui platform seperti TikTok, Instagram Reels, dan YouTube Shorts, dengan durasi yang disesuaikan agar sesuai dengan preferensi konsumsi media masyarakat. Beberapa video dibuat dalam format tutorial, yang menjelaskan langkah-langkah pengurusan dokumen kependudukan dengan cara yang lebih praktis dan visual. Selain itu, ada juga video berbentuk simulasi tanya-jawab, di mana tim media Swargaloka merespons berbagai pertanyaan yang sering diajukan oleh masyarakat terkait layanan administrasi kependudukan.

Salah satu strategi interaktif yang diterapkan dalam tahap implementasi ini adalah penyelenggaraan sesi live di media sosial, seperti Instagram Live dan YouTube Live. Dalam sesi ini, perwakilan dari Dinkes Surabaya secara langsung menjelaskan berbagai informasi terkait layanan administrasi kependudukan, serta memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk bertanya secara real-time. Dengan adanya sesi live ini, masyarakat dapat memperoleh informasi langsung dari sumber yang kredibel serta mendapatkan jawaban atas pertanyaan mereka secara instan.

Selain memanfaatkan media sosial sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi, Swargaloka juga mengoptimalkan penggunaan WhatsApp grup sebagai saluran komunikasi langsung dengan perwakilan masyarakat, seperti RT, RW, serta perangkat kelurahan dan kecamatan.

WhatsApp grup dipilih karena merupakan salah satu aplikasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat, sehingga memungkinkan informasi dapat tersampaikan dengan lebih cepat dan efisien. Melalui grup ini, tim Swargaloka dapat langsung mendistribusikan berbagai informasi penting, termasuk pengumuman terbaru terkait layanan kependudukan, kebijakan yang mengalami perubahan, serta jadwal layanan keliling yang disediakan oleh Dispendukcapil.

Keunggulan lain dari penggunaan WhatsApp grup adalah memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pemerintah dan masyarakat. Masyarakat tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga dapat secara aktif menyampaikan pertanyaan, keluhan, atau masukan terkait pelayanan administrasi kependudukan. Dengan adanya komunikasi dua arah ini, program Swargaloka tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai wadah interaksi yang lebih inklusif antara Dispendukcapil dan masyarakat. Umpan balik yang diberikan oleh masyarakat dapat digunakan sebagai bahan evaluasi bagi Dispendukcapil untuk terus meningkatkan kualitas layanan yang mereka berikan.

Selain itu, guna memastikan bahwa strategi komunikasi Swargaloka berjalan dengan efektif, tim media informasi juga secara rutin melakukan monitoring dan evaluasi terhadap performa konten yang telah diunggah. Hal ini dilakukan dengan menganalisis engagement rate dari setiap

postingan di media sosial, seperti jumlah likes, shares, comments, serta tingkat partisipasi masyarakat dalam sesi live. Dengan melakukan evaluasi berkala, Dispendukcapil dapat mengetahui sejauh mana strategi yang diterapkan berhasil dalam menjangkau masyarakat serta memahami aspek mana yang perlu ditingkatkan atau disesuaikan agar komunikasi dapat berjalan lebih efektif.

Dengan adanya berbagai upaya implementasi ini, diharapkan program Swargaloka dapat memberikan dampak positif yang signifikan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap layanan administrasi kependudukan. Selain itu, program ini juga menjadi bukti nyata bahwa komunikasi dalam pelayanan publik tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga dapat menjadi sarana interaksi yang lebih inklusif dan partisipatif. Dengan strategi yang terencana dan dieksekusi dengan baik, Swargaloka diharapkan mampu menjadi inovasi yang memperkuat kualitas pelayanan publik di bidang administrasi kependudukan, sekaligus mendorong transformasi digital dalam penyebaran informasi kepada masyarakat.

“Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup, informasi dapat disampaikan secara visual dan interaktif kepada masyarakat. WhatsApp grup juga memungkinkan komunikasi langsung ke perwakilan Kalimasada, RT, RW, kelurahan,

dan kecamatan, sehingga mempercepat penyebaran informasi di tingkat lokal,” (Habiburohman,2025).

“Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam penyebaran informasi Swargaloka. Platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup memungkinkan kami menyampaikan informasi secara cepat dan dalam format yang mudah dipahami. Instagram dan TikTok efektif untuk menyajikan konten visual dan video singkat, sedangkan WhatsApp grup memfasilitasi komunikasi langsung dengan perwakilan RT, RW, dan kecamatan,” (Much Farez, 2025).

“Tingkat kepuasan terhadap layanan Swargaloka cukup tinggi, terbukti dari peningkatan jumlah pengikut di media sosial serta tingginya interaksi melalui komentar dan pesan langsung. Respons positif masyarakat menunjukkan apresiasi terhadap kemudahan akses informasi, meskipun kritik dan saran tetap diterima sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan,” (Antonius Rachmat Witarto, 2025).

d. Evaluation (Evaluasi dan Umpan Balik)

Tahap terakhir dalam strategi komunikasi adalah evaluasi, yang bertujuan untuk menilai efektivitas program Humas yang telah dijalankan serta mengidentifikasi aspek yang perlu ditingkatkan di masa

mendatang. Evaluasi ini menjadi bagian yang sangat penting dalam siklus strategi komunikasi, karena memberikan gambaran menyeluruh mengenai sejauh mana tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai dan apakah pesan yang disampaikan berhasil diterima serta dipahami oleh masyarakat.

Proses evaluasi dilakukan dengan menganalisis berbagai indikator keberhasilan yang telah ditentukan sebelumnya. Beberapa indikator utama yang digunakan dalam menilai efektivitas program Swargaloka meliputi jumlah pengikut media sosial, tingkat interaksi masyarakat dengan konten yang dipublikasikan, serta umpan balik yang diberikan oleh pengguna layanan administrasi kependudukan. Dengan menggunakan data ini, tim Humas dapat mengukur sejauh mana program Swargaloka mampu menjangkau dan memengaruhi audiens yang ditargetkan.

Salah satu aspek yang dievaluasi adalah pertumbuhan jumlah pengikut di berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp grup. Peningkatan jumlah pengikut menandakan bahwa semakin banyak masyarakat yang tertarik dengan informasi yang disampaikan dan menganggapnya relevan dengan kebutuhan mereka. Selain itu, analisis juga dilakukan terhadap tingkat keterlibatan (engagement) pengguna, yang mencakup jumlah likes, komentar, shares, dan partisipasi dalam sesi live yang diselenggarakan.

Tingginya angka interaksi menunjukkan bahwa masyarakat tidak hanya sekedar menerima informasi, tetapi juga merasa terlibat secara aktif dalam diskusi yang berkaitan dengan layanan administrasi kependudukan.

Selain metrik kuantitatif, evaluasi juga mencakup analisis kualitatif melalui umpan balik yang diberikan oleh masyarakat. Umpan balik ini dapat diperoleh melalui survei daring, kolom komentar di media sosial, maupun diskusi langsung dalam WhatsApp grup bersama perwakilan RT, RW, kelurahan, dan kecamatan. Dari umpan balik tersebut, tim Humas dapat mengetahui berbagai kendala yang masih dihadapi masyarakat dalam mengakses layanan kependudukan serta aspek komunikasi yang perlu diperbaiki agar informasi lebih mudah dipahami dan diakses oleh seluruh lapisan masyarakat.

Keberhasilan Swargaloka dalam menyebarkan informasi juga dapat terlihat dari meningkatnya jumlah masyarakat yang mengakses dan berinteraksi dengan konten yang dipublikasikan. Indikator keberhasilan lainnya adalah meningkatnya jumlah pertanyaan yang diajukan masyarakat terkait layanan administrasi kependudukan, yang menandakan adanya peningkatan kesadaran dan minat untuk memahami prosedur yang berlaku. Selain itu, evaluasi juga mencermati apakah terjadi pengurangan jumlah keluhan atau kesalahan dalam pengurusan dokumen kependudukan setelah program ini berjalan, yang dapat

menjadi bukti bahwa informasi yang disampaikan telah efektif dalam membantu masyarakat memahami prosedur yang benar.

Sebagai bagian dari evaluasi, tim Humas Dikendukapil Surabaya juga melakukan perbandingan antara data sebelum dan sesudah implementasi program Swargaloka. Dengan membandingkan jumlah pengaduan yang masuk terkait layanan kependudukan sebelum program ini diluncurkan dengan periode setelahnya, dapat diketahui apakah terdapat peningkatan dalam kualitas pelayanan serta efektivitas penyebaran informasi.

Selain mengevaluasi keberhasilan, proses ini juga digunakan sebagai sarana untuk mengidentifikasi tantangan yang dihadapi selama implementasi strategi komunikasi. Jika ditemukan kendala, seperti kurangnya jangkauan informasi ke kelompok masyarakat tertentu atau rendahnya tingkat partisipasi dalam sesi interaktif, maka akan dilakukan perbaikan strategi agar komunikasi dapat berjalan lebih optimal. Tim Humas dapat mengeksplorasi metode baru, seperti penggunaan influencer lokal atau tokoh masyarakat untuk membantu menyebarkan informasi dengan pendekatan yang lebih personal dan dekat dengan audiens.

Dengan adanya evaluasi yang sistematis dan berkelanjutan, Swargaloka dapat terus berkembang menjadi program komunikasi yang lebih efektif, adaptif, dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat.

Hasil evaluasi ini nantinya juga akan menjadi dasar bagi perencanaan strategi komunikasi di masa mendatang, sehingga inovasi dalam penyebaran informasi dapat terus dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik di bidang administrasi kependudukan.

“Tingkat kepuasan terhadap layanan Swargaloka cukup tinggi, terbukti dari peningkatan jumlah pengikut di media sosial serta tingginya interaksi melalui komentar dan pesan langsung. Respons positif masyarakat menunjukkan apresiasi terhadap kemudahan akses informasi, meskipun kritik dan saran tetap diterima sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan,” (Antonius Rachmat Witarto, 2025).

“Akurasi informasi dijaga melalui proses verifikasi yang ketat dari Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum publikasi. Selain itu, bahasa yang digunakan dalam konten diupayakan sederhana dan mudah dimengerti oleh masyarakat umum. Swargaloka juga rutin mengevaluasi respons masyarakat melalui komentar dan pesan langsung di media sosial untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai kebutuhan dan mudah diakses” (Antonius Rachmat Witarto, 2025).

“Swargaloka sudah menjangkau sebagian besar masyarakat perkotaan yang aktif di media sosial. Namun, untuk menjangkau masyarakat yang kurang memiliki akses digital, kami perlu memperluas

kerja sama dengan media lokal dan memanfaatkan pertemuan komunitas di tingkat kelurahan atau kecamatan,” (Much Farez, 2025).

“Media sosial sangat berperan penting dalam penyebaran informasi Swargaloka. Saya pribadi mengetahui Swargaloka pertama kali dari Instagram dan grup WhatsApp di lingkungan RT saya. Informasi yang dibagikan di Instagram cukup menarik dan mudah dipahami, sehingga memudahkan saya untuk mengikuti panduan yang diberikan. WhatsApp grup juga membantu karena informasi penting bisa langsung diterima dari perwakilan RT atau RW,” (Lutfiana,2025)

“Respon masyarakat sangat positif. Banyak yang merasa terbantu dengan informasi yang jelas dan panduan yang praktis. Inovasi seperti panduan online dan klarifikasi hoaks juga membantu mengurangi kebingungan dan meningkatkan transparansi dalam pelayanan administrasi kependudukan” (Tasya, 2025).

D. Pembahasan

Strategi komunikasi humas merupakan suatu perencanaan sistematis dalam kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu organisasi atau lembaga guna membangun, mempertahankan, serta meningkatkan hubungan yang baik dengan publiknya. Menurut Cutlip dan Center dalam Ruslan (2010: 148-149), strategi ini dirancang dengan tujuan untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga dapat diterima dengan jelas, efektif, dan tepat sasaran. Dalam konteks ini,

penting untuk menciptakan pesan yang relevan dan sesuai dengan karakteristik publik yang dituju, sehingga komunikasi yang dilakukan dapat memberikan dampak positif serta membangun kepercayaan masyarakat terhadap organisasi.

Hal ini sesuai dengan yang disampaikan dalam buku Cutlip dan Center dalam Ruslan (2010: 148-149) mengenai strategi komunikasi humas, yang menekankan bahwa komunikasi yang efektif memerlukan pemahaman mendalam terhadap audiens, pemilihan saluran komunikasi yang tepat, serta penyampaian pesan yang sesuai dengan tujuan organisasi. Dengan demikian, strategi komunikasi yang baik tidak hanya berfokus pada penyampaian informasi tetapi juga mengakomodasi partisipasi publik serta umpan balik yang diberikan, sehingga dapat membangun hubungan yang lebih kuat antara organisasi dan masyarakat.

Dalam penerapan strategi komunikasi humas, terdapat empat tahapan utama yang menjadi dasar dalam proses komunikasi yang efektif, yaitu:

1. Fact-Finding (Pencarian Fakta atau Penelitian)

Cutlip dan Center dalam Ruslan (2010: 148-149) menjelaskan bahwa tahap ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait organisasi, audiens, serta permasalahan atau peluang yang ada. Informasi ini dikumpulkan melalui berbagai metode penelitian, baik kuantitatif maupun kualitatif, guna mendapatkan data yang akurat sebagai dasar penyusunan strategi komunikasi yang lebih efektif.

Tahap ini bertujuan untuk mengumpulkan informasi terkait organisasi, audiens, serta permasalahan atau peluang yang ada. Dalam konteks Swargaloka, pencarian fakta dilakukan melalui riset dan musyawarah yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan guna memahami kebutuhan masyarakat terhadap layanan administrasi kependudukan. Dari hasil pencarian fakta ini, diperoleh data yang menjadi dasar dalam perencanaan strategi komunikasi yang lebih efektif dan sesuai dengan kondisi di lapangan.

2. Planning (Perencanaan Program dan Strategi)

Menurut Cutlip dan Center, tahap perencanaan mencakup penentuan tujuan komunikasi, identifikasi sasaran audiens, pemilihan pesan utama, serta media komunikasi yang akan digunakan. Strategi yang dirancang harus memperhitungkan bagaimana audiens menerima dan merespons pesan yang disampaikan oleh organisasi.

Setelah data terkumpul, tahap selanjutnya adalah penyusunan strategi komunikasi yang mencakup pemilihan media, penetapan sasaran audiens, serta penentuan pesan yang ingin disampaikan. Swargaloka menggunakan berbagai platform media sosial, seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup untuk menyebarkan informasi secara luas dan cepat. Selain itu, strategi ini juga melibatkan kerja sama dengan berbagai pihak, termasuk media pemerintah serta perwakilan masyarakat, guna memastikan efektivitas dalam penyampaian pesan.

6. Communication (Implementasi dan Komunikasi Program)

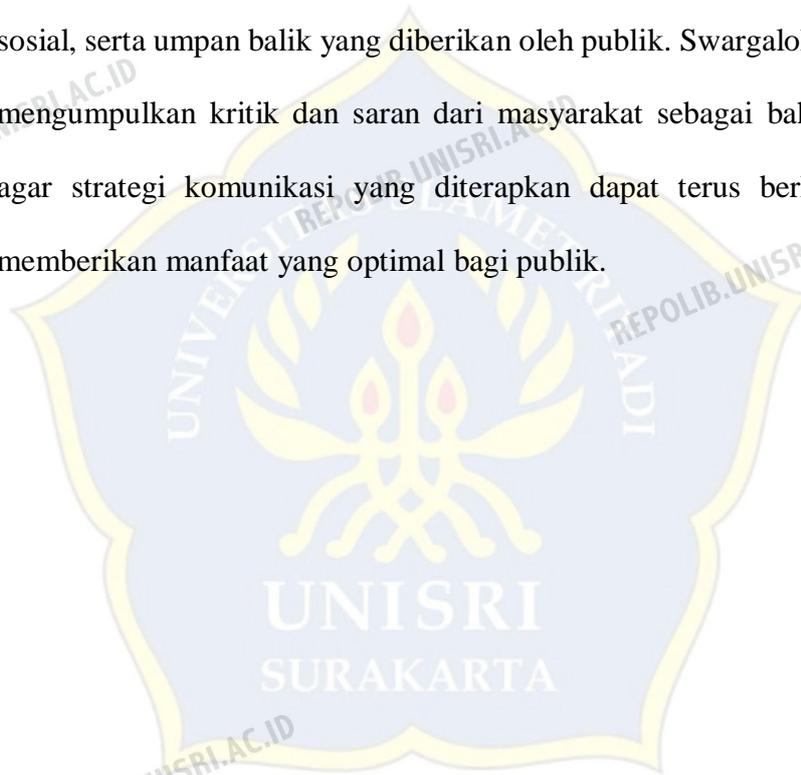
Cutlip dan Center menjelaskan bahwa tahap komunikasi merupakan proses di mana pesan yang telah dirancang mulai disampaikan kepada audiens melalui berbagai saluran yang telah ditentukan. Proses ini melibatkan pemilihan waktu yang tepat, pemanfaatan berbagai teknik komunikasi, serta upaya untuk memastikan bahwa audiens menerima pesan secara efektif.

Tahap implementasi merupakan realisasi dari strategi yang telah dirancang sebelumnya. Dalam tahap ini, Swargaloka menyampaikan informasi melalui berbagai saluran komunikasi yang telah ditentukan, termasuk media sosial, infografis, video pendek, serta sesi interaktif secara langsung. Selain itu, adanya komunikasi dua arah dengan masyarakat melalui WhatsApp grup dan sesi live media sosial memungkinkan publik untuk memberikan masukan serta memperoleh klarifikasi atas informasi yang diberikan.

7. Evaluation (Evaluasi dan Umpan Balik)

Menurut Cutlip dan Center, tahap evaluasi bertujuan untuk mengukur efektivitas strategi komunikasi yang telah diterapkan. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan mengukur tingkat pemahaman audiens, efektivitas pesan, serta dampak komunikasi terhadap perilaku dan sikap publik. Evaluasi juga mencakup analisis data kuantitatif, seperti jumlah audiens yang dijangkau, serta analisis kualitatif berdasarkan umpan balik yang diterima.

Tahap evaluasi dilakukan untuk menilai efektivitas strategi komunikasi yang telah dijalankan. Evaluasi dilakukan melalui analisis indikator keberhasilan seperti tingkat interaksi masyarakat, jumlah pengikut media sosial, serta umpan balik yang diberikan oleh publik. Swargaloka secara aktif mengumpulkan kritik dan saran dari masyarakat sebagai bahan perbaikan agar strategi komunikasi yang diterapkan dapat terus berkembang dan memberikan manfaat yang optimal bagi publik.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi Humas Dispendukcapil Surabaya dalam mengoptimalkan kualitas pelayanan publik melalui Swargaloka berfokus pada pemanfaatan media digital sebagai sarana utama penyebaran informasi kependudukan. Swargaloka memanfaatkan berbagai platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan WhatsApp grup untuk meningkatkan aksesibilitas layanan, memberikan informasi yang lebih cepat, serta membangun komunikasi dua arah dengan masyarakat. Pendekatan ini terbukti efektif dalam menyampaikan prosedur administrasi kependudukan secara lebih transparan dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat.

Meskipun demikian, implementasi Swargaloka juga menghadapi beberapa tantangan, seperti keterbatasan literasi digital di sebagian masyarakat serta proses verifikasi informasi yang cukup panjang sebelum dipublikasikan. Selain itu, perubahan algoritma media sosial sering kali mempengaruhi jangkauan informasi yang disampaikan. Namun, secara keseluruhan, program ini telah berkontribusi dalam meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya administrasi kependudukan dan memberikan kemudahan dalam mengakses layanan Dispendukcapil Surabaya.

B. Saran

Untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka ke depannya, Dispendukcapil Surabaya disarankan untuk terus berinovasi dalam strategi penyebaran informasi. Salah satu upaya yang dapat dilakukan adalah dengan mengembangkan chatbot layanan kependudukan yang memungkinkan masyarakat memperoleh informasi secara otomatis dan cepat tanpa harus menunggu balasan dari admin. Selain itu, perlu adanya diversifikasi konten digital dengan format yang lebih menarik dan interaktif agar semakin banyak masyarakat yang terlibat dalam pemanfaatan layanan ini.

Selain penguatan layanan digital, Dispendukcapil juga perlu mengimbangi strategi komunikasi daring dengan sosialisasi langsung kepada masyarakat yang kurang akrab dengan teknologi. Penyuluhan secara luring di kelurahan, kecamatan, serta komunitas masyarakat dapat membantu menjangkau kelompok yang kesulitan mengakses informasi secara digital. Evaluasi rutin juga harus terus dilakukan untuk memastikan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Argenti, P. A. (2017). *Corporate communication* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

Behn, R. D. (2001). *Rethinking democratic accountability*. Brookings Institution Press.

Berlo, D. K. (1960). *The process of communication*. Holt, Rinehart and Winston.

Bovens, M., Goodin, R. E., & 't Hart, P. (Eds.). (2008). *The Oxford handbook of public accountability*. Oxford University Press.

Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (2013). *Effective public relations* (11th ed.). Pearson Education.

Denhardt, R. B., & Denhardt, J. V. (2015). *The new public service: Serving, not steering* (4th ed.). Routledge.

DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Pearson Education.

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Surabaya. (2023). *Informasi profil Dispendukcapil Surabaya*. Surabaya.go.id.

Dominick, J. R. (2012). *The dynamics of mass communication: Media literacy and culture* (12th ed.). McGraw-Hill Education.

Effendy, O. U. (2019). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktik*. PT Remaja Rosdakarya.

Fombrun, C. J., & Van Riel, C. B. M. (2004). *Fame and fortune: How successful companies build winning reputations*. Financial Times Prentice Hall.

Fukuyama, F. (2013). What is governance? *Governance*, 26(3), 347–368.

Griffin, E. M. (2012). *A first look at communication theory* (8th ed.). McGraw-Hill Education.

Grindle, M. S. (1997). *Getting good government: Capacity building in the public sectors of developing countries*. Harvard University Press.

Grunig, J. E., & Hunt, T. T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.

Heeks, R. (2006). *Implementing and managing eGovernment*. Sage Publications.

Hughes, O. E. (2012). *Public management and administration: An introduction* (4th ed.). Palgrave Macmillan.

Kementerian Dalam Negeri. (2013). *Undang-Undang Nomor 24 Tahun 2013 tentang Administrasi Kependudukan*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.

Lasswell, H. D. (1948). The structure and function of communication in society. In L. Bryson (Ed.), *The communication of ideas* (pp. 37–51). Institute for Religious and Social Studies.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Theories of human communication* (9th ed.). Wadsworth Cengage Learning.

McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). Sage Publications.

Nasution, Z. (2021). *Komunikasi organisasi*. Penerbit Universitas Medan Area.

Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). *Reinventing government: How the entrepreneurial spirit is transforming the public sector*. Addison-Wesley Publishing Company.

Pearce, J. A., & Robinson, R. B. (2013). *Strategic management: Planning for domestic and global competition* (13th ed.). McGraw-Hill Education.

Perry, J. L., & Hondeghem, A. (Eds.). (2008). *Motivation in public management: The call of public service* (2nd ed.). Oxford University Press.

Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and persuasion: Central and peripheral routes to attitude change*. Springer-Verlag.

Pollitt, C., & Bouckaert, G. (2011). *Public management reform: A comparative analysis* (3rd ed.). Oxford University Press.

Ruslan, R. (2010). *Manajemen public relations & media komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.

Setyowati, E. (2020). *Administrasi kependudukan*. UB Press.

Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2014). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (5th ed.). Pearson Education.

Shannon, C. E., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. University of Illinois Press.

Smith, R. D. (2020). *Strategic planning for public relations* (6th ed.). Routledge.

Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

Surabaya City Government. (2023). *Layanan informasi publik Kota Surabaya*. Surabaya.go.id.

Wilcox, D. L., Ault, P. H., Agee, W. K., & Cameron, G. T. (2015). *Public relations: Strategies and tactics* (11th ed.). Pearson Education.





LAMPIRAN

Informan 1 Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya

Nama : Antonius Rachmat Witarto, SE.MM

Tanggal Wawancara : 17 Februari 2025

1. Bagaimana pendapat Anda tentang keberadaan program Swargaloka dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya?

Jawaban : Program Swargaloka memiliki peran penting dalam mempermudah akses masyarakat terhadap informasi dan layanan administrasi kependudukan. Dengan adanya Swargaloka, masyarakat dapat memperoleh informasi secara cepat melalui platform digital, tanpa harus datang langsung ke kantor Dispendukcapil. Program ini merupakan hasil musyawarah yang dihadiri oleh 220 peserta, dan secara resmi diluncurkan oleh Kepala Dinas Dispendukcapil Surabaya pada 27 Oktober 2021 sebagai upaya mendukung transformasi digital pelayanan publik.

2. Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjalankan atau menggunakan layanan Swargaloka?

Jawaban : Tantangan utama dalam menjalankan Swargaloka meliputi proses verifikasi informasi yang harus melalui persetujuan dari Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum dipublikasikan. Selain itu, tim juga menghadapi tantangan dalam menyesuaikan konten dengan algoritma media sosial agar informasi dapat menjangkau lebih banyak masyarakat. Kehati-hatian dalam penyusunan konten juga diperlukan untuk menghindari pelanggaran hak cipta atau menyampaikan informasi yang sensitif.

3. Sejauh mana media sosial berperan dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka?

Jawaban : Media sosial memiliki peran krusial dalam mempercepat penyebaran informasi kependudukan kepada masyarakat. Platform seperti Instagram, YouTube, TikTok, dan WhatsApp grup digunakan secara aktif untuk mengedukasi dan menyampaikan informasi terbaru. Kerja sama dengan media pemerintah seperti Suara Surabaya juga membantu memperluas jangkauan informasi. Namun, tantangan utama adalah menyesuaikan konten dengan tren di media sosial agar tetap relevan dan mudah diakses oleh berbagai kalangan masyarakat.

4. Menurut Anda, apakah strategi komunikasi yang diterapkan dalam Swargaloka sudah efektif? Mengapa?

Jawaban : Strategi komunikasi yang diterapkan cukup efektif karena menggunakan pendekatan multi-platform yang memanfaatkan media sosial dan kerja sama dengan media lokal. Dengan melibatkan perwakilan Kalimasada, RT, RW, kelurahan, dan kecamatan dalam penyebaran informasi, Swargaloka berhasil menjangkau berbagai lapisan masyarakat. Namun, efektivitasnya terus dievaluasi melalui umpan balik masyarakat untuk memastikan informasi yang disampaikan mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan.

5. Bagaimana cara Swargaloka memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat?

Jawaban : Akurasi informasi dijaga melalui proses verifikasi yang ketat dari Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum publikasi. Selain itu, bahasa yang digunakan dalam konten diupayakan sederhana dan mudah dimengerti oleh masyarakat umum. Swargaloka juga rutin mengevaluasi respons masyarakat melalui komentar dan pesan langsung di media sosial untuk memastikan bahwa informasi yang disampaikan sesuai kebutuhan dan mudah diakses.

6. Apa masukan atau saran Anda untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka dalam memberikan informasi dan layanan kependudukan?

Jawaban : Untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka, perlu dilakukan langkah-langkah seperti memperluas kerja sama dengan media mainstream seperti Kompas Group dan Jawa Pos guna meningkatkan jangkauan informasi. Selain itu, strategi komunikasi harus selalu disesuaikan dengan perkembangan teknologi dan tren di media sosial. Integrasi dengan program baru dari Kemendagri, seperti "Giza", juga penting agar masyarakat semakin mudah mengakses layanan administrasi kependudukan secara digital.

7. Menurut Anda, apakah Swargaloka sudah cukup menjangkau seluruh lapisan masyarakat? Jika belum, apa yang perlu diperbaiki?

Jawaban : Swargaloka telah menjangkau sebagian besar masyarakat melalui berbagai platform digital, namun masih terdapat tantangan dalam menjangkau kelompok masyarakat yang memiliki keterbatasan akses

digital. Untuk mengatasi hal ini, disarankan agar Swargaloka memperluas pendekatan offline melalui sosialisasi langsung di tingkat kelurahan dan kecamatan serta memanfaatkan media tradisional seperti radio dan televisi lokal.

8. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap layanan yang diberikan melalui Swargaloka?

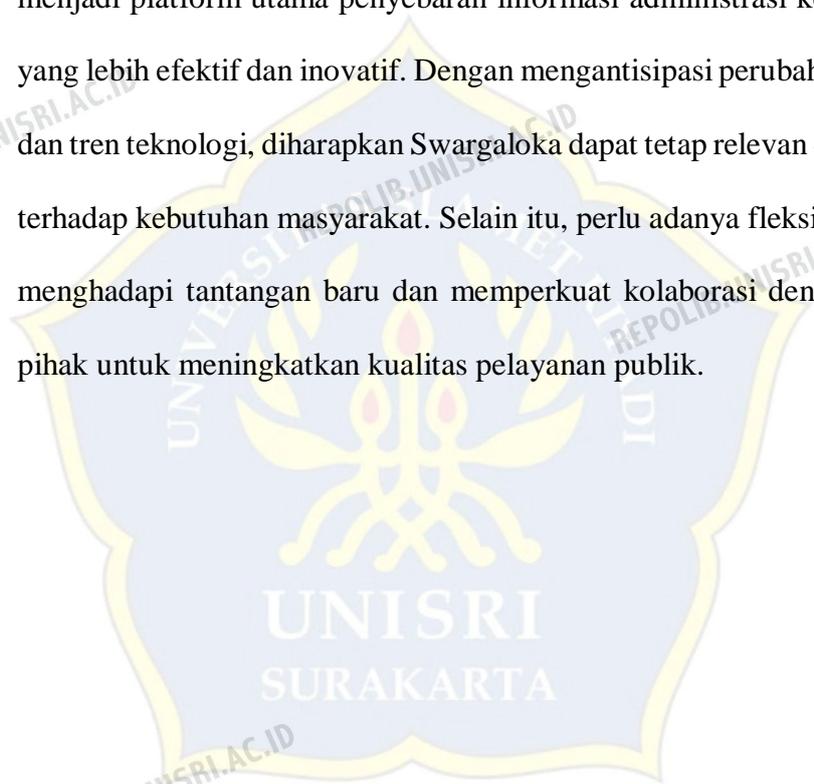
Jawaban : Tingkat kepuasan terhadap layanan Swargaloka cukup tinggi, terbukti dari peningkatan jumlah pengikut di media sosial serta tingginya interaksi melalui komentar dan pesan langsung. Respons positif masyarakat menunjukkan apresiasi terhadap kemudahan akses informasi, meskipun kritik dan saran tetap diterima sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan kualitas pelayanan.

9. Bagaimana respon masyarakat atau pihak terkait terhadap inovasi yang dilakukan Swargaloka dalam pelayanan kependudukan?

Jawaban : Respon masyarakat terhadap inovasi Swargaloka umumnya positif, terutama terkait kemudahan akses informasi yang disediakan melalui media sosial. Umpan balik yang diterima melalui WhatsApp grup dan media sosial menjadi indikator bahwa masyarakat menghargai inisiatif ini. Pihak terkait, seperti kelurahan dan kecamatan, juga mendukung penuh implementasi Swargaloka sebagai bentuk inovasi pelayanan publik.

10. Apa harapan Anda terhadap perkembangan Swargaloka ke depannya?

Jawaban : Harapan ke depan adalah agar Swargaloka terus berkembang menjadi platform utama penyebaran informasi administrasi kependudukan yang lebih efektif dan inovatif. Dengan mengantisipasi perubahan kebijakan dan tren teknologi, diharapkan Swargaloka dapat tetap relevan dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Selain itu, perlu adanya fleksibilitas dalam menghadapi tantangan baru dan memperkuat kolaborasi dengan berbagai pihak untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik.



Informan 2 Tim Media Informasi Swargaloka

Nama : Habibburrohman

Tanggal Wawancara : 17 Februari 2025

1. Bagaimana pendapat Anda tentang keberadaan program Swargaloka dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya?

Jawaban : Program Swargaloka memiliki peran signifikan dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Swargaloka memudahkan masyarakat mengakses informasi secara cepat dan akurat. Program ini juga mempercepat proses pelayanan melalui penyebaran informasi yang jelas di berbagai platform media sosial dan grup komunikasi, sehingga masyarakat lebih memahami prosedur administrasi kependudukan.

2. Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjalankan atau menggunakan layanan Swargaloka?

Jawaban : Tantangan utama dalam menjalankan layanan Swargaloka adalah proses verifikasi informasi yang harus mendapatkan persetujuan dari Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum dipublikasikan. Selain itu, memahami algoritma media sosial menjadi tantangan tersendiri agar konten dapat menjangkau lebih banyak orang. Tim juga harus memastikan bahwa setiap konten yang dibagikan mengikuti tren, menggunakan bahasa yang mudah dipahami, serta mematuhi kebijakan platform digital.

3. Sejauh mana media sosial berperan dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka?

Jawaban : Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka. Melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup, informasi dapat disampaikan secara visual dan interaktif kepada masyarakat. WhatsApp grup juga memungkinkan komunikasi langsung ke perwakilan Kalimasada, RT, RW, kelurahan, dan kecamatan, sehingga mempercepat penyebaran informasi di tingkat lokal.

4. Menurut Anda, apakah strategi komunikasi yang diterapkan dalam Swargaloka sudah efektif? Mengapa?

Jawaban : Strategi komunikasi Swargaloka dapat dikatakan efektif karena memadukan berbagai format konten sesuai dengan karakteristik platform digital. Konten dibuat dalam bentuk video pendek yang menarik di TikTok dan YouTube, sementara infografis digunakan di Instagram untuk menyampaikan informasi secara ringkas. Tim juga responsif terhadap pertanyaan atau komentar masyarakat, yang membantu membangun interaksi dan kepercayaan publik.

5. Bagaimana cara Swargaloka memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat?

Jawaban : Swargaloka memastikan keakuratan informasi melalui proses verifikasi ketat oleh Kemendagri dan Dispendukcapil pusat sebelum

dipublikasikan. Selain itu, tim melakukan riset mendalam mengenai kebijakan terbaru dan menyajikan informasi dalam format yang mudah dipahami, seperti menggunakan bahasa sederhana, visual menarik, dan penjelasan yang jelas.

6. Apa masukan atau saran Anda untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka dalam memberikan informasi dan layanan kependudukan?

Jawaban : Untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka, disarankan agar memperbanyak kolaborasi dengan media mainstream seperti Kompas Group dan Jawa Pos guna memperluas jangkauan informasi. Selain itu, pengembangan fitur interaktif di media sosial, seperti sesi tanya jawab langsung atau webinar, dapat membantu masyarakat mendapatkan penjelasan langsung dari pihak terkait.

7. Menurut Anda, apakah Swargaloka sudah cukup menjangkau seluruh lapisan masyarakat? Jika belum, apa yang perlu diperbaiki?

Jawaban : Swargaloka sudah menjangkau sebagian besar masyarakat, terutama mereka yang aktif di media sosial. Namun, untuk menjangkau masyarakat yang kurang akrab dengan teknologi, perlu ada pendekatan offline seperti sosialisasi langsung di tingkat RT, RW, dan kelurahan, serta menyediakan panduan cetak untuk membantu mereka memahami layanan administrasi kependudukan.

8. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap layanan yang diberikan melalui Swargaloka?

Jawaban : Secara keseluruhan, layanan Swargaloka cukup memuaskan karena memberikan akses informasi yang cepat, akurat, dan mudah diakses. Respons cepat dari tim dalam menjawab pertanyaan masyarakat di media sosial juga menjadi nilai tambah dalam memberikan pelayanan yang responsif dan transparan.

9. Bagaimana respon masyarakat atau pihak terkait terhadap inovasi yang dilakukan Swargaloka dalam pelayanan kependudukan?

Jawaban : Respon masyarakat terhadap inovasi Swargaloka cukup positif. Banyak yang merasa terbantu dengan adanya informasi yang mudah diakses di berbagai platform. Pihak terkait seperti perwakilan Kalimasada, RT, RW, dan kelurahan juga merespon baik karena informasi dapat diteruskan dengan cepat ke masyarakat di tingkat lokal.

10. Apa harapan Anda terhadap perkembangan Swargaloka ke depannya?

Jawaban : Harapan ke depan adalah Swargaloka terus berkembang menjadi platform utama dalam penyebaran informasi administrasi kependudukan. Dengan inovasi berkelanjutan dan adaptasi terhadap teknologi terbaru, Swargaloka diharapkan dapat memberikan pelayanan yang semakin efisien, inklusif, dan menjadi contoh bagi daerah lain dalam mengelola komunikasi digital layanan publik.

Informan 3 Tim Media Informasi Swargaloka

Nama : Much Farez

Tanggal Wawancara : 17 Februari 2025

1. Bagaimana pendapat Anda tentang keberadaan program Swargaloka dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya?

Jawaban : Menurut saya, program Swargaloka memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya. Dengan adanya program ini, masyarakat dapat mengakses informasi secara mudah dan akurat. Swargaloka juga membuat proses pelayanan menjadi lebih transparan dan efisien melalui berbagai kanal media informasi yang kami kelola.

2. Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjalankan atau menggunakan layanan Swargaloka?

Jawaban : Tantangan utama yang kami hadapi adalah memastikan semua informasi yang disampaikan sudah terverifikasi oleh Kemendagri dan Dispendukcapil pusat. Selain itu, perubahan algoritma di media sosial menjadi tantangan tersendiri dalam menjangkau masyarakat secara luas. Kami juga harus memastikan konten yang disajikan tetap menarik, sesuai tren, namun tidak melanggar kebijakan platform atau hak cipta.

3. Sejauh mana media sosial berperan dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka?

Jawaban : Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam penyebaran informasi Swargaloka. Platform seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup memungkinkan kami menyampaikan informasi secara cepat dan dalam format yang mudah dipahami. Instagram dan TikTok efektif untuk menyajikan konten visual dan video singkat, sedangkan WhatsApp grup memfasilitasi komunikasi langsung dengan perwakilan RT, RW, dan kecamatan.

4. Menurut Anda, apakah strategi komunikasi yang diterapkan dalam Swargaloka sudah efektif? Mengapa?

Jawaban : Saya menilai strategi komunikasi Swargaloka cukup efektif karena kami mengedepankan transparansi dan kemudahan akses informasi. Kami rutin melakukan riset untuk memahami kebutuhan masyarakat, menyusun konten yang informatif, dan menggunakan berbagai platform media sosial untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Selain itu, kami juga aktif merespons pertanyaan dan masukan dari masyarakat untuk memperbaiki layanan.

5. Bagaimana cara Swargaloka memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat?

Jawaban : Kami memiliki proses verifikasi yang ketat sebelum mempublikasikan informasi. Tim kami selalu berkoordinasi dengan Dispendukcapil dan mengikuti regulasi dari Kemendagri. Selain itu, kami menyajikan informasi dalam format yang mudah dipahami, seperti

infografis, video edukasi, dan sesi tanya jawab langsung melalui live streaming.

6. Apa masukan atau saran Anda untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka dalam memberikan informasi dan layanan kependudukan?

Jawaban : Kami menyarankan agar Swargaloka terus berinovasi dalam format penyampaian informasi, seperti mengembangkan chatbot untuk memberikan jawaban otomatis terkait layanan kependudukan. Selain itu, perlu memperkuat kerja sama dengan media mainstream agar jangkauan informasi lebih luas dan menjangkau masyarakat yang kurang aktif di media sosial.

7. Menurut Anda, apakah Swargaloka sudah cukup menjangkau seluruh lapisan masyarakat? Jika belum, apa yang perlu diperbaiki?

Jawaban : Swargaloka sudah menjangkau sebagian besar masyarakat perkotaan yang aktif di media sosial. Namun, untuk menjangkau masyarakat yang kurang memiliki akses digital, kami perlu memperluas kerja sama dengan media lokal dan memanfaatkan pertemuan komunitas di tingkat kelurahan atau kecamatan.

8. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap layanan yang diberikan melalui Swargaloka?

Jawaban : Secara umum, saya puas dengan layanan yang diberikan Swargaloka. Informasi disampaikan secara jelas, akurat, dan respons dari tim sangat cepat. Namun, kami selalu terbuka untuk masukan agar layanan

ini bisa terus berkembang dan memberikan manfaat yang lebih besar bagi masyarakat.

9. Bagaimana respon masyarakat atau pihak terkait terhadap inovasi yang dilakukan Swargaloka dalam pelayanan kependudukan?

Jawaban : Respon masyarakat umumnya positif, terutama terhadap fitur-fitur inovatif seperti sesi tanya jawab langsung dan konten edukasi di media sosial. Pihak terkait, seperti RT, RW, dan kecamatan, juga menyambut baik kolaborasi melalui WhatsApp grup yang memudahkan penyebaran informasi di tingkat komunitas.

10. Apa harapan Anda terhadap perkembangan Swargaloka ke depannya?

Jawaban : Kami berharap Swargaloka terus menjadi inovasi pelayanan publik yang diandalkan di Surabaya dan menjadi model bagi kota lain. Harapan kami, Swargaloka dapat memperluas jangkauan informasi, meningkatkan efisiensi layanan, dan memastikan masyarakat mendapatkan pelayanan administrasi kependudukan yang cepat, mudah, dan transparan.

Informan 4 Tim Media Informasi Swargaloka

Nama : Razida

Tanggal Wawancara : 17 Februari 2025

1. Bagaimana pendapat Anda tentang keberadaan program Swargaloka dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya?

Jawaban : Menurut saya, program Swargaloka memiliki peran penting dalam mempermudah akses masyarakat terhadap informasi dan layanan administrasi kependudukan di Surabaya. Dengan adanya platform ini, masyarakat dapat memperoleh informasi secara cepat dan akurat tanpa harus datang langsung ke kantor Dispendukcapil. Selain itu, Swargaloka juga membantu mempercepat proses pelayanan melalui fitur-fitur digital yang disediakan, seperti pendaftaran online dan pengajuan dokumen secara daring.

2. Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjalankan atau menggunakan layanan Swargaloka?

Jawaban : Tantangan utama yang saya hadapi adalah menjaga keseimbangan antara menyampaikan informasi yang akurat dan menarik dengan cepat. Selain itu, algoritma media sosial yang terus berubah memengaruhi jangkauan konten yang kami buat. Kami juga harus memastikan setiap informasi telah diverifikasi dan mendapat persetujuan dari pihak berwenang sebelum dipublikasikan, yang terkadang memperlambat proses penyebaran informasi.

3. Sejauh mana media sosial berperan dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka?

Jawaban : Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka. Platform seperti Instagram dan TikTok memungkinkan kami menjangkau masyarakat luas dengan cepat melalui konten visual dan video pendek. Selain itu, WhatsApp digunakan untuk menyebarkan informasi secara langsung kepada perwakilan RT, RW, dan kelurahan, sehingga informasi dapat diterima lebih cepat dan menyeluruh.

4. Menurut Anda, apakah strategi komunikasi yang diterapkan dalam Swargaloka sudah efektif? Mengapa?

Jawaban : Saya menilai strategi komunikasi Swargaloka sudah cukup efektif karena kami mengutamakan pendekatan yang interaktif dan mengikuti tren media sosial. Kami menggunakan storytelling, infografis yang menarik, dan sesi live untuk menjawab pertanyaan masyarakat secara langsung. Strategi ini memungkinkan kami membangun kedekatan dengan masyarakat dan memastikan informasi yang disampaikan mudah dipahami.

5. Bagaimana cara Swargaloka memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat?

Jawaban : Kami memiliki proses verifikasi yang ketat sebelum mempublikasikan informasi. Setiap konten yang dibuat harus melalui koordinasi dengan tim verifikasi dan pihak terkait di Dispendukcapil. Untuk

memastikan informasi mudah dipahami, kami menggunakan bahasa yang sederhana, visual yang menarik, dan menyajikan konten dalam format yang sesuai dengan kebiasaan konsumsi informasi masyarakat, seperti video pendek dan infografis.

6. Apa masukan atau saran Anda untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka dalam memberikan informasi dan layanan kependudukan?

Jawaban : Salah satu saran saya adalah meningkatkan kolaborasi dengan content creator lokal dan media mainstream untuk memperluas jangkauan informasi. Selain itu, pengembangan fitur chatbot interaktif akan sangat membantu masyarakat mendapatkan informasi secara otomatis tanpa harus menunggu balasan admin. Kami juga dapat mengadakan sesi edukasi rutin untuk membahas topik-topik penting seputar administrasi kependudukan.

7. Menurut Anda, apakah Swargaloka sudah cukup menjangkau seluruh lapisan masyarakat? Jika belum, apa yang perlu diperbaiki?

Jawaban : Swargaloka sudah menjangkau sebagian besar masyarakat perkotaan yang aktif di media sosial, tetapi masih ada tantangan dalam menjangkau masyarakat di wilayah dengan akses internet terbatas atau yang kurang familiar dengan teknologi digital. Untuk mengatasi hal ini, kami dapat memperkuat kerja sama dengan perangkat daerah seperti RT dan RW serta memanfaatkan media offline seperti brosur dan papan pengumuman di kelurahan.

8. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap layanan yang diberikan melalui Swargaloka?

Jawaban : Secara keseluruhan, saya merasa puas dengan layanan yang diberikan melalui Swargaloka. Layanan ini memudahkan akses informasi dan mempercepat proses administrasi kependudukan. Namun, ada ruang untuk perbaikan dalam merespons pertanyaan masyarakat secara lebih cepat, terutama di luar jam kerja.

9. Bagaimana respon masyarakat atau pihak terkait terhadap inovasi yang dilakukan Swargaloka dalam pelayanan kependudukan?

Jawaban : Respon masyarakat umumnya positif, terutama terhadap fitur-fitur yang memudahkan mereka mengakses layanan secara online. Banyak yang mengapresiasi kemudahan dalam memperoleh informasi tanpa harus datang langsung ke kantor. Pihak terkait seperti RT, RW, dan kelurahan juga mendukung inisiatif ini karena membantu memperlancar komunikasi dan pelayanan di tingkat lokal.

10. Apa harapan Anda terhadap perkembangan Swargaloka ke depannya?

Jawaban : Saya berharap Swargaloka terus berinovasi dan menjadi platform utama untuk pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya. Dengan strategi komunikasi yang tepat dan teknologi yang berkembang, Swargaloka dapat menjadi model pelayanan publik digital yang efisien dan inklusif. Saya juga berharap Swargaloka dapat meningkatkan aksesibilitas

bagi seluruh lapisan masyarakat, termasuk mereka yang memiliki keterbatasan akses digital.



Informan 5 Masyarakat Kota Surabaya

Nama : Lutfiana

Tanggal Wawancara : 17 Februari 2025

1. Bagaimana pendapat Anda tentang keberadaan program Swargaloka dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya?

Jawaban : Menurut saya, Swargaloka sangat membantu dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan. Sebelum adanya Swargaloka, mengurus dokumen seperti KTP atau KK terasa rumit dan memakan waktu lama. Dengan adanya Swargaloka, saya bisa mendapatkan informasi dengan mudah dan proses pengurusan dokumen menjadi lebih cepat karena banyak layanan yang bisa diakses secara online atau melalui perwakilan kelurahan.

2. Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjalankan atau menggunakan layanan Swargaloka?

Jawaban : Tantangan utama yang saya hadapi adalah terkadang saya ketinggalan informasi karena tidak semua postingan Swargaloka muncul di timeline media sosial saya. Selain itu, ada beberapa pertanyaan spesifik yang tidak langsung terjawab di postingan mereka, sehingga saya harus menghubungi admin melalui DM atau WhatsApp untuk mendapatkan penjelasan lebih lanjut.

3. Sejauh mana media sosial berperan dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka?

Jawaban : Media sosial sangat berperan penting dalam penyebaran informasi Swargaloka. Saya pribadi mengetahui Swargaloka pertama kali dari Instagram dan grup WhatsApp di lingkungan RT saya. Informasi yang dibagikan di Instagram cukup menarik dan mudah dipahami, sehingga memudahkan saya untuk mengikuti panduan yang diberikan. WhatsApp grup juga membantu karena informasi penting bisa langsung diterima dari perwakilan RT atau RW.

4. Menurut Anda, apakah strategi komunikasi yang diterapkan dalam Swargaloka sudah efektif? Mengapa?

Jawaban : Saya rasa strategi komunikasi Swargaloka cukup efektif. Informasi disampaikan dengan bahasa yang mudah dipahami oleh masyarakat awam. Selain itu, mereka aktif membalas pertanyaan di DM dan komentar di media sosial, sehingga masyarakat bisa mendapatkan jawaban langsung. Namun, akan lebih baik jika ada sesi tanya jawab langsung seperti live streaming untuk menjawab pertanyaan yang lebih detail.

5. Bagaimana cara Swargaloka memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat?

Jawaban : Swargaloka menyampaikan informasi dengan jelas dan sistematis di setiap postingan mereka. Panduan yang diberikan mudah diikuti, dan mereka menggunakan bahasa yang tidak terlalu formal sehingga lebih

mudah dipahami oleh masyarakat umum. Jika ada pertanyaan lebih lanjut, masyarakat bisa langsung menghubungi admin melalui DM atau WhatsApp untuk mendapatkan klarifikasi.

6. Apa masukan atau saran Anda untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka dalam memberikan informasi dan layanan kependudukan?

Jawaban : Saya menyarankan Swargaloka untuk lebih sering mengadakan sesi live tanya jawab agar masyarakat bisa langsung mendapatkan penjelasan secara rinci. Selain itu, jika memungkinkan, mereka bisa mengembangkan chatbot otomatis untuk menjawab pertanyaan umum sehingga masyarakat tidak perlu menunggu balasan admin terlalu lama.

7. Menurut Anda, apakah Swargaloka sudah cukup menjangkau seluruh lapisan masyarakat? Jika belum, apa yang perlu diperbaiki?

Jawaban : Sudah cukup menjangkau masyarakat yang aktif di media sosial, tetapi mungkin masih ada masyarakat yang tidak memiliki akses atau kurang familiar dengan teknologi. Untuk menjangkau mereka, Swargaloka bisa bekerja sama dengan kelurahan atau komunitas lokal dalam menyebarkan informasi secara langsung, misalnya melalui brosur atau papan pengumuman di lingkungan sekitar.

8. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap layanan yang diberikan melalui Swargaloka?

Jawaban : Saya cukup puas dengan layanan yang diberikan melalui Swargaloka. Informasinya jelas, admin responsif dalam menjawab

pertanyaan, dan proses pengurusan dokumen menjadi lebih mudah. Namun, saya berharap respons dari admin bisa lebih cepat, terutama untuk pertanyaan yang sifatnya mendesak.

9. Bagaimana respon masyarakat atau pihak terkait terhadap inovasi yang dilakukan Swargaloka dalam pelayanan kependudukan?

Jawaban : Dari yang saya amati, respon masyarakat terhadap Swargaloka sangat positif. Banyak yang merasa terbantu dengan adanya informasi yang jelas dan akses yang lebih mudah dalam mengurus dokumen. Inovasi seperti layanan online dan interaksi di media sosial membuat proses menjadi lebih transparan dan efisien.

10. Apa harapan Anda terhadap perkembangan Swargaloka ke depannya?

Jawaban : Saya berharap Swargaloka terus berkembang dan bisa menjangkau lebih banyak masyarakat. Akan sangat membantu jika ada aplikasi resmi Swargaloka yang memudahkan akses informasi dan pengajuan layanan secara langsung dari ponsel. Dengan terus berinovasi, saya yakin Swargaloka dapat semakin mempermudah urusan administrasi kependudukan bagi seluruh warga Surabaya.

Informan 6 Masyarakat Kota Surabaya

Nama : Tasya

Tanggal Wawancara : 17 Februari 2025

1. Bagaimana pendapat Anda tentang keberadaan program Swargaloka dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya?

Jawaban : Menurut saya, keberadaan Swargaloka sangat membantu masyarakat dalam memahami dan mengakses layanan administrasi kependudukan. Program ini memberikan informasi yang jelas dan akurat, sehingga masyarakat tidak lagi bingung dalam mengurus dokumen. Dengan adanya Swargaloka, prosedur yang dulunya terasa rumit menjadi lebih mudah diikuti karena panduannya tersedia secara lengkap di media sosial.

2. Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjalankan atau menggunakan layanan Swargaloka?

Jawaban : Sejauh ini, tantangan utama yang saya hadapi adalah ketersediaan informasi di luar jam kerja. Terkadang ada pertanyaan yang ingin saya ajukan di luar waktu operasional, dan saya harus menunggu respons dari admin. Selain itu, bagi sebagian orang yang kurang akrab dengan teknologi, mengakses informasi secara online mungkin menjadi kendala.

3. Sejauh mana media sosial berperan dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka?

Jawaban : Media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka. Saya sering mendapatkan update terbaru dari Instagram, TikTok, dan WhatsApp grup RT. Dengan konten berupa infografis dan video singkat, informasi menjadi lebih mudah dipahami dan diakses oleh masyarakat luas.

4. Menurut Anda, apakah strategi komunikasi yang diterapkan dalam Swargaloka sudah efektif? Mengapa?

Jawaban : Ya, menurut saya strategi komunikasi Swargaloka sudah sangat efektif. Mereka menggunakan berbagai platform media sosial yang populer di kalangan masyarakat dan menyampaikan informasi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dimengerti. Selain itu, mereka juga responsif terhadap pertanyaan masyarakat di kolom komentar maupun pesan langsung.

5. Bagaimana cara Swargaloka memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat?

Jawaban : Swargaloka selalu menyajikan informasi yang diperbarui sesuai kebijakan terbaru dari Dispendukcapil. Mereka juga sering mengklarifikasi hoaks atau informasi keliru terkait administrasi kependudukan. Dengan memanfaatkan infografis dan video singkat, informasi menjadi lebih mudah dipahami oleh berbagai lapisan masyarakat.

6. Apa masukan atau saran Anda untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka dalam memberikan informasi dan layanan kependudukan?

Jawaban : Saya menyarankan agar Swargaloka menyediakan lebih banyak studi kasus atau testimoni dari warga yang telah berhasil mengurus dokumen menggunakan panduan mereka. Selain itu, pengembangan aplikasi khusus yang mengintegrasikan semua informasi dan layanan akan sangat membantu masyarakat mengakses informasi dengan lebih mudah.

7. Menurut Anda, apakah Swargaloka sudah cukup menjangkau seluruh lapisan masyarakat? Jika belum, apa yang perlu diperbaiki?

Jawaban : Secara umum, Swargaloka sudah menjangkau banyak masyarakat melalui media sosial. Namun, untuk menjangkau lapisan masyarakat yang tidak aktif di dunia digital, mereka bisa lebih aktif berkolaborasi dengan media konvensional seperti radio atau surat kabar lokal. Sosialisasi langsung di tingkat RT atau kelurahan juga dapat memperluas jangkauan informasi.

8. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap layanan yang diberikan melalui Swargaloka?

Jawaban : Saya sangat puas dengan layanan yang diberikan Swargaloka. Informasinya selalu akurat, mudah diakses, dan respons dari admin cukup cepat. Selain itu, adanya sesi live untuk tanya jawab memberikan kesempatan bagi masyarakat untuk mendapatkan penjelasan langsung dari pihak yang berwenang.

9. Bagaimana respon masyarakat atau pihak terkait terhadap inovasi yang dilakukan Swargaloka dalam pelayanan kependudukan?

Jawaban : Respon masyarakat sangat positif. Banyak yang merasa terbantu dengan informasi yang jelas dan panduan yang praktis. Inovasi seperti panduan online dan klarifikasi hoaks juga membantu mengurangi kebingungan dan meningkatkan transparansi dalam pelayanan administrasi kependudukan.

10. Apa harapan Anda terhadap perkembangan Swargaloka ke depannya?

Jawaban : Saya berharap Swargaloka terus berkembang dan semakin aktif berkolaborasi dengan berbagai platform lain, termasuk media mainstream dan influencer edukasi. Dengan demikian, informasi dapat menjangkau lebih banyak orang dan semakin banyak masyarakat yang paham tentang prosedur administrasi kependudukan yang benar.

PEDOMAN OBSERVASI

1. Lokasi berada di Dpendukcapil Kota Surabaya
2. Observasi bersifat non partisipan
3. Mengamati Strategi KomunikaIs yang dilakukan oleh Swargaloka (Pembuatan konten, Sosialisasi, Upload Konten, Dll)
4. Mengamati metode Strategi Komunikasi yang digunakan oleh Humas dan Tim Media Informasi Swargaloka (Breafing, Take Konten, Editing dan Publikasi Konten, dll)
5. Memperhatikan media Strategi Komunikasi yang digunakan (Platfrom Youtube, Intagram dan Tiktok)
6. Menganalisis pesan Strategi Komunikasi yang disampaikan (informasi tentang Strategi Komunikasi Humas Dpendukcapil Surabaya dalam Mengoptimalisasi Kualitas Pelayanan Publik melalui Swargaloka)
7. Mengamati tingkat pemahaman peserta tentang informasi yang diberikan Humas Dpendukcapil kepada Masyarakat melalui swargaloka.

PEDOMAN WAWANCARA

1. Bagaimana pendapat Anda tentang keberadaan program Swargaloka dalam meningkatkan pelayanan administrasi kependudukan di Surabaya?
2. Apa tantangan utama yang Anda hadapi dalam menjalankan atau menggunakan layanan Swargaloka?
3. Sejauh mana media sosial berperan dalam keberhasilan penyebaran informasi Swargaloka?
4. Menurut Anda, apakah strategi komunikasi yang diterapkan dalam Swargaloka sudah efektif? Mengapa?
5. Bagaimana cara Swargaloka memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat?
6. Apa masukan atau saran Anda untuk meningkatkan efektivitas Swargaloka dalam memberikan informasi dan layanan kependudukan?
7. Menurut Anda, apakah Swargaloka sudah cukup menjangkau seluruh lapisan masyarakat? Jika belum, apa yang perlu diperbaiki?
8. Bagaimana tingkat kepuasan Anda terhadap layanan yang diberikan melalui Swargaloka?
9. Bagaimana respon masyarakat atau pihak terkait terhadap inovasi yang dilakukan Swargaloka dalam pelayanan kependudukan?
10. Apa harapan Anda terhadap perkembangan Swargaloka ke depannya?

DOKUMENTASI

