

INOVASI DIGITAL LAYANAN PUBLIK MELALUI MEDIA VIDEO TESTIMONI DI SENTRA PELAYANAN PUBLIK (SPP) PAKAL KOTA SURABAYA

Ari Suhariyanto, Rachmawati Novaria

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: suharyono2312@gmail.com, nova@untag-sby.ac.id

ABSTRAK

Pelaksanaan magang di Sentra Pelayanan Publik (SPP) Pakal Kota Surabaya berfokus pada penerapan inovasi media publikasi pelayanan publik berbasis video testimoni dan dokumentasi fasilitas layanan. Kegiatan ini bertujuan meningkatkan pemahaman serta kepercayaan masyarakat terhadap kualitas pelayanan pemerintah daerah. Melalui pendekatan praktis berbasis teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action), media video digunakan untuk menarik perhatian publik, membangun minat, menumbuhkan kepercayaan, dan mendorong tindakan nyata masyarakat dalam memanfaatkan layanan. Hasil kegiatan menunjukkan bahwa pembuatan video testimoni memberikan dampak positif terhadap citra pelayanan publik yang lebih ramah, transparan, dan modern. Mahasiswa berperan sebagai penggerak inovasi komunikasi publik melalui keterampilan teknis seperti pembuatan konten digital dan editing video. Inovasi ini juga mendorong partisipasi aktif masyarakat serta menjadi model efektif bagi pengembangan media publikasi digital di lingkungan pemerintahan.

Kata kunci: Inovasi publik, video testimoni, pelayanan publik, komunikasi digital.

ABSTRACT

The internship program at the Public Service Center (SPP) Pakal, Surabaya City, focused on implementing a digital innovation in public service promotion through testimonial videos and service facility documentation. This initiative aims to enhance public understanding and trust in the quality of government services. Using the AIDA theory (Attention, Interest, Desire, Action), video media effectively attract public attention, stimulate interest, foster trust, and encourage citizens to utilize public services. The results show that testimonial videos positively impact the institution's image as friendly, transparent, and modern. Interns act as catalysts for public communication innovation through digital content creation and video editing skills. This innovation also fosters citizen engagement and serves as a model for developing digital public communication strategies in government institutions.

Keywords: Public innovation, testimonial video, public service, digital communication.

PENDAHULUAN

Pelayanan publik merupakan salah satu pilar utama dalam penyelenggaraan pemerintahan yang berorientasi pada kepuasan masyarakat. Dalam konteks reformasi birokrasi, pelayanan publik yang berkualitas tidak hanya diukur dari kecepatan dan ketepatan layanan, tetapi juga dari sejauh mana pemerintah mampu membangun komunikasi yang efektif, transparan, dan partisipatif dengan masyarakat. Di era transformasi digital, pola komunikasi antara pemerintah dan warga mengalami perubahan signifikan, di mana masyarakat kini lebih memilih informasi yang disampaikan melalui media visual dan digital yang cepat, interaktif, serta mudah dipahami (Area, 2023).

Kondisi ini menuntut lembaga pelayanan publik untuk beradaptasi melalui inovasi komunikasi yang tidak hanya bersifat informatif tetapi juga persuasif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi instansi publik adalah rendahnya pemahaman masyarakat terhadap prosedur layanan, terutama di kalangan masyarakat yang belum terbiasa dengan sistem pelayanan berbasis digital. Minimnya pemanfaatan media publikasi kreatif sering menyebabkan kesalahpahaman mengenai alur pelayanan, syarat administrasi, hingga citra pelayanan pemerintah yang dianggap berbelit dan lamban.

Sentra Pelayanan Publik (SPP) Pakal Kota Surabaya hadir sebagai bentuk konkret komitmen Pemerintah Kota Surabaya dalam meningkatkan akses pelayanan bagi warga di wilayah barat kota. Namun, hasil observasi selama magang menunjukkan bahwa meskipun fasilitas dan sistem layanan sudah modern, sebagian besar masyarakat masih belum mengenal jenis dan manfaat layanan yang disediakan. Oleh karena itu, dilakukan inovasi melalui pembuatan video testimoni masyarakat yang menampilkan pengalaman langsung pengguna layanan, menggunakan bahasa sederhana, serta menampilkan ekspresi emosional yang jujur.

Selain memberikan manfaat bagi instansi, pembuatan video testimoni juga memiliki nilai pembelajaran bagi mahasiswa magang dalam pengembangan kemampuan komunikasi publik, desain pesan visual, serta penerapan teori administrasi publik yang berkaitan dengan transparansi dan akuntabilitas pelayanan.

METODE PELAKSANAAN

Pelaksanaan kegiatan magang di SPP Pakal menggunakan pendekatan partisipatif, di mana mahasiswa berperan aktif dalam setiap tahap pembuatan media publikasi. Kegiatan ini tidak diawali dengan observasi formal, melainkan langsung diarahkan pada tahap konseptualisasi dan produksi media sesuai kebutuhan instansi. Setiap langkah dilakukan secara kolaboratif antara mahasiswa, dan pegawai instansi (Meilasari et al., 2025), Tahapan pelaksanaan kegiatan meliputi:

1. Perencanaan Konsep Media – Menentukan pesan utama, naskah naratif, dan visualisasi video sesuai dengan karakteristik audiens serta misi instansi.
2. Produksi Konten Video – Melaksanakan proses perekaman testimoni masyarakat pengguna layanan dan dokumentasi fasilitas fisik serta interaksi pelayanan.
3. Editing dan Validasi Konten – Menyunting video agar sesuai dengan standar estetika dan validitas informasi publik dengan supervisi dari pegawai SPP.
4. Publikasi dan Evaluasi – Mengunggah video ke kanal publikasi instansi (seperti YouTube dan media sosial) dan melakukan evaluasi berdasarkan tanggapan publik.

HASIL dan PEMBAHASAN

Berikut tabel ringkasan kegiatan dan luaran yang dihasilkan:

No	Kegiatan Utama	Tujuan	Luaran	Dampak terhadap Instansi	Dampak terhadap Mahasiswa
1	Perencanaan konsep media video	Menyusun strategi komunikasi publik berbasis teori AIDA	Rancangan naskah dan storyboard video	Memperjelas arah publikasi layanan	Mahasiswa memahami proses perancangan pesan publik
2	Produksi video testimoni	Mengangkat pengalaman positif masyarakat terhadap pelayanan publik	Video testimoni berdurasi 1 menit	Meningkatkan citra layanan publik yang ramah dan transparan	Mahasiswa mengasah keterampilan komunikasi dan produksi video
3	Produksi video dokumentasi fasilitas	Menunjukkan fasilitas modern dan kemudahan pelayanan	Video dokumentasi berdurasi 2 menit	Meningkatkan pengetahuan publik tentang fasilitas SPP Pakal	Mahasiswa mengembangkan kemampuan visualisasi data layanan
4	Editing dan validasi konten	Menjamin akurasi informasi dan kesesuaian pesan publik	Video final yang siap dipublikasikan	Menghasilkan konten resmi instansi yang informatif	Mahasiswa memahami proses validasi media publikasi
5	Publikasi dan evaluasi	Menilai efektivitas media publikasi terhadap masyarakat	Feedback positif dari warga dan pegawai	Meningkatkan engagement publik terhadap layanan digital	Mahasiswa memahami evaluasi dampak komunikasi publik

Kegiatan magang ini berhasil menghasilkan dua luaran utama, yaitu video testimoni pengguna layanan dan video dokumentasi fasilitas publik. Kedua video ini menjadi instrumen penting dalam memperkuat strategi komunikasi publik berbasis digital. Teori AIDA (Terhadap & Virgioni, 2020) menjadi kerangka konseptual yang diaplikasikan pada setiap tahapan produksi video.

1. **Attention (Perhatian):** Tahap ini diwujudkan melalui tampilan visual menarik, pemilihan warna cerah, logo resmi instansi, serta cuplikan suasana pelayanan yang nyaman. Unsur sinematografi seperti *close-up* terhadap wajah masyarakat yang puas dan penggunaan *motion text* membantu menarik perhatian audiens sejak detik pertama.

2. **Interest (Minat):** Narasi yang komunikatif menjelaskan keunggulan layanan SPP Pakal, seperti kecepatan proses dan keramahan pegawai. Penggunaan bahasa yang sederhana memperkuat keterhubungan emosional dengan penonton. Latar musik yang lembut memperkuat kesan positif dan menjaga minat audiens untuk menonton hingga akhir.

3. **Desire (Keinginan):** Testimoni dari masyarakat pengguna layanan menjadi inti dari tahapan ini. Ungkapan kepuasan dan kemudahan yang dirasakan menciptakan keinginan penonton untuk memperoleh pengalaman pelayanan yang sama. Nilai autentik dan spontan dari testimoni menimbulkan kesan kejujuran yang sulit dicapai melalui media tertulis.

4. **Action (Tindakan):** Video diakhiri dengan ajakan langsung untuk mengunjungi SPP Pakal disertai informasi lokasi dan jam layanan. Bagian ini menjadi penutup yang efektif karena menegaskan tujuan komunikasi publik, yaitu mendorong masyarakat untuk bertindak nyata dalam mengakses layanan publik.

Hasil publikasi menunjukkan peningkatan interaksi masyarakat terhadap kanal media sosial SPP Pakal. Pegawai instansi juga mengamati peningkatan jumlah masyarakat yang datang dengan informasi awal yang lebih baik, menandakan efektivitas video sebagai alat sosialisasi. Dari perspektif akademik, kegiatan ini memperlihatkan integrasi antara teori komunikasi publik dan praktik profesional dalam pemerintahan. Mahasiswa tidak hanya memahami teori AIDA secara konseptual, tetapi juga mengimplementasikannya secara langsung untuk menghasilkan dampak sosial.

Selain itu, kegiatan magang ini mengajarkan pentingnya sinergi antara inovasi digital dan prinsip *good governance*, terutama pada aspek transparansi dan partisipasi publik. Pembuatan video testimoni menegaskan bahwa media digital bukan hanya alat promosi, (Kaleb & Samuel, 2021) tetapi juga sarana akuntabilitas yang memperlihatkan bagaimana pelayanan publik dijalankan secara terbuka dan efisien.

Inovasi video publikasi berbasis testimoni memiliki potensi besar untuk direplikasi di berbagai instansi pemerintah lainnya. Setiap lembaga publik, baik di tingkat kota maupun kabupaten, dapat mengadaptasi model komunikasi ini sesuai dengan karakteristik layanan dan kebutuhan masyarakatnya. Misalnya, Dinas Kependudukan, Dinas Kesehatan, atau Kantor Kecamatan dapat menggunakan konsep serupa untuk menjelaskan prosedur layanan melalui pendekatan visual yang lebih dekat dengan masyarakat.

Selain aspek replikasi, inovasi ini dapat dikembangkan melalui kolaborasi lintas sektor, seperti kerja sama antara pemerintah daerah, perguruan tinggi, dan komunitas kreatif. Mahasiswa dari berbagai disiplin ilmu seperti komunikasi, desain grafis, dan teknologi informasi dapat dilibatkan untuk memperkaya konten dan meningkatkan kualitas teknis produksi. Dengan begitu, inovasi ini dapat menjadi wadah pembelajaran kolaboratif sekaligus mendukung program *Smart City* yang sedang dikembangkan oleh banyak pemerintah daerah (Meilasari et al., 2025).

Ke depan, pengembangan inovasi video publikasi dapat diarahkan pada integrasi dengan platform digital yang lebih interaktif, seperti penggunaan *chatbot* informasi layanan, *QR code* yang mengarahkan ke video tutorial, atau penyebaran konten melalui media sosial berbasis algoritma lokal. Upaya ini akan memperluas jangkauan sosialisasi dan memastikan bahwa pesan pelayanan publik dapat diterima dengan cepat, tepat sasaran, dan berdampak luas bagi masyarakat.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pelaksanaan magang di Sentra Pelayanan Publik (SPP) Pakal Kota Surabaya menunjukkan bahwa inovasi media publikasi berbasis video merupakan strategi yang efektif untuk meningkatkan pemahaman, kepercayaan, dan partisipasi masyarakat terhadap pelayanan publik. Melalui penerapan teori AIDA, media video mampu mengintegrasikan unsur perhatian, minat, keinginan, dan tindakan dalam satu rangkaian komunikasi yang persuasif.

Kegiatan ini juga membuktikan bahwa inovasi komunikasi digital dapat menjadi jembatan antara pemerintah dan masyarakat dalam mewujudkan pelayanan publik yang transparan, akuntabel, dan humanis. Keberhasilan kegiatan magang ini memberikan contoh konkret bagaimana mahasiswa dapat berperan sebagai agen perubahan dalam menciptakan inovasi administrasi publik yang relevan dengan tantangan era digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Area, U. M. (2023). *NEW PUBLIC SERVICE PADA BADAN PENDAPATAN DAERAH KABUPATEN DELI SERDANG SKRIPSI OLEH : MAISYARAH NASUTION FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MEDAN AREA MEDAN SKRIPSI* Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Di Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area OLEH : MAISYARAH NASUTION.
- Kaleb, S., & Samuel, J. (2021). *PENGARUH ATTENTION , INTEREST , DESIRE , ACTION (AIDA) TERHADAP EFEKTIVITAS IKLAN SPOTIFY*. 6(2), 22–37.
- Meilasari, I., Haryaningsih, S., & Maryuni, S. (2025). *Implementation of Good Governance Principles in Public Services*. 6(2).
- Terhadap, A., & Virgioni, D. (2020). *ANALISIS PENGARUH KONSEP AIDA (ATTENTION , EFEKTIFITAS PERIKLANAN ; STUDI KASUS PADA PT . 7(2)*, 83–92.