

STRATEGI KOMUNIKASI DIGITAL DISPENDUKCAPIL SURABAYA DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN ADMINDUK DI KALANGAN GENZ MELALUI INSTAGRAM @SWARGALOKA.SBY

¹Muhammad Ivan Arya Wibowo, ²Muhammad Rizqi, ³Fransisca Benedicta Avira Citra Paramita

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Ivanarya48w@gmail.com

Abstrak

Perkembangan digital mendorong Dispendukcapil Surabaya beradaptasi menyampaikan informasi administrasi kependudukan (adminduk) secara menarik dan sesuai karakter Gen Z. Instagram dipilih sebagai media strategis melalui konten visual seperti infografik dan video pendek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif studi kasus untuk mengkaji strategi komunikasi digital Dispendukcapil Surabaya melalui akun @swargaloka.sby. Data diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap Divisi Branding Development. Hasilnya menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang interaktif, visual, dan inklusif efektif meningkatkan literasi adminduk Gen Z. Strategi ini berbasis prinsip Computer-Mediated Communication (CMC) dengan mengedepankan partisipasi, aksesibilitas, dan edukasi yang relevan bagi generasi muda. Disarankan agar ke depan Dispendukcapil meningkatkan aksesibilitas, kolaborasi konten, dan evaluasi berbasis data untuk memperluas jangkauan. Penelitian lanjutan perlu melibatkan responden lebih beragam dan pendekatan metode campuran agar hasilnya lebih representatif dan komprehensif.

Kata kunci: strategi komunikasi digital, Gen Z, Instagram, Dispendukcapil Surabaya.

Abstract

The advancement of digital technology has encouraged the Surabaya Civil Registry Office (Dispendukcapil) to adapt in delivering population administration (adminduk) information in an engaging manner suited to Gen Z characteristics. Instagram was chosen as a strategic medium through visual content such as infographics and short videos. This study employs a descriptive qualitative case study approach to examine Dispendukcapil Surabaya's digital communication strategy via the @swargaloka.sby Instagram account. Data were collected through interviews, observations, and documentation involving the Branding Development Division. The findings show that an interactive, visual, and inclusive communication strategy effectively improves Gen Z's adminduk literacy. This strategy is based on the principles of Computer-Mediated Communication (CMC), emphasizing participation, accessibility, and relevant education for the younger generation. It is recommended that Dispendukcapil further enhance accessibility, content collaboration, and data-driven evaluation to expand its reach. Future research should involve more diverse respondents and adopt a mixed-method approach for more representative and comprehensive results.

Keywords: digital communication strategy, Gen Z, Instagram, Dispendukcapil Surabaya.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah pola penyampaian informasi, termasuk dalam pelayanan publik. Pemerintah dituntut beradaptasi dengan masyarakat digital yang menginginkan akses informasi cepat, efisien, dan berbasis media sosial (Agustina Sintha et al., 2024). Salah satu tantangan utama yang dihadapi Dispendukcapil Kota Surabaya adalah menyampaikan informasi administrasi kependudukan (adminduk) secara efektif kepada Generasi Z, kelompok usia yang sangat terhubung dengan teknologi digital (Rizkiyana et al., 2024).

Rendahnya literasi adminduk di kalangan Gen Z berdampak pada partisipasi mereka dalam pengurusan dokumen penting seperti KTP, KK, dan akta kelahiran. Strategi komunikasi digital melalui media sosial menjadi solusi potensial. Instagram dipilih karena karakter visual dan interaktifnya sesuai dengan preferensi Gen Z, yang lebih tertarik pada konten seperti infografik dan video pendek (Zis et al., 2021; Juliyah et al., 2025).

Dispendukcapil Surabaya mengelola akun @swargaloka.sby untuk menyampaikan informasi adminduk kepada publik, khususnya Gen Z. Namun, keterbatasan jumlah pengikut dan minimnya interaksi menunjukkan perlunya evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi yang digunakan (Rizkiyana et al., 2024). Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi digital Dispendukcapil Surabaya melalui Instagram dalam meningkatkan pemahaman Gen Z tentang adminduk, serta memberikan rekomendasi perbaikan agar komunikasi publik lebih tepat sasaran.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengkaji secara mendalam strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya dalam meningkatkan pemahaman administrasi kependudukan (adminduk) di kalangan Generasi Z

melalui platform Instagram. Pendekatan kualitatif dinilai relevan karena memungkinkan peneliti mengeksplorasi makna, konteks sosial, dan proses komunikasi yang terjadi antara lembaga pemerintah dan masyarakat digital (Moleong, 2007); (Creswell, 2015).

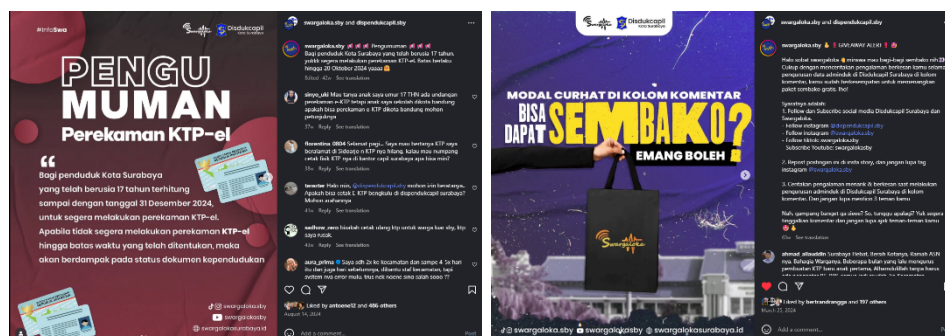
Pendekatan ini menghasilkan data deskriptif berupa narasi, temuan lapangan, serta interpretasi terhadap interaksi sosial dan pesan komunikasi yang disampaikan. Dengan demikian, peneliti dapat memahami pola komunikasi yang berkembang serta persepsi audiens terhadap konten edukatif adminduk (Sugiyono, 2019). Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan strategi studi kasus. Metode ini dipilih untuk menggambarkan secara utuh dan kontekstual strategi komunikasi digital Dispendukcapil Surabaya melalui akun Instagram @swargaloka.sby. Penelitian deskriptif memungkinkan peneliti menangkap realitas sebagaimana adanya tanpa manipulasi terhadap variabel, serta mendalami fenomena komunikasi yang belum banyak terungkap dalam penelitian sebelumnya (Moleong, 2017).

Dengan studi kasus, peneliti dapat fokus pada satu entitas spesifik yakni praktik komunikasi digital Dispendukcapil Surabaya dan menjelaskan bagaimana strategi tersebut berdampak pada peningkatan literasi adminduk di kalangan Gen Z. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoretis dan praktis, khususnya dalam pengembangan strategi komunikasi publik berbasis media sosial.

Hasil dan Pembahasan

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya memanfaatkan dua akun Instagram resmi, yakni @dispendukcapil.sby dan @swargaloka.sby, sebagai media komunikasi digital. Akun @dispendukcapil.sby digunakan untuk menyampaikan informasi internal dan kinerja lembaga, sedangkan @swargaloka.sby difokuskan pada penyampaian informasi adminduk secara edukatif dan interaktif, khususnya kepada Gen Z. Penggunaan Instagram sebagai media utama dinilai strategis karena sesuai dengan karakter Gen Z yang lebih tertarik pada konten visual dan interaktif.

Penelitian ini melibatkan dua narasumber utama, yaitu Ketua Tim Kerja Kerjasama dan Inovasi Pelayanan, serta Social Media Specialist yang bertanggung jawab langsung atas perencanaan dan pengelolaan konten Instagram Dispendukcapil. Melalui pendekatan Computer-Mediated Communication (CMC), strategi komunikasi digital yang diterapkan dianalisis melalui empat indikator utama: interaktivitas, keterlibatan audiens, kejelasan pesan, dan aksesibilitas media. Dari sisi interaktivitas, akun @swargaloka.sby menunjukkan responsivitas tinggi, seperti membalas komentar dan pesan langsung dalam waktu kurang dari 24 jam, serta menyelenggarakan sesi Q&A mingguan bernama "RAWON (Rabu Wayahe Takon)". Selain itu, penggunaan fitur polling dan kuis, seperti "TEKTEKSWA", berhasil mendorong partisipasi publik dan memperkuat pemahaman masyarakat terkait isu adminduk. Dalam hal keterlibatan audiens, konten viral seperti informasi



tentang KTP dan KK hilang, serta penggunaan user-generated content dan kolaborasi dengan influencer lokal, terbukti efektif dalam meningkatkan interaksi dan memperluas jangkauan informasi.

Kejelasan pesan disampaikan melalui desain infografis sederhana dengan bahasa populer dan gaya komunikasi santai yang disesuaikan dengan tren media sosial. Terminologi teknis dijelaskan secara konsisten untuk memastikan pemahaman pengguna. Di sisi lain, aksesibilitas media ditingkatkan melalui penggunaan *subtitle* pada video, meskipun fitur seperti ALT text untuk penyandang disabilitas belum optimal. Variasi konten ditampilkan dalam format *Reels* dan *carousel*, dan penjadwalan unggahan mempertimbangkan algoritma dan waktu aktif pengguna.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi digital Dispendukcapil Surabaya melalui akun @swargaloka.sby telah sesuai dengan prinsip-prinsip CMC, terutama dalam hal adaptasi terhadap gaya komunikasi Gen Z. Tingkat interaktivitas yang tinggi, pemanfaatan visual yang menarik, dan analisis algoritma

media sosial menjadi kekuatan utama strategi ini. Namun demikian, masih terdapat tantangan dalam hal peningkatan aksesibilitas konten bagi penyandang disabilitas serta perlunya memperluas jangkauan audiens agar mencakup lebih banyak Gen Z di Surabaya.

Secara teoritis, temuan ini mendukung relevansi model CMC dalam konteks komunikasi digital pemerintahan. Secara praktis, strategi yang diterapkan oleh Dispendukcapil dapat dijadikan acuan oleh instansi lain yang ingin menjangkau generasi muda secara lebih efektif melalui media sosial. Dengan optimalisasi yang berkelanjutan, media sosial dapat menjadi jembatan efektif antara pelayanan publik dan partisipasi warga digital.

Penutup

Penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan oleh Dispendukcapil Kota Surabaya melalui akun Instagram @swargaloka.sby telah mampu menjawab tantangan penyampaian informasi administrasi kependudukan kepada Generasi Z. Pendekatan yang diterapkan sejalan dengan prinsip-prinsip Computer-Mediated Communication (CMC), seperti interaktivitas, keterlibatan audiens, kejelasan pesan, dan aksesibilitas media. Program seperti “RAWON” dan “TEKTEKSWA”, serta penggunaan bahasa komunikatif dan konten visual yang menarik, telah memperkuat keterhubungan antara pemerintah dan generasi muda dalam konteks pelayanan publik.

Meskipun demikian, hasil penelitian ini juga menggarisbawahi pentingnya peningkatan aksesibilitas digital, perluasan jangkauan melalui strategi lintas platform, serta penguatan evaluasi berbasis data untuk mengoptimalkan efektivitas komunikasi yang dilakukan. Selain itu, kolaborasi yang lebih luas dengan komunitas dan kreator konten menjadi strategi potensial untuk meningkatkan engagement publik.

Dengan mempertimbangkan dinamika media sosial dan karakteristik Gen Z, strategi komunikasi digital yang adaptif, partisipatif, dan inklusif dapat menjadi kunci dalam membangun hubungan yang lebih kuat antara pemerintah dan masyarakat digital. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi instansi pemerintah lain dalam mengembangkan komunikasi publik yang lebih efektif, sekaligus mendorong penelitian lanjutan dengan cakupan dan pendekatan yang lebih luas untuk memperkuat basis teori serta praktik komunikasi digital di sektor pelayanan publik.

Daftar Pustaka

- Agustina Sintha, Purwanti Lis, Baity Laila, Oktaviani Laila, & Jannah Raudatul. (2024). *PERAN TEKNOLOGI INFORMASI DALAM MENINGKATKAN EFISIENSI PELAYANAN PUBLIK. Volume 4, Edisi II*, 141–147.
- Creswell, J. W. (2015). *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Pustaka Pelajar.
- Juliyah, Siringoringo, R., Rohma, S., & Laksana, A. (2025). *Tantangan Komunikasi Generasi Z dalam Perkembangan Digital di Era Teknologi 5.0*. 48–59. <https://doi.org/10.62383/komunikasi.v2i1.138>
- Moleong, L. J. (2007). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Rizkiyana, H., Alviaro Samanda, G., & Mega Handika, W. (2024). Pendekatan Humas Dispendukcapil Kota Surabaya dalam Mengatasi Gap Komunikasi antar Generasi melalui Instagram. *Communicator Sphere*, 4(2), 106–121. <https://doi.org/https://doi.org/10.55397/cps.v4i2.117>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Dan Pengembangan Research Dan Development*. Alfabeta.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>