

# **STRATEGI KOMUNIKASI DINKOMINFO KOTA SURABAYA DALAM MEMBERIKAN PELAYANAN INFORMASI KE MASYARAKAT MELALUI AKUN INSTAGRAM @SAPAWARGASBY**

**Taufik Hidayat, Mohammad insan Romadhan, Widiyatmo Ekoputra**

Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118

wongtopick@gmail.com

## ***Abstract***

*This research aims to understand and describe the Communication Strategy of CIT Department Surabaya City in providing information services to the public through Instagram account @sapawargasby as well as knowing what are the obstacles in the implementation of the information service. Researchers used qualitative methods with a case study research approach, data collection was done through interviews, observations and documentation. The research informants consisted of 3 employees of the CIT Department Surabaya City Field of Communication and Public Information. The results of the study found that the communication strategy used by the CIT Department of Surabaya City in carrying out information servant activities in accordance with the purpose of the Minister of Communication and Information Number 8 of 2019, namely that the public could know, access, utilize the service or information. However, there are still inhibiting factors found, including the attachment of a rigid and formal government stigma, Lack of public enthusiasm for government-owned organizations or agencies, A pluralistic society becomes a challenge in determining the right dish and can be enjoyed by all people. This communication strategy is expected to increase the effectiveness of information services and minimize existing barriers.*

***Keywords : Communication strategy, Information service, CIT Department, @sapawargasby***

**Abstrak :** Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan Strategi Komunikasi Dinkominfo Kota Surabaya dalam memberikan pelayanan informasi ke masyarakat melalui akun Instagram @sapawargasby serta mengetahui apa yang menjadi hambatan dalam pelaksanaan pelayanan informasi tersebut. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian studi kasus, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Informan penelitian terdiri dari 3 orang pegawai Dinkominfo kota Surabaya Bidang Komunikasi dan Informasi Publik. Hasil penelitian menemukan bahwa dalam strategi komunikasi yang digunakan Dinkominfo Kota Surabaya dalam melaksanakan kegiatan pelayan informasi sudah sesuai dengan tujuan permenkominfo nomor 8 tahun 2019 yaitu masyarakat dapat mengetahui, mengakses, memanfaatkan layanan atau informasi tersebut. Namun masih ada faktor penghambat yang ditemukan, di antaranya adalah melekatnya stigma pemerintahan yang kaku dan formal, Kurangnya antusiasme masyarakat terhadap organisasi atau instansi milik pemerintahan, Masyarakat yang majemuk menjadi tantangan dalam menentukan sajian yang tepat dan bisa dinikmati untuk semua masyarakat. Strategi komunikasi ini diharapkan mampu meningkatkan efektivitas pelayanan informasi dan meminimalisir hambatan yang ada.

**Kata kunci : Strategi komunikasi, Pelayanan informasi, Dinkominfo, @sapawargasby**

## PENDAHULUAN

Kota Surabaya adalah kota terbesar ke 2 di Indonesia sekaligus menjadi Ibu kota dari Provinsi Jawa Timur. Kota Surabaya merupakan salah satu kota yang menjadi pusat bisnis, industri, perdagangan dan pendidikan menjadikan kota Surabaya sebagai kota yang heterogen akan karakteristik dan budaya masyarakatnya (Antonius Purwanto, 2020). Beraneka ragam karakteristik dan budaya terkadang menjadi kesulitan untuk pemerintah kota Surabaya dalam mencari format penyampaian informasi seperti apa yang cocok dan bisa diterima di semua kalangan masyarakat Surabaya. Selain itu, image pemerintahan yang sifatnya kaku, terlalu birokratis dan tidak fleksibel juga menjadi tantangan agar pemerintah kota Surabaya bisa berjalan beriringan dengan masyarakat (Ali, Wawancara, 2021).

Pemerintah Kota Surabaya melalui Dinas Komunikasi dan Informatika atau yang biasa dikenal dengan Dinkominfo Kota Surabaya menyediakan layanan informasi publik melalui akun Instagram @sapawargasby. @sapawargasby atau yang biasa dikenal sapawarga surabaya adalah produk inovasi yang diciptakan dimana pada layanan ini masyarakat Kota Surabaya diberikan wadah dan penyalur untuk menyampaikan aspirasi, keluhan maupun kritik yang bertujuan untuk menjadi penghubung antara masyarakat dan pemerintah kota Surabaya (Ali, Wawancara, 2021). Dalam memberikan pelayanan informasi, sapawarga menyampaikan informasi-informasi apa yang ada saat ini, informasi apa yang akan terjadi atau agenda apa yang nanti kedepannya akan diusahakan oleh pemerintah kota Surabaya.

Perkembangan teknologi sangat dibutuhkan guna memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat agar lebih maksimal bahkan optimal. Teknologi komunikasi dan informasi melalui internet telah mampu melahirkan suatu media baru yang biasa dikenal dengan sebutan media

sosial. Menurut Utari (Utari, 2011), menjelaskan bahwa media sosial adalah sebuah media online di mana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang disampaikan kepada orang lain, Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas.

Menurut data yang diperoleh dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2020), Jumlah pengguna internet di Surabaya adalah sebanyak 83% dari seluruh penduduk Kota Surabaya, jika dikomparasikan dengan data kependudukan yang dimiliki oleh Badan Pusat Statistik (Surabaya, 2020), pengguna internet di Surabaya mencapai 2,39 juta jiwa dari total 2.87 juta jiwa penduduk Kota Surabaya. Berdasarkan data dari APJII tersebut menjadikan internet dan media sosial adalah sarana yang paling tepat digunakan untuk memberikan pelayan informasi ke masyarakat pada saat ini.

Dengan adanya program sapawarga surabaya ini diharap mampu meningkatkan kualitas pelayanan informasi kepada masyarakat Kota Surabaya. Namun hal ini masih dirasa belum optimal dikarenakan untuk memenuhi tujuan dan fungsi Pemerintah Kota Surabaya dalam memberikan pelayanan informasi publik masih menemui berbagai kendala. Hal tersebut bisa disebabkan karena rendahnya minat masyarakat terhadap layanan berbasis pemerintahan, ketidaktahuan mereka akan fungsi dan manfaat dari @sapawargasby atau belum tepatnya strategi komunikasi yang digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya dalam memberikan pelayanan informasi agar bisa diterima oleh seluruh masyarakat Kota Surabaya (Ali, Wawancara, 2021).

Agar pelayanan informasi bisa sesuai dengan tujuan yang di inginkan oleh Dinkominfo, perlu adanya strategi komunikasi yang diterapkan. Oleh karena

itu, dalam penelitian ini peneliti akan mencari tahu lebih lanjut mengenai akun sosial media @sapawargasby dan tidak lupa peneliti melihat dengan cermat mengenai strategi komunikasi dan cara yang digunakan Dinas komunikasi dan Informatika Kota Surabaya dalam memberikan pelayanan informasi serta faktor-faktor apa yang menjadi penghambat @sapawargasby dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat Kota Surabaya.

### **Strategi Komunikasi**

Menurut Middleton dalam (Cangara, 2013) Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Strategi komunikasi yang memadai untuk dijadikan pendukung dalam kegiatan pelayanan informasi Dinkominfo adalah strategi komunikasi dari model komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell dalam buku Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar dari (Mulyana, 2017), yaitu dengan menjawab pertanyaan “ Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect”. Agar strategi komunikasi yang digunakan lebih baik lagi maka segala sesuatu harus dikaitkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut:

- a. Who? (Siapa?)
- b. Says What? (Mengatakan apa?)
- c. In Which Channel? (Dengan Media apa?)
- d. To Whom? ( Kepada Siapa?)
- e. With What Effect? (Efek yang diharapkan?)

### **Pelayanan Informasi Publik**

Sesuai dengan Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik (BPK, n.d.), Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan

pelayanan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik dalam hal ini pelayanan yang diberikan oleh Dinkominfo Kota Surabaya adalah terkait pelayanan informasi.

Pelayanan Informasi publik pada dasarnya bertujuan untuk memuaskan masyarakat. Menurut (Ridwan, 2017) untuk mencapai kepuasan itu dituntut kualitas pelayanan prima yang tercermin dari :

- a. Transparansi, pelayanan yang bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses.
- b. Akuntabilitas, pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan.
- c. Kondisional, pelayanan yang sesuai kondisi dan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektifitas.
- d. Partisipatif, pelayanan yang dapat mendorong peran masyarakat serta memperhatikan aspirasi, kebutuhan, dan harapan masyarakat.
- e. Kesamaan hak, pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi.
- f. Keseimbangan hak dan kewajiban, pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan.

### **Media Baru ( New Media )**

Salah satu perkembangan dari new media adalah media sosial. Menurut Van Dijk dalam (Nasrullah, 2015) Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada sosial media dapat dilakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti twitter, Facebook, Instagram dan lainnya. Selain untuk berkomunikasi kehadiran media sosial ini juga dapat digunakan untuk mendapatkan pelayanan informasi, hal tersebut juga digunakan oleh Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya melalui Instagram @sapawargasby.

## **Instagram**

Instagram merupakan sebuah aplikasi sosial media yang digunakan untuk berbagai foto yang memungkinkan pengguna (user) mengambil sebuah foto, menerapkan filter, lalu membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial. Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram menitik beratkan kepada postingan foto dan video dari para penggunanya. Keunikan yang membuat instagram berbeda dengan media sosial pada umumnya adalah instagram sering memperbarui fitur yang ada sehingga fiturnya lebih lengkap dan lebih menarik. Berikut adalah fitur-fitur yang ada di instagram pada saat ini :

- a. Pengikut (Follower) dan Mengikuti (Following)
- b. Mengunggah Foto/Video dengan Caption (Posting)
- c. Efek (Filter)
- d. Arroba (@)
- e. Label foto (Hashtag)
- f. Penandaan Geografis (Geotagging)
- g. Instastory
- h. Siaran langsung(Live)
- i. IGTV
- j. Peraturan di dalam Instagram

Tidak hanya untuk komunikasi dan promosi, instagram juga digunakan sebagai media hiburan, penyampaian berita dan layanan informasi. Adapun juga pengguna yang memanfaatkan akunnya di Instagram sebagai media pelayanan informasi adalah Dinkominfo Kota Surabaya melalui @sapawargasby yang melihat Instagram sebagai suatu fenomena baru yang dapat digunakan untuk mendistribusikan informasi-informasi terkini dengan cepat dan mudah sesuai apa yang masyarakat butuhkan pada saat ini.

## **Sapawarga Surabaya**

Sapawarga Surabaya merupakan portal resmi informasi dan komunikasi pemerintah kota Surabaya. Sapawarga Surabaya atau yang biasa dikenal @sapawargasby adalah produk inovasi

yang diciptakan dimana pada layanan ini masyarakat kota Surabaya diberikan wadah dan penyalur untuk menyampaikan aspirasi, keluhan maupun kritik yang bertujuan untuk menjadi penghubung antara masyarakat dan pemerintah kota Surabaya. Dalam memberikan pelayanan informasi, sapawarga menyampaikan informasi-informasi apa yang ada saat ini, informasi apa yang akan terjadi atau agenda apa kedepan yang mau diusahakan oleh pemerintah kota Surabaya (Ali, Wawancara, 2021).

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan penelitian studi kasus. Penelitian ini dilakukan di Kantor Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya di Jl.Jimerto 25-27 Lt. V Surabaya. Penelitian ini memiliki 2 sumber data, yaitu data primer dan data sekunder. Sumber data primer didapatkan dengan metode wawancara. Penentuan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling atau sampling bertujuan. Wawancara dilakukan kepada 3 anggota Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya Bidang Informasi dan Komunikasi Publik, bidang tersebut adalah bidang yang mengelola akun Instagram @sapawargasby. Informan sebagai berikut : Bapak Mohammad Ali Rakhmadi, S.Kom merupakan Kepala Seksi Kemitraan Komunikasi Publik, Bapak Mochamad Sumar Harianto, S.T merupakan Kepala Seksi Pengelolaan Komunikasi Publik dan Bapak Tyas Sandhy Savrilianto, S.Hum merupakan Staff Pengelolaan Komunikasi Publik.

wawancara dengan beliau-beliau dibutuhkan karena memberi informasi mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan dalam memberikan pelayanan informasi publik melalui akun sosial media Instagram @sapawargasby dan hambatan-hambatan apa saja yang

ditemui dalam kegiatan pelayanan informasi. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan 3 metode yaitu wawancara informan, observasi sosial media dan dokumentasi kegiatan.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya**

Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya adalah Dinas yang mempunyai tugas melaksanakan kewenangan daerah di bidang pengelolaan Teknologi Informasi dan Komunikasi serta melaksanakan tugas pembantuan yang diberikan oleh Pemerintah dan atau Pemerintah Provinsi (Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya, 2017). Setiap kegiatan di dalam Dinas Komunikasi dan Informatika selalu berhubungan dengan Pembangunan dan Pengembangan Sistem Informasi, Pengembangan dan Pemeliharaan Jaringan Komputer Antar Bidang, Pengelolaan Produksi Informasi dan Publikasi, Pengelolaan dan Pengembangan Komunikasi Publik (Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya, 2017).

Dalam mewujudkan penyelenggaraan Pemerintahan Daerah yang efektif, efisien, transparan, dan akuntabel khususnya pada Dinkominfo, terdapat pedoman bagi Pemerintah Daerah yang termuat dalam Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintah Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika (Peraturan Menteri Komunikasi Dan Informatika Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintah Konkuren Bidang Komunikasi Dan Informatika, 2019). Ruang lingkup dari Peraturan Menteri ini adalah sub urusan informasi dan komunikasi publik, dan sub urusan aplikasi informatika.

### **Pelayanan Informasi Publik**

Salah satu bidang yang terdapat di Dinkominfo Kota Surabaya adalah Bidang Informasi dan Komunikasi Publik. Bidang Informasi dan Komunikasi Publik mempunyai tugas melaksanakan sebagian tugas Dinas di bidang informasi dan komunikasi publik serta statistik, yang meliputi menyusun dan melaksanakan rencana program dan petunjuk teknis, melaksanakan koordinasi dan kerjasama dengan lembaga dan instansi lain, melaksanakan pengawasan dan pengendalian, melaksanakan evaluasi dan pelaporan, dan melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Kepala Dinas sesuai dengan tugas dan fungsinya (Nasional et al., 2020).

Di antara fungsi - fungsi yang dimiliki oleh Bidang Informasi dan Komunikasi Publik terdapat fungsi Pelaksanaan Pelayanan Informasi Publik. Pelayanan informasi publik merupakan pelayanan informasi terkait dengan kepentingan warga negara yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh Perangkat Daerah yang berkaitan dengan penyelenggaraan urusan yang menjadi kewenangan Pemerintah Daerah.

### **Akun Instagram @sapawargasby**

Salah satu perkembangan dari teknologi adalah sosial media. Peran sosial media juga berusaha dioptimalkan oleh Dinkominfo Kota Surabaya dalam kegiatan Pelayanan Informasi Publik. Dinkominfo menggunakan sosial media agar informasi yang disampaikan bisa tersebar secara cepat dan luas. Saat ini salah satu media sosial yang banyak diminati oleh masyarakat luas adalah instagram. Berbeda dengan media sosial lainnya, instagram lebih menitik beratkan pada konteks visual, yaitu berupa grafis baik foto maupun video. Dinkominfo Kota Surabaya berusaha memanfaatkan instagram melalui akun @sapawargasby dalam memberikan layanan informasi publik seputar pemerintahan Kota Surabaya.

Dalam kegiatan memberikan pelayanan informasi, sapawarga menyampaikan informasi-informasi apa yang ada saat ini, informasi apa yang akan terjadi atau agenda apa kedepan yang mau diusahakan oleh pemerintah kota Surabaya. Dinas Kominfo berusaha untuk mengoptimalkan instagram dengan fitur-fitur yang ada seperti pengikut dan mengikuti, posting foto/ video, efek / filter, penggunaan arroba, label foto / hashtag, geotagging, instastory, Siaran langsung, IGTV. Dinas Kominfo berharap dengan pemanfaatan teknologi salah satunya dengan sosial media instagram, informasi-informasi yang ada dapat tersalurkan dan tercapainya pemahaman bagi masyarakat.

### **Penyajian Data**

Dalam Penelitian ini peneliti bertujuan untuk memperoleh pemahaman dan mencari makna dari data. Dalam memenuhi keabsahan penelitian, peneliti diharuskan melewati beberapa tahapan untuk mendapatkan keabsahan data tersebut. Tahap pertama, Peneliti melakukan wawancara untuk menjawab pertanyaan yang didasarkan pada model komunikasi menurut Harold D Laswell dalam menjawab pertanyaan “ Who Says What In Which Cannel To Whom With What Effect” untuk mengetahui bagaiman strategi komunikasi yang digunakan. agar strategi komunikasi lebih baik lagi maka segala sesuatu harus dikaitkan dengan komponen-komponen yang merupakan jawaban terhadap pertanyaan dalam rumus Lasswell tersebut. Wawancara dilakukan kepada 3 informan dari Dinkominfo Kota Surabaya di Bidang Informasi dan Komunikasi Publik.

Tahap kedua dari penelitian yang dilakukan adalah observasi sosial media instagram @sapawargasby. Peneliti mengamati berbagai kegiatan pelayanan informasi yang dilakukan oleh @sapawargasby, bagaimana pesan yang dirancang, melihat efektivitas pesan apakah sudah sesuai kebutuhan masyarakat, apakah pesan yang

disampaikan mendorong masyarakat aktif, filter-filter apa yang digunakan untuk membantu kegiatan, dan melihat minat akses masyarakat. Tahap ketiga yang dilakukan peneliti adalah dokumentasi dan analisis serta membuat hasil dari pengamatan yang dideskripsikan kedalam kalimat. Penulisan penyajian data disesuaikan dengan apa yang didapatkan ketika tahap penelitian yang berupa wawancara dan observasi dilaksanakan, dengan tujuan untuk dapat menjawab pertanyaan yang dirumuskan oleh peneliti mengenai “Strategi Komunikasi Dinas Kominfo Kota Surabaya Dalam Memberikan Pelayanan Informasi ke Masyarakat Melalui Akun Instagram @sapawargasby.

### **Strategi Komunikasi Dinkominfo Kota Surabaya Dalam Memberikan Pelayanan Informasi ke Masyarakat Melalui Akun Instagram @sapawargasby**

Dalam proses strategi komunikasi ini ada beberapa komponen didalamnya, seperti model komunikasi yang dikatakan oleh Harold D. Lasswell dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Mulyana, 2017), yaitu dengan menjawab “ Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect”. Siapa yang bertindak selaku komunikator, seperti apa pesan yang akan disampaikan, media yang digunakan berbentuk seperti apa dan siapa yang menjadi komunikannya serta efek seperti apa yang diharapkan. Dari hasil penelitian yang dilakukan, peneliti akan membahas masing-masing komponen yang dimaksud, antara lain:

#### **a. Komunikator**

Didalam penelitian ini komunikatornya sudah ditentukan yaitu Dinkominfo Kota Surabaya. dari data yang diperoleh, komunikator sudah menjalankan tugas sesuai dengan permenkominfo nomor 8 tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintahan Konkuren Bidang

Komunikasi dan Informatika dengan baik, seperti yang dikemukakan oleh salah satu informan yaitu kepala seksi Kemitraan Komunikasi Publik Bapak Ali. Beliau menyampaikan bahwa strategi yang digunakan sudah sesuai dengan tujuan yang diharapkan yaitu masyarakat paham dan menjalankan informasi yang diberikan Dinkominfo melalui akun Instagram @sapawargasby. Dalam pelaksanaan pelayanan informasi yang dilakukan, secara rutin mengagendakan pertemuan dan rapat untuk monitoring dan evaluasi dimana dalam rapat itu membahas informasi apa saja yang akan disajikan. selain itu beliau juga menginformasikan dalam strategi agar pesan yang disajikan dapat menarik, juga mencari tahu apa yang sedang menjadi pusat perhatian masyarakat, pesan apa yang sedang ingin dihimbau oleh pemerintah dan apa yang dibutuhkan masyarakat. strategi yang dilakukan untuk meningkatkan minat akses @sapawargasby adalah tetap berkolaborasi, koordinasi dengan akun-akun diluar Pemerintah Kota Surabaya, membuat post yang memicu engagement agar menaikkan jumlah reach dan juga share, dan mempromosikan melalui Kelompok Informasi Masyarakat (KIM), serta melakukan promosi secara offline yang berdampak pada meningkatnya angka pengakses dari luar daftar follower Sapawarga.

b. Pesan

Pada penelitian ini pesan berupa Pelayanan Informasi Publik. Berdasarkan data yang peneliti peroleh dilapangan, ketiga informan menyampaikan hal yang kurang lebih sama yaitu isi pesannya ialah menyampaikan informasi tentang program-program pembangunan Kota Surabaya, pelayanan-pelayanan pemerintah kepada masyarakat,

Kebijakan Pemerintah Kota Surabaya dan juga juga meluruskan informasi salah ataupun berita bohong yang beredar di masyarakat dengan tujuan adalah masyarakat dapat mengetahui, mengakses, memanfaatkan layanan atau informasi tersebut.

c. Media

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media yang digunakan dalam kegiatan pelayanan informasi publik Dinkominfo Surabaya melalui Instagram @sapawargasby adalah sosial media yang secara garis besar termasuk kedalam komunikasi massa.

d. Komunikan

Dalam penelitian ini yang menjadi komunikan yaitu masyarakat Kota Surabaya yang merupakan target dari pelayanan informasi yang dilakukan oleh Dinkominfo Kota Surabaya. Dalam proses komunikasi ini harapan dalam menerapkan suatu strategi komunikasi adalah komunikan memahami serta melaksanakan pesan yang disampaikan oleh komunikator.

e. Efek

Efek yang diharapkan dari adanya suatu pesan adalah pesan tersebut tersampaikan, dalam hal ini efek yang diharapkan oleh Dinkominfo Kota Surabaya adalah dimana masyarakat paham dan menjalankan informasi yang diberikan Dinkominfo.

Setelah menjawab pertanyaan dari model komunikasi Lasswell tersebut dapat ditarik data bahwa Strategi Komunikasi Dinkominfo Kota Surabaya dalam memberikan Pelayanan Informasi kepada Masyarakat melalui Akun Instagram @sapawargasby dilakukan dengan beberapa tahap. Tahap pertama dalam upaya agar pesan yang dirancang mampu menarik minat masyarakat, Dinkominfo secara rutin mengagendakan pertemuan /

rapat, monitoring dan evaluasi dimana dalam hal tersebut akan dilakukan pembahasan mengenai informasi apa saja yang akan disajikan, melakukan kegiatan monitoring dan evaluasi untuk mencari tahu apa yang perlu disampaikan kepada masyarakat baik itu berupa penyebaran informasi, hal-hal apa yang sedang menjadi tren, pesan apa yang sedang ingin dihimbau dan apa yang sedang dibutuhkan oleh masyarakat.

Tahap kedua dalam hal Strategi pelayanan informasi melalui Instagram, pesan yang dirancang baik tulisan maupun gambar diusahakan mampu menarik masyarakat, pilihan-pilihan warna yang menarik, kemudian informasi yang disampaikan harus sesuai sasaran, serta berusaha menggabungkan antara infografis dan videografis agar masyarakat tidak jenuh. Untuk pesan-pesan seperti apa yang disampaikan melalui sosial media Instagram @sapawargasby adalah berupa pesan seputar aktivitas, kegiatan dan program kerja Pemerintah Kota Surabaya, hal lainnya bisa berupa kegiatan pelayanan, informasi seputar pariwisata, dan aplikasi-aplikasi baru untuk kemudahan warga. Dinkominfo juga melayani semua OPD, semua informasi yang disampaikan Pemerintah Kota Surabaya juga disampaikan melalui Instagram @sapawargasby.

Dalam hasil observasi, @sapawargasby mengoptimalkan fitur-fitur yang ada di Instagram yang mana digunakan dalam membantu kegiatan pelayanan informasi. Sebagai contoh seperti acara-acara tertentu di siarkan mulai dari Instastory, live, posting, IGTV dan lain-lain. Terkadang agar tidak menjenuhkan, Dinkominfo membuat quiz kecil di Instagram Story, agar warganet yang melihat bisa ikut berpartisipasi. Dalam upaya yang dilakukan untuk meningkatkan jangkauan pengakses, Dinkominfo secara rutin berusaha meningkatkan kuantitas dan kualitasnya. Dalam hal ini kuantitas meliputi jumlah postingan, menganalisa postingan

diposting jam berapa, ditanggal berapa, atau waktu kapan, hal tersebut nantinya akan dianalisa untuk bisa mengetahui bagaimana cara kerja sistem di Instagram. Lalu dalam hal kualitas, nantinya akan dianalisa apakah informasi tersebut tersampaikan dan dapat dimengerti atau tidak, lalu berupaya mendorong adanya perubahan stigma masyarakat tentang Dinkominfo yang kaku dan birokrat menjadi luwes, milenial, kekinian namun tetap tanpa menghilangkan sifat formal dan resminya.

Strategi-strategi tersebut dilaksanakan dengan tujuan seperti apa yang ingin diperoleh Dinkominfo Kota Surabaya. Jika informasi tersebut bersifat himbuan, masyarakat bisa mengerti dan paham, jika informasi tersebut bersifat instruksi, perintah atau anjuran yang sifatnya lebih mengikat, diharapkan masyarakat bisa mematuhi dan menjalankan. Sehingga dari situ kesimpulannya kalau hal tersebut dilakukan, maka masyarakat dapat mengetahui, mengakses, memanfaatkan layanan atau informasi tersebut, sehingga program dari Pemkot Surabaya bisa berjalan dengan lancar.

### **Faktor Penghambat Dalam Pelaksanaan Pelayanan Informasi Melalui Akun Instagram @sapawargasby**

Dalam menerapkan suatu pelayanan diharapkan bahwa komunikasi dapat menerima, mengetahui, mengakses, dan memanfaatkan layanan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator. Namun jika komunikasi yang dilakukan belum efektif, hal tersebut akan menjadi hambatan dalam proses komunikasi. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menemukan hal yang menjadi hambatan oleh Dinkominfo Kota Surabaya dalam kegiatan memberikan pelayanan informasi melalui @sapawargasby. Hal itu bisa diketahui dari hasil wawancara terhadap 3 informan yang menyebutkan masih melekatnya stigma pemerintahan yang kaku dan formal, Kurangnya antusiasme masyarakat terhadap organisasi atau



instansi milik pemerintahan dan Masyarakat Surabaya yang majemuk dan terdiri dari berbagai kalangan, sehingga menjadi sebuah tantangan tersendiri dalam menentukan sajian yang tepat dan bisa dinikmati untuk semua masyarakat Kota Surabaya. Dari faktor penghambat tersebut, diperoleh bahwa Dinkominfo akan melakukan evaluasi terkait kendala target masyarakat tersebut, hal itu yang akan terus di usahakan agar informasi yang disajikan dapat menjadi sajian yang tepat dan bisa dinikmati untuk semua masyarakat Kota Surabaya.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil temuan yang diperoleh dalam penelitian ini, maka peneliti dapat menarik simpulan bahwa dalam memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat melalui akun Instagram @sapawargasby, Dinkominfo Kota Surabaya menggunakan unsur-unsur dalam strategi komunikasi diantaranya : 1) Dinkominfo berperan sebagai komunikator dalam pemberian pelayanan informasi yang dilakukan dalam bentuk komunikasi tertulis dan visual. 2) Pesan yang disampaikan adalah pesan-pesan yang dibutuhkan masyarakat berupa program, pelayanan Pemerintah, Penyampaian kebijakan dan juga juga meluruskan informasi salah atau berita bohong. 3) Media yang digunakan dalam penyampain informasi tertulis dan visual adalah sosial media. 4) Komunikan dalam proses komunikasi ini adalah masyarakat Kota Surabaya. 5) Efek yang diharapkan adalah masyarakat paham dan menjalankan informasi yang diberikan Dinkominfo. Strategi Komunikasinya ialah dengan merancang pesan yang mampu menarik minat masyarakat, berusaha meningkatkan jumlah pengakses baik dari dalam maupun luar, dan mengoptimalkan fitur-fitur Instagram dalam pelayanannya. Terkait hambatan, Dinkominfo Kota Surabaya melakukan evaluasi terkait stigma kaku masyarakat dan kendala target masyarakat

yang majemuk, hal tersebut di upayakan agar informasi yang disajikan dapat menjadi sajian yang tepat dan bisa dinikmati untuk semua masyarakat kota Surabaya.

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dibahas, maka peneliti ingin menyampaikan rekomendasi yang dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terkait dalam penelitian ini. Rekomendasi yang ingin peneliti berikan pada penelitian ini adalah :

### **1. Secara Teoritis**

Peneliti berharap tentang model strategi komunikasi ini bisa terus dikembangkan oleh peneliti selanjutnya dengan menggunakan teori dan metode penelitian yang berbeda. Peneliti selanjutnya juga dapat merubah objek penelitian atau subjek yang diteliti agar mendapatkan hasil dari perspektif baru yang lebih baik lagi mengenai strategi komunikasi dalam memberikan pelayanan informasi publik melalui media sosial. Peneliti kemudian juga berharap penelitian ini mampu memberikan kontribusi secara ilmiah dalam proses penelaahan ilmu komunikasi.

### **2. Secara Praktis**

Peneliti berharap dari penelitian ini dapat dapat menjadi masukan dan dikembangkan untuk menciptakan strategi komunikasi yang lebih baik untuk diterapkan oleh Pemerintah Kota Surabaya, khususnya Dinkominfo Kota Surabaya sehingga diharapkan Dinkominfo ini bisa menjadi Role Model bagi kota-kota lain dalam memberikan pelayanan informasi publik dan kebijakan lainnya melalui media sosial khususnya Instagram, sehingga program-program Pemerintah yang telah dibuat dapat disampaikan dan diterima oleh masyarakat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonius Purwanto. (2020). *Kota Surabaya*. Kompaspedia.Kompas.Id.  
<https://kompaspedia.kompas.id/baca/profil/daerah/kota-surabaya>
- APJII. (2020). Laporan Survei Internet APJII 2019 – 2020. *Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, 2020*, 1–146.  
<https://apjii.or.id/survei>
- BPK. (n.d.). *Undang-Undang No 25 tahun 2009 tentang Pelayanan Publik*.  
<https://peraturan.bpk.go.id/Home/Details/38748/uu-no-25-tahun-2009>
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Raja Grafindo.
- Dinas Komunikasi dan Informatika Kota Surabaya. (2017). *Sejarah Dinkominfo*.  
<https://dinkominfo.surabaya.go.id/index.php?pages=statis&id=6>
- Peraturan Menteri Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia Nomor 8 Tahun 2019 Tentang Penyelenggaraan Urusan Pemerintah Konkuren Bidang Komunikasi dan Informatika, Peraturan Perundang-undangan Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia (2019).
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar* (21st ed.). PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasional, P., Penyusunan, C., Penyusunan, T. C., Pelaksanaan, E., Pembangunan, R., & Pemerintah, R. K. (2020). *Walikota Surabaya Provinsi Jawa Timur. 2017*, 1–17.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siositeknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ridwan, J. dan A. S. S. (2017). *Hukum Administrasi Negara dan Kebijakan Layanan Publik* (A. Salim (ed.); V). Nuansa Cendekia.
- Surabaya, B. (2020). *in Figures Kota Surabaya*.  
<https://surabayakota.bps.go.id/publication.html>
- Utari, P. (2011). *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Aspikom.