

## Pendekatan Humas Dispendukcapil Kota Surabaya dalam Mengatasi Gap Komunikasi antar Generasi melalui Instagram

Hikmah Rizkiyana, Glen Aviario Samanda, Winih Mega Handika

Universitas Airlangga Surabaya, Surabaya, Indonesia

Email penulis korespondensi: hikmah.rizkiyana-2024@fisip.unair.ac.id

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pendekatan yang digunakan Humas Dispendukcapil Kota Surabaya dalam mengatasi gap komunikasi antar generasi pada penyebaran informasi melalui platform media sosial Instagram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, serta dokumentasi terhadap aktivitas komunikasi Dispendukcapil di Instagram. Penelitian ini menggunakan teori *two-way symmetrical communication* untuk menganalisis bagaimana Humas Dispendukcapil Surabaya berkomunikasi dengan audiens yang terdiri dari berbagai generasi, khususnya Generasi Z dan milenial. Pendekatan komunikasi Dispendukcapil dianalisis melalui tiga aspek utama: kredibilitas, keterbukaan, dan konsistensi. Dalam kredibilitas, Dispendukcapil memastikan informasi yang disampaikan melalui Instagram berasal dari sumber yang dapat dipercaya dan mudah dipahami. Dalam aspek keterbukaan, Dispendukcapil menunjukkan keterbukaannya dengan menyediakan ruang bagi audiens untuk berinteraksi melalui fitur Instagram. Sedangkan dalam hal konsistensi, Dispendukcapil menjaga konsistensi informasi yang disampaikan di berbagai konten Instagram, baik itu terkait dengan jadwal pelaksanaan program maupun dalam penyampaian pesan yang jelas dan konsisten agar dapat diterima oleh semua generasi.

**Kata-kata Kunci:** Gap Komunikasi; Humas; Kredibilitas; Keterbukaan; Konsistensi

### ABSTRACT

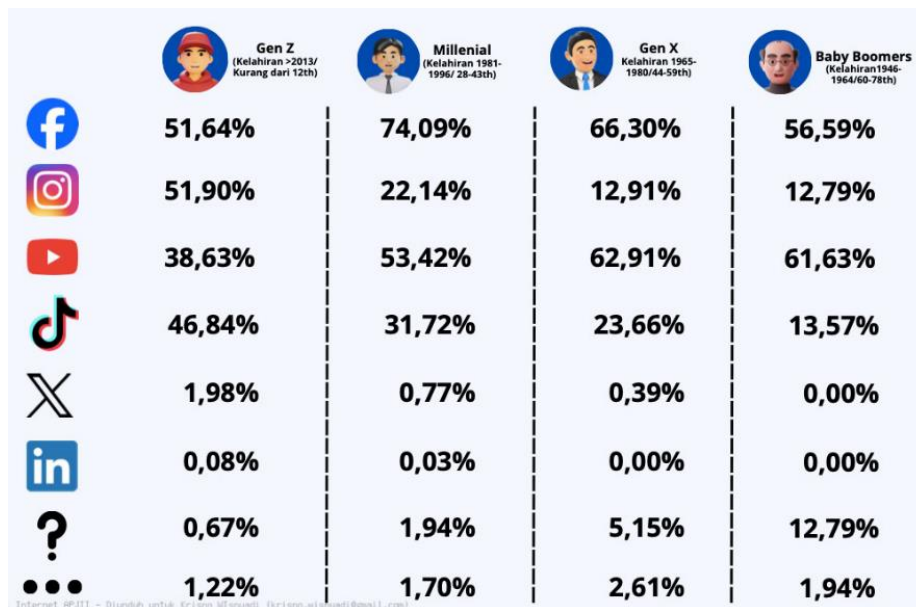
*This study aims to understand the approach used by the Public Relations (PR) of the Dispendukcapil (Civil Registration and Population Service) of Surabaya City in addressing the communication gap between generations in disseminating information through the Instagram social media platform. The research employs a qualitative method with a descriptive approach. Data collection techniques include in-depth interviews, direct observations, and documentation of the communication activities of Dispendukcapil on Instagram. This study utilizes the theory of two-way symmetrical communication to analyze how the PR team of Dispendukcapil Surabaya communicates with an audience comprising different generations, particularly Generation Z and millennials. Dispendukcapil's communication approach is analyzed through three main aspects: credibility, openness, and consistency. In terms of credibility, Dispendukcapil ensures that the information conveyed through Instagram comes from reliable sources and is easily understood. Regarding openness, Dispendukcapil demonstrates its transparency by providing space for the audience to engage through Instagram features. As for consistency, Dispendukcapil maintains consistency in the information shared across various Instagram content, whether related to program schedules or in delivering clear and consistent messages that are accessible to all generations.*

**Keywords:** Communication Gaps; Public Relation; Credibility; Openness; Consistency

**Korespondensi:** Hikmah Rizkiyana, S.I.Kom. Universitas Airlangga. Jl. Airlangga No.4 - 6, Airlangga, Kec. Gubeng, Surabaya 60115. Email: hikmah.rizkiyana-2024@fisip.unair.ac.id

## PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari bagi berbagai generasi, menciptakan perubahan signifikan dalam cara publik berkomunikasi, berinteraksi, dan mengakses informasi. Dalam konteks komunikasi antar generasi, media sosial memiliki peran yang sangat besar, karena setiap generasi memiliki cara yang berbeda dalam menggunakan dan memanfaatkan media sosial. Generasi Z, misalnya, lebih cenderung memanfaatkan Instagram sebagai platform utama untuk berbagi dan menerima informasi, sementara generasi milenial memiliki preferensi terhadap platform seperti Facebook. Perbedaan ini bukan hanya dalam hal platform, tetapi juga cara mereka memproses dan merespon informasi yang disampaikan di media sosial. Data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pada tahun 2024 mengungkapkan bahwa Instagram menjadi platform pilihan utama bagi Gen Z, dengan persentase pengguna sebesar 51,90%, sementara generasi milenial lebih memilih *Facebook*. Temuan ini menunjukkan adanya perbedaan yang jelas dalam preferensi platform media sosial di antara dua kelompok generasi yang sangat penting dalam konteks komunikasi organisasi.



Sumber: Survei APJII, 2024

**Gambar 1** Hasil Survey “Social Media by Generation”

Pada penelitian terdahulu dalam jurnal “Bridging the communication gap between Generation Y and the Baby Boomer generation” (Venter, 2017) mendefinisikan komunikasi interpersonal telah berubah karena perkembangan alat dan teknologi digital. Setiap teknologi mengubah cara orang berkomunikasi atau berinteraksi (Duck & McMahan, 2009). Namun,

semua teknologi memiliki gagasan tentang interaksi sosial dan koneksi dalam pikiran, tetapi generasi yang berbeda menggunakan teknologi yang berbeda untuk berkomunikasi dan mereka tidak selalu menghargai cara komunikasi yang berbeda dari apa yang biasa mereka lakukan (Kurniawan, 2017). Keberhasilan dalam mengatasi tantangan komunikasi antar-generasi dalam lingkungan kerja organisasi modern memerlukan pendekatan yang holistik. Peningkatan literasi digital, penyesuaian gaya komunikasi, dan pengakuan terhadap perbedaan nilai merupakan langkah-langkah kunci. Dengan demikian, organisasi dapat menciptakan budaya kerja inklusif yang memanfaatkan keberagaman generasi sebagai kekuatan untuk mencapai tujuan bersama (Jannah., et.al., 2024)

Penelitian tentang komunikasi antar generasi, terutama dalam konteks hubungan pemerintah dan masyarakat, masih terbatas pada pemahaman umum terkait strategi komunikasi yang diterapkan. Namun, sedikit sekali penelitian yang mendalami secara spesifik pendekatan komunikasi melalui platform media sosial, seperti Instagram, dalam konteks humas pemerintah daerah. Penelitian-penelitian sebelumnya lebih fokus pada komunikasi publik secara umum tanpa mengidentifikasi perbedaan cara komunikasi antara generasi yang lebih tua dan lebih muda. Di sisi lain, studi tentang penggunaan Instagram oleh lembaga pemerintahan daerah (seperti Dispendukcapil) dalam menyampaikan informasi juga relatif minim. Dengan pesatnya penggunaan media sosial oleh berbagai lapisan masyarakat, terdapat kesenjangan pengetahuan terkait efektivitas Instagram sebagai saluran komunikasi untuk menjembatani perbedaan cara komunikasi antara generasi muda dan tua .

Penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti aspek teknis penggunaan media sosial oleh pemerintah, tanpa menilai seberapa efektifnya pendekatan tersebut dalam mengatasi gap komunikasi antar generasi yang terjadi di masyarakat. Gap penelitian ini menjadi relevan, mengingat pentingnya memahami dinamika komunikasi antar generasi untuk menciptakan hubungan yang lebih inklusif dan efektif dalam penyampaian informasi, terutama terkait dengan layanan publik .

Dalam perkembangan media sosial, fungsi dari media sosial sendiri kini tidak hanya sebagai alat komunikasi antara individu, tetapi juga sebagai alat penyebaran informasi, sarana berbagi ide dan gagasan, branding organisasi, hingga alat pemasaran dan sarana ekspresi diri. Dalam konteks organisasi pemerintahan, media sosial menjadi sarana penting dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan publik, sebagaimana yang dilakukan oleh Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dispendukcapil) Kota Surabaya. Dispendukcapil Kota Surabaya menggunakan media sosial Instagram sebagai salah satu alat komunikasi utama untuk menjangkau publiknya yang terdiri dari berbagai generasi. Namun, penggunaan Instagram oleh

Dispendukcapil Kota Surabaya untuk menyampaikan informasi menghadapi tantangan tersendiri, terutama dalam menjembatani gap komunikasi antar generasi. Fenomena yang sering terjadi adalah salah persepsi bahwa Generasi Z dan milenial memiliki preferensi yang sama, padahal kedua generasi ini memiliki perbedaan mendasar dalam cara mereka mengkonsumsi dan merespon informasi di media sosial. Milenial, sebagai generasi yang tumbuh bersama perkembangan teknologi, lebih tertarik pada kombinasi data visual dan tekstual, dengan preferensi tinggi terhadap data visual. Sebaliknya, Gen Z yang dikenal sebagai generasi digital native, lebih menyukai konten visual yang singkat, cepat, dan mudah dicerna, dengan sedikit atau tanpa teks.

Bagi Humas Dispendukcapil Kota Surabaya, perbedaan preferensi ini menimbulkan tantangan dalam menciptakan strategi komunikasi yang efektif. Sebagai lembaga yang bertanggung jawab untuk memberikan layanan kependudukan dan pencatatan sipil, Dispendukcapil harus memastikan bahwa setiap informasi yang disampaikan dapat diakses dan dipahami oleh publik dari berbagai generasi. Oleh karena itu, Dispendukcapil Kota Surabaya hadir di Instagram melalui dua akun utama, yaitu @dispendukcapil.sby dan @swargaloka.sby, untuk menjangkau dan berinteraksi dengan publik dari berbagai kelompok generasi, khususnya Gen Z dan milenial. Penelitian ini untuk mengungkap terkait strategi pendekatan Humas Dispendukcapil Kota Surabaya dalam mengatasi gap komunikasi antar generasi di Instagram, serta bertujuan untuk menganalisis pendekatan komunikasi dan mengidentifikasi faktor yang mempengaruhi efektivitas Humas Dispendukcapil Kota Surabaya dalam mengatasi gap komunikasi antar generasi melalui platform Instagram. Mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas penyampaian informasi kepada Generasi Z dan milenial di Instagram.

Hubungan Publik (Humas) atau *Public Relations* memiliki peran yang sangat penting dalam setiap organisasi, baik di sektor swasta maupun publik. Fungsi utama humas adalah untuk membangun citra positif dan menciptakan hubungan yang baik antara organisasi dan publiknya. Dalam konteks pemerintahan, humas berfungsi untuk menjaga komunikasi antara pemerintah dan publik, serta menyampaikan informasi mengenai program-program pemerintah dengan tujuan meningkatkan partisipasi publik dalam mendukung kebijakan yang diimplementasikan.

Menurut Jefkins (2014), humas bertanggung jawab atas keseluruhan rencana komunikasi, baik secara internal maupun eksternal, yang dirancang untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu aspek yang paling penting dalam kehumasan adalah bagaimana pesan yang disampaikan oleh organisasi dapat diterima dengan baik oleh publiknya. Hal ini membutuhkan pemahaman

mendalam tentang karakteristik dan preferensi publik, serta kemampuan untuk menyesuaikan pesan dengan kebutuhan dan harapan mereka. Di dalam pemerintahan, humas memiliki peran strategis dalam menjalankan program-program yang berdampak pada publik. Keberhasilan suatu program pemerintahan tidak hanya ditentukan oleh implementasi kebijakan yang baik, tetapi juga oleh sejauh mana publik memahami dan mendukung kebijakan tersebut. Oleh karena itu, komunikasi dua arah yang efektif menjadi sangat penting dalam menjalankan fungsi kehumasan di pemerintahan. Komunikasi dua arah memungkinkan terjadinya interaksi timbal balik antara organisasi dan publiknya, di mana keduanya dapat saling mempengaruhi dan menyesuaikan sikap serta perilaku.

Dalam teori kehumasan, Grunig dan Hunt (1984) memperkenalkan model komunikasi *two-way symmetrical*, yang menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang seimbang antara organisasi dan publiknya. Model ini menekankan dialog yang terbuka dan interaksi yang saling menguntungkan antara kedua belah pihak. Melalui komunikasi dua arah, organisasi dapat mendengarkan kebutuhan dan kekhawatiran publiknya, serta merespon dengan cara yang sesuai. Komunikasi yang dilakukan secara simetris ini bertujuan untuk membangun kepercayaan dan menciptakan hubungan yang lebih kuat antara organisasi dan publiknya. Teori komunikasi dua arah ini sangat relevan dalam konteks kehumasan di era digital, di mana media sosial telah memberikan platform yang memungkinkan interaksi yang lebih intens antara organisasi dan publiknya. Dalam media sosial, publik dapat memberikan umpan balik secara langsung melalui komentar, *like*, dan *share*, yang memungkinkan organisasi untuk mendapatkan wawasan tentang bagaimana pesan mereka diterima dan dipahami oleh publik. Di dalam model *two-way symmetrical*, terdapat beberapa aspek yang perlu diperhatikan untuk menciptakan komunikasi yang efektif, yaitu: (1) Kredibilitas: Pesan yang disampaikan oleh organisasi harus dianggap kredibel dan dapat dipercaya oleh publik. Kredibilitas ini dapat diperoleh melalui konsistensi dalam menyampaikan informasi yang akurat dan relevan, (2) Keterbukaan: Organisasi harus bersikap terbuka dan transparan dalam berkomunikasi dengan publiknya. Informasi yang disampaikan harus mudah diakses dan dipahami oleh semua pihak, dan (3) Konsistensi: Konsistensi dalam menyampaikan pesan sangat penting untuk membangun citra yang positif di mata publik. Pesan yang disampaikan harus selaras dengan nilai-nilai organisasi dan sesuai dengan ekspektasi publik.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat telah membawa perubahan besar dalam cara organisasi berkomunikasi dengan publiknya. Salah satu dampak terbesar dari perkembangan ini adalah munculnya media sosial sebagai alat komunikasi yang efektif. Dalam era digital, proses komunikasi menghadapi tantangan dalam menyampaikan pesan yang relevan

bagi publik lintas generasi. Hal ini terjadi karena setiap generasi memiliki preferensi yang berbeda dalam menerima dan memproses informasi.

Pemanfaatan *platform* media sosial untuk menjembatani perbedaan komunikasi antar generasi, terutama Generasi Baby Boomer, Millennial, dan Generasi Z. Setiap generasi memiliki karakteristik unik dalam berkomunikasi yang mempengaruhi bagaimana mereka merespons komunikasi tersebut, adanya perbedaan dalam proses menerima informasi bagi publik akan membuat gap komunikasi yang membuat pesan komunikasi yang disampaikan terlambat ataupun tidak tersampaikan sama sekali. Gap komunikasi antar generasi ini menjadi tantangan bagi suatu organisasi dalam menyampaikan pesan kepada publik baik secara internal maupun eksternal. Gap komunikasi antar generasi muncul ketika metode dan preferensi komunikasi tidak selaras, sehingga pesan tidak disampaikan dengan baik (Hershatter & Epstein, 2018).

Karakteristik dari proses penerimaan komunikasi antar generasi yang pertama Generasi Baby Boomer (1946-1964) dikenal mengandalkan komunikasi yang lebih tradisional seperti tatap muka dan penggunaan media cetak serta televisi sebagai sumber utama informasi (Hershatter & Epstein, 2018). Mereka cenderung menghargai interaksi personal yang mendalam dan pesan yang jelas serta formal. Generasi ini memerlukan waktu lebih lama untuk mencerna informasi di platform media sosial yang memiliki karakteristik abstrak dan instan. Di sisi lain, Generasi Millennial (1981-1996) lebih akrab dengan teknologi digital dan memiliki kecenderungan untuk menerima informasi melalui media yang lebih dinamis dan interaktif (Ng, Schweitzer, & Lyons, 2017). Mereka mengharapkan konten yang dapat diakses dengan cepat dan efisien melalui media sosial, dalam konteks ini Instagram menjadi salah satu platform yang efektif untuk menjangkau generasi ini karena fitur-fitur visual dan kemampuan interaksi cepat yang ditawarkan (Turner, 2015). Generasi ini cenderung lebih terbuka terhadap pesan yang disampaikan secara informal namun tetap relevan dengan minat mereka. Selanjutnya, Generasi Z (1997-2012) adalah generasi yang paling terhubung dengan teknologi digital sejak usia dini dan sangat mengandalkan media sosial untuk berkomunikasi serta menerima informasi (Venter, 2019). Mereka menginginkan informasi yang instan, singkat, visual, dan menarik, sehingga Instagram menjadi platform yang ideal untuk menyampaikan pesan kepada mereka (Turner, 2015). Fitur di media sosial Instagram dapat memanfaatkan *stories* dan fitur visual lainnya untuk menarik perhatian Generasi Z dengan cepat. Penggunaan video pendek dan infografis sangat efektif dalam menjangkau generasi ini karena mereka cenderung tidak memiliki rentang perhatian yang lama (Smith, 2019).

Penelitian ini menawarkan keunikan dengan menggali pendekatan komunikasi yang digunakan oleh Humas Dispendukcapil Kota Surabaya dalam menjembatani gap komunikasi antar generasi melalui Instagram. Keunikan lain terletak pada fokusnya yang memperhatikan perbedaan cara berkomunikasi antara generasi muda (digital native) dan generasi tua (digital immigrant), yang seringkali memiliki preferensi berbeda dalam mengakses dan menerima informasi. Instagram, sebagai platform media sosial yang sangat populer di kalangan generasi muda, berfungsi sebagai sarana untuk mengatasi perbedaan ini.

Keberlanjutan penelitian ini juga memberikan kontribusi bagi praktik komunikasi publik, khususnya dalam konteks pemerintah daerah, untuk meningkatkan strategi penyampaian informasi secara efektif kepada seluruh lapisan masyarakat, termasuk mereka yang kurang familiar dengan teknologi digital. Selain itu, penelitian ini akan mengembangkan konsep-konsep komunikasi berbasis media sosial dalam konteks pemerintahan daerah, yang masih terbilang baru dan jarang dijadikan fokus penelitian.

Penelitian ini penting untuk dilakukan guna memberikan wawasan tentang bagaimana strategi komunikasi yang efektif dapat mengatasi gap antar generasi dalam penyebaran informasi melalui media sosial. Dengan meningkatnya penggunaan platform seperti Instagram oleh berbagai kelompok usia, pemahaman tentang pendekatan yang digunakan oleh Humas Dispendukcapil Surabaya dalam mengelola komunikasi ini menjadi krusial. Penelitian ini berfungsi untuk memberikan rekomendasi bagi instansi pemerintah dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik, khususnya dalam konteks penyebaran informasi kependudukan yang akurat dan relevan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi aktivitas komunikasi di Instagram, yang memungkinkan analisis mendalam terhadap strategi komunikasi yang diterapkan.

## **METODE PENELITIAN**

Paradigma dapat diartikan sebagai perspektif yang digunakan untuk memahami kerumitan dunia nyata. Pandangan ini berakar kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya, memberikan mereka petunjuk tentang hal-hal yang dianggap penting, sah, dan logis. Paradigma juga memiliki sifat normatif, yang memberi arahan kepada praktisinya tentang tindakan yang seharusnya diambil tanpa memerlukan analisis eksistensial atau epistemologis yang mendalam (Mulyana, 2003). Dalam penelitian ini, paradigma yang diadopsi adalah paradigma konstruktivis. Patton menyatakan bahwa peneliti dengan pendekatan konstruktivis mempelajari berbagai realitas yang dibentuk oleh individu, serta dampak konstruk tersebut

terhadap kehidupan mereka dan orang lain. Dalam kerangka konstruktivis, setiap individu memiliki pengalaman unik. Oleh karena itu, penelitian dengan pendekatan ini menunjukkan bahwa setiap sudut pandang individu dalam melihat dunia adalah valid dan perlu dihargai (Patton, 2002).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif atau yang juga disebut dengan penelitian natural ini adalah jenis penelitian yang mengutamakan penekanan pada proses dan makna yang tidak diuji, atau diukur secara akurat dengan data yang berupa data deskriptif. Pada penelitian ini mendeskripsikan kejadian yang didengar, dirasakan dan dibuat dalam pernyataan naratif atau deskriptif. Jenis penelitian ini berkarakteristik alamiah atau bersetting apa adanya dari fenomena yang terjadi di lapangan yang menitik beratkan pada kualitasnya (Anselm Strauss, 2003).

Metode yang digunakan yaitu deskriptif, metode ini dapat memberikan gejala, fakta dan kejadian secara tersusun dan juga akurat. Peneliti memilih menggunakan metode deskriptif kualitatif agar dapat menyajikan masalah secara menyeluruh, luas dan mendalam. Kemudian data penelitian dikumpulkan menggunakan tiga teknik, yaitu observasi, penulis akan secara langsung mengamati dan ikut serta dalam proses komunikasi yang dilakukan subjek penelitian. Teknik dokumentasi, dengan cara mendokumentasikan kegiatan dari proses komunikasi subjek untuk melengkapi kelengkapan penelitian. Teknik wawancara mendalam atau in depth interview yang dilakukan dengan tujuan melengkapi data yang dibutuhkan dengan melakukan kegiatan interaksi obrolan antar peneliti dan narasumber.

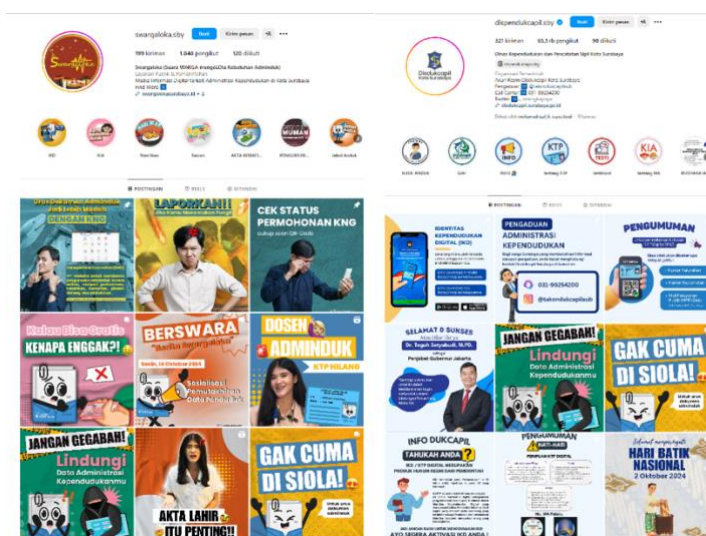
Informan dalam penelitian ini adalah sebagai key informan atau informan kunci dan pendukung. Yaitu dari, Antonius Rachmat Witarto SE, MM selaku kepala Tim Kerjasama dan Inovasi Pelayanan (Hubungan Publik) Dikendukcapil Surabaya. Pemilihan kepala Tim Kerjasama dan Inovasi Pelayanan sebagai informan dalam penelitian ini didasarkan pada perannya yang krusial dalam mengelola kehumasan, komunikasi publik dan strategi media sosial di Dikendukcapil Surabaya. Sebagai pemimpin di bidang hubungan publik, kepala divisi memiliki wawasan mendalam tentang kebijakan komunikasi yang diterapkan serta tantangan yang dihadapi dalam menjembatani gap komunikasi, khususnya di platform Instagram. Selain itu, peran strategisnya dalam merumuskan pesan dan menyampaikan informasi kepada publik menjadikannya sumber yang ideal untuk memahami dinamika komunikasi yang terjadi di Dikendukcapil. Setelah seluruh data terkumpul melalui teknik-teknik tersebut, data akan dicek kembali keabsahannya dengan menerapkan uji triangulasi, yaitu upaya dalam memastikan keabsahan data atau informasi yang didapat melalui sudut pandang yang berbeda dari data yang

telah dikumpulkan. Teknik triangulasi akan di lakukan dengan membandingkan data yang telah didapat dari informan dan hasil observasi dengan teori yang telah diterapkan dalam penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Segmentasi Instagram Dpendukcapil Surabaya

Perkembangan media sosial memudahkan pemerintah menyampaikan informasi, namun saat ini juga menghadirkan tantangan dalam menjangkau berbagai generasi sehingga terbentuk gap komunikasi di publik dalam menerima informasi. Dpendukcapil Surabaya menghadapi gap komunikasi antar generasi dalam pemanfaatan instagram sebagai media menyampaikan informasi kependudukan, untuk mengatasi hal ini mereka menggunakan dua akun instagram dengan segmentasi berbeda yaitu @Dpendukcapil.sby yang memiliki karakteristik formal dan informatif, menyasar generasi baby boomers, dan @Swargaloka.sby yang kreatif serta menggunakan bahasa kekinian untuk generasi milenial dan Gen Z. Melalui strategi ini. Dpendukcapil Surabaya berupaya menjembatani gap komunikasi antar generasi dan meningkatkan partisipasi publik. Secara statistik yang kita miliki saat ini yang membutuhkan dokumen kependudukan adalah generasi millennial dan generasi Z, jika informasi yang kita Kelola di Instagram kita samakan dengan @Dpendukcapil.sby yang bersifat formal mungkin generasi millennial dan Z saat ini tidak tertarik padahal saat ini mereka sangat membutuhkan informasi kepengurusan kependudukan, dari kedua akun tersebut sama sama informatif tetapi untuk yang @Dpendukcapil akan bersifat cepat saat memberikan informatif sehingga pengemasannya tidak sekreatif @Swargaloka.sby yang harus melalui beberapa waktu seperti pengemasan konten, *editing* dan *finishing* (Antonius R, Wawancara, 14 Oktober 2024).



Sumber: Instagram, 2024

Gambar 1 Akun @Swargaloka.Sby dan @Dpendukcapil.sby

Penggunaan media sosial dapat membantu dalam menyebarkan Informasi ke berbagai generasi melalui Instagram, sangat penting untuk memastikan validitas informasi tersebut guna menghindari potensi penyebaran berita hoax atau palsu. Dispendukcapil Surabaya yang merupakan salah satu instansi pemerintahan pelayanan publik selalu menjaga kredibilitasnya dalam membagikan informasi melalui media sosial, Dispendukcapil Surabaya memiliki SOP nya tersendiri dalam mengelola informasi sampai informasi tersebut dibagikan ke publik, salah satu cara yang digunakan oleh Dispendukcapil Surabaya adalah dengan menyertakan sumber resmi atau surat tertulis dari pemerintahan pusat sebagai bukti otentikasi. Hal Ini tidak hanya membangun kepercayaan publik dari berbagai generasi, tetapi juga meminimalisir keraguan yang muncul terkait kebenaran informasi yang disampaikan.

SOP yang dimiliki Dispendukcapil Surabaya dalam mengelola dan menjaga kredibilitas informasi adalah yang pertama setiap pagi tim humas akan melaksanakan rapat redaksi untuk membahas rencana informasi apa yang saat ini akan disampaikan ke publik, selanjutnya tim humas akan mengelola informasi tersebut menjadi konten dan juga melampirkan sumber berupa surat tertulis atau arahan langsung dari sumber yang kredibilitasnya seperti pemerintah kependudukan pusat, selanjutnya konten tersebut akan dilakukan *quality control* dan evaluasi.

Menurut Kaukab (2020) menyatakan bahwa salah satu syarat komunikasi internal dan eksternal yang efektif adalah pengirim pesan harus memastikan bahwa pesan dapat diterima dengan baik oleh penerima, Dispendukcapil Surabaya memastikan bahwa pesan informasi di Instagram yang disampaikan sangat kredibel karena juga dengan melampirkan sumber berupa surat arahan tertulis dari pemerintahan pusat, sebagai kredibilitas yang bisa dipertanggungjawabkan sehingga publik antar generasi tidak terkena berita *hoax* atau palsu, hal ini sudah menjadi syarat wajib yang dimiliki oleh instansi pemerintahan dalam memberika informasi yang akurat dan tervaliditas. Dengan demikian, publik dapat mengakses informasi yang dapat dipertanggungjawabkan, sekaligus memperkuat peran humas dalam menjaga kredibilitas dan transparansi komunikasi publik. Validitas yang kita lakukan dalam memberikan informasi kepada publik itu bersifat wajib, sehingga ketika kita membuat konten informasi kita memiliki SOP nya, yang pertama adalah kita setiap pagi akan melaksanakan rapat redaksi, pada saat konten informasi tersebut di kelola maka disitu kita lampirkan juga seperti surat tertulis atau arahan dari pemerintahan pusat sebagai bukti bahwa informasi tersebut murni dan valid, selanjutnya ketika konten informasi tersebut sudah jadi maka akan saya lakukan *quality control*, dan yang terakhir kita evaluasi bersama informasi apa saja yang hari itu kita sampaikan ke publik (Antonius R, Wawancara, 14 Oktober 2024).

## Keterbukaan Informasi Dispendukcapil Surabaya

Selanjutnya dalam penelitian ini penulis menemukan proses keterbukaan informasi yang dilakukan Dispendukcapil Surabaya untuk mengatasi gap komunikasi yang terjadi di media sosial *instagram*. Keterbukaan informasi merupakan salah satu prinsip *good governance* yaitu transparansi dimana publik juga memiliki hak untuk memperoleh informasi yang terbuka, mudah dan bebas diakses serta tepat waktu dalam rangkaian pelaksanaan program kegiatan organisasi tersebut. Prinsip-prinsip *good governance* tersebut diterapkan oleh Dispendukcapil Surabaya dalam mewujudkan tugas pokoknya memberikan pelayanan publik terhadap publik melalui media sosial terkhusus *instagram*, dengan harapan dapat membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. *Instagram* menjadi *platform* yang lebih responsif dibandingkan dengan media sosial lainnya, sehingga Dispendukcapil Surabaya melalui akun *instagram* @dispendukcapil.sby dan @swargaloka.sby sering melakukan *live report* informasi ataupun kegiatan dan juga interaksi melalui tanya jawab pada fitur *story*.

Segmentasi konten dalam akun *instagram* @swargaloka.sby, salah satunya yakni "Rawon: Rabo Wayahe Takon" sebagai konten tanya jawab bagi publik yang kebingungan terkait dengan pelayanan pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil. Selain itu Dispendukcapil Surabaya yang memiliki Program "Jebol Anduk: Jemput Bola Adminduk" program ini diadakan dalam rangka pencatatan penduduk. Sasaran dari program ini adalah publik yang baru berusia 17 tahun dan publik dewasa yang belum miliki KTP (Kartu Identitas Penduduk. Karena Program Jebol Anduk ini dilakukan Dispendukcapil Surabaya yang terjun langsung ke lapangan sehingga kegiatan tersebut akan diinformasikan kepada publik melalui konten di *instagram* dari jadwal pelaksanaan hingga *live report* saat pelaksanaan di lapangan. Hal tersebut menunjukkan bentuk keterbukaan informasi dari Dispendukcapil Surabaya kepada publik dan juga sebagai saran membangun komunikasi serta kepercayaan publik kepada Dispendukcapil Surabaya.

Kebijakan pemerintahan yang sangat dinamis atau cepat berubah membuat Dispendukcapil Surabaya bergerak cepat dalam membagikan informasi *terupdate* tentang kependudukan dan pencatatan sipil di Surabaya. Penggunaan *Instagram* @Dispendukcapil.sby digunakan untuk memberikan informasi terkini dan cepat dalam membagikan informasi baru terkait kependudukan, hal ini karena karakteristik yang digunakan @Dispendukcapil.sby bersifat formal sehingga tidak memerlukan banyak elemen kreatif dan berbeda dari @swargaloka.sby, Antonius selaku kepala Tim Kerjasama dan Inovasi Pelayanan (Hubungan Publik) Dispendukcapil Surabaya mengatakan jika kebijakan di Dispendukcapil Surabaya itu bersifat dinamis dan cepat berubah karena mengikuti pemerintahan pusat, sehingga kita harus cepat *update* ke media sosial salah satunya *Instagram* (Wawancara, 14 Oktober 2024)

Dispendukcapil Surabaya melakukan konsistensi untuk memberikan informasi terkini seperti tersedia nya blangko, selain itu Dispendukcapil juga berkonsistensi dalam keterbukaan informasi seperti dalam beberapa postingan @Dispendukcapil.sby yang melampirkan surat arahan dari Kementrian dalam Negeri. Tantangan yang dihadapi seringkali datang dari berbagai generasi, seperti generasi *boomers* yang datang ke Dispendukcapil Surabaya karena tidak mengetahui bahwa kepengurusan KTP saat ini sudah bisa dilakukan di *website* klampid padahal informasi ini sudah di share berulang kali di *Instagram* @Dispendukcapil.sby dan @Swargaloka.sby ini menunjukkan bahwa kurangnya pergerakan dari generasi *boomers* untuk mencari informasi di *Instagram* hal ini dipengaruhi beberapa faktor mulai dari tidak memiliki *Instagram*, tidak mengetahui cara menggunakan *Instagram* dan kesibukan lainnya. Saat ini Dispendukcapil Surabaya melakukan konsistensi untuk memberikan keterbukaan dan informasi terbaru dengan tujuan utama menyasar generasi millennial dan Gen Z. saat ini Dispendukcapil Surabaya sering melakukan rapat redaksi di pagi hari untuk menentukan informasi dan konten apa yang akan kita buat, dan mulai dari berbagai aspek kita cermati baik baik dari pemilihan kata, alur konten serta target utamanya, untuk saat ini kita sering menyasar generasi millennial dan Gen Z dengan tujuan dan harapan bahwa generasi tersebut mampu menerima informasi dengan baik lalu memberitahukannya kepada generasi *boomers* (Antonius R, Wawancara, 14 Oktober 2024).

Pendekatan kepada generasi millennial dan Gen Z ini dinilai efektif untuk memberitahukan informasi terkini dan keterbukaan informasi kepada generasi *boomers*, karena sesuai karakteristik yang kedua generasi itu memiliki karakteristik yang mirip Gen Z menginginkan informasi yang instan, singkat, visual, dan menarik, sehingga *Instagram* menjadi platform yang ideal untuk menyampaikan pesan kepada mereka (Turner, 2015), sedangkan millennial merupakan generasi yang cenderung lebih terbuka terhadap pesan yang disampaikan secara informal namun tetap relevan dengan minat mereka (Turner, 2015). Konsistensi yang dilakukan Dispendukcapil Surabaya juga mencakup terkait kedua karakteristik *Instagram* @Dispendukcapil.sby dan @Swargaloka.sby yang dimana konsistensi *segment* program diberikan untuk memiliki tujuan memberikan informasi kependudukan kepada publik.

**Tabel 1 Segment Program Instagram @Swargaloka.Sby dan @Dispendukcapil.Sby**

No	Akun IG @Swargaloka.sby	Akun IG @Dispendukcapil.Sby
1	Dosen Adminduk (tutorial mengurus Kependudukan dan Pencatatan Sipil)	Informasi mengurus Kependudukan dan Pencatatan Sipil
2	Siomay (Seputar Informasi Pelayanan)	

3	Rekan Dukcapil	Arahan Perintah dari Sumber yang kredibel (Kemendagri, Pemerintahan Pusat dan lainnya)
4	BerSwara (Berita Swargaloka)	
5	InfoSwa (Info Swargaloka)	
6	Rawon (Rabo Wayahe Takon)	

Sumber: *Instagram* @Swargaloka.Sby dan @Dispendukcapil.Sby

Dari kedua segment program di Instagram tersebut menunjukkan konsistensi yang dilakukan Dispendukcapil Surabaya untuk selalu memberikan informasi terkini kepada berbagai generasi menggunakan karakteristik yang mereka miliki, seperti millennial dan Gen Z mengharapkan konten yang dapat diakses dengan cepat dan efisien melalui Instagram sehingga kepengurusan kependudukan mudah dilakukan melalui digital, sedangkan generasi *boomers* mampu mendapatkan informasi dari kedua generasi tersebut melalui interaksi personal dan penjelasan yang formal.

Dispendukcapil Surabaya memiliki Standar Operasional Prosedur (SOP) dalam penyusunan dan pelaporan. Mulai dari rapat redaksi pagi hari, proses pengelolaan konten dan evaluasi semuanya dilakukan untuk memastikan informasi yang disebarkan ke masyarakat melalui media sosial efektif. Hal ini penting untuk menjaga kepercayaan publik antar generasi dan mencegah penyebaran informasi palsu. Dalam hal informasi kependudukan, Dispendukcapil Surabaya menggunakan prinsip kredibilitas, keterbukaan dan konsisten dengan prinsip tata kelola yang baik, penambahan sumber resmi seperti surat dari pemerintah pusat, maka informasi yang diberikan akan lebih kuat dan dapat diandalkan. Hal ini tidak hanya menekankan kredibilitas Dispendukcapil tetapi juga fokus pada kekuatan penyebaran informasi yang di publik.

### **Strategi Dispendukcapil Surabaya Mengatasi Gap Komunikasi di Masyarakat**

Pendekatan yang dilakukan Dispendukcapil Surabaya dalam menangani Gap Komunikasi antar generasi melalui *Instagram* ternyata menghasilkan temuan bahwa mereka menggunakan *Instagram* sebagai media yang bertujuan mengedukasi kependudukan dan pencatatan sipil, pendekatan melalui *Instagram* kepada Millennial dan Gen Z justru dinilai sangat efektif karena karakteristik yang dimiliki kedua generasi tersebut hampir mirip seperti akses yang cepat dan efisien, kemampuan interaksi, aksesibilitas fitur media sosial, ketebukaan informasi dan komunikasi. Selain itu jika melihat survey dari APJII 2024 yang menunjukkan bahwa Gen Z dan millennial yang menggunakan *instagram* sangat tinggi, ini menunjukkan bahwa aksesibilitas mereka dalam menggunakan *instagram* sangat tinggi. Dispendukcapil Surabaya merespon hal tersebut dengan membuat beberapa *segment* konten di @Swargaloka.sby yang menarik secara

keaktivitas sehingga mudah dipahami oleh kedua generasi ini, sedangkan untuk @Dispendukcapil.Sby hanya memiliki 2 *segment* konten yang bersifat formal dan cepat dalam *update* berita kependudukan ini dikarenakan desain *editing* yang dilakukan di @Dispendukcapil.sby tidak terlalu kreatif seperti @Swargaloka.sby, meskipun itu humas Dispendukcapil Surabaya selalu melakukan rapat redaksi di pagi hari, lalu melakukan *quality control* oleh kepala humas Dispendukcapil Surabaya dan evaluasi sore hari untuk memastikan informasi yang di *publish* ke publik sudah sesuai.

Dari segi strategi komunikasi, Dispendukcapil Surabaya yang menggunakan dua akun *Instagram* untuk mengatasi gap komunikasi antar generasi dengan cara yang berbeda. Akun @Dispendukcapil.sby fokus utamanya pada pesan instan, sedangkan @Swargaloka.sby fokus pada kreativitas dan interaksi publik. Pendekatan ini menunjukkan pemahaman yang baik terhadap kebutuhan komunikasi generasi *milenial* dan Gen Z, yang lebih tertarik pada konten interaktif dan visual. *Instagram* diidentifikasi sebagai platform yang efektif untuk menyampaikan pesan yang relevan dengan masyarakat. Mengingat karakteristik kedua generasi ini yang lebih menyukai akses informasi yang cepat, efisien, dan mudah, *Instagram* dinilai sebagai tempat yang baik untuk berkomunikasi secara langsung. Hal ini memperkuat strategi komunikasi Dispendukcapil yang terbukti efektif menjangkau generasi Milenial dan Gen Z.

Konsistensi penyampaian pesan menjadi salah satu kunci keberhasilan Dinas Pencatatan Sipil Surabaya dalam menjaga kredibilitasnya di mata masyarakat. Dispendukcapil biasanya mempublikasikan pengumuman melalui akun @Dispendukcapil.sby yang berisi informasi demografi formal, sedangkan @Swargaloka.sby menawarkan program interaktif seperti “Rawon: Rabo Wayahe Tako” masyarakat dapat bertanya langsung mengenai target populasi. Hal ini menunjukkan komitmen Dispendukcapil dalam menyediakan informasi yang relevan dan memenuhi kebutuhan informasi antar generasi.

Selain itu temuan penulis adalah strategi yang dilakukan Dispendukcapil Surabaya dalam membagikan informasi kependudukan kepada publik dengan 3 komponen utama yaitu Kredibilitas Informasi, Ketebukaan Informasi dan Konsistensi dalam membagikan Informasi. Ketiga komponen ini menunjukkan langkah penting yang dilakukan humas Dispendukcapil Surabaya untuk mengatasi Gap Komunikasi yang terjadi diantara generasi, namun strategi tersebut di fokuskan lagi oleh Dispendukcapil Surabaya bahwa mereka menargetkan informasi tersebut kepada generasi millennial dan Gen Z melalui *instagram*, selain karena alasan bahwa saat ini yang sangat membutuhkan administrasi kependudukan adalah kedua generasi tersebut, Dispendukcapil berfokus kepada kedua generasi tersebut karena generasi millennial dan Gen Z dinilai sangat aktif dalam menggunakan *instagram* dan mudah menangkap informasi yang

diberikan sehingga kedua generasi tersebut mampu juga mengedukasi kepada generasi *boomers* terkait kependudukan melalui interaksi personal, karena interaksi personal menjadi bagian karakteristik yang dimiliki oleh generasi *boomers*. Strategi ini dinilai efektif oleh Dispendukcapil Surabaya, sehingga saat ini mereka melakukan aktivitas melalui berbagai media salah satunya *instagram*, @Dispendukcapil.Sby dan @Swargaloka.Sby memiliki *segment* program yang berbeda, namun memiliki tujuan yang sama yaitu mengedukasi informasi kependudukan dan pencatatan sipil, yang membedakan hanya karakteristik dari kedua *instagram* tersebut yang dimana @Dispendukcapil.Sby bersifat formal dan cepat dalam memberikan informasi, sedangkan @Swargaloka.Sby bersifat kreatif dan memakan waktu untuk membuat dan *editing* konten tersebut.

## SIMPULAN

Penggunaan media sosial, khususnya Instagram, membantu Dispendukcapil Surabaya menyebarkan informasi yang valid kepada berbagai generasi. Untuk menjaga kredibilitas, mereka memiliki SOP yang mencakup rapat redaksi, pengelolaan konten dengan melampirkan sumber resmi, *quality control*, dan evaluasi. Dispendukcapil Surabaya juga mematuhi prinsip transparansi, memastikan informasi mudah diakses oleh publik.

Akun Instagram @dispendukcapil.sby digunakan untuk membagikan informasi kependudukan secara cepat, sementara @swargaloka.sby lebih kreatif dan interaktif, menasar generasi millennial dan Gen Z. Program seperti “Jebol Anduk” dan konten “Rawon” membantu memperkuat komunikasi publik, khususnya untuk menyampaikan informasi penting terkait layanan kependudukan. Tantangan komunikasi generasi boomers diatasi melalui peran generasi muda yang lebih akrab dengan Instagram.

Dispendukcapil Surabaya fokus pada tiga komponen utama dalam strategi komunikasi: kredibilitas, keterbukaan, dan konsistensi. Mereka menargetkan generasi muda sebagai penyebar informasi kepada generasi yang lebih tua, terutama karena generasi millennial dan Gen Z lebih responsif terhadap platform digital. Strategi ini dinilai efektif dalam membangun kepercayaan publik dan mengedukasi publik melalui berbagai program yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing generasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Duck, S., & McMahan, D. T. (2009). *The basics of communication – A relational perspective*. Los Angeles, CA: Sage
- Grunig, J. E., Hunt, T. (1984) *Managing Public Relations*, Belmont, CA: Thompson Wadworth
- Hershatter, A., & Epstein, M. (2018). *Millennials and the World of Work: An Organization and Management Perspective*. *Journal of Business and Psychology*

- Jannah, Miftahul., Nomiya, Dewinta., et al. (2024) "*Tantangan KOMunikasi Antar-Generasi dalam Lingkungan Kerja Organisasi Modern.*" SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi Vol.2, No.1
- Kaukab, M. E. (2020). Public Relations. Universitas Sains Al-Qur'an Jawa Tengah Wonosobo <https://www.researchgate.net/publication/344086582>
- Kurniawan, S. (2017). *Komunikasi Antar Generasi: Perspektif Teori dan Praktik*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ng, E. S., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2017). *New Generation, Great Expectations: A Field Study of the Millennial Generation*. Journal of Organizational Behavior
- Patton, Michael Quinn. 2002. *Qualitative Research and Evaluation Methods*. 3rd Edition. Thousand Oaks. Sage Publications. Inc. California
- Smith, W. (2019). *Generational Differences in Work Values and Employee Outcomes*. International Journal of Human Resource Management
- Turner, A. (2015). *Generation Z: Technology and Social Media Communication*. International Journal of Emerging Technologies and Society
- Venter, E. (2019). *Bridging the Communication Gap Between Generation Y and the Baby Boomer Generation*. International Journal of Adolescence and Youth
- Venter, Elza (2017). *Bridging the Communication Gap: Generational Differences and Social Media*. Journal of Communication Studies, 5(3), 77-88