

Analisis Strategi Komunikasi Digital DPMPTSP Kota Surabaya untuk Meningkatkan Citra Pelayanan Publik

Fito Abrar Rosyad ¹, Achmad Syah Putra
Wijaya ², Muhammad Ramzy Putra Fera ³, Hafizh Agil Sidarwaya ⁴
Universitas Negeri Surabaya ^{1,2,3,4}

fito.23269@mhs.unesa.ac.id ¹, achmad.23257@mhs.unesa.ac.id ²,
muhammadramzy.23516@mhs.unesa.ac.id ³, hafizh.23484@mhs.unesa.ac.id ⁴

Artikel diserahkan pada : 10-11-2025; direvisi pada : 20-11-2025; diterima pada:
05-12-2025.

ABSTRAK: Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi instansi pemerintah, yang kini dituntut untuk menyampaikan informasi publik secara transparan, cepat, dan menarik guna membangun kepercayaan serta citra positif lembaga. Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya merupakan salah satu instansi yang terus berinovasi dalam strategi komunikasi digitalnya. Melalui program Studi Independen, mahasiswa turut dilibatkan dalam kegiatan publikasi dan kehumasan untuk memperkuat penyebaran informasi publik. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan mengamati secara langsung aktivitas komunikasi digital di bidang Media dan Humas DPMPTSP Kota Surabaya. Data dikumpulkan melalui partisipasi mahasiswa dalam pembuatan konten digital, penyusunan siaran pers, peliputan kegiatan, serta pengelolaan media sosial. Analisis dilakukan dengan menelaah proses, bentuk strategi, serta efektivitas implementasi komunikasi digital yang diterapkan. Temuan menunjukkan bahwa kolaborasi antara DPMPTSP dan mahasiswa Studi Independen menghasilkan strategi komunikasi digital yang lebih kreatif, informatif, dan adaptif. Pengelolaan konten yang bersifat edukatif, transparan, dan humanis meningkatkan jangkauan publikasi sekaligus memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap kinerja lembaga. Pemanfaatan media sosial dan publikasi rutin mampu memperluas jangkauan informasi dan meningkatkan interaksi masyarakat dengan institusi. Implementasi strategi komunikasi digital yang melibatkan unsur akademisi terbukti mampu menghadirkan inovasi komunikasi publik yang relevan dengan perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat. Pendekatan kolaboratif tersebut tidak hanya mendukung peningkatan citra lembaga, tetapi juga mendorong terwujudnya pelayanan publik yang profesional, modern, dan berorientasi pada transparansi. Program ini menunjukkan bahwa komunikasi digital dapat menjadi instrumen penting dalam membangun kepercayaan publik terhadap instansi pemerintah.
Kata Kunci: Komunikasi digital, humas pemerintah, citra lembaga, pelayanan publik, DPMPTSP Surabaya

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah secara fundamental cara lembaga pemerintah menjalankan fungsi pelayanan publik. Dalam konteks pemerintahan modern, strategi komunikasi digital menjadi aspek penting dalam membangun citra lembaga, memperkuat kepercayaan masyarakat, serta memastikan keterbukaan informasi publik. Di era digital governance, masyarakat tidak hanya menilai kinerja birokrasi dari pelayanan langsung, tetapi juga dari cara instansi menyampaikan informasi dan berinteraksi melalui kanal digital seperti website, media sosial, maupun aplikasi layanan publik.

Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya merupakan salah satu instansi pemerintah daerah yang aktif memanfaatkan teknologi digital dalam strategi komunikasi publiknya. Melalui pengelolaan konten media sosial, publikasi berita, serta penyebaran informasi berbasis visual dan narasi digital, DPMPTSP berupaya

membangun citra pelayanan publik yang transparan, profesional, dan mudah diakses masyarakat. Kegiatan ini diperkuat oleh partisipasi mahasiswa program studi independen yang ditempatkan di bidang Media dan Humas, sehingga menciptakan sinergi antara lembaga pemerintah dan dunia akademik.

Penelitian dan praktik ini menjadi relevan karena menunjukkan bagaimana kolaborasi antara generasi muda dan instansi pemerintah dapat memperkaya strategi komunikasi publik di era digital. Sejumlah studi terdahulu membahas pentingnya digitalisasi komunikasi pemerintah dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dan citra kelembagaan, namun belum banyak yang menyoroti keterlibatan mahasiswa dalam proses kreatif dan implementatif di lembaga pemerintahan daerah. Oleh karena itu, artikel ini berfokus pada analisis strategi komunikasi digital DPMPTSP Kota Surabaya serta kontribusi mahasiswa dalam memperkuat pesan publik dan inovasi komunikasi instansi.

Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, pembahasan dalam artikel ini akan menguraikan praktik komunikasi digital yang dilakukan DPMPTSP, strategi yang digunakan untuk membangun citra positif lembaga, serta hasil yang dicapai selama periode studi independen. Bagian akhir artikel diharapkan mampu menunjukkan bahwa integrasi antara kehumasan pemerintah dan komunikasi digital berbasis kreativitas generasi muda dapat menjadi model baru dalam mewujudkan pelayanan publik yang lebih transparan, inovatif, dan berkelanjutan.

METODE

penelitian ini meliputi pihak-pihak yang terlibat langsung dalam proses pelaksanaan analisis strategi komunikasi digital di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya. Subjek utama penelitian adalah staf Bidang Media dan Humas DPMPTSP, yang menjadi sumber informasi melalui observasi terhadap aktivitas publikasi dan produksi konten. Selain itu,

pembimbing lapangan dan staf humas turut menjadi subjek penelitian melalui wawancara informal yang memberikan pemahaman terkait kebijakan, alur kerja, serta strategi komunikasi yang diterapkan. Penelitian ini juga melibatkan mahasiswa studi independent sebagai partisipan, di mana pengalaman langsung dalam kegiatan publikasi memberikan data empiris terkait bentuk keterlibatan dan kontribusi dalam mendukung komunikasi digital lembaga. Dengan demikian, seluruh subjek tersebut berperan dalam memberikan gambaran menyeluruh mengenai praktik komunikasi digital dan upaya peningkatan citra pelayanan publik di DPMPTSP Kota Surabaya.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam penerapan strategi komunikasi digital di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami proses komunikasi dan strategi humas

pemerintah dari perspektif praktis dan kontekstual.

Data dikumpulkan melalui observasi langsung terhadap kegiatan publikasi dan produksi konten di Bidang Media dan Humas, wawancara informal dengan pembimbing lapangan serta staf humas, dan dokumentasi terhadap

hasil publikasi media sosial DPMPTSP. Analisis dilakukan secara deskriptif dengan meninjau pola komunikasi digital, strategi penyusunan pesan publik, serta bentuk keterlibatan mahasiswa dalam mendukung kegiatan publikasi.

Proses analisis data dilakukan melalui tiga tahapan utama, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Tahap reduksi dilakukan dengan menyeleksi informasi yang relevan dari aktivitas magang. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif untuk menggambarkan praktik komunikasi digital secara sistematis. Tahap akhir berupa interpretasi terhadap peran komunikasi digital dalam membangun citra lembaga, serta kontribusi kegiatan magang terhadap efektivitas

komunikasi publik pemerintah daerah.

Dalam penelitian ini terdapat 4 informan, yaitu :

1. Kepala Dinas dpmptsp
2. Bapak Advin - Pemegang Akun
3. Ibu Titin - Customer
4. Pak Lukman – Customer

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada empat informan yang menjadi poin penting dalam penelitian, karena mereka dianggap memiliki pengetahuan serta pengalaman yang relevan untuk menjelaskan fenomena yang diteliti. Melalui wawancara tersebut, peneliti dapat menggali informasi secara mendalam mengenai proses, hambatan, serta perspektif yang berkaitan dengan topik penelitian.

Selain itu, analisis juga dilakukan dengan memanfaatkan media sosial Instagram untuk mengetahui performa dari setiap konten yang dibuat, sehingga peneliti dapat menilai efektivitas penyampaian pesan serta tingkat keterlibatan audiens.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Strategi

Komunikasi Digital

Hasil pengamatan menunjukkan bahwa DPMPTSP Kota Surabaya telah menerapkan strategi komunikasi digital secara aktif melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan website resmi. Setiap konten yang diunggah memiliki tujuan tertentu—baik untuk promosi layanan, edukasi publik, maupun publikasi kegiatan internal. Strategi yang digunakan menekankan pada penyajian pesan yang sederhana, informatif, dan visual menarik, sehingga mampu meningkatkan keterlibatan (engagement) masyarakat.

Mahasiswa studi independen berperan dalam proses kreatif mulai dari perencanaan tema, penyusunan naskah, pengambilan dokumentasi foto dan video, hingga pengeditan konten. Melalui proses tersebut, diperoleh pemahaman mendalam tentang bagaimana pesan publik disesuaikan dengan standar komunikasi pemerintahan, sekaligus tetap relevan

dengan karakter masyarakat digital saat ini.

Mampu menggambarkan realitas empiris dari praktik kehumasan di lingkungan pemerintahan, sekaligus menilai sejauh mana strategi komunikasi digital berkontribusi terhadap peningkatan citra pelayanan publik di DPMPTSP Kota Surabaya.

2. Peran Humas sebagai

Pengelola Reputasi Lembaga

Bidang Humas DPMPTSP berfungsi tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pengelola reputasi lembaga di ruang publik digital. Praktik komunikasi dilakukan dengan prinsip transparansi, kecepatan, dan konsistensi pesan. Setiap unggahan atau rilis berita dikurasi agar sesuai dengan nilai-nilai pelayanan publik seperti akuntabilitas dan keterbukaan informasi.

Hasil kegiatan magang menunjukkan bahwa koordinasi lintas bidang menjadi kunci keberhasilan komunikasi publik. Mahasiswa turut berkontribusi dalam memperkuat sinergi antara divisi layanan dan media melalui pembuatan materi kampanye yang tematik, seperti

SPP Drive Thru dan Kemudahan Investasi di Surabaya.



3. Dampak Strategi terhadap Citra Pelayanan Publik
Dari hasil publikasi dan umpan balik masyarakat di media sosial, terlihat peningkatan partisipasi publik dalam menanggapi informasi yang disampaikan DPMPTSP. Masyarakat lebih cepat mengenal inovasi pelayanan dan merasa lebih dekat dengan instansi melalui komunikasi dua arah di ruang digital. Hal ini membuktikan bahwa komunikasi digital berperan penting dalam membangun kepercayaan publik dan memperkuat citra positif lembaga pemerintah daerah.

4. Pembahasan
Temuan ini menguatkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi digital tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, tetapi juga oleh kolaborasi yang baik antara pengelola humas dan pelaksana komunikasi, termasuk mahasiswa magang. Integrasi antara profesionalitas birokrasi dan kreativitas generasi muda menghasilkan sinergi baru dalam

penyampaian pesan publik. Strategi seperti ini dapat dijadikan model komunikasi publik yang efektif dan adaptif terhadap perubahan perilaku informasi masyarakat di era digital.

Tabel 1. Hasil Wawancara

| No | Nama | Hasil |
|----|----------|---|
| 1. | Bu Titin | Menjelaskan bahwa strategi komunikasi digital berfungsi untuk menunjukkan transparansi pemerintah kepada masyarakat. Penyampaian informasi melalui media sosial dipilih karena mudah dijangkau dan cepat menyebar, sehingga dapat meningkatkan |

| | | | |
|----|------------|--|--|
| | | n kepercayaan publik. | |
| 2. | Pak Lukman | Menyampaikan bahwa konten digital tidak hanya fokus pada layanan, tetapi juga pada pengalaman pengguna layanan, termasuk antrean dan penghargaan terhadap masyarakat. Hal ini menjadi cara untuk memperkuat citra positif DPMPTSP. |   |

Sumber: Wawancara Peneliti

Komunikasi digital di DPMPTSP Kota Surabaya tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga membangun hubungan emosional dengan masyarakat. Tim Humas memanfaatkan pendekatan visual

storytelling untuk menciptakan kedekatan dan kepercayaan publik. Konten yang dipublikasikan di media sosial menampilkan sisi humanis pelayanan pemerintah, seperti kemudahan akses layanan, inovasi system antrean, dan penghargaan terhadap masyarakat pengguna layanan.

Meskipun strategi komunikasi digital yang diterapkan telah efektif, terdapat tantangan yang perlu diatasi seperti keterbatasan sumber daya manusia dan waktu produksi konten yang singkat. Oleh karena itu, kolaborasi dengan mahasiswa magang menjadi solusi penting. Mereka tidak hanya membantu dalam aspek teknis, tetapi juga membawa ide-ide kreatif dan perspektif baru yang memperkaya strategi komunikasi publik DPMPTSP.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan praktik lapangan yang dilakukan di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu (DPMPTSP) Kota Surabaya, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi

digital memiliki peran penting dalam membangun citra positif lembaga pemerintah di era digital. Melalui pemanfaatan berbagai platform digital seperti media sosial, website, dan publikasi berbasis visual, DPMPTSP mampu menyampaikan informasi publik secara lebih terbuka, cepat, dan menarik, sehingga meningkatkan kepercayaan serta kedekatan dengan masyarakat.

Peran Bidang Humas sebagai pengelola komunikasi publik terbukti strategis dalam menjaga reputasi lembaga. Upaya mereka untuk menghadirkan pesan yang transparan, edukatif, dan humanis menjadikan DPMPTSP lebih responsif terhadap kebutuhan masyarakat dan memperkuat citra sebagai lembaga pelayanan yang profesional, modern, dan berorientasi pada publik.

Keterlibatan mahasiswa studi independen dalam proses komunikasi digital memberikan nilai tambah berupa inovasi dan kreativitas dalam penyusunan konten serta strategi penyebaran informasi. Kolaborasi antara unsur pemerintah dan

akademisi ini menciptakan pembelajaran dua arah—di mana mahasiswa memperoleh pengalaman praktis di bidang kehumasan pemerintahan, sementara instansi mendapatkan dukungan ide-ide segar dalam mengembangkan strategi komunikasi publik.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi antara komunikasi digital dan kolaborasi lintas generasi dapat menjadi model efektif bagi instansi pemerintah daerah dalam memperkuat transparansi, meningkatkan partisipasi publik, dan membangun citra positif yang berkelanjutan di era pemerintahan digital

Konsep Panca Upaya Sandhi. Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial, 5(2), 132.

<https://doi.org/10.23887/jiis.v5i2.22>

519

Budiman, S. (2021). Manajemen Strategik Pendidikan Islam. 5(3), 515–523.

<https://doi.org/10.36312/jisip.v5i3.2>

197

David, F. R. (2019). Strategic Management Concepts And Cases. In Organisational behaviour for Social work.

[https://doi.org/10.2307/j.ctt1t891zp.](https://doi.org/10.2307/j.ctt1t891zp)

14

Fadhli, M. (2020). Implementasi

DAFTAR PUSTAKA

Adilah, H. G. (2021). Manajemen Strategik Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Madrasah Ibtidaiyah. Jurnal Islamic Education Manajemen, 6(1), 87–

94.

Aryawan, I. W. (2019). Strategi Kepemimpinan Kepala Sekolah Di Era Revolusi Industri 4.0 Berlandaskan Pada