



## Manajemen Konten @swargaloka.sby dan @swargaloka.sub untuk Meningkatkan Kesadaran Administrasi Kependudukan

Kresna Wahyu Pratama<sup>1</sup>, Augustin Mustika Chairil<sup>2</sup>, Latif Ahmad Fauzan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Indonesia

E-mail: [wkresna20@gmail.com](mailto:wkresna20@gmail.com), [augustin.mustika.ilkom@upnjatim.ac.id](mailto:augustin.mustika.ilkom@upnjatim.ac.id), [latif.ahmmad.ikom@upnjatim.ac.id](mailto:latif.ahmmad.ikom@upnjatim.ac.id)

Article Info	Abstract
<b>Article History</b> Received: 2024-07-22 Revised: 2024-08-19 Published: 2024-09-02	The low awareness of population administration among the residents of Surabaya prompted the author to conduct a study on the content management strategies of the Instagram accounts @swargaloka.sby and @swargaloka.sub. These Instagram contents aim to raise public awareness about the importance of population administration. This study seeks to understand how the content management of the Instagram accounts @swargaloka.sby and @swargaloka.sub is carried out. Understanding this content management is crucial to support the E-Government program in Surabaya. The city government of Surabaya has received the best Electronic-Based Government System (SPBE) award in Indonesia at the GovTech Indonesia and SPBE Summit 2024. Utilizing a descriptive qualitative research method and a constructivist approach, this study aims to examine the stages of sharing, optimizing, managing, and engaging in the content management of the Instagram accounts @swargaloka.sby and @swargaloka.sub. There are three types of content: infographics, stories, and videos. Swargaloka has yet to optimize interaction with followers through the comment section, succeed in conversations, post content to dispel negative issues, reach out to the community, and please the audience with visuals.
<b>Keywords:</b> <i>Public Relations;</i> <i>Social Media;</i> <i>The Circular Model of SOME.</i>	

Artikel Info	Abstrak
<b>Sejarah Artikel</b> Diterima: 2024-07-22 Direvisi: 2024-08-19 Dipublikasi: 2024-09-02	Rendahnya kesadaran masyarakat tentang administrasi kependudukan di Kota Surabaya, menjadikan penulis melakukan penelitian tentang strategi manajemen konten media sosial Instagram @swargaloka.sby dan @swargaloka.sub. Konten-konten Instagram tersebut bertujuan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya administrasi kependudukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen konten media sosial Instagram @swargaloka.sby dan @swargaloka.sub. Manajemen konten tersebut perlu diketahui untuk mendukung program E-Government di Kota Surabaya. Pemerintah kota Surabaya telah memperoleh penghargaan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) terbaik se-Indonesia dalam peluncuran GovTech Indonesia dan SPBE Summit 2024. Melalui metode penelitian kualitatif deskriptif dan pendekatan konstruktivisme. Penelitian ini untuk mengetahui tahap share, tahap optimize, tahap manage, dan tahap engage pada manajemen konten media sosial Instagram @swargaloka.sby dan @swargaloka.sub. Terdapat tiga jenis konten yaitu infografis, story, dan video. Swargaloka masih belum optimal dalam berinteraksi dengan pengikut melalui kolom komentar, berhasil dalam melakukan percakapan, melakukan unggahan konten untuk menepis isu miring, menjangkau masyarakat, serta memanjakan melalui visual.
<b>Kata kunci:</b> <i>Hubungan masyarakat;</i> <i>Media sosial;</i> <i>The Circular Model of SOME.</i>	

### I. PENDAHULUAN

Latar belakang penelitian ini berfokus pada penggunaan Instagram oleh instansi pemerintah sebagai penyaluran informasi. Pelayanan publik di era digital ini sudah banyak digunakan oleh pemerintah untuk menyalurkan informasi kepada masyarakat. Pesatnya kemajuan internet juga dimanfaatkan oleh masyarakat dengan tujuan mencari informasi terbaru dengan mudah dan cepat. *E-government* berguna untuk meningkatkan responsibility kepada masyarakatnya, kinerja birokrasi lebih baik dan administrasi, serta meningkatkan mutu pelayanan kepada masyarakat (Indrajit, 2022). Dalam hal ini

Disdukcapil Kota Surabaya menyediakan layanan informasi melalui Instagram untuk mendukung digitalisasi dalam pemerintahan.

Media baru dapat menjadi medium bagi manusia yang ingin berkomunikasi, seperti menyampaikan sebuah pengembangan pesan yang dapat dilakukan secara personal, grup chat atau pada beranda sosial media (Luik, 2020). Instansi pemerintahan di Kota Surabaya yang salah satunya menggunakan media sosial instagram sebagai media informasi adalah Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil (DISDUKCAPIL) Kota Surabaya, yang dikemas dalam akun instagram @swargaloka.sby dan

@swargaloka.sub. Pemanfaatan Insgaram oleh Swargaloka ini sebagai platform untuk menjadi perantara informasi dari pemerintah kepada masyarakat.

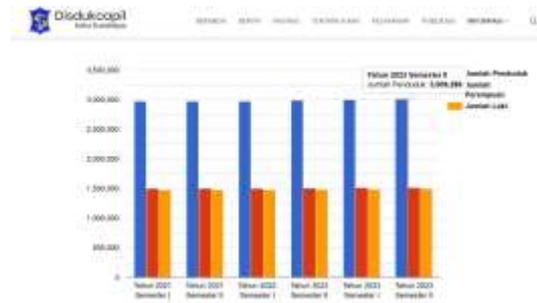
Pada 4 Juni 2024 pada akun Instagram @swargaloka.sby memiliki 740 pengikut, pada akun sebelumnya @swargaloka.sub memiliki 4.921 pengikut namun pada 29 Februari 2024 terjadi peretasan pada akun @swargaloka.sub (Intan,2020). Swargaloka tetap memberikan informasi terkait pelayanan administrasi kependudukan di Kota Surabaya menggunakan akun Instagram terbaru. Penggunaan media sosial oleh instansi pemerintahan di Indonesia juga sudah mulai digunakan untuk meningkatkan keterbukaan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat (Pramesti, 2019). Hal ini yang mendasari Disdukcapil Kota Surabaya untuk membentuk Swargaloka dalam menjangkau masyarakat. Pemerintah kota Surabaya telah memperoleh penghargaan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) terbaik se-Indonesia dalam peluncuran GovTech Indonesia dan SPBE Summit 2024 (Uzma, 2024). Penghargaan ini diperoleh pemerintah Kota Surabaya dengan indeks tertinggi yang terdiri dari 47 indikator yang terdiri dari perencanaan, layanan pengaduan publik, layanan internal hingga audit teknologi dalam membentuk ekosistem digital instansi pemerintahan.



**Gambar 1.** Logo Swargaloka

Disdukcapil Kota Surabaya telah meluncurkan Swargaloka untuk membagikan informasi melalui media sosial Instagram dengan mengemas konten yang cenderung lebih nonformal dan mengikuti perkembangan tren media sosial, sehingga diharapkan akan lebih menjangkau kalangan masyarakat. Manajemen konten dapat ditelusuri dari The Circular Model of SOME yang memiliki empat tahapan yaitu *share, optimize, manage dan engange* yang dikemukakan oleh Regina Luttrell (2019). Dalam tahapan in Swargaloka telah membagikan konten yang

bervariatif serta memanfaatkan fitur instagram untuk menanggapi masyarakat secara langsung, namun terdapat kekurangan interaksi yang terjadi dalam kolom komentar.



**Gambar 2.** Presentase Jumlah Penduduk Kota Surabaya

Penduduk Kota Surabaya berdasarkan presentase Disdukcapil Kota Surabaya adalah 3,009,286 tergolong cukup tinggi, namun terdapat jumlah signifikan dalam presentase kepemilikan Akta Kelahiran, KTP, Kartu Identitas Anak (KIA), serta sebanyak 10.000 jiwa tidak sesuai dengan domisili ber-KTP, hal ini menunjukkan masih rendahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya administrasi kependudukan. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk merumuskan strategi komunikasi yang efektif melalui media sosial Instagram guna meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya administrasi kependudukan.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian deskriptif kualitatif bertujuan untuk mendeskripsikan, menggambarkan, serta mengurai secara mendalam terkait fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, metode ini lebih memperhatikan karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan (Muhammad Luthfi Imama, Dian Hidayati 2023). Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, dokumentasi, dan studi literatur. Lokasi penelitian berada di Mal Pelayanan Publik Siola Kota Surabaya. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivis. Paradigma konstruktivis memandang ilmu sosial sebagai analisis yang sistematis dari perilaku sosial yang mengandung makna, yang memungkinkan sebuah pengamatan secara langsung dan rinci dari partisipan sosial yang menciptakan serta memelihara atau mengelola dunia sosial yang mereka jalankan (Hidayat, dalam Pratiwi, et al. 2021).

Proses analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini terdapat empat tahap (Miles, et al, dalam Hadianti, 2023), yaitu (1) pengumpulan data (data collection) bertujuan untuk mengumpulkan fakta yang akan digunakan dalam penelitian, (2) reduksi data (data reduction) pengidentifikasian data untuk selanjutnya dilakukan analisis, (3) penyajian data (display data) merupakan sebuah kumpulan informasi terstruktur sehingga berpotensi untuk melakukan penarikan dan pengambilan sebuah tindakan, (4) penarikan kesimpulan yang berfokus pada permasalahan yang dimiliki dan berbasis pada penelitian.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

Impelementasi dalam aktivitas manajemen konten media sosial Instagram @swargaloka.sub dan @swargaloka.sby dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya administrasi kependudukan di Kota Surabaya akan dilihat dalam *The Circular Model of SOME* yang dijabarkan oleh Regina Luttrell, 2019. Konsep SOME yang dijabarkan oleh Regina Luttrell ini memberi kemudahan bagi praktisi PR untuk membuat strategi konten yang efektif dan efisien (Rahma, et al. 2022). Terdapat empat aspek yang harus diperhatikan dalam *The Circular Model of SOME* yaitu Share (membagikan), Optimize (optimalisasi), Manage (mengelola), dan Engage (melibatkan).

##### 1. Share



Gambar 3. Konten Swargaloka

Share bermanfaat sebagai sarana untuk memahami dimana dan bagaimana penggunaan media sosial melakukan interaksi. Pada tahap pertama hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa akun Instagram @swargaloka.sby dan @swargaloka.sub aktif dalam menyebarkan informasi terkait administrasi kependudukan (adminduk) yang dikemas secara lebih

nonformal. Pada akun terbarunya @swargaloka.sby telah membagikan 101 konten yang dikemas lebih santai dan mengikuti perkembangan tren media sosial untuk memenuhi kebutuhan masyarakat serta meningkatkan kesadaran tentang informasi adminduk. Swargaloka memiliki tiga jenis konten yang pertama melalui instastory, feeds Instagram yang berisi foto yang berfokus pada desain grafis, dan berupa reels. Selain memiliki konten terkait adminduk, Swargaloka juga memiliki konten hiburan yang diberi nama Senin Maniez yang juga mencari ciri khas. Terdapat konten *question box* untuk berinteraksi dengan masyarakat. Pertanyaan yang berasal dari masyarakat akan menghasilkan sebuah konten infografis. Konten informasi yang dibagikan oleh Swargaloka melalui tahapan quality control yang berguna untuk memastikan bahwa informasi yang diberikan bersifat aktual dan terpercaya.

##### 2. Optimize

*Optimize* atau *optimaliasi* merupakan upaya mengoptimalkan suatu pesan dengan mengetahui tentang apa saja yang sedang menjadi perbincangan oleh publik, terkait topik yang akan diangkat di media sosial. Dalam mengimplementasikan tahap optimize, Swargaloka mengetahui diperbincangkan di publik dengan cara membagikan sebuah survey kepada kelurahan melalui mahasiswa magang MSIB, melalui divisi *customer relationship management (CRM)* yaitu *call center* yang disediakan oleh Disdukcapil untuk menanggapi keluhan warga melalui telepon atau berbasis online. Hal itu dilakukan sebagai upaya untuk melihat kebutuhan masyarakat tentang informasi administrasi kependudukan di Kota Surabaya. Selain itu, Swargaloka juga menyediakan konten Rawon (Rabu Wayahe Takon) yang berbentuk *question box* untuk menerima dan menanggapi pertanyaan dari masyarakat. Swargaloka terlibat aktif dalam percakapan dengan *followers* melalui *direct message* Instagram untuk dapat menanggapi permasalahan masyarakat secara lebih detail, dan juga mengandalkan konten Rawon untuk bisa langsung melakukan percakapan dengan *followers*. Swargaloka juga memanfaatkan

fitur kolaborasi postingan, fitur pada story Instagram, serta menentukan jadwal postingan yang ditinjau melalui primetime yang terdapat pada fitur *insight* Instagram.

### 3. Manage

Manage adalah sistem yang mempunyai tiga aspek yang perlu dilakukan oleh organisasi yaitu media monitoring, quick response dan real-time interaction. Dalam tahap manage, @swargaloka.sby dan @swargaloka.sub menerapkan tiga aspek yaitu *media monitoring*, *quick response*, dan *real-time interaction*. Pada tahap media monitoring, Swargaloka memiliki tim untuk mengawasi percakapan melalui kolom komentar postingan akun resmi Disdukcapil Kota Surabaya serta melalui divisi CRM. Swargaloka menganalisis jangkauan terhadap konten-konten tersebut melalui fitur insight yang disediakan oleh Instagram. Namun dapat dilihat dari postingan Swargaloka masih terdapat kekurangan dalam interaksi pada kolom komentar. Swargaloka dapat melakukan evaluasi terhadap postingan yang dibagikan melalui fitur insight Instagram. Pada tahap quick response, Swargaloka sedikit lambat dalam memberikan tanggapan tentang isu adminduk yang terjadi di masyarakat, namun Swargaloka berupaya dalam konten Rawon (Rabu Wayahe Takon) dalam memberikan komentar langsung. Tahap real-time interaction Swargaloka memanfaatkan fitur direct message dan membalas pada kolom komentar, namun hal tersebut harus melalui tahapan quality control sehingga respon yang diberikan memang sedikit lambat namun masyarakat akan mendapatkan respon yang terbaik. Namun terdapat kendala dalam mengelola konten seperti peretasan akun yang tidak dapat dikembalikan, dan penggunaan gambar diluar hak cipta yang dapat diatasi langsung oleh Swargaloka dengan menggunakan icon gambar karyawan atau peserta magang.

### 4. Engage

*Engage* merupakan strategi yang bertujuan untuk penyebaran sebuah konten, dalam tahapannya memberikan respon cepat, menentukan audiens, dan menentukan target audiens untuk penye-

baran sebuah konten. Pada tahap Engage Swargaloka berfokus pada keterlibatan followers dan orang yang ahli dalam bidang adminduk, serta meningkatkan jumlah pengikut yang membutuhkan informasi adminduk. Strategi yang digunakan adalah memancing followers dengan cara memberikan konten yang menarik untuk menimbulkan interaksi, lalu menghadirkan praktisi ahli dalam bidangnya untuk menjawab sebuah pertanyaan, hal tersebut menimbulkan pengaruh keterlibatan antara Swargaloka, followers, dan praktisi ahli adminduk. Swargaloka memiliki strategi untuk menjangkau masyarakat yang merupakan golongan gen z dan millennial dengan cara menggunakan media sosial Instagram untuk membagikan informasi.



**Gambar 4.** Presentase Umur Pengikut Swargaloka

Pengikut Swargaloka yang berumur 18-24 tahun memiliki presentase sebanyak 57.8% dan 25-34 sebanyak 27% merupakan bukti bahwa gen Z dan millennial memanfaatkan Instagram untuk mencari sebuah informasi. Strategi yang dilakukan oleh Swargaloka untuk lebih banyak menjangkau masyarakat dengan terjun lapangan melalui event lokal Kota Surabaya serta berkolaborasi dengan Surabaya Zoo. Pemanfaatam teknologi media baru Instagram oleh instansi pemerintah untuk menyebarkan informasi, juga mendukung perkembangan *E-Government di Indonesia*.

## B. Pembahasan

Dalam pembahasan ini yang berdasarkan hasil analisis data di atas peneliti mencoba

untuk menggali lebih dalam bagaimana Swargaloka melakukan strategi manajemen konten dalam meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya administrasi kependudukan di Kota Surabaya. *E-Government* dapat memperbaiki kualitas kehidupan masyarakat yang berada di pemerintahan, memberdayakan masyarakat, serta dapat mempermudah pemerintah untuk mendapatkan informasi baru melalui interaksi dengan masyarakat dan pihak yang berkepentingan (Indrajit, 2022).

Perkembangan informasi yang terjadi di era digital saat ini mulai dimanfaatkan oleh pemerintah untuk memudahkan akses sistem pelayanan publik dan transparansi informasi bagi instansi pemerintahan dan masyarakat, serta berguna untuk dapat berkomunikasi, berkelanjutan, untuk menimbulkan rasa aman, nyaman, efisien, dan lebih efektif (Lazaroiu dan Roscia, 2012). Sesuai dengan hasil analisis data yang dilakukan, Swargaloka menyebarkan informasi terkait adminduk kepada masyarakat Kota Surabaya melalui Instagram yang dikemas secara lebih nonformal dan kekinian dengan harapan dapat diterima oleh seluruh lapisan masyarakat. Media baru dapat mengubah bagaimana proses manusia berkomunikasi yang awalnya hanya satu arah, kini dapat menjadi dua arah, bahkan dapat multi arah (Luik, 2020). Upaya Swargaloka dengan memberikan konten yang mengundang interaksi dengan tujuan membangun hubungan yang kuat antara masyarakat dan instansi pemerintah. Melakukan penyebaran informasi dan melibatkan masyarakat merupakan cara Swargaloka untuk membangun kepercayaan dan menciptakan citra baik terhadap instansi pemerintah.

Penyebaran form yang terdapat di kelurahan dan melalui divisi *customer relationship managemen* adalah upaya untuk melihat apa yang diperbincangkan dan dibutuhkan oleh publik tentang administrasi kependudukan yang selanjutnya akan dikemas melalui konten untuk menghindari misinformasi. Menggunakan fitur Instagram direct message untuk berinteraksi secara langsung dengan followers untuk menjawab pertanyaan secara lebih detail agar masyarakat memahami terkait informasi yang diberikan oleh Swargaloka. Pengoptimalan konten dilakukan dengan mengatur intensitas posting dan melakukan penjadwalan

konten serta menganalisis *prime time* melalui fitur *insight* Instagram dengan tujuan informasi yang diberikan akan tersampaikan dengan baik.

Menurut Hasibuan (2016), manajemen adalah seni dan ilmu mengelola sumber daya secara efisien dan efektif untuk mencapai tujuan, sementara Regina Luttrell (2019) menekankan pentingnya media monitoring, respons cepat, dan interaksi *real-time* dalam pengelolaan konten. Swargaloka memantau komentar untuk mengetahui topik yang banyak dibahas masyarakat, terutama terkait rekam KTP dan Identitas Kependudukan Digital yang diminati generasi muda. Meski jarang mendapat komentar publik, Swargaloka mendorong interaksi melalui caption menarik dan giveaway, namun respons tetap terbatas. Swargaloka juga mengadakan konsultasi dan diskusi kelompok untuk menangani masalah adminduk, serta menggunakan fitur *insight* Instagram untuk menganalisis jangkauan konten. Tantangan yang dihadapi termasuk pengambilan gambar ilegal oleh peserta magang dan peretasan akun akibat tawaran verifikasi palsu, yang diatasi dengan tindakan korektif dan upaya pemulihan akun.

Melibatkan masyarakat dan ahli dalam konten dapat mempengaruhi persepsi terhadap organisasi, seperti yang dilakukan Swargaloka. Dengan memfasilitasi *question box* dan melibatkan ahli dalam menjawab pertanyaan, Swargaloka meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap Disdukcapil Kota Surabaya, menciptakan citra baik, dan membuat followers merasa terlibat. Swargaloka memilih Instagram sebagai platform utama karena popularitasnya di kalangan target audiens Gen Z dan Millennial, dengan mayoritas followers berusia 18-24 tahun di Surabaya. Untuk mencapai target audiens, Swargaloka aktif dalam acara-acara kota dan berkolaborasi dengan berbagai pihak, seperti Surabaya Zoo, guna meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap administrasi kependudukan. Implementasi *E-Government* yang dilakukan oleh Swargaloka melalui konsep *The Circular Model of SOME* merupakan hal yang dibutuhkan masyarakat saat ini dalam pelayanan oleh instansi pemerintah. Swargaloka melakukan penyebaran informasi melalui media sosial Instagram dengan konten yang bervariasi dan mudah untuk diakses oleh masyarakat Kota Surabaya. Karena *E-*

*Government* memiliki tujuan untuk meningkatkan pelayanan, efektivitas, efisiensi, dan penyampaian yang tersalurkan dengan baik kepada masyarakat (Anggini, T., Rini Rachmawati 2016).

Dalam menerapkan manajemen konten, Swargaloka melakukan penjangkauan, memberikan fasilitas untuk melakukan tanya jawab, serta menjawab kebutuhan masyarakat terkait administrasi kependudukan mempunyai tujuan untuk memudahkan masyarakat dalam mencari sebuah informasi melalui media sosial Instagram. Instansi menggunakan media sosial Instagram sebagai media untuk menyebarkan informasi karena adanya perubahan tren masyarakat untuk mengonsumsi sebuah informasi, serta untuk membangun kepercayaan publik dengan konten informatif yang dikemas dalam media sosial Instagram (Rahmah, Hafiar, dan Budiana. 2022). Perkembangan teknologi memaksa pemerintah harus mengikuti perubahan itu untuk lebih mudah untuk berkomunikasi secara langsung dan dapat memberikan respon dengan cepat. Manajemen konten yang baik dilakukan oleh Swargaloka, mendukung adanya program *E-Government* yang diusung oleh pemerintah, karena hal ini yang dibutuhkan oleh masyarakat karena memudahkan untuk mencari dan mendapatkan sebuah informasi dari instansi pemerintahan.

#### IV. SIMPULAN DAN SARAN

##### A. Simpulan

Kesadaran tentang pentingnya administrasi kependudukan di era digital telah mengalami sedikit peningkatan, oleh karena itu Swargaloka memaksimalkan dengan menerapkan manajemen konten untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya administrasi kependudukan. Berdasarkan Analisa data dan pembahasan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa manajemen konten Instagram yang juga diterapkan oleh @swargaloka.sub dan @swargaloka.sby pada tahap *share* Swargaloka berhasil memanfaatkan perkembangan digital untuk menunjang *E-Government* di Kota Surabaya dengan menyajikan informasi tentang administrasi kependudukan secara nonformal dan interaktif yang berhasil menjangkau masyarakat lebih efektif. Dalam manajemen konten yang dilakukan oleh Swargaloka berkaitan dengan implementasi

pelayanan publik instansi pemerintah di era digital atau *E-Government* dapat dilakukan oleh Swargaloka dengan efektif dan efisien untuk masyarakat Kota Surabaya.

##### B. Saran

Swargaloka dapat menambah tim yang bertugas menangani pertanyaan dan interaksi di media sosial, terutama selama jam sibuk. Untuk menarik lebih banyak interaksi, Swargaloka bisa memperkenalkan konten baru seperti live Q&A yang memungkinkan interaksi real-time dengan pengguna. Terus memantau tren terbaru di media sosial dan adaptasikan strategi konten sesuai dengan preferensi audiens untuk menjaga relevansi dan menarik perhatian pengguna Instagram. Mengadakan lebih banyak kolaborasi dengan komunitas dan organisasi lokal untuk memperluas jangkauan dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan administrasi kependudukan. Mengingat isu keamanan yang terjadi, Swargaloka perlu meningkatkan pelatihan keamanan digital bagi karyawan dan menerapkan autentikasi dua faktor untuk mencegah peretasan akun. Serta Melakukan evaluasi berkala terhadap strategi konten dan interaksi yang diterapkan.

#### DAFTAR RUJUKAN

- Anggini, T. Rini Rachmawati (2016). Pemanfaatan Media Center Dalam Pelayanan Publik Sebagai UPAYA Mewujudkan Surabaya Smart City. 1-10
- Al Rahmah, F., Hafiar, H., & Ryanto Budiana, H. (2022). Pengelolaan Aktivitas Media Sosial Instagram @cimahikota oleh Pemerintah Kota Cimahi. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 4(1), 128-139.
- Hadianti. N. A., (2023). Penggunaan Instagram Sebagai Media Berbagai Informasi Mengenai Yogyakarta (Analisis Isi Pada Akun Instagram @wonderfuljogja).
- Hasibuan, Melayu. 2016. Manajemen Sumber Daya Manusia. Cetakan kesembilan. Bumi Aksara. Jakarta.
- Luttrell, R. (2019). Social Media: How to Engage, Share and Connect. Rowman & Littlefield Publishers

- Luik, Jandy Edipson (2020) *Media Baru: Sebuah Pengantar*. Kencana, Prenada Media Group. ISBN 978-623-218-759-7.
- Lazaroiu, G. C., dan ROSCIA M. (2012). Definition Methodology for The Smart Cities Model. *Energy*, 47, 326-332.
- Indrajit. R. E. (2022). *Electronic Government*. Penerbit Preinexus
- Intan (2024). Akun Instagram Swargaloka Diretas, Warga Dihimbau Waspada Penipuan. <https://disdukcapil.surabaya.go.id/2024/02/29/akun-instagram-swargaloka-diretas-warga-diimbau-waspada-penipuan/>. Diakses pada 21 April 2024.
- Pramessti, S. (2019). Tingkat pengetahuan followers Instagram@ Suroboyo Bus mengenai informasi layanan Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus tumpuk Pemerintah kota Surabaya. <http://repository.ukwms.ac.id/id/eprint/18259/>
- Uzma, H. N. (2024). Pemkot Surabaya Terima Penghargaan SPBE Terbaik dari Presiden Jokowi. <https://news.detik.com/berita/d-7360073/pemkot-surabaya-terima-penghargaan-spbe-terbaik-dari-presiden-jokowi>. Diakses pada 6 Juni 2024.