

PERANCANGAN VIDEO MATA SWARGALOKA SEBAGAI MEDIA INFORMASI DISPENDUKCAPIL KOTA SURABAYA

Aditya Ari Aldiansyah¹
Universitas Negeri Surabaya¹
email: adityaarialdiansyah@gmail.com

Received:

23-01-2025

Reviewed:

24-01-2025

Accepted:

25-01-2025

Dalam penyebaran informasi administrasi kependudukan Dispendukcapil kota Surabaya mempunyai kewajiban untuk berinovasi dalam memberikan pelayanannya, hal ini berdasarkan dengan Permen PANRB Nomor 3 Tahun 2018. Pernyataan ini juga didukung oleh peraturan Walikota Surabaya Nomor 80 Tahun 2021. Dalam melakukan gagasan tersebut sangat memungkinkan menggunakan langkah inovatif yaitu media informasi baru salah satunya adalah Video. Video Mata Swargaloka hadir sebagai langkah inovatif Dispendukcapil kota Surabaya untuk membantu keluhan dan penyelesaian masalah administrasi kependudukan berdasarkan pertanyaan masyarakat. Perancangan ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode perancangan *Design Thinking* yang dikemukakan oleh Tim Brown dan David M. Kelley. Proses perancangan diawali dengan pengumpulan data primer dan sekunder melalui teknik observasi, wawancara, dan studi literatur. Perancangan ini menghasilkan 2 video dengan konsep semi *podcast* dan kombinasi *motion graphic* yang didistribusikan melalui youtube Swargaloka Surabaya. Hasil dari penelitian ini membantu masyarakat untuk menyelesaikan permasalahan administrasi kependudukan dan memberikan pemahaman masyarakat melalui kemudahan kepengurusan dokumen kependudukan di Dispendukcapil Kota Surabaya dalam bentuk video.

Kata Kunci: Video Mata Swargaloka, Dispendukcapil Kota Surabaya, Swargaloka, Media Informasi Administrasi Kependudukan.

In disseminating population administration information, the Surabaya City Population and Civil Registry Department has an obligation to innovate in providing its services, this is based on PANRB Ministerial Regulation Number 3 of 2018. This statement is also supported by Surabaya Mayor Regulation Number 80 of 2021. In carrying out this idea, it is very possible to use innovative steps, namely One of the new information media is video. The Mata Swargaloka video is here as an innovative step by the Surabaya City Population and Civil

Registration Department to help with complaints and resolve population administration problems based on community questions. This design uses a descriptive qualitative method using the Design Thinking design method proposed by Tim Brown and David M. Kelley. The design process begins with collecting primary and secondary data through observation, interviews and literature study techniques. This design produced 2 videos with a semi-podcast concept and a combination of motion graphics which were distributed via YouTube Swargaloka Surabaya. The results of this research help the community to solve population administration problems and provide public understanding through the ease of managing population documents at the Surabaya City Population and Civil Registration Department in video form.

Keywords: Mata Swargaloka Video, Dispendukcapil Surabaya City, Swargaloka, Population Administration Information Media.

PENDAHULUAN

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya merupakan bagian dari perangkat daerah pemerintah yang bertugas melaksanakan pencatatan sipil dan administrasi kependudukan, yang menjadi hak serta kewajiban setiap warga negara Indonesia. Masyarakat memiliki tanggung jawab untuk melaporkan dan mencatatkan setiap peristiwa kependudukan yang terjadi. Seiring dengan pertumbuhan ekonomi di Kota Surabaya yang terus meningkat dari tahun ke tahun, pertambahan jumlah penduduk juga terus terjadi. Hal ini berimplikasi pada meningkatnya kebutuhan akan dokumen administrasi kependudukan. Oleh karena itu, diperlukan pengelolaan yang efektif dan inovasi yang berkelanjutan dalam pelayanan administrasi kependudukan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat secara optimal (Arief, 2024). Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya telah mengadopsi layanan digitalisasi untuk pengelolaan dokumen administrasi kependudukan. Pemanfaatan layanan ini secara maksimal diharapkan dapat memastikan pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap dokumen administrasi kependudukan berjalan dengan lancar dan efisien.

Berdasarkan wawancara dengan Ketua Tim Kerjasama dan Inovasi Pelayanan Dispendukcapil Kota Surabaya, media informasi yang digunakan terbagi menjadi dua kategori, yaitu formal dan informal. Media formal meliputi akun resmi Instagram Dispendukcapil Kota Surabaya dan website resmi disdukcapil.surabaya.go.id. Sementara itu, media informal diwakili oleh Swargaloka (Suara Warga Mengelola Kebutuhan Administrasi Kependudukan). Swargaloka adalah platform publikasi yang berisi informasi terkait pelayanan administrasi kependudukan di Kota Surabaya. Dalam penyebaran informasi administrasi kependudukan tersebut Dispendukcapil kota Surabaya mempunyai kewajiban untuk berinovasi dalam memberikan pelayanannya, hal ini berdasarkan dengan Permen PANRB Nomor 3 Tahun 2018. Pernyataan ini juga didukung oleh peraturan Walikota Surabaya Nomor 80 Tahun 2021. Berdasarkan regulasi tersebut, Dispendukcapil bertanggung jawab untuk memberikan inovasi dalam sosialisasinya dan menyampaikan informasi terkait administrasi kependudukan. Dalam melakukan sosialisasi dan gagasan tersebut sangat memungkinkan menggunakan langkah inovatif seperti menggunakan media baru seperti video, media sosial, website resmi, radio streaming, TV digital, serta publikasi elektronik seperti e-magazine atau e-bulletin (Luik, 2020).

Hasil wawancara dengan staff dispendukcapil kota Surabaya selanjutnya ditemukan masalah utama bahwa masyarakat masih kurang *aware* dalam kepengurusan dokumen kependudukan kecuali jika benar-benar membutuhkan dan cenderung mendesak. Hal ini dibuktikan pada kolom komentar Instagram Dispendukcapil kota Surabaya yang dipenuhi berbagai pertanyaan masyarakat terkait permasalahan administrasi kependudukan, beberapa komentar dari masyarakat beberapa juga sudah

dibalas oleh admin secara langsung namun tetap ada yang menanyakan lagi. hal-hal yang berkaitan. Dalam kuesioner yang telah disebar pada akun-akun yang memberikan komentar pada kolom akun Instagram Dispendukcapil kota Surabaya dan Instagram Swargaloka terdapat 90,9% masyarakat yang beralasan memilih media sosial utamanya video sebagai media untuk mendapatkan informasi atau membantu menyelesaikan permasalahan administrasi kependudukannya.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka diperlukan sebuah media informasi dalam bentuk video untuk mewujudkan layanan informasi yang efektif dan efisien sesuai dengan peraturan Walikota Surabaya Nomor 80 tahun 2021, Tentang kedudukan, Susunan organisasi, Uraian tugas dan Fungsi Serta Tata Kerja Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kota Surabaya. Video Mata Swargaloka menampung pertanyaan-pertanyaan masyarakat dari Instagram Dispendukcapil Kota Surabaya seputar informasi tentang administrasi kependudukan. Dengan menggunakan video, diharapkan informasi yang diberikan menjadi lebih jelas, mudah dipahami dan menjadi solusi atas keluhan dan permasalahan administrasi kependudukan masyarakat Kota Surabaya.

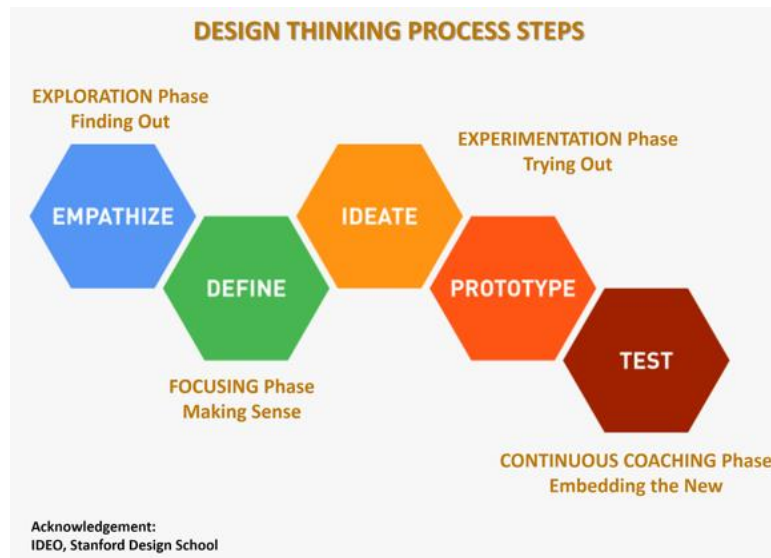
Terdapat enam penelitian terdahulu yang relevan dalam penelitian ini. Yang pertama adalah penelitian oleh (Lutfiah & Oktariyanda, 2022) yang berjudul “Inovasi Layanan Sayang Warga Di Balai RW Sebagai Upaya Peningkatan Kesadaran Administrasi Kependudukan Oleh Pemerintah Kota Surabaya”, Penelitian kedua dilakukan oleh (Disdukcapil Surabaya, 2022) yang berjudul “Optimalisasi Media Informasi Dispendukcapil Surabaya Untuk Peningkatan Pelayanan Publik Administrasi Kependudukan”. Penelitian ketiga dilakukan (Syofyan, Friyatmi, Sofya, & Hakim, 2021) yang berjudul “Perancangan Media Video Belajar Beranimasi Untuk Meningkatkan Higher Order Thinking Siswa”. Penelitian keempat yang berjudul “Penerapan Video Animasi Sebagai Media Pembelajaran Interaktif Untuk Siswa Sekolah Dasar” yang dilakukan oleh (Acep Ruswan, 2024). Penelitian kelima dilakukan oleh (Sudirman, 2024) dengan judul “Perancangan Kampanye Program Gerakan Indonesia Sadar Administrasi Kependudukan (GISA) Yang Efektif Di Kota Surabaya”. Dan penelitian ke enam dengan judul “Perancangan Animasi *Eco Enzyme* Sebagai Media Penyuluhan Pengolahan Sampah Di Kelurahan Gayungan” oleh (Rizky Febriansyah Putra Iqbal, 2024). Perbedaan dalam beberapa penelitian ini meliputi media yang disampaikan sedangkan persamaanya pada metode yang digunakan.

METODE PENELITIAN (PENCIPTAAN/PERANCANGAN)

Metode yang digunakan dalam perancangan ini adalah metode kualitatif dengan menggunakan jenis data primer dan sekunder. Metode ini memiliki tujuan untuk memahami gejala-gejala yang tidak memerlukan kuantifikasi atau karena gejala-gejala tersebut tidak dapat diukur dengan tepat (Zuchri, 2021). Dalam metode ini teknik pengumpulan data dilakukan dengan tahapan observasi, wawancara, studi dokumentasi dan kuesioner. Sumber data primer melalui hasil wawancara dengan Ketua tim Kerjasama, Inovasi dan Pelayanan, data dari kuisoner akun yang berkomentar di akun Instagram Swargaloka dan data pertanyaan masyarakat dari kolom komentar Instagram Dispendukcapil Kota Surabaya. Sedangkan sumber data sekunder adalah melalui artikel, buku, jurnal dan media sosial yaitu Instagram.

Setelah data terkumpul, penulis menggunakan metode analisis SWOT merupakan teknik perencanaan strategis yang digunakan untuk menilai kekuatan (*strengths*), kelemahan (*weaknesses*), peluang (*opportunities*), dan ancaman (*threats*). Menurut Freddy Rangkuti (Perdana, 2018), analisis ini membantu menemukan elemen penting yang terabaikan untuk mengurangi risiko.

Pada proses perancangan karya, penulis menggunakan metode *Design Thinking* yang dikemukakan oleh Tim Brown dan David M. Kelley pada (Lazuardi, 2019) yaitu sebuah metode yang pendekatannya memungkinkan kita secara sistematis menggali, memahami, dan menerapkan teknik berpusat pada manusia untuk memecahkan masalah secara kreatif dan inovatif. Pendekatan ini tidak hanya relevan untuk desain dan bisnis, tetapi juga dapat diterapkan pada berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Yang dalam pendekatannya terdapat lima tahap seperti *Empathize*, *Define*, *Ideate*, *Prototyping*, dan *Test* (Yulius, Nasrullah, Sari, & Alban, 2022).



Gambar 1. Design Thinking Process (Sumber : Stanford Design School, 2013)

KERANGKA TEORETIK

A. Dispendukcapil Kota Surabaya

1) Administrasi Kependudukan

Suatu sistem administratif yang bertujuan untuk mencatat dan mengelola informasi data penduduk melalui pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil serta pendayagunaan hasilnya untuk pelayanan publik dan pembangunan sektor lain (Bidarti, 2020). Maka dari itu setiap warga negara wajib melaporkan peristiwa kependudukan yang dialami, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan, peristiwa kependudukan adalah kejadian yang harus dilaporkan karena akan membawa akibat terhadap penerbitan dokumen kependudukan meliputi Kartu Keluarga, Kartu Tanda Penduduk atau surat kependudukan lainnya.

2) Layanan Informasi Kependudukan

Administrasi kependudukan adalah suatu sistem administratif yang bertujuan untuk mencatat dan mengelola informasi data penduduk melalui pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil serta pendayagunaan hasilnya untuk pelayanan publik dan pembangunan sektor lain (Bidarti, 2020). Maka dari itu setiap warga negara wajib melaporkan peristiwa kependudukan yang dialami, seperti yang tercantum dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 2006 Tentang Administrasi Kependudukan, peristiwa kependudukan adalah kejadian yang harus dilaporkan karena akan membawa akibat terhadap penerbitan dokumen kependudukan meliputi Kartu Keluarga, Kartu Tanda Penduduk atau surat kependudukan lainnya.

3) Media Dispendukcapil Kota Surabaya

Dispendukcapil.sub merupakan portal informasi yang menyediakan informasi tentang layanan administrasi kependudukan dan juga sebagai media informasi administrasi kependudukan dengan tautan www.disdukcapil.surabaya.go.id. Konten yang ada di website Dispendukcapil.Sub hanya berupa artikel berita dan informasi. Dispendukcapil juga mempunyai media youtube Swargaloka surabaya dan juga media sosialnya @dispendukcapil.sby untuk informasi formal dan @swargaloka.sby untuk informasi non-formal dengan kemasan santai sebagai tujuan branding.

- **Swargaloka**

Suara Warga Mengelola Administrasi Kependudukan (Swargaloka), Peluncuran Swargaloka salah satu strategi pemerintah Kota Surabaya dalam mendekatkan pelayanan Adminduk di bidang informasi dan publikasi kepada masyarakat kota Surabaya dan juga bertujuan untuk mendengarkan

aspirasi warga tentang Adminduk. Swargaloka hadir sebagai penghubung antara masyarakat dengan Disdukcapil Kota Surabaya. Komunikatif, Inovatif, dan Inspiratif merupakan tagline dari swargaloka dengan pendekatan informal dalam bergerak memberikan informasi dan sosialisasi adminduk kepada masyarakat Kota Surabaya dengan memanfaatkan berbagai bentuk platform media sosial antara lain Instagram, Facebook, Youtube, Radio Streaming, Tiktok, Website dan TV Digital dengan menyajikan berbagai konten menarik terkait Administrasi Kependudukan.

B. Video

Menurut (Arka Reswara, 2023) video menggabungkan seni visual dengan pergerakan gambar untuk menciptakan pengalaman audio visual yang menarik dan menggugah. Melalui rangkaian tahapan yaitu Pra-Produksi, Produksi dan Post-Produksi. Menurut (Belch, E. Belch, & A., 2007) pentingnya penggunaan video dalam kampanye pemasaran, karena kekuatannya dalam menarik perhatian dan membangun ikatan dengan audiens melalui pengalaman audio visual yang mendalam. Dengan memanfaatkan potensi secara maksimal, media video dapat memudahkan target audien dalam memahami pesan yang disampaikan.

Tiga platform populer untuk media video menurut (Impress, 2024) yaitu Youtube, Tiktok dan Instagram. Dalam menyampaikan komunikasi visual yang jelas video mempunyai berbagai cara salah satunya dengan Motion Graphic. Menurut (Gusman & Marlina, 2018) *Motion graphic* adalah rangkaian media visual berbasis waktu yang mengintegrasikan unsur-unsur film dan desain grafis untuk menciptakan pengalaman visual yang dinamis dan menarik. Media ini dicapai dengan menggabungkan berbagai elemen seperti animasi 2D dan video, film, tipografi, ilustrasi, fotografi, serta musik. Kombinasi elemen-elemen tersebut memungkinkan motion graphic untuk digunakan dalam berbagai konteks visual, menjadikannya alat komunikasi yang serbaguna dan inovatif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil karya dari penelitian ini berupa video berseri yang terdiri dari dua video yang masing-masing berdurasi 7 menit. Penelitian ini menggabungkan penggunaan media video dengan topik permasalahan administrasi kependudukan khususnya KTP dan KK berdasarkan data di *direct message* instagram Dispendukcapil dan Swargaloka. Proses perancangan ini tidak hanya difokuskan pada pembuatan video yang mengangkat topik penyelesaian masalah administrasi kependudukan, namun juga sebagai data pendukung untuk mengukur tingkat efektivitas dan kelayakan hasil video yang digunakan sebagai media informasi masyarakat. Metode pengumpulan data dilakukan secara sistematis, ditujukan kepada masyarakat yang pernah mengalami permasalahan administrasi kependudukan dan masyarakat umum dengan tujuan untuk mengetahui dampak dan efektivitas video sebelum didistribusikan lebih luas kepada para target audiens. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam membantu memberikan informasi penyelesaian masalah administrasi kependudukan kepada masyarakat khususnya masyarakat Kota Surabaya.

Pengumpulan data yang dilakukan pada perancangan ini menggunakan metode kualitatif, dengan pendekatan *Design Thinking* oleh Tim Brown dan David M. Kelley yang digunakan dalam proses perancangan video. Langkah-langkah yang dilakukan sebagai berikut :

Emphatize

Pada tahap *empathize* ada beberapa tahapan yaitu observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Proses observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung kolom komentar dan *direct message* akun instagram Dispendukcapil Kota Surabaya dan Swargaloka Surabaya.



Gambar 2. Kolom Komentar Instagram Swargaloka (Sumber : Instagram Swargaloka, 2024)

Selanjutnya pada proses wawancara dilakukan dengan Ketua Tim Kerja, Kerja Sama Inovasi Pelayanan Dispendukcapil Kota Surabaya, Staff Media Informasi Swargaloka dan Koordinator *Call-Center* Dispendukcapil Kota Surabaya. Pada wawancara ini diperoleh data permasalahan yang dapat diidentifikasi seperti banyaknya masyarakat masih kurang aware dan abai terhadap pentingnya dokumen kependudukan, banyaknya masyarakat yang membutuhkan Informasi sehingga bertanya melalui DM dan Komentar dengan Pertanyaan yang hampir sama. Kemudian pada tahap studi dokumentasi penulis melakukan pengamatan yang pertama dilakukan melalui Youtube Denny Caknan di Konten Podcast Soan - Podcast Bersama Abah Lala. Pengamatan yang kedua dilakukan pada Podcast SEDEP (Seputar Dialog Adminduk) milik Youtube Swargaloka. Aspek yang diamati meliputi Konten Utama, visual utama, layout studio, motion animasi, komposisi video dan editing.

Define

Pada tahap *define* proses penelitian dilakukan melalui reduksi data, analisis data menggunakan SWOT, menentukan konsep media dan strategi media.

No.	Pengaduan	Keterangan	TELP	WARGAKU	IG	E-MAIL
1	KTP	Prosedur Pengajuan	35	2	39	1
		Prosedur Cetak Ulang KTP Rusak	11	4	27	14
		Prosedur Cetak Ulang KTP Hilang	15	1	24	4
		Jangka Waktu Pembuatan	4	0	0	0
		Prosedur Cetak Ulang YOB	33	0	2	0
2	KK	Prosedur Cetak Ulang KK	48	9	28	8
		Prosedur Pecah KK	41	4	19	5
		Kesalahan Biodata pada KK	5	1	7	4
3	Akta Kelahiran	Prosedur Pengajuan	21	16	33	9
		Prosedur Cetak Ulang	29	1	10	4
		Prosedur Mengganti Nama / Kota Kelahiran	9	1	11	2

Gambar 3. Data *Call Center* Masuk (Sumber : Bidang Pengaduan Dispendukcapil Surabaya, 2024)

Berdasarkan hasil reduksi data dari hasil observasi, ditemukan kebutuhan masyarakat akan media informasi yang modern dan relevan, terutama terkait keluhan dan permasalahan administrasi kependudukan seperti KTP dan KK. Untuk itu, video dipilih sebagai media utama karena efektif dalam menyampaikan pesan dengan visual dan narasi yang menarik. Media ini memiliki keunggulan berupa fleksibilitas durasi, daya jangkauan yang luas melalui platform YouTube, dan efisiensi biaya distribusi. Konten dirancang dalam format video berseri untuk memudahkan audiens memahami informasi secara mendalam tanpa membebani mereka dengan terlalu banyak detail dalam satu video. Dari segi visual, video menggunakan desain yang mudah dipahami, dengan konsistensi tone warna untuk meningkatkan kejelasan pesan. Strategi media ini menargetkan remaja hingga dewasa 17 tahun ke atas sebagai audiens utama dan masyarakat umum Indonesia sebagai audiens sekunder, dengan prioritas pada warga Kota Surabaya.

Ideate

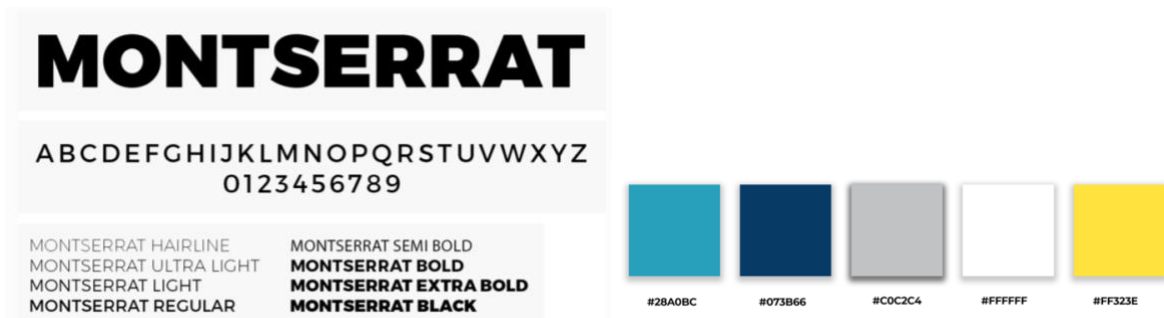
Pada *ideate*, dirumuskan ide-ide kreatif untuk menghasilkan solusi atas permasalahan yang ditemukan di tahap sebelumnya. Pada tahap pertama yaitu strategi kreatif, isi pesan video berisi penjelasan penyelesaian masalah administrasi kependudukan dan edukasi mengenai administrasi kependudukan yaitu topik KTP dan KK berdasarkan pertanyaan masyarakat. Bentuk pesan dikemas dalam video dengan kombinasi *motion graphic* yang mudah dipahami, untuk menyampaikan pesan secara menarik dan informatif.

Kedua adalah program kreatif, strategi penyajian pesan video dirancang untuk menyampaikan informasi yang jelas, relevan dan mudah dijangkau melalui kanal YouTube. Pesan utamanya adalah pentingnya tertib administrasi kependudukan dengan narasumber terpercaya.



Gambar 4. Angle Kamera Eye Level Close Up (Sumber : Aldiansyah, 2024)

Ketiga yaitu pengarahan visual studio produksi dilakukan di studio swargaloka dengan peralatan profesional untuk memastikan kualitas visual yang konsisten. Angle kamera menggunakan sudut eye level untuk menciptakan hubungan visual personal dengan audiens.



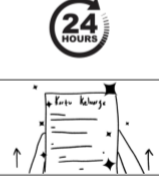
Gambar 5. Font Montserrat dan Warna (Sumber : Aldiansyah, 2024)

Tipografi font montserrat dipilih untuk kemudahan membaca. Warna skema warna biru, abu-abu, putih, dan kuning digunakan untuk menciptakan suasana nyaman. Lighting pencahayaan dua titik digunakan untuk menghasilkan tampilan profesional. Audio mikrofon berkualitas tinggi memastikan suara yang jernih, didukung musik latar yang lembut. Penulisan Naskah, naskah disusun secara sistematis, mulai dari pembuka, isi, hingga penutup, berdasarkan riset pada platform media sosial Dispendukcapil. Kata kunci utama dirancang menjadi struktur video yang informatif dan terarah.

Ke empat adalah pengarahan teknis, video dibuat dalam format HD (rasio 16:9) dengan tambahan motion graphic sederhana untuk memperjelas konsep dan data. Pengambilan gambar dilakukan di studio Swargaloka menggunakan peralatan profesional seperti kamera HDTV dan lighting. Dengan strategi ini, video Mata Swargaloka diharapkan dapat menjadi media edukasi yang efektif, menarik, dan dapat diakses dengan mudah oleh masyarakat luas, terutama warga Surabaya.

Prototype

Pada tahap *prototype* dilakukan beberapa langkah yaitu yang pertama adalah pra-produksi pada tahap ini, storyboard dibuat untuk menggambarkan setiap adegan, teks, dan voice-over secara visual. Storyboard membantu memvisualisasikan sudut pengambilan gambar (angle) yang akan diterapkan selama proses produksi, sehingga memperlancar alur pembuatan video.

No.	Adegan	Storyboard			Storyboard	Scen e	Adegan	Storyboard	Kamera
1.	Animasi Penjelasan Pertanyaan ke-1		3.	Animasi Penjelasan Pertanyaan ke-3		1	Bumper		Cam Master Standby
2.	Animasi Penjelasan Pertanyaan ke-2					2	Opening Host		Cam Master - On
						3	Close Up Narasumber		Cam 1 - On
						4	Close Up Host		Cam 2 - On

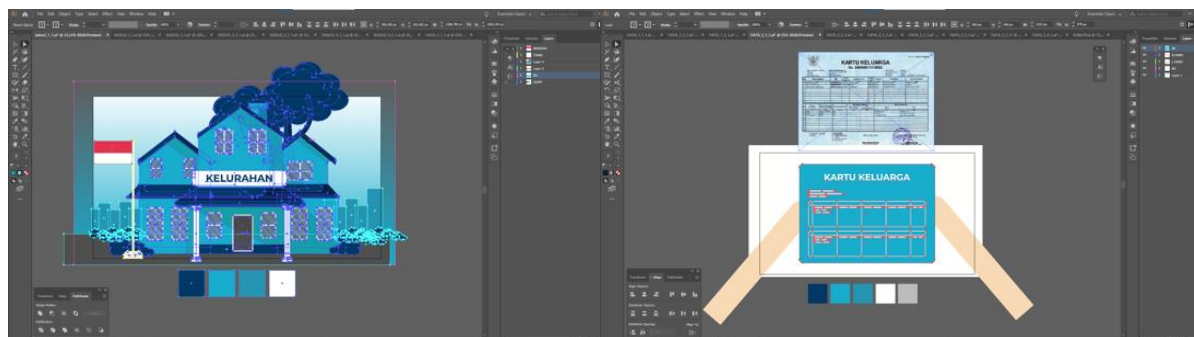
Gambar 6. Proses Pra Produksi Storyboard Video dan Motion (Sumber : Aldiansyah, 2024)

Langkah yang kedua adalah proses produksi dilakukan di studio Swargaloka, gedung siola, Dispendukcapil Kota Surabaya. Studio dilengkapi dengan kamera berkualitas tinggi, pencahayaan profesional, dan tripod untuk memastikan hasil yang stabil. Penulis bertindak sebagai produser dan sutradara, dengan narasumber dari staf *Call-Center* dan Swargaloka Dispendukcapil, serta host pilihan sebagai pembawa acara. Proses ini berjalan selama 30 menit dengan koordinasi yang matang, menghasilkan konten berkualitas tanpa mengorbankan efisiensi waktu.

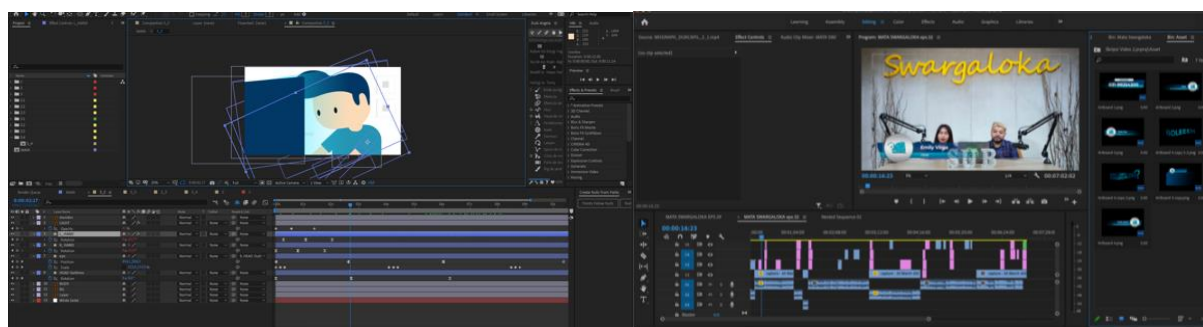


Gambar 7. Proses Produksi Video di Studio Swargaloka (Sumber : Aldiansyah, 2024)

Langkah yang ketiga post-produksi yaitu editing motion visual asset dibuat menggunakan Adobe Illustrator, meliputi elemen grafis, ikon, dan ilustrasi yang mendukung tema video. Aset ini dianimasikan di Adobe After Effects berdasarkan storyboard, dengan penambahan efek seperti teks animasi, cahaya, dan motion blur untuk menciptakan visual yang dinamis dan menarik. Editing video video diedit menggunakan Adobe Premiere Pro dan After Effects. Proses ini meliputi pemotongan klip, penyusunan urutan adegan, serta penyesuaian warna dan pencahayaan. Elemen tambahan, seperti subtitle, narasi, musik latar, dan efek suara, diselaraskan untuk memperjelas informasi dan menciptakan video yang profesional serta menarik. Motion sederhana juga ditambahkan untuk mempermudah penyampaian pesan kepada audiens.



Gambar 8. Proses Pembuatan Aset Motion di Adobe Illustrator (Sumber : Aldiansyah, 2024)



Gambar 9. Proses Editing Motion dan Video (Sumber : Aldiansyah, 2024)

Test

Pada proses pengujian dan hasil akhir video Mata Swargaloka, proses pengujian akan memvalidasi aspek visual dan materi video dengan metode skala Likert, menghasilkan tingkat kelayakan berdasarkan kategori Sugiyono dalam (Dina Choirun Nisa, 2024)

Tabel 1. Kategori Kelayakan

Tingkat Pencapaian	Kualifikasi
0-20%	Tidak Baik
21-40%	Kurang Baik
61-80%	Baik
81-100%	Sangat Baik

Perolehan hasil validasi materi dari Koordinator Pengaduan Masyarakat Dispendukcapil Surabaya, Rossi Arif Miharja, S.Kom validasi ini menunjukkan hasil 100% (sangat baik), tanpa revisi dan layak ditayangkan. Aspek yang dinilai mencakup kelengkapan informasi, kejelasan materi, hingga efektivitas komunikasi. Kemudian Perolehan hasil validasi media melibatkan staf media Swargaloka, Mochammad Farrez. S.I. Kom dan menghasilkan skor 91,6% (sangat baik). Aspek yang dinilai meliputi visualisasi, efektivitas komunikasi, dan audio. Media dinyatakan layak dengan revisi minor, seperti perbaikan logo dan lower-third nama.

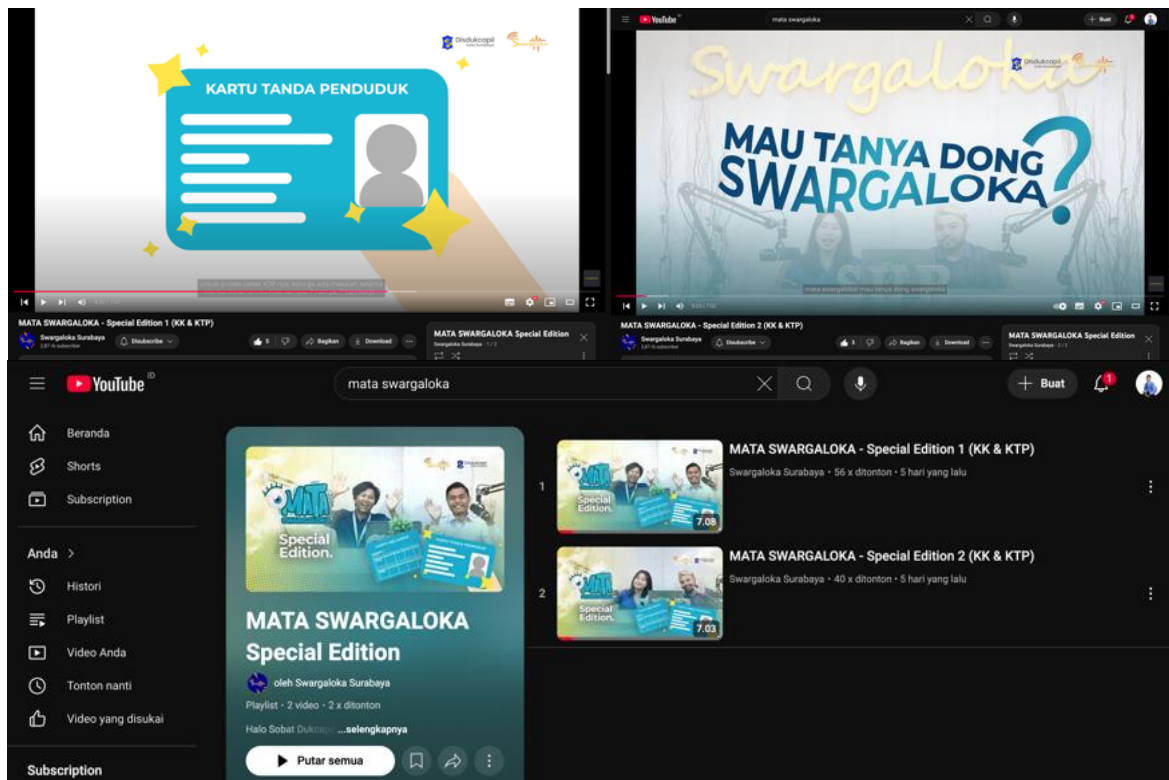
Setelah mendapatkan validasi dan dinyatakan layak untuk dipublikasikan, dilanjutkan pengujian kepada khalayak umum dari masyarakat kota Surabaya dan luar kota Surabaya yang melibatkan 71 responden, *testing* dilakukan melalui google form sebagai alat pengumpulan data. Hasil dari uji coba yang dilakukan menunjukkan hasil positif:

Tabel 2. Rekapitulasi Hasil Uji Coba Khalayak Sasaran

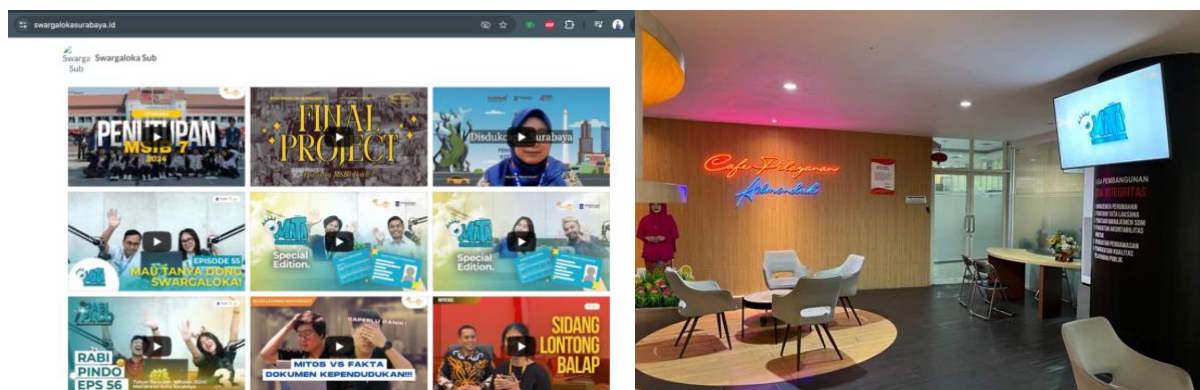
Aspek	Tingkat Pencapaian	Kualifikasi
Penyampaian Informasi	90,4%	Sangat Layak

Teknis Video	90,1%	Sangat Layak
Kelayakan	93,3%	Sangat Layak

Berdasarkan hasil validasi dan uji coba, video Mata Swargaloka dinyatakan layak untuk dipublikasikan. Video ini diunggah ke YouTube Swargaloka dan ditayangkan di TV digital lobi Dispendukcapil Kota Surabaya sebagai media informasi bagi masyarakat. Dengan desain visual yang menarik, audio yang jelas, dan informasi yang mudah dipahami, video ini diharapkan meningkatkan literasi masyarakat terkait layanan administrasi kependudukan di Kota Surabaya.



Gambar 10. Penerapan Video di Youtube Swargaloka (Sumber : Aldiansyah, 2024)



Gambar 11. Penerapan Video di Website dan Lobi Dispendukcapil (Sumber : Aldiansyah, 2024)



Gambar 11. Barcode Video 1 dan 2 Mata Swargaloka (Sumber : Aldiansyah, 2024)

SIMPULAN DAN SARAN

Video Mata Swargaloka dirancang sebagai media informasi yang inovatif untuk Dispendukcapil Kota Surabaya. Kehadirannya menjawab rendahnya kesadaran masyarakat terhadap pentingnya administrasi kependudukan, seperti KTP dan KK. Meskipun informasi sudah tersedia di media sosial dan laman resmi, masyarakat sering kali tidak memperhatikannya hingga kebutuhan mendesak muncul. Sebagai solusi, Mata Swargaloka menghadirkan informasi, edukasi, dan penyelesaian masalah terkait administrasi kependudukan langsung dari narasumber terpercaya. Video ini tidak hanya berfungsi sebagai media informasi, tetapi juga sebagai upaya kampanye untuk meningkatkan kesadaran masyarakat di era digital. Selain itu, Mata Swargaloka mendukung promosi layanan unggulan Dispendukcapil, seperti penyelesaian administrasi dalam 1x24 jam, serta mendukung visi pelayanan prima dan tertib administrasi kependudukan di Kota Surabaya.

Saran pengembangan topik dan materi dapat dibuat lebih spesifik dengan tema berbeda pada setiap episodenya untuk memperluas cakupan edukasi. Distribusi video dapat diperluas ke platform lain selain YouTube, seperti media sosial populer (Instagram, TikTok) untuk menjangkau lebih banyak audiens. Video ini diharapkan menjadi langkah adaptif dan efektif dalam meningkatkan literasi administrasi kependudukan masyarakat Surabaya.

REFERENSI

- Arief, M. (2024, Januari). *Strategi Media Richness Dispendukcapil Surabaya Dalam Upaya Diseminasi Informasi Administrasi Kependudukan pada Warga Surabaya*. Retrieved from [disdukcapil.surabaya.go.id: https://disdukcapil.surabaya.go.id/wp-content/uploads/2024/01/Strategi-Media-Richness-Dispendukcapil-Surabaya-Dalam-Upaya-Diseminasi-Informasi-Administrasi-Kependudukan-pada-Warga-Surabaya-FIX.pdf](https://disdukcapil.surabaya.go.id/wp-content/uploads/2024/01/Strategi-Media-Richness-Dispendukcapil-Surabaya-Dalam-Upaya-Diseminasi-Informasi-Administrasi-Kependudukan-pada-Warga-Surabaya-FIX.pdf)
- Disdukcapil Surabaya. (2022, November). *OPTIMALISASI MEDIA INFORMASI DISPENDUKCAPIL SURABAYA UNTUK PENINGKATAN PELAYANAN PUBLIK ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN*. Retrieved from DINAS KEPENDUDUKAN DAN PENCATATAN SIPIL KOTA SURABAYA 2022: <https://disdukcapil.surabaya.go.id/wp-content/uploads/2022/11/2021-Kajian-Inovasi.pdf>
- Intan. (2023, Juni 12). *Kenali Manfaat dan Pentingnya Tertib Administrasi Kependudukan*. Retrieved from Disdukcapil Kota Surabaya: <https://disdukcapil.surabaya.go.id/2023/06/12/kenali-manfaat-dan-pentingnya-tertib-administrasi-kependudukan/#:~:text=Melansir%20dpr.go.id%2C,untuk%20pelayanan%20publik%20dan%20pembangunan>

- Mubyarsah, L. R. (2021, Oktober 27). *Lewat Swargaloka, Warga Surabaya Dapat Informasi Layanan Adminduk*. Retrieved from JawaPos.com: <https://www.jawapos.com/surabaya-raja/01351436/lewat-swargaloka-warga-surabaya-dapat-informasi-layanan-adminduk>
- Luik, J. (2020). Media Baru. In J. Luik, *Media Baru Sebuah Pengantar* (pp. 8-14). Jakarta: KENCANA.
- Yudianto, A. (2017). PENERAPAN VIDEO SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN. *Seminar Nasional Pendidikan*, 234-237.
- Zuchri, A. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. (P. Rapanna, Ed.) CV. Syakir Media Press.
- Perdana, P. H. (2018). Perancangan Media Promosi Waroeng Makan Kalkoen Sebagai Upaya Meningkatkan Brand Recognition. *Undergraduate thesis, Institut Bisnis dan Informatika Stikom Surabaya*.
- Lazuardi, I. S. (2019, June 4). *Design Thinking David Kelley & Tim Brown: Otak Dibalik Penciptaan Aplikasi Gojek*. Retrieved from Research Gate: https://www.researchgate.net/profile/Lazuardi-Lutfi-2/publication/337809524_Design_Thinking_David_Kelley_Tim_Brown_Otak_Dibalik_Penciptaan_Aplikasi_Gojek/links/608786a4907dcf667bc70e6a/Design-Thinking-David-Kelley-Tim-Brown-Otak-Dibalik-Penciptaan-Aplikas
- Yulius, R., Nasrullah, M. F., Sari, D. K., & Alban, M. A. (2022). Design Thinking: Konsep dan Aplikasinya. *Eureka Media Aksara Repository*.
- Lutfiah, S., & Oktariyanda, T. A. (2022). Inovasi Layanan Sayang Warga Di Balai RW Sebagai Upaya Peningkatan Kesadaran Administrasi Kependudukan Oleh Pemerintah Kota Surabaya. *S1 Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Negeri Surabaya*, 349-364.
- Syofyan, R., Friyatmi, Sofya, R., & Hakim, L. (2021). Perancangan Media Video Belajar Beranimasi Untuk Meningkatkan Higher Order Thinking Siswa. *EcoGen Jurnal Jurusan Pendidikan Ekonomi*, 602-613.
- Acep Ruswan, P. S. (2024). Penerapan Video Animasi Sebagai Media Pembelajaran Interaktif Untuk Siswa Sekolah Dasar. *Journal Of Social Science Research, IV*, 1468-1476.
- Sudirman, K. B. (2024, August 15). Perancangan Kampanye Program Gerakan Indonesia Sadar Administrasi Kependudukan (GISA) yang Efektif di Kota Surabaya. *ITS Repository*.
- Rizky Febriansyah Putra Iqbal, K. C. (2024). Perancangan Animasi Eco Enzyme Sebagai Media Penyuluhan Pengolahan Sampah Di Kelurahan Gayungan. *Jurnal Barik*, VI, 182-191.
- Bidarti, A. (2020). *Teori Kependudukan*. Bogor: Penerbit Lindan Bestari.
- Arka Reswara, R. (2023, September 23). Manajemen Produksi Video Klip “Klebus” Ngatmo Mbilung. *Jurnal Audiens, IV*.
- Belch, E., Belch, G., & A., M. (2007). *Advertising and promotion : an integrated marketing communications perspective* / George E. Belch, Michael A. Belch Judul Asli . New York: McGraw-Hill.
- Impress. (2024, November 28). *Platform Media Sosial Paling Populer untuk Berbagi Konten Video*. Retrieved from Impress Video Production: <https://www.impressvideo.co.uk/vlog/to-social-media-platforms-for-sharing-video-content/>
- Gusman, N. M., & Marlini. (2018, December). PEMBUATAN MOTION GRAPHIC UNTUK MEMPERKENALKAN PERPUSTAKAAN KEPADA SISWA SEKOLAH DASAR DALAM BENTUK VIDEO. *Jurnal Ilmu Informasi Perpustakaan dan Kearsipan, II(2)*.
- Pujangga, R. (2022). Perancangan Debut Mini Album Band Ruang Terbuka Hijau. *Repository Unpas*.
- Dina Choirun Nisa, N. P. (2024, Agustus). Pengembangan Bahan Ajar Digital dengan Aplikasi Flip Pdf Corporate Edition Pada Materi Peralatan Dapur Siswa Fase E. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan, IX*, 1655-1661.