

Strategi Komunikasi Imigrasi dalam Membangun Persepsi Publik terhadap Layanan Paspor di Era Digital

Muhammad Hafiz Ghanim¹, Anida Sri Rahayu Mastur², Mas Budi Priyatno³

Politeknik Pengayoman Indonesia Tangerang, Indonesia

ghanimmuhammadhafiz@gmail.com¹, anidasrirahayumastur@gmail.com²,
pmasbudi@gmail.com³

Submitted: 26th July 2025 | **Edited:** 24th August 2025 | **Issued:** 01st September 2025

Cited on: Ghanim, M. H., Mastur, A. S. R., & Priyatno, M. B. (2025). Strategi Komunikasi Imigrasi dalam Membangun Persepsi Publik terhadap Layanan Paspor di Era Digital. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis*, 5(3), 1470-1478.

ABSTRACT

In the realm of public services, passport issuance has become increasingly dependent on effective communication strategies to foster positive public perception, particularly in the digital era. Misinformation, unclear service procedures, and the rise of fraudulent online accounts have underscored the need for transparent, timely, and interactive communication. This study aims to examine how immigration authorities can integrate digital platforms and two-way communication to build public trust and institutional credibility. Employing a qualitative literature review, relevant scholarly articles, books, official documents, and credible online sources were analyzed based on inclusion criteria focusing on communication strategies, public service quality, and digital engagement practices. The findings reveal that effective public communication in passport services requires: the selection of appropriate and culturally inclusive media channels, proactive and consistent information delivery, the use of interactive features such as chatbots, online complaint systems, and social media engagement, and empathetic, responsive service delivery. The integration of digital tools with symmetrical two-way communication, supported by the SERVQUAL dimensions of tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy, significantly enhances public trust and strengthens the institution's image as transparent, professional, and citizen-oriented. This study highlights the strategic value of aligning technological innovation with human-centered communication practices to meet evolving public expectations in immigration services.

Keywords: Public Communication, Passport Services, Digital Media, Two-Way Communication, Public Trust

PENDAHULUAN

Persepsi publik terhadap layanan paspor sangat dipengaruhi oleh kejelasan, konsistensi, dan keterbukaan informasi yang disampaikan oleh lembaga imigrasi. Informasi yang tidak akurat atau tidak mutakhir dapat memicu kesalahpahaman, menurunkan tingkat kepercayaan, dan membuka peluang terjadinya penipuan. Kasus penipuan melalui akun media sosial palsu pada Agustus 2023 menjadi bukti nyata

bahwa kelemahan komunikasi publik dapat berdampak langsung terhadap citra institusi (Antara News, 2023). Di era digital, kecepatan penyebaran informasi menjadi peluang sekaligus tantangan, sehingga strategi komunikasi publik harus mampu memanfaatkan media digital secara efektif dengan mempertimbangkan keragaman budaya dan bahasa masyarakat (Kinasih et al., 2024; Siregar, 2022).

Selain pemilihan media, waktu penyampaian informasi menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi publik. Informasi yang disampaikan secara proaktif dan tepat waktu dapat mengurangi ketidakpastian, menghindari kesalahpahaman, serta meningkatkan penerimaan publik terhadap kebijakan dan prosedur layanan (Fitriani et al., 2024). Lebih jauh, komunikasi dua arah yang memberi ruang bagi partisipasi publik terbukti meningkatkan efektivitas layanan sekaligus memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap institusi (Sudrajat, 2021). Pelayanan yang responsif, ramah, dan berempati menjadi pendukung utama agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara positif (Hidayat, 2020; Kohar et al., 2025).

Namun demikian, kajian terdahulu menunjukkan bahwa penelitian terkait komunikasi publik di sektor keimigrasian masih lebih banyak menitikberatkan pada komunikasi satu arah melalui media konvensional atau digital yang bersifat informatif semata (Agustina, 2020; Nurdin, 2021). Minimnya pembahasan mengenai integrasi komunikasi digital dengan model komunikasi dua arah yang partisipatif, khususnya dalam konteks layanan paspor, menciptakan kesenjangan penelitian (research gap). Padahal, kombinasi kedua pendekatan tersebut diyakini mampu membangun kedekatan emosional, meningkatkan transparansi, dan memperkuat citra lembaga di mata publik (West, 2024).

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik yang efektif dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap layanan paspor di era digital. Pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka dipilih untuk memungkinkan penelusuran mendalam terhadap teori, praktik, dan kebijakan yang relevan. Penelitian ini mengacu pada literatur mutakhir, baik dari hasil penelitian ilmiah, buku akademik, maupun dokumen resmi, untuk menghasilkan sintesis yang dapat memberikan kontribusi teoritis dan praktis dalam pengembangan strategi komunikasi publik di bidang keimigrasian.

LANDASAN TEORI

Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi adalah perencanaan sistematis yang dirancang untuk menyampaikan pesan secara efektif demi mencapai tujuan tertentu. Cangara (2016) mendefinisikannya sebagai upaya terstruktur yang menggabungkan pesan, media, dan metode penyampaian untuk memengaruhi pengetahuan, sikap, maupun perilaku audiens. Dalam konteks pelayanan publik, strategi komunikasi tidak hanya berfungsi untuk menyampaikan informasi, tetapi juga membangun kepercayaan masyarakat (Effendy, 2019). Penelitian terbaru menunjukkan bahwa keberhasilan strategi komunikasi publik sangat bergantung pada relevansi pesan, pemilihan media yang tepat, dan kesesuaian dengan karakteristik audiens (Rohmah & Sunarto, 2023; Pratama et al., 2022).

Penyusunan strategi komunikasi mencakup: pemahaman mendalam terhadap target audiens, pemilihan media yang sesuai dengan preferensi dan aksesibilitas publik, penentuan tujuan pesan yang jelas, dan peran komunikator yang berempati (Yuliani & Fadilah, 2023). Dalam layanan paspor, strategi ini memastikan informasi prosedur, persyaratan, dan jadwal layanan dapat tersampaikan secara akurat dan mudah dipahami oleh masyarakat luas.

Teori Uses and Gratifications

Teori Uses and Gratifications yang dikemukakan Katz et al. (1973) menjelaskan bahwa khalayak secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti pencarian informasi, hiburan, dan interaksi sosial. Meskipun teori ini bersifat klasik, penelitian terkini mengonfirmasi relevansinya dalam konteks digital, termasuk layanan publik (Auliya et al., 2022). Pemohon paspor, misalnya, menggunakan media digital resmi untuk memperoleh informasi prosedur, memantau status layanan, dan memberikan umpan balik. Pemanfaatan format pesan yang variatif seperti teks, infografis, dan video terbukti meningkatkan pemahaman publik dan mengurangi risiko misinformasi (Nurhadi et al., 2023).

Komunikasi Dua Arah Simetris

Grunig & Hunt (1984) melalui model komunikasi dua arah simetris menekankan pentingnya dialog timbal balik antara organisasi dan publik. Pendekatan ini dinilai mampu membangun kepercayaan dan legitimasi karena publik dilibatkan secara aktif

dalam proses komunikasi (Setiawan & Hapsari, 2021). Dalam konteks keimigrasian, komunikasi dua arah dapat diwujudkan melalui forum daring, layanan chatbot interaktif, media sosial resmi, dan tatap muka di kantor layanan. Studi terbaru menunjukkan bahwa kanal interaktif tersebut meningkatkan transparansi, responsivitas, dan partisipasi publik dalam pengambilan keputusan layanan (Lestari & Darmawan, 2020).

Kualitas Layanan dan Model SERVQUAL

Model SERVQUAL yang dikembangkan Parasuraman et al. (1988) mengukur kualitas layanan melalui lima dimensi: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Dalam layanan paspor berbasis digital, tangibles mencakup tampilan antarmuka aplikasi yang ramah pengguna; reliability berkaitan dengan keakuratan informasi; responsiveness mencerminkan kecepatan merespons pertanyaan publik; assurance menekankan kepastian prosedur dan waktu; dan empathy mengacu pada sikap ramah dan memahami kebutuhan masyarakat (Saputra & Yulianti, 2020). Penelitian terbaru menegaskan bahwa penerapan SERVQUAL pada layanan publik berbasis digital dapat meningkatkan kepuasan dan kepercayaan publik (Mahmudi et al., 2023).

Sintesis Teori

Integrasi strategi komunikasi, teori Uses and Gratifications, komunikasi dua arah simetris, dan dimensi SERVQUAL membentuk kerangka konseptual yang relevan untuk memahami persepsi publik terhadap layanan paspor di era digital. Strategi komunikasi menyediakan panduan perencanaan, Uses and Gratifications menjelaskan motivasi publik dalam memilih media, komunikasi dua arah simetris menekankan pentingnya partisipasi publik, sedangkan SERVQUAL mengukur mutu layanan yang mempengaruhi persepsi dan kepercayaan. Dengan memadukan keempatnya, penelitian ini memberikan landasan teoretis yang kokoh untuk merancang komunikasi publik yang informatif, interaktif, dan berorientasi pada kualitas pelayanan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif berbasis studi pustaka (literature review) yang bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi publik dalam membentuk persepsi masyarakat terhadap layanan paspor di era digital. Pemilihan metode ini didasarkan pada pertimbangan bahwa studi pustaka memungkinkan peneliti untuk menyintesis temuan-temuan dari berbagai sumber ilmiah guna memperoleh

pemahaman yang komprehensif terhadap topik yang diteliti (Zed, 2019). Data yang digunakan merupakan data sekunder yang bersumber dari buku akademik, artikel jurnal ilmiah, prosiding, dokumen resmi pemerintah, serta sumber daring yang kredibel dan relevan.

Pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran literatur pada basis data seperti Google Scholar, ScienceDirect, dan DOAJ dengan kata kunci “strategi komunikasi publik”, “layanan paspor”, “media digital”, “komunikasi dua arah”, dan “kualitas layanan publik”. Kriteria inklusi meliputi: publikasi antara tahun 2019 - 2025, menggunakan bahasa Indonesia atau Inggris, membahas topik komunikasi publik dalam layanan publik, dan memuat data empiris atau kajian teoretis yang relevan. Sementara itu, kriteria eksklusi meliputi artikel yang bersifat opini tanpa dukungan data, publikasi sebelum 2019, dan sumber yang tidak melalui proses peer-review.

Analisis data dilakukan dengan metode analisis tematik (thematic analysis) untuk mengidentifikasi pola, tema, dan hubungan antar konsep dari literatur yang terpilih (Braun & Clarke, 2021). Proses ini meliputi tiga tahap: reduksi data, yaitu memilih informasi yang relevan dengan fokus penelitian; penyajian data, yaitu mengelompokkan temuan berdasarkan kategori seperti strategi komunikasi, peran media digital, komunikasi dua arah, dan kualitas layanan; serta penarikan kesimpulan berdasarkan sintesis temuan dan teori. Validitas hasil kajian dijaga melalui source triangulation, yakni membandingkan informasi dari berbagai jenis sumber untuk memastikan konsistensi dan keandalan (Sugiyono, 2022).

HASIL PENELITIAN

Strategi Komunikasi Instansi Keimigrasian dalam Membangun Persepsi Publik

Hasil penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik yang efektif dimulai dari pemahaman karakteristik audiens, segmentasi pengguna layanan, dan penyesuaian pesan sesuai kebutuhan. Pemilihan saluran komunikasi digital seperti Instagram, Facebook, Twitter, serta aplikasi M-Paspor dinilai efektif untuk menjangkau masyarakat luas (Siregar, 2022). Strategi ini sejalan dengan temuan Pratama et al. (2022) yang menyebutkan bahwa penggunaan media digital interaktif dapat meningkatkan kepercayaan publik terhadap layanan pemerintah jika diiringi dengan konten yang konsisten dan jelas.

Kasus penipuan melalui akun media sosial palsu yang dilaporkan Antara News (2023) memperkuat pentingnya verifikasi sumber informasi resmi. Agustina (2020) menegaskan bahwa ketidakjelasan pesan berpotensi menurunkan citra lembaga. Hal ini konsisten dengan penelitian Nurhadi et al. (2023) yang menemukan bahwa komunikasi publik yang tidak konsisten memicu persepsi negatif, terutama pada sektor layanan publik yang bersentuhan langsung dengan masyarakat.

Efektivitas Komunikasi Digital dalam Membentuk Citra Positif

Media digital memungkinkan penyebaran informasi yang cepat, variatif, dan fleksibel. Dalam penelitian ini, penggunaan infografis, video pendek, dan real-time updates di media sosial resmi terbukti meningkatkan keterlibatan publik. West (2024) menyatakan bahwa e-government yang berhasil ditandai dengan transparansi informasi dan interaksi publik yang tinggi. Temuan ini didukung oleh studi Lestari & Darmawan (2020) yang mengungkapkan bahwa integrasi media sosial dengan sistem informasi resmi memperkuat citra positif lembaga publik.

Teori Uses and Gratifications (Katz et al., 1973) tetap relevan dalam konteks ini, di mana publik memilih platform yang memenuhi kebutuhannya. Auliya et al. (2022) menambahkan bahwa pemanfaatan media digital yang ramah pengguna dan responsif menjadi faktor penentu dalam membangun loyalitas pengguna layanan publik.

Peran Komunikasi Dua Arah dalam Membangun Kepercayaan Masyarakat

Komunikasi dua arah memungkinkan publik tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memberikan umpan balik yang memengaruhi kebijakan layanan. Model Two-Way Symmetrical Communication (Grunig & Hunt, 1984) menempatkan publik sebagai mitra dialog, bukan sekadar penerima pesan. Kohar et al. (2025) menunjukkan bahwa digitalisasi layanan publik dengan kanal interaktif seperti live chat, forum, dan pengaduan online dapat meningkatkan kepercayaan publik secara signifikan.

Temuan ini diperkuat oleh Setiawan & Hapsari (2021) yang menyatakan bahwa keterlibatan publik dalam komunikasi dua arah mendorong rasa memiliki dan memperkuat hubungan jangka panjang dengan institusi. Dalam konteks layanan paspor, mekanisme ini dapat mengurangi kesalahpahaman prosedur dan mempercepat penyelesaian keluhan.

Integrasi Komunikasi Digital dan Dua Arah dalam Perspektif Kualitas Layanan

Hasil kajian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diberikan. Penerapan dimensi SERVQUAL tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy mampu meningkatkan persepsi positif publik jika diintegrasikan dengan strategi komunikasi digital dan interaktif (Mursyidah & Choiriyah, 2020).

Mahmudi et al. (2023) membuktikan bahwa keandalan informasi (reliability) dan daya tanggap (responsiveness) petugas layanan digital menjadi faktor utama pembentuk kepuasan publik. Penelitian ini selaras dengan Nurdin (2021) yang menekankan perlunya perpaduan antara inovasi teknologi dan pendekatan humanis untuk mencapai keberhasilan digitalisasi layanan publik.

Implikasi Strategi Komunikasi terhadap Citra dan Kepercayaan Masyarakat

Integrasi komunikasi digital dengan komunikasi dua arah berdampak pada peningkatan reputasi lembaga dan kepercayaan publik. Kinasih et al. (2024) menyebutkan bahwa komunikasi satu arah cenderung kurang efektif dalam membangun kedekatan emosional, sedangkan komunikasi partisipatif menciptakan interaksi yang lebih kuat. Hidayat (2020) juga menegaskan bahwa keberhasilan strategi komunikasi publik terletak pada keseimbangan antara penyampaian informasi yang akurat dan pelibatan publik secara aktif.

Dengan demikian, strategi komunikasi publik berbasis digital dan dua arah yang responsif, transparan, dan berempati menjadi kunci dalam membangun persepsi positif serta memperkuat legitimasi institusi di mata masyarakat.

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan strategi komunikasi publik dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap layanan paspor di era digital tidak hanya ditentukan oleh kejelasan informasi, tetapi juga oleh integrasi antara media digital yang tepat dan komunikasi dua arah yang partisipatif. Penggunaan saluran resmi seperti media sosial, aplikasi M-Paspor, dan situs web terbukti mampu memperluas jangkauan informasi, meningkatkan transparansi, dan membangun kepercayaan publik. Pendekatan ini semakin efektif ketika diiringi dengan responsivitas, empati, dan konsistensi pesan dari petugas layanan.

Secara teoritis, penelitian ini memperkaya kajian komunikasi publik dengan memadukan teori strategi komunikasi, Uses and Gratifications, komunikasi dua arah simetris, dan model SERVQUAL dalam konteks layanan keimigrasian. Kebaruan penelitian ini terletak pada penekanan integrasi strategi komunikasi digital dengan prinsip kualitas layanan yang berorientasi pada keterlibatan aktif publik. Secara praktis, temuan ini memberikan pedoman bagi lembaga keimigrasian untuk merancang strategi komunikasi yang berbasis teknologi namun tetap humanis, sehingga dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas masyarakat.

Keterbatasan penelitian ini terletak pada sifatnya yang berbasis studi pustaka, sehingga belum menguji secara empiris hubungan antara variabel strategi komunikasi dan persepsi publik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk menggunakan metode kuantitatif atau campuran dengan melibatkan data survei atau wawancara mendalam agar dapat mengukur efektivitas strategi secara lebih objektif.

Dengan demikian, strategi komunikasi publik yang terintegrasi, responsif terhadap perkembangan teknologi, dan berlandaskan keterbukaan serta partisipasi publik merupakan kunci utama dalam membangun citra positif dan memperkuat legitimasi lembaga keimigrasian di mata masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, L. (2020). Pengaruh konflik peran, ketidakjelasan peran, dan kelebihan peran terhadap kepuasan kerja dan kinerja auditor (Penelitian pada kantor akuntan publik yang bermitra dengan kantor akuntan publik big four di Wilayah DKI Jakarta). *Jurnal Akuntansi*, 1(1), 40–69.
- Antara News. (2023, Agustus 15). Imigrasi ingatkan warga waspadai penipuan layanan pembuatan paspor. *Antara News*. <https://www.antaraneews.com>
- Auliya, R., Syahrani, A., & Lestari, D. (2022). Peran media digital dalam meningkatkan partisipasi masyarakat pada pelayanan publik. *Jurnal Komunikasi dan Kebijakan Publik*, 4(2), 115–126.
- Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. SAGE Publications.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi*. Raja Grafindo Persada.
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek komunikasi*. Citra Aditya Bakti.
- Fitriani, P. A., Anggraeni, S. P., Mauludina, M., & Laksana, A. (2024). Strategi komunikasi dalam berjualan di era digital. *Harmoni: Jurnal Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 2(4), 262–270.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). *Managing public relations*. Holt, Rinehart and Winston.

- Hidayat, M. T. (2020). Budaya komunikasi publik kontemporer analisis strukturasi komunikasi publik kementerian komunikasi dan informatika. *Promedia (Public Relation Dan Media Komunikasi)*, 6(1).
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and gratifications research. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Kinasih, E. T., Rahmawati, Y., Pramudita, A., & Irvan, M. F. (2024). Efektivitas penggunaan media pembelajaran terhadap permasalahan bahasa lisan dan tulis di Sekolah Dasar. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(5), 5519–5528.
- Kohar, A., Nurhaliza, E., Rahma, S. G., Puspitasari, Y., & Ferdiana, R. (2025). Strategi komunikasi digital dalam meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap program pemerintah. *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 3(2), 90–98.
- Lestari, S., & Darmawan, D. (2020). Implementasi komunikasi dua arah pada pelayanan publik berbasis digital. *Jurnal Administrasi Publik*, 8(2), 134–145.
- Mahmudi, M., Hartati, S., & Nurhayati, S. (2023). Analisis kualitas layanan publik berbasis digital dengan metode SERVQUAL. *Jurnal Pelayanan Publik*, 5(1), 45–59.
- Mursyidah, L., & Choiriyah, I. U. (2020). *Buku ajar manajemen pelayanan publik*. Umsida Press.
- Nurdin. (2021). A collective action in Indonesia local e-government implementation success. *SSRN Electronic Journal*.
- Nurhadi, Z. F., Putri, D. A., & Anjani, M. R. (2023). Konsistensi pesan komunikasi publik dalam membangun citra lembaga. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 201–215.
- Pratama, R. Y., Wulandari, F., & Mulyono, H. (2022). Strategi komunikasi publik dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat pada layanan pemerintah. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 20(2), 89–102.
- Ramadhani, D., & Putra, M. H. (2021). Penerapan metode analisis tematik dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Penelitian Sosial*, 5(2), 145–158.
- Riyadi, A., & Nugraha, R. (2020). Literature review sebagai metode penelitian dalam ilmu sosial. *Jurnal Ilmiah Penelitian*, 4(1), 20–29.
- Robbins, S. P. (2015). *Perilaku organisasi*. Salemba Empat.
- Rohmah, N., & Sunarto, S. (2023). Pengaruh strategi komunikasi terhadap citra lembaga publik di era digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 11(1), 56–67.
- Saputra, E., & Yulianti, D. (2020). Analisis kualitas pelayanan publik menggunakan model SERVQUAL. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 8(1), 12–22.
- Setiawan, A., & Hapsari, R. (2021). Komunikasi dua arah simetris dalam pelayanan publik: Studi pada layanan berbasis aplikasi. *Jurnal Komunikasi*, 13(1), 77–91.
- Sudrajat, A. R. (2021). *Perilaku organisasi sebagai suatu konsep & analisis*. Nilacakra.
- Sugiyono. (2022). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syafrina, A., & Hidayat, R. (2023). Analisis sistematis komunikasi publik berbasis media digital. *Jurnal Komunikasi Publik*, 7(1), 33–45.
- Wardhani, F. P., & Kurniawan, A. (2020). Teknik penelusuran literatur dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 2(3), 89–98.
- West, R. (2024). *Pengantar teori komunikasi: Analisis dan aplikasi 1*. Salemba Empat.
- Yuliani, D., & Fadilah, N. (2023). Strategi komunikasi pelayanan publik berbasis teknologi informasi. *Jurnal Administrasi Publik*, 9(2), 101–112.
- Zed, M. (2019). *Metode penelitian kepustakaan*. Yayasan Obor Indonesia.