

**STRATEGIES FOR DISSEMINATING IMMIGRATION INFORMATION  
AT THE CLASS I IMMIGRATION OFFICE OF TPI BENGKULU  
STRATEGI PENYEBARAN INFORMASI KEIMIGRASIAN DI KANTOR  
IMIGRASI KELAS I TPI BENGKULU**

DOI:10.52617/tematics.v3i2.324

**Rasona S Akbar<sup>1</sup>, Intan Nurkumalawati<sup>2</sup>, Mizan Tri Rahmawan<sup>3</sup>**

Politeknik Imigrasi

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI

Email: [akbarrasonna@gmail.com](mailto:akbarrasonna@gmail.com)<sup>1</sup>, [intannurkumalawati@poltekim.ac.id](mailto:intannurkumalawati@poltekim.ac.id)<sup>2</sup>,  
[mizanrama.mr@gmail.com](mailto:mizanrama.mr@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak**

Berlatar belakang pada faktor budaya masyarakat yang lebih menyukai audio visual ketimbang media typography, dan mayoritas masyarakat telah memiliki smartphone sehingga memudahkan mengakses informasi melalui media sosial, berdasarkan fenomena tersebut mengharuskan Kantor Imigrasi menerapkan ide baru dalam mengemas informasi keimigrasian menggunakan film pendek. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan film pendek serta respon masyarakat terhadap strategi tersebut. Alasan dilakukannya penelitian ini peneliti tertarik dengan strategi penyebaran informasi menggunakan film pendek karena selain dapat memberikan hiburan kepada masyarakat juga memberikan edukasi informasi Keimigrasian. Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis. Objek dalam penelitian ini adalah Pejabat kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu dan masyarakat Provinsi Bengkulu. Hasil dari wawancara pada penelitian ini bahwa masyarakat saat ini lebih menyukai informasi yang menggunakan audio visual ketimbang typography. Sasaran dalam strategi tersebut yaitu masyarakat berumur 18 tahun keatas atau telah memiliki KTP. Isi pesan yang disampaikan disajikan dengan materi yang ringan agar mudah dipahami oleh masyarakat. Dengan mengadopsi kearifan lokal penggunaan bahasa daerah dalam film pendek untuk menarik perhatian dan memudahkan masyarakat memahami pesan film pendek tersebut. Media yang digunakan juga merupakan yang telah akrab dengan masyarakat yaitu Instagram dan YouTube. Hal tersebut dibuktikan dengan respon masyarakat bahwa penggunaan film pendek tersebut sudah tepat.

Kata Kunci : penyebaran informasi, keimigrasian, film pendek

**Abstract**

*Based on the cultural factors of the people who prefer audio-visual rather than typography, and the majority of people already have smartphones making it easier to access information through social media, based on this phenomenon, the Immigration Office requires to implement new ideas in packaging immigration information using short films. This study aims to determine the strategy of disseminating immigration information using short films and the public's responseto the strategy. The reason for doing this research is that researchers are interested in the strategy of disseminating information using short films because*



*apart from being able to provide entertainment to the public, they also provide education on Immigration information. This type of research is a qualitative research with a descriptive analysis approach. The object of this research is the Functionary of Immigration Office Class I TPI Bengkulu and the people of Bengkulu Province. The results of interviews in this study show that the society prefers information that uses audio visuals rather than typography. The target in this strategy is people aged 18 years and over or already have an ID card. The content of the message conveyed is presented with light subject so that it is easily understood by the public. By adopting local wisdom the use of regional languages in short films to attract attention and make it easier for the public to understand the message of the short film. The media used are also those that are familiar with the community, namely Instagram and YouTube. This is evidenced by the public response that the use of the short film is appropriate.*

**Keywords :** *Information Dissemination, Immigration, Short Film*

## **PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Kemajuan Teknologi Informasi serta Komunikasi sekarang tumbuh secara cepat. Apalagi kecepatan kemajuan serta perkembangannya dalam wujud temuan ataupun inovasinya jauh melebihi kecepatan rata-rata serta implementasi produk Teknologi itu sendiri dikalangan publik. Disisi lain, kemajuan serta pertumbuhan Teknologi Informasi serta Komunikasi secara teoritis sudah menghasilkan konsep baru ialah hilangnya pembatas aplikasi keilmuan paling utama ilmu-ilmu terapan yang berhubungan dengan ukuran audio visual selaku komponen utama dari teknologi informasi pada masa globalisasi disaat ini yang berbasis digital multimedia. Teknologi informasi mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan timbulnya internet serta bermunculnya berbagai macam media sosial. Media sosial merupakan media yang dapat membuat setiap orang berinteraksi serta berkomunikasi walaupun dibatasi oleh jarak dan waktu. Media

sosial mengajak untuk berpartisipasi dengan memberi *feedback* dan kontribusi dengan terbuka, komentar, dan dapat membagikan informasi kapan saja (Cahyono, 2016, hal.143).

Teknologi Web 2.0 membuat para pemakai internet berevolusi dan membuat jarak internet bermacam-macam sehingga Levinson menyebutnya yaitu "new newmedia" atau yang lebih baru daripada new Media. Media tersebut tidak saja sebuah alat dalam mempermudah penyebaran informasi namun sebuah alat bagi jejaring sosial yang memiliki fungsi untuk memberikan isi media serta memberi wadah berupa kemudahan interaksi antara pembaca dan penulis (Meilinda, 2018, hal. 53–64). Menjelaskan ciri penting dari web 2.0 adalah sebagai pemberi pesan kepada masyarakat dalam bersosial secara bersama-sama (O'Reilly, 2021). Pada saat ini, jaringan social menjadi populer di dunia sebagai wadah bagi orang dengan tujuan yang sama dan berminat berhubungan satu sama lain. Jaringan sosial ini dapat

menciptakan komunikasi dengan orang lain dimanapun mereka berada. Menurut hasil riset nasional oleh Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2019-2020, total jumlah Pengguna internet di Indonesia yang mencapai 196,71 juta dari total populasi 266,91 juta Jiwa penduduk di Indonesia di tahun 2020. Dominan pengguna internet di Indonesia adalah rentang usia 18-25 tahun (Putra, 2020). Pengguna internet saat ini tidak hanya masyarakat saja, bahkan instansi pemerintah pun menggunakan internet untuk mendukung operasional untuk mencapai tujuan. Salah satu bagian kerja dalam instansi pemerintah adalah bagian Public Relations atau hubungan masyarakat (Humas). Di era digital ini Humas di instansi pemerintah sudah banyak yang menerapkan aktivitas modern yaitu *Cyber Public Relations* dalam menggunakan teknologi secara efektif dan efisien dengan konsep *new media*.

*Cyber Public Relations* adalah ide humas dalam kegiatannya menggunakan internet. Kegiatan viral pada saat ini dan sering digunakan instansi pemerintah yaitu *cyber public relations* (G.A.E.B, 2014). Dengan terciptanya hubungan positif akan menimbulkan citra positif dari masyarakat. Dengan meningkatnya citra positif tersebut serta pandangan masyarakat baik terhadap instansi tersebut disebut dengan ruang lingkup kerja *public relations* (Palupi, 2017). Lembaga pemerintahan yang telah mengaplikasikan kegiatan dari *cyber public relations* salah satunya yaitu Direktorat Jenderal Imigrasi (Dirjenim), hal tersebut dilakukan

guna mengatasi sulitnya menyebarkan informasi. Berdasarkan Peraturan Menteri Hukum dan HAM Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Imigrasi bahwa pada Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian Adapun fungsi Seksi Teknologi Informasidan Komunikasi Keimigrasian salah satunya adalah penyiapan dan pengelolaan informasi dan komunikasi keimigrasian. Untuk melakukan fungsi ini imigrasi harus memiliki strategi yang baik dalam penyebaran informasi dan wadah penyampaian informasi yang efektif agar penyebaran informasi tersebut tepat sasaran dan tujuan yang ingin dicapai dapat terlaksana. Indikator penyebaran informasi imigrasi dianggap optimal apabila masyarakat yang menerima informasi tersebut paham dan mau untuk mengikuti isi dari informasi tersebut.

Namun kenyataan dilapangan bahwa penyebaran informasi keimigrasian ini belum optimal, hal ini dibuktikan salah satunya dengan masih tingginya angka Pekerja Migran Indonesia (PMI) ilegal yang berada di luar negeri. Berdasarkan media TEMPO.CO “Jumlah Pekerja Migran Indonesia ilegal yang ditahan di Jabatan Imigrasi Malaysia (JIM) pada tanggal 1 Januari sampai dengan 24 Mei 2018 mencapai 6.315 orang. Direktur Jabatan Imigrasi Malaysia Dato' Seri Haji Mustafar bin Haji Ali menyata Indonesia adalah negara dengan tenaga kerja ilegal tertinggi di Malaysia” (Tempo.co, 2018). hal ini dikarenakan kurangnya informasi gambaran bahaya dan resiko apabila menjadi Tenaga Kerja Non-

prosedural atau illegal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh UNESCO bahwa dalam minat baca masyarakat Indonesia hanya 0,001% ini dibuktikan dengan Riset yang bertajuk *World's Most Literate Nations Ranked* yang dilakukan *Central Connecticut State University*, dan Indonesia dinyatakan pada peringkat ke 60 dari 61 negara dalam hal minat baca. Hal ini menyebabkan penyebaran informasi melalui media baca tidak tersalurkan secara optimal. Namun, dalam penyebaran informasi terdapat beberapa cara yang dianggap optimal dalam menyebarkan informasi, salah satu cara tersebut adalah penggunaan media elektronik yaitu media sosial seperti Instagram, Youtube, Facebook, dan Twitter. Dalam pengelolaan akun media sosial yang dimiliki oleh Direktorat Jenderal Imigrasi jumlah pengikut akun tersebut Instagram 124.000 Followers, Twitter 45.304 Followers, dan Youtube 1.970 *Subscriber*. Oleh sebab itu peneliti Memilih akun Instagram atau Youtube sebagai media penyebaran informasi karena berdasarkan data diatas yang memiliki pengikut yang banyak serta *support* dalam berbagi videografis film pendek. Kantor Imigrasi kelas I TPI Bengkulu memiliki strategi lain yang dianggap efektif dalam menyampaikan informasi yaitu melalui media film pendek. Penggunaan film pendek itu sendiri dalam segi pembiayaan lebih murah daripada program yang diagendakan rutin, dan waktu tayang lebih lama dan dapat diulang-ulang. Penggunaan film pendek sebagai strategi penyebaran informasi keimigrasian selain menyajikan

informasi keimigrasian juga memberikan hiburan kepada masyarakat.

### Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang sudah dikemukakan di atas dapat dijabarkan rumusan masalah yaitu:

1. Bagaimana strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan media film pendek yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu?
2. Bagaimana respon masyarakat terhadap strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan media Film Pendek yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi kelas I TPI Bengkulu?

### Tujuan

Dari rumusan masalah diatas, peneliti bertujuan untuk:

1. Untuk mengkaji strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan film pendek yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu.
2. Untuk mengkaji respon masyarakat terhadap strategi Penyebaran Informasi Keimigrasian menggunakan media Film Pendek yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi kelas I TPI Bengkulu

### Manfaat

1. Manfaat Teoretis  
Menjadikan bahan pustaka untuk penelitian selanjutnya, baik sebagai menjadi dasar atau pembanding penelitian yang berhubungan dengan rumusan penelitian ini dan memberikan gagasan pikiran terkait

penyebaran informasi, serta menjadi sebuah inovasi khususnya penyebaran informasi keimigrasian

## 2. Manfaat Praktis

Harapannya bisa berguna bagi Direktorat Jenderal Imigrasi dalam penyebaran informasi keimigrasian melalui media elektronik sebagai bahan masukan dan evaluasi dalam agar lebih baik dan optimal. Bagi masyarakat agar memudahkan mendapat informasi, memahami pelanggaran keimigrasian, memahami perubahan strategi penyebaran informasi melalui media elektronik yang dijalankan oleh instansi pemerintah

## LANDASAN TEORI

### Penyebaran Informasi

Hasugian berpendapat, informasi merupakan gagasan yang bersifat universal yang berarti berjumlah besar yang terdiri dari berbagai ruang lingkup yang tersimpan dalam suatu media. Dari teori tersebut kesimpulannya sekumpulan data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga menghasilkan informasi bagi Pengguna (Fitriani, 2017).

Penyebaran informasi merupakan aktivitas manusia dengan manusia lainnya yang dilakukan secara terstruktur dengan maksud menciptakan suatu perubahan yang ingin dicapai (Nugroho, 2019). Dalam pelaksanaan strategi penyebaran informasi yang pertama harus dilakukan yaitu mengidentifikasi kasus atau fenomena yang terjadi dalam proses penyebaran informasi tersebut. Dalam menyusun strategi penyebaran informasi yang harus

diperhatikan dalam proses perencanaan penyebaran informasi salah satunya yaitu fokus dalam satu kemungkinan usaha yang dapat menguntungkan terhadap rencana tersebut, memiliki pandangan jangka waktu, mengurangi risiko kegagalan, mengurangi konflik dalam proses perencanaan kegiatan penyebaran informasi, serta menjalin kerjasama dengan instansi lain. Adapun indikator penyebaran informasi pada penelitian ini yaitu :

1. Kesadaran informasi
2. Kemudahan akses informasi
3. Ketertarikan terhadap informasi melalui penyajian film pendek
4. Informasi yang mudah dipahami

### Strategi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy dalam bukunya Dimensi-dimensi Komunikasi menyatakan bahwa, strategi komunikasi adalah dasar dari pelaksanaan kegiatan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang akan dicapai (Lianjani, 2018). Berdasarkan buku yang berjudul “ilmu komunikasi sebuah pengantar ringkas” menyampaikan terdapat 4 faktor terpenting yang harus diperhatikan dalam membuat strategi berkomunikasi, yakni (Arifin, 1984) :

#### 1. Mengenal Khalayak

Dalam menciptakan strategi langkah pertama yang dilakukan mengenal khalayak yang akan diberikan informasi tersebut. Khalayak tidak bersifat pasif namun bersifat aktif, sehingga hubungan antara komunikan dan komunikator harus saling mempengaruhi

2. Menyusun Pesan  
Wilbur Scramm dalam Onong Uchjana terdapat berbagai tolok ukur dalam meningkatkan kesuksesan dalam komunikasi yaitu suatu pesan menggunakan kondisi familiar antara komunikator dan komunikan agar mudah dimengerti, pesan harus mendorong tujuan pribadi komunikasi dan cara untuk mencapainya, dan pesan harus memberikan tanggapan sebuah arahan yang dikehendaki (Lianjani, 2018).
3. Menentukan Metode  
Metode komunikasi yang efektif dikemukakan oleh (Arifin, 1984) yaitu *Redundancy (repetition)*, *Canalizing*, informatif, persuasif, *edukatif method* (metode pendidikan), *cursive method*.
4. Pemilihan Menggunakan Media dalam mencapai sasaran komunikasi dengan cara memilih salah satu ataupun gabungan beberapa media, tergantung dengan tujuan yang ingin dicapai, informasi yang disampaikan, dan strategi yang digunakan. Pemilihan yang terbaik penggunaan media tidak dapat ditegaskan karena memiliki kelebihan dan kekurangan

#### **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif analisis yang bertujuan menggambarkan, menjelaskan, serta menguraikan suatu kejadian dengan fakta-fakta dari sumber yang telah diuraikan secara ilmiah (Sugiyono, 2012). Data

pada penelitian ini didapat melalui wawancara secara terstruktur melalui narasumber dan partisipan yang sudah diidentifikasi, dihubungi dan telah setuju atas informasi yang dibutuhkan. Selanjutnya, pada penelitian ini data juga dapat didapatkan melalui pengamatan (*observation*) berupa bentuk nyata di lapangan, sikap, interaksi interpersonal, dan lainnya. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi data.

#### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

##### **Strategi Penyebaran Informasi Menggunakan Film Pendek yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu**

Dalam mencapai tujuan bersama yang optimal dibutuhkan strategi-strategi penyebaran informasi yang kreatif dan tepat sasaran. Dari dimensi mengenal khalayak, strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan film pendek yaitu masyarakat Provinsi Bengkulu. Menurut salah satu pegawai di Kantor Keimigrasian menyampaikan bahwa masyarakat saat ini lebih menyukai menerima informasi lewat audio visual ketimbang membaca, ditambah masyarakat secara mayoritas telah memiliki smartphone yang terkoneksi internet, sehingga memudahkan masyarakat mengakses informasi melalui media sosial. Dengan adanya film pendek ini harapannya masyarakat yang ingin bekerja di luar negeri seharusnya mengikuti prosedur yang benar dari pembuatan paspor barunya serta mengetahui pentingnya menjadi PMI sesuai prosedur. Sehingga dapat

disimpulkan bahwa dari Informasi tersebut diharapkan agar masyarakat memahami prosedur pembuatan paspor yang benar dan mengetahui pentingnya menjadi PMI sesuai Prosedur.

Selanjutnya berdasarkan dimensi menyusun pesan, langkah yang dilakukan pertama adalah pemikiran ide secara matang seperti pembahasan tema yang akan diangkat, isu yang sedang trend, peran, lokasi pengambilan gambar, serta isi pesan. Kemudian penyajian materi dibuat ringan agar mudah dipahami masyarakat sehingga tertarik untuk menonton film pendek tersebut. cara agar menarik perhatian masyarakat dengan menggunakan judul yang menarik, menggunakan bahasa daerah, menyesuaikan dengan permasalahan yang terjadi dengan memberikan solusi.

Berdasarkan dimensi penetapan metode, penggunaan film pendek tersebut memiliki kelebihan, yaitu dapat di tonton berulang-ulang, dan dijeda untuk mendapatkan informasi yang penting. Apabila masyarakat tertinggal informasi dapat mengulang ataupun menjeda sehingga penyebaran informasi menjadi optimal. Bentuk isi pesan dari film pendek tersebut informatif namun tetap dapat menghibur masyarakat. Film pendek tersebut jugabermanfaat untuk mengambil hati masyarakat dengan memberikan hiburan serta informasi lewat pesan dari film pendek tersebut sehingga citra imigrasi di mata masyarakat meningkat. Bentuk isi dari film pendek tersebut bersifat informatif. Film pendek tersebut selain memberikan hiburan kepada masyarakat juga memberikan

informasi kepada masyarakat, serta dengan harapan mampu meningkatkan citra positif imigrasi di mata masyarakat.

Media yang digunakan dalam menyebarkan film pendek tersebut yaitu menggunakan media sosial Instagram dan YouTube. Alasan penggunaan media sosial ini karena akurat, efisien, dan berbasis online sehingga dapat selalu *Up to date*, serta kualitas jaringan internet di Provinsi Bengkulu sudah baik walaupun masih ada daerah pelosok daerah di pelosok kesulitan akan sinyal dapat diatasi dengan menggunakan banner, brosur, dan lain-lain. YouTube dimanfaatkan merupakan situs terbesar dan terbanyak digunakan oleh masyarakat yang berfungsi untuk berbagi video. Film Pendek yang di Upload di YouTube dapat disebarluaskan dengan mudah melalui link yang akan dibagikan pada media sosial Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu. Akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu memiliki pengikut berjumlah 1477 dengan 672 Postingan. Dengan jumlah followers tersebut penyebaran informasi keimigrasian dalam cakupan yang luas. Berikut akun Instagram Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu.

### **Respon masyarakat terhadap strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan media Film Pendek yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi kelas I TPI Bengkulu**

Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu memiliki strategi penyebaran informasi keimigrasian yang dianggap dapat mengatasi

permasalahan strategi penyebaran informasi keimigrasian yang masih menggunakan typography yang bersifat baku dan selalu monoton. Untuk mengetahui respon masyarakat terhadap strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan film pendek yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi Kelas I TPI Bengkulu, peneliti menggunakan teori dari Anwar Arifin, ia menyampaikan terdapat 4 faktor penting yang harus diperhatikan dalam membuat strategi berkomunikasi yakni Mengenal Khalayak, Menyusun Pesan, Menentukan metode, dan penggunaan media. Kesimpulan dari Respon masyarakat terhadap strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan media Film Pendek yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi kelas I TPI Bengkulu adalah berdasarkan hasil wawancara dengan 7 narasumber masyarakat diatas, sesuai dengan 4 indikator strategi komunikasi yaitu mengenal khalayak, penyusunan pesan, penetapan metode, dan pemilihan media Dalam aspek mengenal khalayak bahwa dari 7 narasumber menyatakan telah menerima dan memahami isi pesan dari film pendek tersebut ini dibuktikan dengan masyarakat mampu menyampaikan kembali isi pesan dari film pendek tersebut yaitu prosedur pembuatan paspor dan bahaya menjadi PMI Ilegal, Informasi dari film pendek ini dilatarbelakangi oleh pekerjaan masyarakat.

Terkait aspek penyusunan pesan masyarakat bahwa masyarakat dapat memahami dan dapat menyampaikan kembali informasi dari film pendek tersebut karena informasi yang

disampaikan mudah dimengerti dan dipahami serta dapat dijadikan edukasi. Masyarakat juga memberikan komentar positif terhadap film pendek ini. Dalam aspek penentuan metode bahwapenggunaan metode film pendek ini sudah tepat karena dapat memudahkan masyarakat dalam menerima informasi, dan mengatasi masalah kejenuhan penyebaran informasi. Terkait aspek pemilihan media bahwa penggunaan media yang digunakan sudah tepat namun agar dapat memperkaya lagi penggunaan platform seperti facebook, tiktok, dan twitter karena akrab dengan masyarakat, mudah di akses dan gratis.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Kesimpulan pada penelitian ini adalah strategi penyebaran informasi keimigrasian menggunakan film pendek ini dilatarbelakangi oleh masyarakat Indonesia lebih menyukai audio visual ketimbang typography, dan hampir seluruh masyarakat telah memiliki smartphone yang terkoneksi dengan internet, serta kualitas internet yang sudah sangat baik. Film pendek merupakan langkah yang tepat karena dalam segi pembiayaan lebih murah ketimbang dengan media konvensional. Sasaran pada film pendek ini yaitu semua kalangan masyarakat dengan umur produktif / umur 18 tahun keatas yang sudah memiliki Kartu Tanda Penduduk (KTP). Dengan mengadopsi kearifan lokal menggunakan Bahasa Daerah, dan menyesuaikan kondisi yang sedang tren yaitu Covid-19 didalam negeri bertujuan untuk menarik

perhatian masyarakat. Langkah dalam penyusunan pesan film pendek berdasarkan pembahasan yang telah matang mengenai tema, tujuan pembuatan, pemeran, lokasi, penggunaan bahasa, dan genre. Dalam penyebaran menggunakan film pendek ini menggunakan media sosial yaitu Instagram dan YouTube. Penggunaan media sosial tersebut dianggap akurat, efisien, dan berbasis online sehingga dapat selalu Up to date, serta mudah diakses oleh masyarakat.

Respon Masyarakat terhadap film pendek tersebut informasi yang terdapat pada film pendek mengenai prosedur pembuatan paspor diperuntukkan bagi semua kalangan masyarakat namun untuk TKI Non prosedural dilatarbelakangi oleh pekerjaan masyarakat. Berdasarkan respon dari masyarakat pesan dalam film pendek ini mudah dipahami dan dimengerti, serta bermanfaat bagi masyarakat. Hal tersebut menjadikan metode penyebaran informasi keimigrasian menggunakan film pendek sudah tepat. Film pendek tersebut mendapatkan komentar positif dari masyarakat yaitu lucu, tidak membosankan, penghayatan peran yang tepat, editing video dari film pendek tersebut rapi, dan alur cerita yang mudah dipahami, serta informasi yang diberikan sangat berguna dan bermanfaat. Pemilihan penggunaan media menurut responden yaitu menggunakan media sosial seperti Instagram, facebook, YouTube, Tik Tok, dan Twitter. Media sosial tersebut akrab dikalangan masyarakat karena gratis, mudah diakses, dan hampir seluruh masyarakat telah memiliki media sosial tersebut.

## Saran

Saran terhadap strategi penyebaran informasi menggunakan film pendek ini agar tetap dipertahankan penggunaan film pendek ini serta lebih ditingkatkan lagi kualitas dari film pendek seperti menggunakan pemeran yang terkenal, branding, dan membuat alur cerita yang lebih menarik. Dari Respon Narasumber menyatakan bahwa menggunakan strategi film pendek sudah tepat karena memudahkan masyarakat dalam menerima dan memahami informasi keimigrasian. Strategi ini agar tetap dipertahankan serta menciptakan inovasi-inovasi terbaru terkait strategi penyebaran informasi keimigrasian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (1984). *Strategi Komunikasi: Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: Armico.
- Cahyono, A. . (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9, 143.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Paradigma*, 19, 148–152.
- G.A.E.B. (2014). Strategi Cyber Public Relations dalam Pembentukan Citra Institusi Pendidikan Tinggi Swasta. *The Messenger*, VI.
- Lianjani, A. (2018). *Universitas Islam Inonesia*. Jakarta: Universitas Islam Indonesia.
- Meilinda, N. (2018). Social Media

- On Campus: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI. *The Journal of society & Media*, 2, 53–64.
- Nugroho, G. . (2019). *Efektivitas Media Sosial Youtube Dalam Kampanye Kesehatan Dinas Kesehatan Kabupaten Pati Dalam Film Pendek Promosi Kampanye Kesehatan “Gerakan Masyarakat Hidup Sehat (Germas)”*. Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.
- O’Reilly, T. (2021). What is web 2.0: Design patterns and business models for the next generation software. Diambil 5 Februari 2021, dari Online website: <http://www.oreilynet.com/lpt/a/6228>
- Palupi, R. (2017). Strategi Humas Grup RS Awal Bros Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Melalui Website. *Simposium Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi (SIMNASIPTEK) 2017*, C–16.
- Putra, M. F. . (2020). Telset.id. Diambil 21 September 2021, dari Online website: <https://telset.id/news/internet/survei-apjii-pengguna-internet-indonesia-196-juta/>
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tempo.co. (2018). Jumlah Pekerja Migran Indonesia ilegal atau PMI ilegal yang ditahan Jabatan Imigrasi Malaysia (JIM) pada 1 Januari-24 Mei 2018 mencapai 6.315 orang. Diambil 5 Februari 2021, dari Online website: <https://nasional.tempo.co/read/1092721/sebanyak-6-315-PMI-ilegal-ditahan-di-malaysia/full&view=ok>