

**THE ROLE OF INSTAGRAM SOCIAL MEDIA IN DISSEMINATING PASSPORT  
SERVICE INFORMATION AT THE CLASS I NON-TPI IMMIGRATION OFFICE  
IN BOGOR**

**PERAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAMDALAM PENYEBARAN INFORMASI  
PELAYANAN PASPORDI KANTOR IMIGRASI KELAS I NON-TPI BOGOR**

DOI:10.52617/tematics.v3i2.348

Catur Susaningsih<sup>1</sup>, Galuh Boy Hertantyo<sup>2</sup>, Uwhaes Abdul Aziz<sup>3</sup>

Politeknik Imigrasi

Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI

Email: [caturSusan7@gmail.com](mailto:caturSusan7@gmail.com)<sup>1</sup>, [galuhboyhertantyo123@gmail.com](mailto:galuhboyhertantyo123@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[93.uwhaesabdulaziz@gmail.com](mailto:93.uwhaesabdulaziz@gmail.com)<sup>3</sup>

**Abstrak**

Media Sosial Instagram merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia dengan jumlah pengguna aktif sebanyak 61.000.000 (enam puluh satu juta). Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor memiliki banyak media sosial yang digunakan dalam penyebaran informasi namun, media sosial Instagram menjadi salah satu media yang paling aktif dan jumlah *followers* terbanyak dibandingkan media sosial lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk membuktikan peran media sosial Instagram dalam penyebaran informasi terkait Pelayanan Dokumen Perjalanan Republik Indonesia (Paspor). Adapun metode penulisan yang digunakan yaitu deskriptif kualitatif dengan pengambilan data melalui wawancara dengan narasumber terkait serta dengan menggunakan teori penyebaran informasi yang disampaikan oleh Sastropetro, terdapat 4 (empat) indikator yaitu, pesan harus jelas, bahasa yang digunakan mudah dipahami, dapat menimbulkan perhatian, dan dapat menyelesaikan masalah.

**Kata Kunci:** Media Sosial, *Instagram*, Penyebaran Informasi, Pelayanan Paspor

**Abstract**

*Social Media Instagram is one of the most widely used social media in Indonesia with a total of 61,000,000 (sixty-one million) active users and can be said to be contemporary social media. The Immigration Office Class I Non-TPI of Bogor has many social media that are used in disseminating information, however, Instagram is one of the most active media and has the highest number of followers compared to other social media. This study aims to prove the role of Instagram social media in disseminating information related to the Republic of Indonesia Travel Document Service (Passport). The method used is descriptive qualitative with data collection through interviews with related sources and by using the theory of dissemination of information conveyed by Sastropetro, there are 4 (four) indicators, namely, must be clear, the language used is easy to reach, can cause attention, and can solve problems. Problem.*

**Keyword:** *Social Media, Instagram, Dissemination of Information, Passport Services*



## PENDAHULUAN

### Latar Belakang Masalah

Pada era globalisasi saat ini, teknologi dan informasi terus berkembang dan mengalami kemajuan yang signifikan. Melihat adanya perkembangan teknologi informasi juga harus didukung pula oleh penggunaan layanan jaringan/koneksi internet di masyarakat. Kemajuan teknologi adalah sesuatu yang tidak bisa kita hindari dalam kehidupan ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Teknologi merupakan alat yang dapat membantu pekerjaan manusia dalam menyelesaikan pekerjaannya. Oetomo berpendapat bahwa pola kehidupan manusia telah berubah sejak adanya teknologi internet, karena dengan adanya internet manusia menjadi makhluk yang seakan tidak pernah tidur, semua jenis kegiatan dapat difasilitasi oleh teknologi internet. Teknologi juga sangat berperan dalam membantu kebutuhan pelayanan kepada masyarakat, dengan adanya bantuan teknologi pelayanan masyarakat yang diberikan oleh pemerintah khususnya dalam penyampaian informasi akan mudah tersampaikan

Di era pandemi Covid-19 yang sedang melanda dunia kurang lebih selama 2 (dua) tahun ini, kegiatan manusia untuk tatap muka sangat terbatas seperti contohnya dalam hal pembelajaran, pekerjaan, dan bentuk sosialisasi lainnya. Salah satu kemajuan yang ada berkat internet adalah adanya teknologi komunikasi berupa media sosial. Maka dari itu hadirnya media sosial sangat penting untuk membantu memecahkan permasalahan yang kini tengah terjadi akibat wabah pandemik.

Media sosial merupakan salah satu teknologi yang ada guna memberikan informasi kepada masyarakat, khususnya pelayanan masyarakat yang ada di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor, layanan media sosial yang dimaksud adalah Instagram dengan *username* “@bogorimigrasi”. Media sosial

*instagram* dipilih dengan alasan media sosial *instagram* merupakan media sosial yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor dengan jumlah pengikut terbanyak dibandingkan dengan media sosial lainnya yang dimiliki. Saat ini hadirnya media sosial juga bukan lagi hanya untuk digunakan saling berkomunikasi semata, akan tetapi dapat digunakan sebagai media komunikasi dan informasi.

Indonesia menjadi salah satu negara yang memiliki pengguna media sosial terbanyak di dunia. Selamatta Sembiring selaku Direktur Pelayanan Informasi Internasional pada Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo), mengatakan bahwa Facebook merupakan salah satu media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia kemudian diikuti dengan Twitter yang menempati urutan kedua. Indonesia menempati urutan ke 4 (empat) dengan jumlah pengguna Facebook dan Twitter terbesar setelah Amerika Serikat diposisi teratas kemudian disusul oleh Brasil dan India. Berdasarkan data yang didapat dari Webershandwick yang merupakan perusahaan pemberi jasa komunikasi, Facebook memiliki 65 juta pengguna aktif secara keseluruhan dengan perincian yakni sebanyak 33 juta pengguna aktif per harinya, 55 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* dalam pengaksesannya per bulan dan sekitar 28 juta pengguna aktif yang memakai perangkat *mobile* per harinya. Di urutan kedua, terdapat media sosial *twitter* yang memiliki 19,5 juta pengguna di Indonesia dari total 500 juta pengguna global [1]. Sementara menurut data yang diberikan oleh *Databooks* pengguna Instagram per Juni 2021, jumlah pengguna *instagram* yang aktif di Indonesia berjumlah 61 juta pengguna. Jika dilihat dari data yang ada maka hal ini merupakan suatu peluang baru untuk bisa berinovasi khususnya dalam pemerintahan.

Yang menjadi fokus pada penulisan ini mengenai media sosial *instagram* terhadap pelayanan paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor.

Pemilihan Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor sebagai lokasi penelitian dikarenakan penulis memiliki pengalaman saat melakukan Kuliah Kerja Nyata (KKN) yang mendapati adanya permasalahan yakni banyak pemohon yang tidak memahami proses permohonan paspor. Hal ini penulis dapatkan melalui observasi pada bulan November tahun 2020 pada saat penulis melakukan KKN. Peran Media Sosial Instagram dalam Penyebaran Informasi Pelayanan Paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor sangat penting, dalam menjembatani penyebaran informasi kepada masyarakat dalam hal permohonan pelayanan permohonan paspor.

Komunikasi antar manusia melalui media sosial yang kini tengah berlangsung di era digitalisasi mengharuskan pemerintah berperan aktif serta memberikan kemudahan dalam pemanfaatan perkembangan teknologi tersebut. Dalam mengikuti perkembangan teknologi tersebut, pemerintah menyediakan akun dengan mengatasnamakan instansi terkait. Penggunaan media sosial ini bisa menjadi solusi untuk memberikan pelayanan yang praktis, yakni dalam hal berkomunikasi serta menjadi jawaban tuntutan masyarakat yang ingin adanya keterbukaan informasi publik. Pemerintah telah menyediakan media sosial dengan harapan masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi melalui media sosial tersebut dengan maksud, adanya *feedback* yang dapat dirasakan langsung oleh masyarakat yang membutuhkan pelayanan informasi berbasis teknologi berupa media sosial.

Seksi Teknologi Informasi Keimigrasian di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor, memiliki tugas melakukan pemanfaatan, pemeliharaan, dan pengamanan sistem teknologi informasi dan komunikasi keimigrasian dan memiliki fungsi penyusunan rencana dan pelaporan dibidang pemanfaatan, pemeliharaan, dan pengamanan sistem teknologi dan informasi keimigrasian; pengumpulan, pengolahan, dan

penyajian data keimigrasian; pemeliharaan dan pengamanan sistem teknologi dan informasi keimigrasian; penyiapan dan pengelolaan informasi dan komunikasi keimigrasian; dan pelaksanaan hubungan masyarakat dan kerja sama antar instansi. Sehingga seksi tersebut dapat menjadi penghubung pengguna media sosial di masyarakat dengan petugas Imigrasi, khususnya di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor. Salah satu contoh penggunaan informasi yaitu dengan menggunakan media sosial adalah dengan menjadikan media sosial tersebut sebagai platform dimana informasi pelayanan Keimigrasian di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor disebarluaskan kepada publik. Mengingat hal tersebut, Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor membuat akun pada media sosial untuk bisa menyebarkan informasi terkait Keimigrasian.

Berdasarkan fenomena tersebut, penulis mengkaji bagaimana peran media sosial membantu petugas imigrasi dalam memberikan informasi pelayanan Keimigrasian kepada masyarakat.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dibahas diatas, terdapat 2 (dua) rumusan masalah pada penelitian ini, yakni:

1. Bagaimana peran media sosial *instagram* dalam penyebaran informasi pelayanan paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor?
2. Bagaimana Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor mengatasi kendala yang ada khususnya dalam penyebaran informasi pelayanan paspor melalui media sosial Instagram?

### Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka didapatkan 2 (dua) tujuan penelitian yakni:

1. Untuk menjelaskan peran media sosial dalam penyebaran informasi pelayanan paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor.
2. Untuk menjelaskan cara mengatasi kendala dalam penyebaran informasi melalui media sosial *instagram* yang dilakukan oleh Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor.

### Manfaat

Berdasarkan tujuan penelitian yang telah dikemukakan diatas maka, penulis berharap dapat memberikan manfaat penelitian berupa:

1. Manfaat Teoritis
  - a. Bagi penulis  
Dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi penulis itu sendiri serta dapat memberikan sumbangsih pemikiran demi kemajuan penggunaan media sosial di Kantor Imigrasi tersebut
  - b. Bagi Peneliti  
Dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan penyebaran informasi melalui media sosial.
  - c. Bagi Poltekim  
Dengan adanya penulisan ini sekiranya dapat menjadikan bahan masukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Manfaat Praktis  
Dapat dijadikan acuan/pedoman untuk melakukan pemanfaatan media sosial, khususnya media sosial *instagram* guna memanfaatkan kemajuan teknologi yang ada khususnya bagi Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor dan instansi pemerintah lainnya pada umumnya.

### TINJAUAN PUSTAKA

#### Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform atau media yang memfokuskan

para pengguna secara daring melakukan aktivitas maupun kolaborasi lainnya [2]. Meike dan Young, memberikan pendapat terkait media sosial yakni sebagai konvergensi antar-pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Dengan demikian, media sosial bisa disebut sebagai fasilitator (media) yang menguatkan hubungan antar-pengguna [3]. Menurut Jones, media sosial bukan hanya percakapan dua arah, juga bukan siaran satu arah seperti media tradisional, yang unik dari media sosial adalah ide untuk tetap berhubungan dengan situs, sumber, dan lain-lain [4].

Berdasarkan pendapat dari para ahli diatas, maka penulis menyimpulkan, bahwa media sosial merupakan sebuah platform dimana orang dapat melakukan interaksi serta memudahkan berbagai kegiatan secara daring. Tidak hanya melakukan komunikasi semata, akan tetapi beberapa media sosial memungkinkan penggunaannya untuk melakukan hubungan bisnis, pendidikan serta hal lainnya.

#### Definisi Informasi

Informasi merupakan hasil dari fakta-fakta yang ada yang telah dikelola sehingga memberikan manfaat bagi penerimanya. Jogiyanto menjelaskan lebih lengkap terkait pengertian informasi dalam bukunya, yakni informasi adalah hasil dari data yang menggambarkan suatu kejadian yang nyata yang digunakan untuk mengambil suatu keputusan dalam bentuk yang lebih berguna dan mudah dimengerti oleh penerimanya [5].

#### Kebutuhan Informasi

Katz, Gurevitch, dan Hass menggolongkan kebutuhan yang diambil dari literatur tentang fungsi-fungsi sosial dan psikologis media massa ke dalam lima kategori, antara lain [6]:

1. Kebutuhan kognitif yakni kebutuhan dalam memperoleh informasi, pemahaman, dan pengetahuan.

2. Kebutuhan afektif terdiri dari kebutuhan terkait emosional, estetis, dan pengalaman menyenangkan.
3. Kebutuhan integratif personal yaitu kebutuhan dalam membangun percaya diri, memperkuat kredibilitas, stabilitas dan status diri.
4. Kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan mempererat hubungan dengan keluarga, teman dan lingkungan sosial lainnya.
5. Kebutuhan pelepasan ketegangan, yakni kebutuhan dalam melakukan pelarian dan pengalihan dari suatu permasalahan tertentu.

### Penyebaran Informasi

Pengertian penyebaran informasi menurut pendapat M Deni Darmawan dan Kunkun Nur Fauzi, mengatakan bahwa informasi merupakan hasil dari pengolahan data, akan tetapi tidak semua hasil dari pengolahan tersebut bisa menjadi informasi, hasil pengolahan data yang tidak memberikan makna atau arti serta tidak bermanfaat bagi seseorang bukanlah merupakan informasi bagi orang tersebut [7].

Proses penyebaran informasi berkaitan erat dengan aktivitas komunikasinya dengan penjelasan bahwa setiap informasi yang disampaikan bergantung pada setiap komunikasi yang dilakukan. Garis kesamaan antara komunikasi dengan informasi terletak pada unsur-unsur yang berperan, ketika aktivitas berlangsung. Berlangsungnya penyebaran informasi yang efektif memerlukan syarat-syarat yang harus dipenuhi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sastropetro yaitu :

1. Pesan yang disebarkan haruslah disusun secara jelas, mantap, dan singkat agar mudah ditangkap. Perlu dipahami bahwa tiap orang mempunyai daya tangkap yang berbeda. Dengan demikian penyebaran pesan haruslah menyusun pesan menurut perhitungan yang dapat ditangkap oleh orang lain atau

sebagian besar orang yang berkepentingan.

2. Lambang-lambang yang digunakan haruslah dapat dipahami, dimengerti oleh mereka yang menjadi sasaran, artinya jikalau menggunakan bahasa, pergunakanlah bahasa yang dapat dimengerti.
3. Pesan yang disampaikan atau disebarkan hendaknya dapat menimbulkan minat, perhatian, dan keinginan pada si penerima pesan untuk melakukan sesuatu.
4. Pesan-pesan yang disampaikan atau disebarkan hendaknya menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah, sekiranya ada masalah.

### Definisi Komunikasi

Dedy Mulyana menjelaskan bahwa komunikasi berasal dari bahasa Inggris yakni *communication*, di mana kata ini berasal dari bahasa Latin yakni *communis* (sama), *communicatio*, atau *communicare* (membuat sama). Maka komunikasi merupakan proses untuk menciptakan kesamaan dalam hal yang dibicarakan antar orang melalui pesan yang disampaikan. Tanpa adanya kesamaan hal, maka tidak akan terjadi komunikasi [8].

Jenis dan Kelly menyebutkan komunikasi adalah suatu proses ketika seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak) [8].

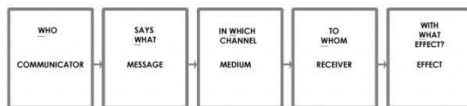
Berdasarkan pemahaman diatas, penulis mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu proses seseorang selaku pemberi pesan, menyampaikan pesannya dengan tujuan mempengaruhi penerima pesan.

### Model Komunikasi Harold-Lasswell

Harold Lasswell berpendapat, cara yang baik dalam mengetahui komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan

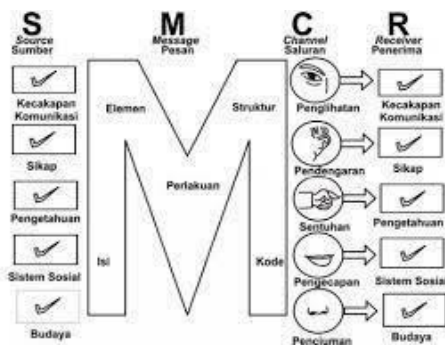
siapa yang mengatakan, mengatakan apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan pengaruh apa. Model komunikasi menurut Harold Lasswell atau dikenal juga dengan paradigma Lasswell, yaitu [8]:

1. Siapa sumbernya (*who*)
2. Apa yang disampaikan (*says what*)
3. Melalui media apa (*In which channel*)
4. Kepada siapa sasarannya (*To whom*)
5. Apa pengaruhnya (*With what effect*)



Gambar 1 Model Komunikasi Harold Lasswell

**Model Komunikasi Berlo**



Gambar 2. Model Komunikasi Berlo

David Berlo adalah ilmuwan yang mengemukakan model komunikasi yang dikenal dengan SCMR. SCMR merupakan singkatan dari *Source*, *Message*, *Channel*, dan *Receiver*. Berlo mengemukakan bahwa sumber adalah pihak baik individu maupun kelompok yang mengirim pesan. Pesan adalah suatu gagasan yang berisi informasi yang diterjemahkan dalam kode simbolik seperti bahasa atau isyarat [8].

**Komunikasi Massa**

Rakhmat berpendapat bahwa komunikasi massa adalah salah satu jenis komunikasi yang ditunjukkan untuk khalayak banyak secara anonim dan heterogen melalui media cetak maupun elektronik sehingga pesan akan diterima secara serentak oleh penerima pesan [9].

Secara sederhana komunikasi massa adalah suatu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa kepada masyarakat luas [9]. Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa diperlukannya media massa sebagai wadah atau tempat untuk menyampaikan pesan kepada orang banyak, apabila terjadi komunikasi dalam skala besar sebagai contoh komunikasi yang terjadi pada saat orasi di halaman luas dan dihadiri oleh banyak orang, hal tersebut tidak dapat dikatakan sebagai komunikasi massa.

**Media Massa**

Media massa menurut Littlejohn adalah sarana penyampaian pesan-pesan, aspirasi masyarakat, sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita ataupun pesan kepada masyarakat langsung secara luas

Pada dasarnya media massa dibagi menjadi dua kategori, yakni media cetak dan media elektronik. Media massa yang termasuk dalam kategori media cetak adalah surat kabar dan majalah, sedangkan yang termasuk dalam kategori media elektronik adalah televisi, radio, media *online* (komputer dan internet)[9].

**Hubungan Masyarakat**

*Public Relations* merupakan suatu cara untuk menciptakan pemahaman publik sehingga terdapat hubungan yang baik antara individu maupun organisasi [10]. Frank Jefkins dalam bukunya yang diterjemahkan oleh Haris Munandar, mendefinisikan humas sebagai suatu hal yang berisi tentang keseluruhan aktivitas komunikasi antara organisasi dengan semua khalayak secara terencana untuk mencapai suatu tujuan organisasi yang berlandaskan pada saling pengertian

[11]. R. Muntahar dalam bukunya menjelaskan bahwa humas adalah suatu kegiatan yang dilakukan organisasi melalui komunikasi dan sarana lain seperti media massa secara terencana untuk mendapatkan pengakuan serta dukungan dari masyarakat yang menyangkut itikad baik, rasa simpati, serta saling mengerti, untuk mendapatkan pengakuan serta dukungan dari masyarakat [12]

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang dilakukan pada objek atau kondisi yang alamiah, yakni kondisi yang berkembang apa adanya dan tidak dimanipulasi serta tidak terpengaruh oleh hadirnya peneliti [13]. Pada penulisan karya tulis akhir ini, penulis menggunakan teknik wawancara dan observasi dalam pengambilan data serta menggunakan teknik Miles dan Huberman dalam menganalisis data tersebut.

### Objek penelitian

Didalam melakukan penelitian ini, maka penulis melakukan pengambilan objek penelitian (lokasi penelitian) yang berlokasi pada Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor, yang beralamat di Jalan Ahmad Yani Nomor 19, Tanah Sereal, Kecamatan Tanah Sereal, Kota Bogor, Jawa Barat yang dilaksanakan sekitar bulan Januari sampai dengan saat ini di tahun 2021. Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor memiliki wilayah kerja yang telah ditetapkan pada Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor M.14.PR.07.04 Tahun 2003 tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Imigrasi. Berdasarkan Keputusan Menteri tersebut, Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor memiliki wilayah kerja meliputi Kota Bogor yang memiliki 6 (enam) kecamatan dan Kabupaten Bogor

yang memiliki 40 (empat puluh) kecamatan. Pada penelitian ini, peneliti mengambil objek penelitian berupamedia sosial Instagram milik Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor [14].

## Sumber Data Penelitian

### 1. Data Primer

Data primer adalah data yang didapatkan langsung oleh peneliti melalui wawancara kepada narasumber serta observasi lapangan. Adapun narasumber yang akan diwawancarai adalah 4 (empat) narasumber dari Pejabat Struktural yang terdiri dari 1 (satu) orang Kepala Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian, 2 (dua) orang Kepala Sub Seksi yaitu Kepala Sub Seksi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian dan Kepala Sub Seksi Teknologi dan Komunikasi Keimigrasian, serta 1 (satu) Analis Keimigrasian

### 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang tidak didapatkan langsung oleh penulis. Data sekunder dalam penelitian ini berupa data tambahan berupa referensi buku yang berkaitan dengan pelayanan publik, komunikasi massa, dan informasi.

## Prosedur Penelitian

Berdasarkan gambar tersebut, Penelitian ini dilakukan melalui tahapan-tahapan sebagai berikut:

### 1. Identifikasi Masalah

Tahap identifikasi masalah ini dimulai saat penulis melakukan kegiatan KKN di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor. Penulis melakukan wawancara terhadap tim humas Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor bahwasannya Analis Keimigrasian Ahli Pertama pada Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian.

## 2. Tahap Pengumpulan data

Adapun data yang didapatkan oleh penulis dalam penelitian ini dikumpulkan melalui proses sebagai berikut:

a. Wawancara, merupakan proses pengumpulan data dengan melakukan pertemuan kepada narasumber untuk mendapatkan informasi melalui tanya jawab sehingga dapat dijadikan bahan untuk mengambil kesimpulan dalam topik penelitian [13]. Adapun wawancara yang akan dilakukan adalah wawancara terstruktur, dan semi terstruktur untuk mendapatkan informasi yang lebih dalam. Daftar pertanyaan yang ditanyakan kepada narasumber adalah pertanyaan yang telah dibuat oleh penulis dengan berdasarkan Teori Penyebaran Informasi menurut Sastropetro, yakni pesan harus jelas, bahasa mudah dipahami menimbulkan perhatian, dan pesan dapat menyelesaikan masalah.

b. Observasi, yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan lebih spesifik dalam pengamatan terkait data yang akan diambil. Dalam penelitian ini observasi digunakan untuk mengamati penyebaran informasi pelayanan keimigrasian melalui media sosial pada Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor. Pengamatan ini dilakukan demi menghasilkan suatu kesimpulan atas penelitian yang sedang dilakukan.

c. Dokumentasi, merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen terkait yang mendukung penelitian seperti tulisan, gambar atau karya-karya dari seseorang. Teknik ini digunakan untuk menambah kredibilitas dari teknik pengumpulan data sebelumnya, yakni wawancara dan observasi.

## 3. Analisis Data

Pada penelitian ini penulis menggunakan teknik Miles dan Huberman yang mengemukakan bahwa aktivitas analisis data kualitatif dilakukan berulang secara langsung sehingga data menjadi jenuh. Proses analisis data sudah dimulai Ketika merumuskan masalah dan saat terjun di lapangan, hal ini akan dilakukan terus menerus sampai penulisan hasil penelitian [13]. Adapun aktivitas dalam analisis data adalah sebagai berikut [13]:

### a. *Data Reduction*

Semakin lama penelitian dilakukan di lapangan maka jumlah data akan bertambah banyak dan rumit. Maka diperlukannya *Data Reduction*, yakni proses merangkum atau memilih hal-hal yang penting dari banyaknya data yang didapat. Dengan demikian data yang direduksi akan lebih jelas dan memudahkan penulis dalam melakukan pengumpulan data selanjutnya.

### b. *Data Display*

Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah dengan menampilkan data. *Data Display* adalah proses penyajian data dalam bentuk uraian, bagan, flowchart dan sejenisnya. Namun Miles dan Huberman menyatakan bahwa penyajian data yang paling sering disajikan dalam penelitian kualitatif adalah teks dalam bentuk narasi. Dengan menyajikan data, akan memudahkan penulis dalam memahami apa yang terjadi, sehingga dapat merencanakan apa yang akan dilakukan selanjutnya.

c. *Conclusion Drawing*

Langkah selanjutnya dalam analisis data menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal sifatnya masih sementara dan dapat berubah sewaktu-waktu ada data terbaru yang penulis dapatkan. Apabila *data display* sudah didukung oleh data-data yang valid dan konsisten, maka selanjutnya dapat dibuat kesimpulan yang kredibel. Maka dari itu penelitian kualitatif bisa menjawab rumusan masalah dan bisa juga tidak, hal itu dikarenakan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian di lapangan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Hasil Penelitian**

Adapun data yang disajikan adalah data primer berupa catatan hasil wawancara yang diperoleh dari narasumber/ informan, hasil observasi, serta data sekunder. Dalam hal ini terdapat catatan hasil wawancara dan juga hasil observasi lapangan sebagai data primer penelitian ini. Adapun pertanyaan yang penulis berikan untuk menjawab pertanyaan pertama adalah pertanyaan yang menggunakan teori penyebaran informasi Sastropetro:

1. Hasil wawancara terhadap bapak Hasan Abdullah selaku Kepala Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian.

Teori	Pendapat Narasumber
Pesan harus jelas (tidak menimbulkan	Dalam melakukan penyebaran informasi kita mengikuti

kerancuan bagi penerima pesan)	ketentuan berdasarkan arahan saat seminar yang diadakan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi kepada petugas yang bersangkutan yang berisi tentang bagaimana sehingga tidak ada kerancuan dalam penyebaran informasi.
Bahasa mudah dipahami	Bahasa yang digunakan bukanlah bahasa yang baku, jadi masyarakat bisa paham informasi yang kami berikan.
Menarik Perhatian	Desainnya pasti yang menarik agar orang lain mau melihat konten yang kita buat dan membaca informasi yang kita berikan melalui Instagram tersebut
Dapat menyelesaikan masalah	Instagram bisa dibilang efektif walau tidak seefektif menyebarkan informasi melalui

	media lain seperti radio.  Menurut saya sangat berpengaruh dalam hal pemahaman masyarakat akan pelayanan paspor yang kami berikan
--	---

2. Hasil wawancara terhadap Bapak Ruben Anderson selaku Kepala Subseksi Teknologi dan Komunikasi Keimigrasian

Teori	Pendapat Narasumber
Pesan harus jelas (tidak menimbulkan kerancuan bagi penerima pesan)	Informasi yang disampaikan menggunakan bahasa sehari-hari karena jika menggunakan bahasa yang terlalu tinggi atau terlalu akademis, dapat menimbulkan kesalahpahaman dari arti dan maksud yang dipahami oleh pemohon, sebab pemohon berasal dari berbagai kalangan. Maka dari itu, Bahasa yang merakyat

	merupakan Bahasa yang tepat dalam memberikan informasi
Bahasa mudah dipahami	Bahasa yang diharapkan agar pemohon dapat mengerti serta memahami maksud dari informasi yang diberikan, adalah Bahasa yang digunakan didalam kehidupan sehari-hari.
Menarik Perhatian	Desain yang ditampilkan dalam konten informasi yang diunggah dalam sosial media, sudah cukup menarik. Karena selain isi dari informasi yang diberikan, desain yang menarik juga merupakan salah satu penarik perhatian pemohon untuk dapat memerhatikan informasi yang diberikan. Desain yang menarik serta simple, dirasa

	cukup untuk menampilkan konten informasi yang diunggah dalam sosial media
Dapat menyelesaikan masalah	Ya sejauh ini informasi yang disampaikan oleh petugas di kanim bogor sudah cukup efektif dan dapat diterima oleh masyarakat dengan baik khususnya di media sosial

3. Hasil wawancara terhadap Bapak Marthin Jordan selaku Analis Keimigrasian.

Teori	Pendapat Narasumber
Pesan harus jelas (tidak menimbulkan kerancuan bagi penerima pesan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Tim humas Direktorat Jenderal Imigrasi menyarankan bahwa konten yang kita produksi bersifat kasual, tata bahasa harus dimengerti masyarakat, tidak kaku</li> </ul>

	<p>dan harus berbeda dengan laporan yang menggunakan bahasa yang formal.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Dalam penyampaian informasi kita yang mengurus penyebaran informasi di Instagram selalu berkoordinasi kepada pimpinan, baik itu Kepala Sub Seksi, Kepala Seksi, bahkan kalau diperlukan bisa sampai ke Kepala Kantor. Agar kita yakin bahwa apa yang kita sebarakan tidak akan menimbulkan</li> </ul>
--	---

	n salah persepsi bagi masyarakat.
Bahasa mudah dipahami	Tim humas Direktorat Jenderal Imigrasi menyarankan bahwa konten yang kita produksi bersifat casual, tata bahasa harus dimengerti masyarakat, tidak kaku dan harus berbeda dengan laporan yang menggunakan bahasa yang formal.  Untuk bahasa sunda kita belum pernah menggunakannya, karena kita melihat kondisi bahwa memang mayoritas masyarakat Bogor adalah suku Sunda, akan tetapi Bogor memiliki masyarakat yang urban.
Menarik Perhatian	Desain yang ditampilkan dalam konten informasi yang diunggah dalam sosial media, sudah

	cukup menarik. Karena selain isi dari informasi yang diberikan, desain yang menarik juga merupakan salah satu penarik perhatian pemohon untuk dapat memerhatikan informasi yang diberikan. Desain yang menarik serta simple, dirasa cukup untuk menampilkan konten informasi yang diunggah dalam sosial media
Dapat menyelesaikan masalah	Masyarakat lebih mudah dalam mengakses informasi terlebih dalam kondisi pandemic seperti ini. Jadi peran seksi tikim itu sangat penting yang pertama penyebaran informasi, pelayanan pengaduan, dan jadi penghubung antara masyarakat dengan pelayanan paspor.

Berikut ini akan disampaikan kesimpulan dari tabel wawancara yang berkaitan dengan kendala dalam

penyebaran informasi melalui media sosial Instagram.

Narasumber	Keterangan
Bapak Hasan Abdullah, S.H., M.Si.	Kendala yang ada yakni masalah kesisteman dan jaringan internet serta Sumber Daya Manusia yang kurang.
Bapak Ruben Anderson Amd. Im, S.E.,M.M.	Kendala yang ada yaitu petugas yang tidak terlalu pandai dalam hal teknologi dan juga komunikasi melalui media sosial dan juga faktor eksternal dari masyarakat itu sendiri yang tidak aktif mengikuti media sosial Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor.
Bapak Marthin Jordan, S.E	Kendala yang ada yaitu terbatasnya Sumber Daya Manusia dengan latar belakang pendidikan yang berhubungan dengan teknologi ataupun hubungan masyarakat.

## Pembahasan

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah mempertanyakan bagaimana peran media sosial Instagram terhadap penyebaran informasi pelayanan paspor dengan teori penyebaran informasi dan cara mengatasi kendala yang ada. Adapun landasan teori yang akan digunakan pada penelitian ini yaitu dengan menggunakan teori penyebaran informasi yang dikemukakan oleh Sastropetro. Dalam menjawab rumusan masalah tersebut, peneliti akan mencocokkan teori dengan fakta yang terjadi di lapangan yakni di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor.

Adapun peran media sosial Instagram dalam penyebaran informasi pelayanan paspor adalah sebagai berikut:

1. Memberikan informasi kepada masyarakat terkait persyaratan permohonan paspor
2. Memberikan informasi kepada masyarakat terkait prosedur pembuatan paspor.
3. Memberikan informasi kepada masyarakat terkait kebijakan terbaru selama pandemi covid-19
4. Memberikan informasi terkait inovasi pengambilan paspor *drive thru*
5. Memberikan informasi terkait inovasi *Eazy Passport*
6. Memberikan informasi terkait inovasi Pepes Ikan Asin.
7. Memberikan informasi terkait inovasi pelayanan Pepes Tahu
8. Memberikan informasi terkait inovasi pelayanan Pepes Peda

Dalam teori penyebaran informasi menurut Sastropetro, terdapat 4 (empat) indikator yang akan mempengaruhi keberhasilan dalam proses komunikasi. Indikator-indikator tersebut adalah pertama, pesan harus jelas, kedua, bahasa yang digunakan mudah dipahami, ketiga, pesan menimbulkan perhatian, dan yang keempat adalah pesan dapat

menyelesaikan masalah. Data-data yang diperoleh akan dianalisis, dengan menyesuaikan antara keadaan atau fakta di lapangan dengan indikator-indikator tersebut. Dengan demikian akan diperoleh suatu kesimpulan yang akan menjadi rekomendasi mengenai objek kajian, sehingga dapat sesuai dengan indikator dalam teori tersebut. Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan dari wawancara terhadap narasumber, didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Pesan harus jelas

Untuk memberikan informasi maka isi pesan yang disampaikan harus jelas tujuannya. Berdasarkan data yang didapat, Kantor Imigrasi sudah memberikan informasi dengan jelas sesuai kebutuhan masyarakat, maka hal ini sesuai dengan indikator pertama dalam penyebaran informasi.

2. Bahasa yang digunakan mudah dipahami

Berdasarkan data yang diperoleh dari narasumber, bahasa yang digunakan dalam penyebaran informasi sudah menggunakan Bahasa Indonesia yang mudah dipahami oleh masyarakat, maka dapat disimpulkan bahwa Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor telah memenuhi kriteria inidalam penyebaran informasi.

3. Pesan Menimbulkan perhatian

Konten yang bagus akan menarik perhatian bagi masyarakat untuk membaca pesan yang disampaikan melalui *instagram*. Berdasarkan data dari wawancara, Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor telah memberikan konten yang menarik melalui *design* kekinian pada konten Instagram.

4. Pesan dapat menyelesaikan masalah

Bagi masyarakat yang belum pernah sama sekali melakukan permohonan paspor akan kesulitan, maka pesan yang disampaikan pada akun Instagram @imigrasibogor harus membuat permasalahan tersebut terselesaikan. Berdasarkan data yang ada, akun Instagram @imigrasibogor sudah memberikan informasi bagaimana prosedur pembuatan paspor termasuk inovasi seperti *Eazy Passport*, *Pepes Ikan Asin*, dan *Pepes Ikan Pedas* yang memudahkan masyarakat selama pandemi covid-19.

Penyebaran informasi melalui media sosial Instagram di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor terkait pelayanan paspor kepada masyarakat, pada praktiknya tentu juga mengalami kendala dan hambatan. Hal tersebut sudah dibuktikan melalui wawancara terhadap narasumber yakni pegawai di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor.

Berdasarkan keterangan dari narasumber terkait, terdapat kesamaan dalam memberikan jawaban mengenai kendala yang ada. Narasumber memiliki jawaban yang sama yaitu adanya kendala pada sumber daya manusia yang kurang memadai. Kemudian ada pula narasumber yang mengatakan terkait kurangnya dukungan melalui peralatan dan anggaran yang ada. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kendala yang ada dalam penyebaran informasi ini terdiri dari kurangnya Sumber Daya Manusia, prasarana yang kurang mendukung, anggaran yang tidak mencukupi tim humas dalam perawatan, serta pembaruan prasarana dalam menyebarkan informasi melalui Instagram serta adanya beberapa kalangan masyarakat yang belum mengenal Instagram.

Kendala pertama yakni kurangnya Sumber Daya Manusia, tetap bisa diatasi dan bukan berarti penyebaran informasi di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor terhenti, hal ini tetap dilakukan dengan Sumber Daya Manusia yang ada dengan menambahkan wawasan atau ilmu terkait hal-hal yang berhubungan dengan proses penyebaran informasi melalui seminar yang diselenggarakan oleh Tim Humas Direktorat Jenderal Imigrasi. Adapun seminar yang diberikan kepada petugas yang berada di Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian tersebut membahas yang berkaitan dengan cara menggunakan kamera, mengedit foto dan video, mengoperasikan *software*, cara membuat konten yang menarik kepada masyarakat.

Untuk mengatasi kendala yang pertama yakni masalah kurangnya Sumber Daya Manusia yang berkompeten dalam bidangnya yaitu dengan melakukan perekrutan Petugas Imigrasi yang memiliki keahlian dalam proses penyebaran informasi tersebut, seperti dapat menggunakan kamera, mengedit foto dan video, serta kegiatan lain yang berkaitan dengan pembuatan konten Instagram. Jika tidak ditemukan petugas yang memiliki latar belakang tersebut maka akan dicari petugas yang setidaknya mengerti menggunakan media sosial dan mengoperasikan sistem secara mendasar.

Cara mengatasi kendala selanjutnya adalah fasilitas yang kurang mendukung pada penyebaran informasi, seperti belum menggunakan kamera terbaru, perangkat komputer yang masih menggunakan sistem operasi dan perangkat yang lama. Hal ini bukan menjadi alasan untuk berhentinya penyebaran informasi, meski dengan fasilitas yang terbatas, penyebaran informasi tetap dilakukan dengan perangkat lunak yang ada, petugas imigrasi yang bertugas berusaha memaksimalkan fasilitas tersebut sampai mendapatkan hasil yang memuaskan. Selain itu narasumber juga berpendapat

bahwa jika terdapat masalah pada jaringan internet, kendala ini masih bisa diatasi oleh petugas dengan menggunakan kuota data internet pribadi yang nantinya akan diganti oleh anggaran yang tersedia jika memiliki bukti yang bisa dipertanggung jawabkan. Adapun narasumber berpendapat permasalahan ini terjadi akibat kurangnya anggaran dari DIPA untuk memenuhi kegiatan dalam penyebaran informasi tersebut.

Kendala yang terakhir terkait ada beberapa kalangan yang tidak menggunakan Instagram atau bahkan media sosial lainnya, hal ini juga bukan berarti Kantor Imigrasi berhenti dalam hal penyebaran informasi. Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor juga memiliki media sosial lain, walaupun tidak seaktif Instagram, namun di media sosial lainnya diharapkan bisa menjangkau masyarakat yang tidak menggunakan Instagram melainkan media sosial lainnya. Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor melakukan penyebaran informasi media massa lainnya seperti pihak penyiaran radio. Penyebaran informasi melalui radio ini, diharapkan informasi tersebut tetap tersampaikan ke masyarakat yang tidak memiliki media sosial.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan data, fakta dan informasi dalam pembahasan mengenai penyebaran informasi melalui media sosial *instagram* yang dimiliki oleh Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor, berdasarkan pendapat dari Sastropetro terkait penyebaran informasi, maka dapat disimpulkan bahwa Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor telah mampu berperan dalam menyebarkan informasi terkait kebijakan terbaru yang dikeluarkan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi kepada masyarakat seperti pelayanan *Eazy passport* sampai dengan informasi terkait pemberhentian layanan paspor selama Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat

(PPKM), peran selanjutnya yakni memberikan informasi terkait pelayanan Keimigrasian khususnya dalam pelayanan paspor bagi WNI, serta menyebarkan informasi berbagai inovasi yang ada di Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor. Media sosial Instagram telah berpengaruh kepada masyarakat dimana saat ini sudah jarang masyarakat yang bertanya mengenai persyaratan permohonan paspor dan juga prosedur permohonannya. Fokus penyebaran informasi yang dilakukan oleh Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor kini berkaitan dengan penyebaran informasi mengenai inovasi pelayanan paspor. Adapun apa yang disampaikan melalui Instagram tersebut sudah memenuhi kriteria dari indikator penyebaran informasi yang dikemukakan oleh Sastropetro, yakni pesan harus jelas, pesan menimbulkan perhatian, bahasa yang digunakan mudah dipahami, pesan dapat memecahkan masalah. Sehingga peran media sosial Instagram dalam penyebaran informasi yang dilakukan oleh Kantor Imigrasi Kelas I Non-TPI Bogor sudah berjalan baik.

Dalam pelaksanaan penyebaran informasi tersebut tetap ada kendala yang dihadapi, 3 (tiga) kendala tersebut yaitu, kurangnya SDM tidak memiliki latar belakang pendidikan yang sesuai dengan kualifikasi, prasarana yang kurang mendukung seperti belum menggunakan kamera dan aplikasi editing yang terbaru, serta yang terakhir adalah masih ada beberapa masyarakat yang tidak menggunakan Instagram karena tidak memahami media sosial tersebut. Untuk menjawab rumusan masalah kedua, kendala tersebut bukan penghalang bagi petugas untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Penyebaran informasi tetap dilakukan dengan memberikan pelatihan kepada petugas di Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian dengan memaksimalkan prasarana peralatan yang ada, memaksimalkan prasarana yang tersedia sebaik mungkin, serta

melakukan penyebaran informasi melalui media massa lainnya.

### Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah penulis sampaikan di atas, penulis ingin memberikan saran, yaitu:

- 1) Anggaran yang sudah ada dalam DIPA untuk lebih dimaksimalkan Kembali, dalam hal penganggaran dan pendistribusian di Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian.
- 2) Perekrutan Sumber Daya Manusia yang memiliki kualifikasi Kehumasan atau Teknologi.
- 3) Menyediakan Prasarana berupa kamera untuk mendukung pengambilan gambar atau video yang berkualitas.
- 4) Menyediakan Aplikasi yang digunakan untuk mengedit gambar ataupun video (*Software Editing*).

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Kominfo, "Kominfo : Pengguna Internet di Indonesia 63 Juta Orang," 2013. [https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/kominfo+%3A+pengguna+internet+di+indonesia+63+juta+orang/0/berita\\_satker](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/3415/kominfo+%3A+pengguna+internet+di+indonesia+63+juta+orang/0/berita_satker) (accessed Mar. 20, 2021).
- [2] A. Setiadi, "Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi," *J. Hum.*, vol. 16, no. 2, pp. 1–7, 2016.
- [3] R. Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.
- [4] R. Jones, "Social Media Marketing 101. Part 1," *Search Engine Watch*, 2009. <https://www.searchenginewatch.com/2009/02/16/social-media-marketing-101-part-1/> (accessed Mar. 21, 2021).
- [5] Jogiyanto, *Analisis & Desain*

- Sistem Informasi*. Yogyakarta: Andi Offset, 1999.
- [6] J. G. Blumler and E. Katz, *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*. London.
- [7] D. Darmawan and K. N. Fauzi., *Sistem Informasi Manajemen*. Bandung: Rosdakarya, 2013.
- [8] D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, vol. 41, no. 23–6. PT. Remaja Rosdakarya, 2014.
- [9] E. Ardianto, L. Komala, and S. Karlinah, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, Revisi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007.
- [10] Z. Mukarom and M. Laksana, *Manajemen Public Relation (Panduan Efektif Pengelolaan Hubungan Masyarakat)*, I. Bandung: Pustaka Setia, 2015.
- [11] F. Jefkins, *Public Relations*. Erlangga, 1995.
- [12] R. S. Muntahar, “Hubungan Masyarakat: Fungsi dan Peranannya dalam Manajemen,” *Yogyakarta Andi Offset*, 1985.
- [13] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2019.
- [14] Menteri Kehakiman, *Keputusan Menteri Kehakiman Republik Indonesia Nomor M.14.PR.07.04 Tahun 2003 tentang tentang Organisasi dan Tata Kerja Kantor Imigrasi*. Indonesia, 2003.