

SIMPLIFIKASI INFORMASI DAN MANAJEMEN REPUTASI KONTEN TIKTOK DIREKTORAT JENDERAL IMIGRASI

Sitti Nurrachmah, M.I.Kom

Program Studi Kehumasan, Lembaga Pendidikan dan Pengembangan Profesi Indonesia
Jl Pahlawan No. 59 Bandung
sittinurrachmah@plb.ac.id

Abstrak

Transformasi digital mendorong instansi pemerintah memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik yang lebih efektif. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi simplifikasi informasi dan manajemen reputasi yang diterapkan Direktorat Jenderal Imigrasi melalui konten TikTok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode qualitative content analysis terhadap tiga video dengan tingkat engagement tinggi yang dipilih secara purposive. Analisis dilakukan terhadap elemen visual, narasi, teks, audio, dan konteks penyampaian pesan untuk mengidentifikasi fungsi komunikasi publik pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Direktorat Jenderal Imigrasi menerapkan tiga strategi komunikasi yang saling melengkapi. Pertama, dokumentasi visual dan storytelling dimanfaatkan untuk membangun reputasi institusi melalui penyajian aktivitas penegakan hukum secara transparan. Kedua, simplifikasi informasi dilakukan melalui demonstrasi visual, bahasa komunikatif, dan penyajian prosedur secara bertahap sehingga memudahkan masyarakat memahami layanan keimigrasian. Ketiga, simulasi pelayanan digunakan untuk mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kepercayaan masyarakat sebelum mengakses layanan. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen Government Public Relations yang mendukung pembentukan reputasi, peningkatan pemahaman layanan, dan penguatan kepercayaan publik terhadap institusi pemerintah.

Kata kunci : *government public relations, tiktok, simplifikasi informasi, reputasi institusi, komunikasi publik.*

Abstract

Digital transformation has encouraged government institutions to utilize social media as a more effective channel for public communication. This study aims to analyze the information simplification and reputation management strategies applied by the Directorate General of Immigration through TikTok content. The research uses a qualitative approach with a qualitative content analysis method on three videos with high engagement levels selected purposively. The analysis covers visual elements, narration, text, audio, and the context of message delivery to identify the functions of government public communication. The results show that the Directorate General of Immigration implements three complementary communication strategies. First, visual documentation and storytelling are used to build institutional reputation by presenting law enforcement activities transparently. Second, information simplification is carried out through visual demonstrations, communicative language, and step-by-step presentation of procedures, making it easier for the public to understand immigration services. Third, service simulation is used to reduce uncertainty and increase public trust before accessing services. These findings indicate that TikTok functions not only as a medium for disseminating information, but also as a Government Public Relations instrument that supports reputation building, improved understanding of services, and strengthened public trust in government institutions.

Keywords : *government public relations, tiktok, information simplification, institutional reputation, public communication.*

1. Pendahuluan

Transformasi digital telah mengubah cara pemerintah berkomunikasi dengan masyarakat. Jika sebelumnya penyampaian informasi publik lebih banyak dilakukan melalui media massa, siaran pers, atau laman resmi instansi, kini media sosial berkembang menjadi saluran

utama komunikasi publik karena mampu menjangkau masyarakat secara cepat, interaktif, dan terbuka. Perubahan tersebut mendorong pemerintah untuk tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga membangun hubungan yang lebih dekat dengan masyarakat melalui komunikasi yang transparan, partisipatif, dan responsif terhadap kebutuhan publik [1],[2]. Dalam konteks ini, Government Public

Relations (GPR) memiliki peran penting dalam mengelola komunikasi publik sekaligus membangun kepercayaan masyarakat terhadap institusi pemerintah [3].

Salah satu media sosial yang berkembang pesat sebagai sarana komunikasi publik adalah TikTok. Platform berbasis video pendek ini memungkinkan organisasi menyampaikan informasi melalui kombinasi visual, audio, teks, dan narasi yang lebih menarik dibandingkan media berbasis teks. Karakteristik tersebut menjadikan TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi dan komunikasi organisasi. Bagi instansi pemerintah, kemampuan mengelola konten yang ringkas, mudah dipahami, dan sesuai dengan karakteristik audiens menjadi faktor penting dalam meningkatkan efektivitas komunikasi publik [3],[5].

Direktorat Jenderal Imigrasi merupakan salah satu instansi pemerintah yang aktif memanfaatkan TikTok melalui akun resmi **@ditjen_imigrasi**. Sebagai institusi yang menjalankan fungsi pelayanan keimigrasian sekaligus penegakan hukum, Direktorat Jenderal Imigrasi menghadapi tantangan untuk menyampaikan informasi pelayanan yang bersifat prosedural sekaligus membangun reputasi institusi di ruang digital.

Oleh karena itu, setiap konten yang dipublikasikan tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai representasi profesionalisme, transparansi, dan akuntabilitas organisasi. Menurut Doorley dan Garcia (2025), reputasi organisasi dibangun melalui konsistensi antara identitas yang dikomunikasikan dengan pengalaman nyata yang diterima oleh publik [6].

Kajian mengenai komunikasi pemerintah melalui media sosial menunjukkan bahwa platform digital mampu meningkatkan transparansi, memperluas akses informasi, serta memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat [2].

Penelitian Kriyantono dan Safitri (2024) juga menegaskan bahwa praktik Government Public Relations pada era media baru menuntut organisasi pemerintah mengelola konten digital yang informatif, relevan, dan berorientasi pada kebutuhan publik [3]. Di sisi lain, Satria dan Nurmandi (2024) menunjukkan bahwa penelitian mengenai media sosial pemerintah terus berkembang, tetapi masih didominasi oleh pembahasan mengenai komunikasi kebijakan, partisipasi publik, dan tata kelola pemerintahan. Penelitian yang secara khusus mengkaji bagaimana TikTok dimanfaatkan untuk menjalankan beberapa fungsi komunikasi publik pemerintah secara bersamaan masih relatif terbatas [7].

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa konten TikTok pemerintah tidak

hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi strategis yang mampu membangun reputasi institusi, menyederhanakan informasi pelayanan, serta mengurangi kecemasan masyarakat terhadap layanan publik. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang umumnya hanya menyoroti tingkat *engagement* atau efektivitas media sosial sebagai saluran komunikasi, penelitian ini menganalisis integrasi tiga fungsi utama Government Public Relations, yaitu reputation building, public information services, dan anxiety reduction, dalam konten TikTok Direktorat Jenderal Imigrasi.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi publik yang diterapkan Direktorat Jenderal Imigrasi melalui akun TikTok **@ditjen_imigrasi** menggunakan analisis isi kualitatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian **Government Public Relations**, khususnya mengenai pemanfaatan TikTok sebagai media komunikasi publik pemerintah, sekaligus menjadi masukan praktis bagi instansi pemerintah dalam mengembangkan konten digital yang lebih efektif, informatif, dan mampu membangun kepercayaan masyarakat.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi kualitatif (*qualitative content analysis*). Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan memahami bagaimana Direktorat Jenderal Imigrasi mengonstruksi komunikasi publik melalui konten TikTok, khususnya dalam menyederhanakan informasi pelayanan dan membangun reputasi institusi. Analisis difokuskan pada interpretasi makna yang dibangun melalui elemen visual, audio, teks, narasi, serta konteks penyampaian pesan sebagai satu kesatuan komunikasi [8].

Objek penelitian adalah akun TikTok resmi **@ditjen_imigrasi**. Teknik penentuan sampel menggunakan purposive sampling, yaitu memilih konten yang dianggap paling representatif terhadap fenomena yang diteliti. Pemilihan sampel didasarkan pada empat kriteria, yaitu: (1) dipublikasikan melalui akun resmi Direktorat Jenderal Imigrasi; (2) memiliki tingkat keterlibatan publik (*engagement*) yang tinggi berdasarkan jumlah *likes*, komentar, *shares*, dan *saves*; (3) merepresentasikan fungsi utama komunikasi publik pemerintah; dan (4) masih dapat diakses pada saat pengumpulan data. Berdasarkan kriteria tersebut, diperoleh tiga video yang mewakili fungsi reputation building, public information services, dan anxiety reduction.

Pendekatan kualitatif dipilih karena memungkinkan peneliti memahami makna yang terkandung dalam pesan komunikasi berdasarkan konteks

penyampiannya, bukan sekadar mengukur frekuensi kemunculan suatu kategori. Pendekatan ini memberikan ruang untuk menginterpretasikan

fenomena komunikasi secara mendalam sesuai dengan tujuan penelitian [9].

Tabel 1 Sampel Konten TikTok yang Dianalisis

No	Tema Konten	Likes	Komentar	Saves	Shares	Fungsi Komunikasi
1	Pembongkaran Sindikat <i>Love Scamming</i> Internasional di Tangerang	290.000	4.491	18.300	58.200	Reputation Building
2	Penjelasan Cara Membuat Paspor	191.100	6.148	84.400	22.200	Public Information Services
3	Penjelasan Wawancara Permohonan Paspor	119.300	2.472	6.381	933	Anxiety Reduction

Catatan: Data engagement merupakan snapshot yang dicatat pada Juni 2026 sehingga nilai tersebut dapat berubah seiring aktivitas pengguna TikTok.

Data dikumpulkan melalui observasi digital terhadap ketiga video yang menjadi objek penelitian. Setiap video diunduh untuk memudahkan proses analisis, kemudian dilakukan transkripsi narasi (*voice over*), identifikasi teks pada layar (*on-screen text*), pencatatan elemen visual dan audio, serta dokumentasi metrik *engagement*. Seluruh data digunakan sebagai dasar untuk mengidentifikasi pola komunikasi yang diterapkan dalam setiap konten.

Analisis data mengacu pada model interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña (2014) yang meliputi tiga tahapan. Tahap pertama adalah reduksi data, yaitu menyeleksi dan mengidentifikasi elemen komunikasi seperti visual, narasi, teks, musik latar, dan bentuk penyajian pesan pada setiap video. Tahap kedua adalah penyajian dan kategorisasi data, yaitu mengelompokkan temuan ke dalam kategori *information simplification*, *reputation building*, dan *anxiety reduction*. Tahap ketiga adalah penarikan kesimpulan, yaitu menginterpretasikan hubungan antarunsur komunikasi untuk menjelaskan bagaimana konten TikTok dimanfaatkan sebagai media komunikasi publik pemerintah [10].

Untuk meningkatkan kredibilitas hasil penelitian, proses pengodean dilakukan secara berulang dengan membandingkan hasil interpretasi pada setiap tahap

analisis. Selain itu, seluruh data berasal dari akun resmi Direktorat Jenderal Imigrasi yang bersifat terbuka sehingga dapat ditelusuri kembali oleh peneliti lain. Prosedur tersebut sejalan dengan prinsip *trustworthiness* dalam penelitian kualitatif yang menekankan kredibilitas, dependabilitas, dan konfirmabilitas sebagai dasar keabsahan temuan [11].

3. Hasil dan Pembahasan

3.1 Strategi Visual dalam Membangun Reputasi Institusi

Konten mengenai pembongkaran sindikat *love scamming* internasional menunjukkan bahwa Direktorat Jenderal Imigrasi memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi publik untuk membangun reputasi institusi melalui penyajian visual yang autentik. Berbeda dengan penyampaian informasi yang hanya mengandalkan narasi atau teks, konten ini mengintegrasikan dokumentasi operasi lapangan, *voice over*, teks pada layar, serta musik latar untuk memperkuat kredibilitas pesan. Strategi tersebut menunjukkan bahwa visual tidak hanya berfungsi sebagai pelengkap informasi, tetapi juga sebagai bukti yang memperlihatkan pelaksanaan tugas institusi secara nyata.

Tabel 2. Karakteristik Komunikasi Visual pada Konten Penegakan Hukum

Aspek Analisis	Temuan
Visual	Dokumentasi operasi lapangan, pemeriksaan WNA, barang bukti, dan konferensi pers.
Headline	Informasi utama disampaikan sejak awal video untuk membangun konteks.
Storytelling	Alur kronologis mulai dari operasi hingga penyampaian hasil.
Audio	Musik latar bernuansa serius yang memperkuat suasana profesional.
Fungsi Komunikasi	<i>Reputation building</i> melalui penyajian aktivitas penegakan hukum secara terbuka.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kekuatan utama konten terletak pada penggunaan dokumentasi lapangan sebagai representasi langsung aktivitas

institusi. Rekaman operasi, pemeriksaan terhadap warga negara asing, dan penyampaian hasil penindakan oleh pejabat Imigrasi menghadirkan bukti visual yang

memperkuat persepsi bahwa informasi yang disampaikan berasal dari peristiwa aktual. Penyajian bukti visual seperti ini meningkatkan kredibilitas pesan karena publik tidak hanya menerima informasi dalam bentuk narasi, tetapi juga dapat mengamati proses penegakan hukum secara langsung. Temuan ini sejalan dengan Al Hadeed et al. (2024) yang menyatakan bahwa pengelolaan konten digital yang mengombinasikan visual, narasi, dan kredibilitas sumber mampu meningkatkan efektivitas komunikasi organisasi [5].

Selain menampilkan bukti visual, konten disusun menggunakan pola *storytelling* kronologis yang diawali dengan pengenalan kasus, dilanjutkan proses operasi, hingga penyampaian hasil penindakan. Penyajian informasi secara bertahap memudahkan audiens mengikuti alur peristiwa sekaligus memahami konteks tindakan yang dilakukan Direktorat Jenderal Imigrasi. Strategi ini menunjukkan bahwa komunikasi publik pada media sosial tidak hanya menekankan kecepatan penyampaian informasi, tetapi juga memperhatikan bagaimana informasi dikonstruksi agar mudah dipahami oleh masyarakat. Temuan tersebut mendukung pandangan Omar dan Dequan (2020) bahwa karakteristik video pendek mendorong organisasi menyampaikan informasi secara ringkas melalui kombinasi visual dan narasi yang mampu mempertahankan perhatian audiens [4].

Pemilihan elemen audio juga memperkuat pesan yang ingin dibangun. Musik latar bernuansa serius digunakan untuk mendukung suasana penegakan hukum tanpa mengurangi kesan profesional. Dalam konteks ini, audio tidak berfungsi sebagai elemen hiburan, tetapi sebagai bagian dari strategi komunikasi yang membantu membentuk makna dan persepsi publik terhadap institusi. Integrasi visual, narasi, teks, dan audio menunjukkan bahwa setiap elemen konten dirancang untuk menyampaikan pesan yang konsisten mengenai profesionalisme Direktorat Jenderal Imigrasi.

Dari perspektif Government Public Relations, strategi komunikasi tersebut menunjukkan bahwa media sosial dimanfaatkan tidak hanya sebagai sarana publikasi kegiatan, tetapi juga sebagai instrumen untuk memperkuat transparansi dan akuntabilitas organisasi. Dokumentasi aktivitas petugas, penyajian barang bukti, dan penyampaian hasil operasi secara terbuka memperlihatkan kinerja institusi kepada masyarakat sehingga membangun kepercayaan terhadap pelaksanaan fungsi penegakan hukum. Temuan ini sejalan dengan Lovari dan Valentini (2019) yang

menegaskan bahwa media sosial telah mengubah komunikasi sektor publik dari sekadar penyebaran informasi menjadi sarana membangun hubungan yang lebih terbuka dan akuntabel dengan masyarakat [2].

Hasil penelitian ini juga memperluas temuan Kriyantono dan Safitri (2024) mengenai praktik Government Public Relations pada era media baru [3]. Jika penelitian sebelumnya menekankan pentingnya pengelolaan komunikasi digital yang adaptif, penelitian ini menunjukkan bahwa adaptasi tersebut diwujudkan melalui pemanfaatan bukti visual sebagai strategi utama dalam membangun reputasi institusi. Dengan kata lain, reputasi Direktorat Jenderal Imigrasi tidak dibangun melalui klaim mengenai keberhasilan organisasi, tetapi melalui representasi visual atas pelaksanaan tugas yang dapat diamati secara langsung oleh masyarakat. Kondisi tersebut selaras dengan konsep reputasi yang dikemukakan Doorley dan Garcia (2025), yaitu bahwa reputasi organisasi terbentuk melalui konsistensi antara identitas yang dikomunikasikan dengan pengalaman atau bukti yang diterima publik [6].

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa strategi visual pada konten penegakan hukum berperan sebagai instrumen reputation building. Penyajian dokumentasi lapangan, *storytelling* kronologis, narasi yang informatif, dan visual yang autentik tidak hanya meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap peristiwa yang terjadi, tetapi juga memperkuat persepsi mengenai profesionalisme, transparansi, dan kredibilitas Direktorat Jenderal Imigrasi sebagai institusi pelayanan publik dan penegakan hukum.

3.2 Strategi Simplifikasi Informasi pada Konten Pelayanan Paspor

Konten mengenai prosedur pembuatan paspor menunjukkan bahwa Direktorat Jenderal Imigrasi memanfaatkan TikTok sebagai media edukasi publik melalui strategi simplifikasi informasi. Penyederhanaan tidak dilakukan dengan mengurangi substansi informasi, tetapi melalui perubahan cara penyajiannya agar lebih mudah dipahami oleh masyarakat. Strategi tersebut diwujudkan melalui demonstrasi visual, penggunaan bahasa komunikatif, penyajian informasi secara bertahap, serta pemanfaatan teks singkat sebagai penguat pesan. Dengan pendekatan tersebut, informasi yang sebelumnya bersifat administratif dapat diterjemahkan menjadi konten digital yang lebih mudah diakses oleh berbagai kelompok masyarakat.

Tabel 3. Strategi Simplifikasi Informasi pada Konten Pembuatan Paspor

Aspek Analisis	Temuan
Visual	Demonstrasi langsung setiap tahapan pelayanan oleh petugas dan pemohon.

Aspek Analisis	Temuan
Struktur Informasi	Prosedur disajikan secara bertahap mulai dari registrasi hingga penerbitan paspor.
Bahasa	Menggunakan kalimat singkat, komunikatif, dan mudah dipahami.
Teks Layar	Menampilkan poin-poin penting sebagai penguat narasi.
Indikator <i>Engagement</i>	Tingginya jumlah <i>save</i> menunjukkan konten dimanfaatkan sebagai referensi informasi layanan.
Fungsi Komunikasi	<i>Public Information Services</i> melalui penyederhanaan informasi pelayanan.

Hasil analisis menunjukkan bahwa penyederhanaan informasi dibangun melalui demonstrasi setiap tahapan pelayanan paspor, mulai dari registrasi menggunakan aplikasi M-Paspor, persiapan dokumen, pemeriksaan berkas, hingga proses pengambilan data biometrik. Penyajian prosedur secara visual memungkinkan masyarakat memperoleh gambaran yang lebih konkret mengenai alur pelayanan dibandingkan apabila informasi hanya disampaikan melalui dokumen administratif. Dengan demikian, visual berfungsi sebagai media edukasi yang membantu masyarakat memahami proses pelayanan secara lebih cepat dan sistematis.

Selain demonstrasi visual, penyajian informasi menggunakan bahasa yang sederhana dan komunikatif menjadi elemen penting dalam strategi simplifikasi. Penggunaan kalimat singkat seperti “*Daftar di M-Paspor dulu*” atau “*Buat paspor yuk!*” menunjukkan adanya penyesuaian gaya komunikasi pemerintah dengan karakteristik pengguna media sosial. Pendekatan ini memperlihatkan bahwa penyederhanaan informasi bukan berarti mengurangi akurasi pesan, melainkan mengubah cara penyampaiannya agar lebih mudah dipahami oleh audiens. Temuan ini mendukung Al Hadeed et al. (2024) yang menjelaskan bahwa efektivitas pengelolaan konten digital dipengaruhi oleh kemampuan organisasi menyesuaikan format pesan dengan kebutuhan dan karakteristik pengguna media [5].

Strategi simplifikasi juga terlihat dari struktur penyampaian informasi yang disusun secara bertahap (*step-by-step communication*). Setiap tahapan pelayanan dijelaskan secara berurutan dan diperkuat dengan teks pada layar sehingga memudahkan audiens mengikuti alur informasi. Integrasi antara visual, narasi, dan teks menghasilkan komunikasi yang lebih sistematis serta mengurangi beban kognitif masyarakat ketika memahami prosedur pelayanan. Temuan ini sejalan dengan karakteristik komunikasi pada platform video pendek yang menuntut organisasi menyampaikan informasi secara ringkas, visual, dan mudah dipahami tanpa menghilangkan substansi pesan [4].

Salah satu temuan yang menonjol adalah tingginya jumlah *save* pada konten ini dibandingkan dua konten lainnya. Berbeda dengan *likes* yang lebih merefleksikan apresiasi terhadap konten, tindakan

menyimpan video menunjukkan bahwa pengguna memandang informasi tersebut memiliki nilai praktis dan berpotensi digunakan kembali ketika akan mengurus paspor. Temuan ini mengindikasikan bahwa keberhasilan komunikasi publik tidak hanya diukur dari tingkat interaksi, tetapi juga dari sejauh mana konten mampu memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Dengan kata lain, *save* dapat dipandang sebagai indikator bahwa konten berfungsi sebagai sumber rujukan pelayanan yang relevan bagi pengguna.

Dari perspektif Government Public Relations, strategi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi hanya dimanfaatkan sebagai saluran publikasi kegiatan pemerintah, tetapi juga sebagai media pelayanan informasi yang berorientasi pada kebutuhan masyarakat. Penyederhanaan informasi melalui demonstrasi visual dan bahasa komunikatif membantu mengurangi potensi kesalahan dalam memahami prosedur pelayanan sekaligus meningkatkan aksesibilitas informasi publik. Temuan ini memperkuat pandangan Lovari dan Valentini (2019) bahwa komunikasi pemerintah pada era digital perlu menyesuaikan bentuk penyampaian informasi dengan karakteristik masyarakat yang mengonsumsi informasi secara cepat melalui media sosial [2].

Hasil penelitian ini juga memperluas temuan Kriyantono dan Safitri (2024) mengenai praktik Government Public Relations pada era media baru [3]. Jika penelitian sebelumnya menekankan pentingnya komunikasi pemerintah yang terbuka dan berorientasi pada publik, penelitian ini menunjukkan bahwa prinsip tersebut diwujudkan melalui strategi simplifikasi informasi yang disesuaikan dengan karakteristik platform TikTok. Dengan demikian, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai ruang publikasi institusi, tetapi juga sebagai media edukasi yang meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap layanan pemerintah.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa strategi simplifikasi informasi pada konten pelayanan paspor dibangun melalui integrasi demonstrasi visual, penyajian informasi secara bertahap, bahasa komunikatif, dan penguatan pesan melalui teks pada layar. Kombinasi elemen tersebut menghasilkan komunikasi publik yang lebih mudah dipahami, memiliki nilai praktis bagi masyarakat, serta memperkuat fungsi *Public Information Services* dalam pelaksanaan Government Public Relations.

3.3 Strategi Mitigasi Kecemasan Masyarakat terhadap Layanan Publik

Konten mengenai wawancara permohonan paspor menunjukkan bahwa Direktorat Jenderal Imigrasi memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengurangi ketidakpastian masyarakat terhadap proses pelayanan publik. Berbeda dengan konten yang

berfokus pada penyampaian prosedur administrasi, video ini menggunakan simulasi pelayanan untuk memberikan gambaran mengenai situasi yang akan dihadapi pemohon selama proses wawancara. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi publik tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi, tetapi juga membantu masyarakat membangun kesiapan sebelum memperoleh layanan.

Tabel 4. Strategi Mitigasi Kecemasan pada Konten Wawancara Permohonan Paspor

Aspek Analisis	Temuan
Bentuk Komunikasi	Simulasi wawancara antara petugas dan pemohon paspor.
Bahasa	Percakapan sederhana, komunikatif, dan mudah dipahami.
Visual	Interaksi langsung antara petugas dan pemohon dalam suasana pelayanan yang kondusif.
Penyajian Informasi	Informasi disampaikan melalui dialog dan simulasi pelayanan.
Tujuan Komunikasi	Mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kesiapan masyarakat sebelum mengikuti wawancara.
Fungsi Komunikasi	<i>Anxiety Reduction</i> dan <i>Trust Building</i> .

Hasil analisis menunjukkan bahwa simulasi pelayanan menjadi strategi utama dalam membangun pemahaman masyarakat terhadap proses wawancara permohonan paspor. Melalui dialog antara petugas dan pemohon, konten menghadirkan ilustrasi mengenai situasi pelayanan yang sesungguhnya sehingga masyarakat memperoleh gambaran yang lebih konkret dibandingkan apabila informasi hanya disampaikan dalam bentuk persyaratan administratif. Penyajian pengalaman pelayanan secara visual tersebut memungkinkan masyarakat memahami tidak hanya apa yang harus dipersiapkan, tetapi juga bagaimana proses pelayanan berlangsung di lapangan.

Pendekatan simulasi menunjukkan adanya pergeseran strategi komunikasi pemerintah dari penyampaian informasi yang bersifat instruksional menuju komunikasi yang lebih berorientasi pada pengalaman pengguna (*service experience*). Masyarakat tidak lagi diposisikan sebagai penerima informasi secara pasif, tetapi diajak membayangkan pengalaman yang akan mereka hadapi ketika mengakses layanan. Strategi tersebut membantu membangun ekspektasi yang lebih realistis sehingga dapat mengurangi persepsi bahwa proses wawancara merupakan tahapan yang rumit atau menimbulkan kekhawatiran. Temuan ini memperlihatkan bahwa penyederhanaan pengalaman pelayanan sama pentingnya dengan penyederhanaan informasi administratif.

Efektivitas strategi tersebut juga didukung oleh penggunaan bahasa yang komunikatif dan mudah dipahami. Dialog disampaikan menggunakan gaya percakapan sehari-hari yang lebih dekat dengan karakteristik pengguna TikTok, kemudian diperkuat melalui teks singkat yang muncul mengikuti alur percakapan. Integrasi visual, dialog, dan teks menghasilkan penyampaian informasi yang lebih alami dibandingkan penjelasan prosedural yang umumnya

disampaikan melalui dokumen resmi. Karakteristik ini sesuai dengan pola komunikasi pada platform video pendek yang mengutamakan penyampaian pesan secara ringkas, kontekstual, dan mudah dipahami oleh audiens [4].

Dari perspektif Government Public Relations, simulasi pelayanan merupakan bentuk komunikasi preventif yang bertujuan mengurangi ketidakpastian sebelum masyarakat berinteraksi dengan layanan pemerintah. Komunikasi tidak hanya diarahkan untuk menjelaskan prosedur, tetapi juga membangun rasa percaya melalui penyajian pengalaman pelayanan yang terbuka dan mudah dipahami. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa komunikasi publik yang efektif tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada penciptaan pengalaman positif yang mendukung kualitas pelayanan publik. Temuan ini sejalan dengan Lovari dan Valentini (2019) yang menjelaskan bahwa komunikasi pemerintah di era digital semakin berorientasi pada kebutuhan masyarakat dan penguatan hubungan antara institusi dengan publik [2].

Hasil penelitian ini juga memperluas temuan Kriyantono dan Safitri (2024) mengenai praktik Government Public Relations pada era media baru [3]. Jika penelitian sebelumnya menekankan pentingnya komunikasi pemerintah yang terbuka, penelitian ini menunjukkan bahwa keterbukaan tersebut diwujudkan melalui simulasi pengalaman pelayanan yang memungkinkan masyarakat memahami proses pelayanan sebelum berinteraksi secara langsung dengan institusi. Dengan demikian, media sosial tidak hanya menjadi ruang publikasi kebijakan, tetapi juga berfungsi sebagai media edukasi yang mampu mengurangi hambatan psikologis masyarakat dalam mengakses layanan pemerintah.

Selain itu, temuan penelitian memperlihatkan bahwa pengelolaan konten digital yang berorientasi pada

kebutuhan audiens tidak selalu diwujudkan melalui penyederhanaan prosedur, tetapi juga melalui penyajian pengalaman pelayanan yang relevan dengan kondisi masyarakat. Hasil ini memperkuat temuan Al Hadeed et al. (2024) bahwa efektivitas komunikasi digital dipengaruhi oleh kemampuan organisasi menghadirkan konten yang memberikan nilai informasi sekaligus membangun hubungan dengan publik [5]. Dalam konteks penelitian ini, nilai tersebut diwujudkan melalui simulasi pelayanan yang membantu masyarakat memahami proses wawancara sekaligus meningkatkan rasa percaya terhadap pelayanan Direktorat Jenderal Imigrasi.

Secara keseluruhan, hasil analisis menunjukkan bahwa strategi mitigasi kecemasan dibangun melalui integrasi simulasi pelayanan, bahasa komunikatif, visual yang autentik, dan dialog yang menggambarkan situasi pelayanan secara nyata. Pendekatan tersebut menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai instrumen komunikasi publik yang membantu

membangun kesiapan, kepercayaan, dan pengalaman positif masyarakat sebelum mengakses layanan keimigrasian.

3.4 Sintesis Strategi Komunikasi Publik Direktorat Jenderal Imigrasi melalui TikTok

Hasil analisis terhadap ketiga konten menunjukkan bahwa Direktorat Jenderal Imigrasi menerapkan strategi komunikasi yang berbeda sesuai dengan karakteristik pesan dan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Konten penegakan hukum menekankan penggunaan bukti visual untuk memperkuat reputasi institusi, konten pelayanan paspor berfokus pada penyederhanaan informasi agar prosedur layanan lebih mudah dipahami, sedangkan konten wawancara permohonan paspor memanfaatkan simulasi pelayanan untuk mengurangi ketidakpastian masyarakat sebelum mengakses layanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa pengelolaan konten TikTok tidak dilakukan secara seragam, tetapi disesuaikan dengan fungsi komunikasi publik yang ingin dibangun.

Tabel 5. Sintesis Strategi Komunikasi Publik Direktorat Jenderal Imigrasi melalui TikTok

Jenis Konten	Strategi Komunikasi	Karakteristik Penyajian	Tujuan Komunikasi	Fungsi GPR
Penegakan hukum	Dokumentasi visual dan <i>storytelling</i> berbasis fakta	Visual autentik, <i>headline</i> informatif, konferensi pers	Membangun kredibilitas dan reputasi institusi	<i>Reputation Building</i>
Pelayanan paspor	Simplifikasi informasi	Demonstrasi visual, teks singkat, penyajian bertahap	Mempermudah pemahaman prosedur layanan	<i>Public Information Services</i>
Wawancara permohonan paspor	Simulasi pelayanan	Dialog, ilustrasi proses pelayanan, bahasa komunikatif	Mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kesiapan masyarakat	<i>Anxiety Reduction dan Trust Building</i>

Tabel 5 memperlihatkan bahwa setiap jenis konten memiliki karakteristik penyajian yang berbeda sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Pada konten penegakan hukum, strategi komunikasi diarahkan untuk membangun kredibilitas institusi melalui dokumentasi visual yang menunjukkan pelaksanaan tugas secara nyata. Sebaliknya, konten pelayanan paspor mengutamakan penyederhanaan informasi agar prosedur administrasi lebih mudah dipahami masyarakat. Sementara itu, simulasi wawancara permohonan paspor berfungsi memberikan pengalaman pelayanan secara virtual sehingga masyarakat memiliki gambaran mengenai proses yang akan dihadapi sebelum memperoleh layanan.

Sintesis tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik pemerintah tidak hanya bergantung pada kreativitas penyajian konten, tetapi juga pada kemampuan organisasi menyesuaikan strategi komunikasi dengan kebutuhan informasi masyarakat. Ketiga strategi tersebut saling melengkapi dalam

mendukung pelaksanaan Government Public Relations. Dokumentasi visual berkontribusi dalam membangun reputasi institusi, penyederhanaan informasi meningkatkan aksesibilitas layanan publik, sedangkan simulasi pelayanan membantu membangun kesiapan dan kepercayaan masyarakat sebelum berinteraksi dengan layanan pemerintah. Dengan demikian, komunikasi publik melalui TikTok tidak hanya berorientasi pada penyampaian informasi, tetapi juga pada pembentukan pengalaman komunikasi yang lebih bermakna bagi masyarakat.

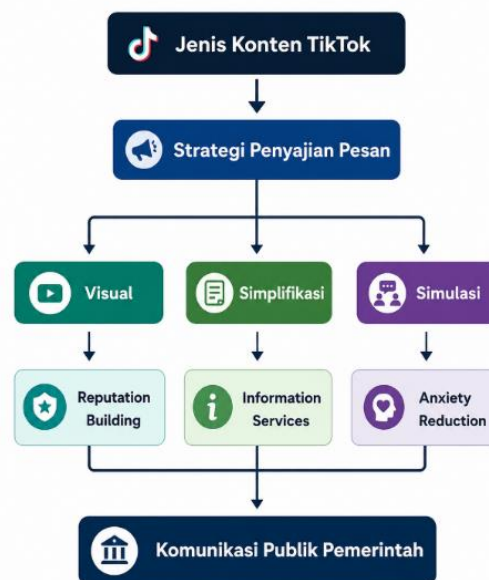
Temuan penelitian ini memperkuat pandangan Lovari dan Valentini (2019) bahwa media sosial telah mengubah praktik komunikasi sektor publik dari pola komunikasi satu arah menuju komunikasi yang lebih partisipatif, transparan, dan berorientasi pada kebutuhan masyarakat [2]. Pada saat yang sama, hasil penelitian ini memperluas temuan Kriyantono dan Safitri (2024) yang menekankan pentingnya adaptasi Government Public Relations terhadap karakteristik

media baru [3]. Penelitian ini menunjukkan bahwa adaptasi tersebut tidak hanya diwujudkan melalui kehadiran pemerintah di media sosial, tetapi juga melalui pemilihan strategi penyajian pesan yang berbeda sesuai dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai.

Selain itu, hasil penelitian menguatkan temuan Al Hadeed et al. (2024) bahwa efektivitas komunikasi digital dipengaruhi oleh kemampuan organisasi mengelola konten yang sesuai dengan karakteristik audiens [5]. Dalam konteks penelitian ini, pengelolaan konten diwujudkan melalui penggunaan dokumentasi visual untuk membangun reputasi, penyederhanaan informasi untuk meningkatkan pemahaman masyarakat, serta simulasi pelayanan untuk mengurangi ketidakpastian sebelum mengakses layanan publik. Dengan demikian, strategi komunikasi

yang diterapkan Direktorat Jenderal Imigrasi tidak hanya menghasilkan penyampaian informasi yang lebih efektif, tetapi juga memperkuat hubungan antara institusi pemerintah dan masyarakat.

Sebagai sintesis dari keseluruhan temuan penelitian, hubungan antara jenis konten, strategi penyajian pesan, dan fungsi Government Public Relations dirangkum dalam Gambar 1. Gambar tersebut menunjukkan bahwa setiap jenis konten TikTok menggunakan strategi penyajian pesan yang berbeda melalui visual, simplifikasi informasi, dan simulasi pelayanan yang masing-masing berkontribusi pada pembentukan reputation building, public information services, dan anxiety reduction. Ketiga fungsi tersebut kemudian terintegrasi menjadi strategi komunikasi publik pemerintah yang adaptif terhadap karakteristik media digital dan kebutuhan informasi masyarakat.



Gambar 1. Sintesis Strategi Komunikasi Publik Direktorat Jenderal Imigrasi melalui Konten TikTok

4. Kesimpulan dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan TikTok oleh Direktorat Jenderal Imigrasi merupakan bentuk implementasi Government Public Relations yang disesuaikan dengan karakteristik komunikasi digital. Hasil analisis terhadap tiga konten menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik tidak diterapkan secara seragam, melainkan disesuaikan dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Konten penegakan hukum mengutamakan dokumentasi visual untuk membangun reputasi institusi (*reputation building*), konten pelayanan paspor menerapkan strategi simplifikasi informasi (*information simplification*) melalui demonstrasi visual dan penyajian bertahap, sedangkan konten wawancara

permohonan paspor memanfaatkan simulasi pelayanan sebagai strategi mitigasi kecemasan (*anxiety reduction*) sebelum masyarakat mengakses layanan. Temuan tersebut menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi publik pemerintah tidak hanya ditentukan oleh kualitas informasi yang disampaikan, tetapi juga oleh kesesuaian strategi penyajian pesan dengan kebutuhan dan pengalaman masyarakat sebagai pengguna layanan.

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian Government Public Relations dengan menunjukkan bahwa satu platform media sosial dapat menjalankan beberapa fungsi komunikasi publik secara simultan melalui strategi penyajian pesan yang berbeda. Sintesis temuan memperlihatkan bahwa dokumentasi visual, simplifikasi informasi, dan

simulasi pelayanan merupakan tiga pendekatan komunikasi yang saling melengkapi dalam membangun reputasi institusi, meningkatkan pemahaman masyarakat, serta memperkuat kepercayaan publik terhadap layanan pemerintah. Temuan ini memperluas kajian komunikasi publik digital yang selama ini lebih banyak berfokus pada tingkat *engagement*, dengan menunjukkan bahwa karakteristik penyajian konten juga menentukan fungsi komunikasi yang dihasilkan.

Secara praktis, hasil penelitian ini memberikan implikasi bahwa instansi pemerintah perlu merancang konten media sosial berdasarkan tujuan komunikasi yang ingin dicapai, bukan sekadar mengikuti tren platform digital. Konten penegakan hukum sebaiknya mengedepankan bukti visual untuk memperkuat kredibilitas institusi, konten pelayanan publik perlu disajikan melalui informasi yang sederhana dan mudah dipahami, sedangkan simulasi pelayanan dapat dimanfaatkan sebagai strategi komunikasi preventif untuk mengurangi ketidakpastian masyarakat sebelum mengakses layanan pemerintah. Namun demikian, penelitian ini hanya menganalisis tiga konten dari satu akun TikTok pemerintah sehingga hasil penelitian belum dapat digeneralisasikan pada seluruh praktik komunikasi publik sektor publik. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan melibatkan lebih banyak instansi pemerintah, membandingkan berbagai platform media sosial, atau mengombinasikan analisis isi dengan studi persepsi audiens agar efektivitas strategi komunikasi digital pemerintah dapat dipahami secara lebih komprehensif.

Daftar Pustaka

- [1] Mergel, I., 2013, *A Framework for Interpreting Social Media Interactions in the Public Sector*, *Government Information Quarterly*, Vol. 30, No. 4, pp. 327–334.
- [2] Lovari, A., Valentini, C., 2019, *Public Sector Communication and Social Media: Opportunities and Limits of Current Policies, Activities, and Practices in Digital Governments*, dalam Luoma-aho, V., Canel, M. J. (Ed.), *The Handbook of Public Sector Communication*, Hoboken, Wiley Blackwell, pp. 315–328.
- [3] Kriyantono, R., Safitri, R., 2024, *The Excellence Plus for Government Public Relations in the New Media Era*, *Communicare: Journal of Communication Studies*, Vol. 11, No. 1, pp. 50–65.
- [4] Omar, B., Dequan, W., 2020, *Watch, Share or Create: The Influence of Personality Traits and User Motivation on TikTok Mobile Video Usage*, *International Journal of Interactive Mobile Technologies (iJIM)*, Vol. 14, No. 4, pp. 121–137.
- [5] Al Hadeed, A. Y., Maysari, I., Aldroubi, M. M., Attar, R. W., Al Olaimat, F., Habes, M., 2024, *Role of Public Relations Practices in Content Management: The Mediating Role of New Media Platforms*, *Frontiers in Sociology*, Vol. 8, Article 1273371.
- [6] Doorley, J., Garcia, H. F., 2025, *Reputation Management: The Key to Successful Public Relations, Corporate Communication and Sustainable Organizations*, 5th ed., New York, Routledge.
- [7] Satria, T., Nurmandi, A., 2024, *Behavioral Patterns of Social Media Users toward Policy: A Scientometric Analysis*, *Policy & Governance Review*, Vol. 8, No. 2, pp. 192–211.
- [8] Krippendorff, K., 2022, *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology*, 4th ed., Thousand Oaks, SAGE Publications.
- [9] Patton, M. Q., 2015, *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice*, 4th ed., Thousand Oaks, SAGE Publications.
- [10] Miles, M. B., Huberman, A. M., Saldaña, J., 2014, *Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook*, 3rd ed., Thousand Oaks, SAGE Publications.
- [11] Lincoln, Y. S., Guba, E. G., 1985, *Naturalistic Inquiry*, Beverly Hills, SAGE Publications.