

TRANSFORMASI DIGITAL PELAYANAN PUBLIK: EFEKTIVITAS SALURAN KOMUNIKASI DIGITAL DALAM PENGENALAN IMMIGRATION LOUNGE

DIGITAL TRANSFORMATION OF PUBLIC SERVICES: EFFECTIVENESS OF DIGITAL COMMUNICATION CHANNELS IN INTRODUCING IMMIGRATION LOUNGE

<https://10.0.205.137/tematics.v8i1.919>

Submitted: 03-05-2026 Reviewed: 13-05-2026 Published: 10-06-2026

Dony Wahyu Purnama
donywp247@gmail.com
Politeknik Imigrasi dan
Pemasyarakatan Indonesia

Salsabilla Andi Jani
salsabilaandij@gmail.com
Politeknik Imigrasi dan
Pemasyarakatan Indonesia

Rita Kusuma Astuti
ritakusumaastuti@gmail.com
Politeknik Imigrasi dan
Pemasyarakatan Indonesia

Abstract. *The emergence of Immigration Lounge marks a public service transformation in the immigration sector because passport services are brought closer to citizens through mall-based, digitally supported service points. However, the success of this innovation is not determined only by physical availability, but also by the effectiveness of digital communication channels that introduce its location, service scope, quota, registration mechanism, operating hours, and user benefits. This study aims to analyze the effectiveness of digital communication channels in introducing Immigration Lounge to the public. The method used is descriptive qualitative research through documentation study and thematic content analysis of official immigration websites, press releases, M-Paspor information, government regulations, and relevant scholarly literature published between 2024 and 2026. The findings show that official websites and press releases function as credible sources of service information; social media works as a high-reach awareness channel; M-Paspor becomes the conversion channel that connects information exposure with service registration; while interactive contact channels support clarification and complaint handling. The study concludes that effective digital communication requires integrated, consistent, and measurable channel management so that Immigration Lounge is not merely recognized as a new service location, but understood as an accessible, accountable, and user-oriented public service innovation.*

Keywords: digital public service; government communication; Immigration Lounge; M-Paspor; public information; social media

Abstrak. *Kehadiran Immigration Lounge menunjukkan transformasi pelayanan publik di sektor keimigrasian karena layanan paspor didekatkan kepada masyarakat melalui titik layanan berbasis pusat perbelanjaan dan didukung sistem digital. Namun, keberhasilan inovasi tersebut tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan lokasi fisik, tetapi juga oleh efektivitas saluran komunikasi digital dalam mengenalkan lokasi, jenis layanan, kuota, mekanisme pendaftaran, jam operasional, dan manfaat layanan kepada masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis efektivitas saluran komunikasi digital dalam pengenalan Immigration Lounge. Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif melalui studi dokumentasi dan analisis isi tematik terhadap situs resmi imigrasi, siaran pers, informasi M-Paspor, regulasi pemerintah, serta literatur ilmiah relevan yang terbit pada rentang 2024-2026. Hasil kajian menunjukkan bahwa situs resmi dan siaran pers berfungsi sebagai sumber informasi yang kredibel; media sosial berperan sebagai saluran kesadaran publik dengan jangkauan tinggi; M-Paspor menjadi saluran konversi yang menghubungkan paparan informasi dengan pendaftaran layanan; sedangkan kanal interaktif mendukung klarifikasi dan penanganan keluhan. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi digital yang efektif membutuhkan pengelolaan saluran yang terintegrasi, konsisten, dan terukur agar Immigration Lounge tidak hanya dikenal sebagai lokasi layanan baru, tetapi dipahami sebagai inovasi pelayanan publik yang mudah diakses, akuntabel, dan berorientasi pada pengguna.*

Kata Kunci: informasi publik; komunikasi pemerintah; layanan publik digital; Immigration Lounge; M-Paspor; media sosial



1. INTRODUCTIONS

Transformasi digital pelayanan publik menjadi agenda penting dalam penyelenggaraan pemerintahan modern. Di Indonesia, arah tersebut menguat melalui kebijakan Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik (SPBE) yang menempatkan teknologi informasi sebagai sarana untuk mewujudkan tata kelola yang efektif, transparan, akuntabel, dan meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat (Republik Indonesia, 2018). Dalam konteks pelayanan publik, digitalisasi tidak hanya berarti penggunaan aplikasi atau sistem elektronik, tetapi juga perubahan cara pemerintah berkomunikasi, menyampaikan informasi, membangun kepercayaan, dan memudahkan masyarakat mengambil keputusan dalam mengakses layanan.

Sektor keimigrasian merupakan salah satu bidang pelayanan publik yang sangat bersentuhan langsung dengan kebutuhan masyarakat. Permohonan paspor, penggantian paspor, layanan izin tinggal, serta informasi terkait prosedur perjalanan lintas negara menuntut kejelasan informasi, kepastian waktu, dan kemudahan akses. Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 menegaskan bahwa pelayanan publik merupakan rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan bagi warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan pelayanan administratif yang disediakan penyelenggara pelayanan publik (Republik Indonesia, 2009). Dengan demikian, inovasi layanan keimigrasian harus ditempatkan sebagai bagian dari kewajiban negara dalam menyediakan layanan yang mudah, cepat, terjangkau, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Salah satu inovasi keimigrasian yang berkembang dalam beberapa tahun terakhir adalah Immigration Lounge. Inovasi ini menghadirkan titik layanan keimigrasian di lokasi yang lebih dekat dengan aktivitas masyarakat, terutama pusat perbelanjaan. Direktorat Jenderal Imigrasi menyatakan bahwa Immigration Lounge Senayan City merupakan unit layanan di bawah Kantor Imigrasi Kelas I Jakarta Pusat yang melayani paspor elektronik percepatan, menggunakan pendaftaran melalui aplikasi M-Paspor, dan memiliki kuota 50 pemohon per hari (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2024a). Pada lokasi lain, Immigration Lounge Grand Metropolitan Mall Bekasi melayani masyarakat pada hari kerja dan akhir pekan dengan pendaftaran melalui M-Paspor serta walk-in untuk layanan tertentu (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2024b). Kehadiran beberapa Immigration Lounge menunjukkan bahwa inovasi ini diarahkan untuk mendekatkan layanan, memperluas akses, dan menyesuaikan layanan paspor dengan ritme masyarakat urban.

Perkembangan Immigration Lounge juga dapat dilihat dari perluasan lokasi dan ragam publikasi resminya. Direktorat Jenderal Imigrasi menyebut Immigration Lounge Pesona Square Depok sebagai Immigration Lounge ke-7 di Indonesia, menawarkan layanan paspor elektronik dan paspor percepatan satu hari selesai dengan pendaftaran melalui M-Paspor (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2025a). Pada tahun yang sama, Immigration Lounge Kebayoran Park Mall menyediakan layanan permohonan paspor baru dan penggantian paspor, khususnya e-paspor, dengan kuota layanan percepatan dan reguler (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2025b). Informasi dari Kantor Imigrasi Yogyakarta juga menunjukkan bahwa proses layanan di Immigration Lounge dapat mencakup pengambilan biometrik, wawancara, ruang tunggu, dan pengantaran paspor selesai kepada pemohon di lokasi layanan (Kantor Imigrasi Kelas I TPI Yogyakarta, 2026).

Meskipun demikian, keberadaan inovasi fisik belum otomatis menjamin keberhasilan pemanfaatannya. Masyarakat perlu mengetahui layanan tersebut, memahami manfaatnya, mempercayai legalitasnya, dan mampu mengikuti alur pendaftaran yang ditentukan. Dalam ekosistem layanan publik digital, informasi mengenai sebuah layanan harus sampai kepada masyarakat secara tepat waktu, mudah dipahami, dan konsisten antar saluran. Saluran komunikasi digital seperti situs resmi, siaran pers, media sosial, aplikasi M-Paspor, kanal bantuan, dan pemberitaan daring menjadi penghubung antara inovasi kelembagaan dengan pengetahuan publik. Apabila saluran-saluran tersebut tidak dikelola secara terintegrasi, masyarakat dapat mengalami kebingungan mengenai syarat, kuota, jam layanan, biaya, jenis paspor, atau perbedaan antara layanan reguler dan layanan percepatan.

Permen PANRB Nomor 83 Tahun 2012 telah menempatkan media sosial sebagai bagian dari pedoman pemanfaatan saluran komunikasi pemerintah. Regulasi tersebut menunjukkan bahwa instansi pemerintah perlu memanfaatkan media sosial secara terarah, bukan sekadar sebagai sarana publikasi, melainkan sebagai medium interaksi, edukasi, dan penyebaran informasi publik (Kementerian PANRB, 2012). Dalam perkembangan terbaru, penerapan standar pelayanan di lingkup instansi pemerintah juga menuntut penyampaian informasi yang jelas dan mudah diketahui masyarakat, sebab standar pelayanan harus menjadi dasar kepastian bagi pengguna layanan (Kementerian PANRB, 2024). Oleh karena itu, komunikasi digital tentang Immigration Lounge seharusnya tidak hanya mempromosikan kenyamanan layanan, tetapi juga menjelaskan standar pelayanan secara operasional.

Kajian mengenai media sosial pemerintah menunjukkan bahwa media sosial dapat membangun citra positif dan meningkatkan kepercayaan masyarakat apabila digunakan secara aktif, komunikatif, dan informatif (Supriyanto, Nuryanti, & Noegroho, 2024). Sementara itu, penelitian Ernungtyas, Irwansyah, Boer, dan Qadri (2024) menemukan bahwa Instagram menjadi platform yang paling sering digunakan masyarakat untuk mencari informasi publik dari pemerintah. Temuan tersebut relevan untuk menilai bagaimana pengenalan Immigration Lounge perlu dikomunikasikan melalui saluran yang sesuai dengan perilaku digital masyarakat, terutama ketika sasaran layanan mencakup masyarakat urban yang memiliki aktivitas tinggi dan cenderung mengakses informasi layanan melalui gawai.

Penelitian terdahulu terkait Immigration Lounge telah banyak menyoroti implementasi layanan, kualitas layanan, sarana prasarana, dan hambatan teknis. Andini, Mulyawan, dan Jannah (2025), misalnya, menemukan bahwa implementasi Immigration Lounge pada Kantor Imigrasi Kelas I Non TPI Bekasi berdampak positif terhadap kualitas pelayanan, tetapi masih menghadapi hambatan seperti keterbatasan fasilitas, ketiadaan mesin cetak paspor di lokasi, dan dukungan teknologi yang belum sepenuhnya mandiri. Namun, masih terbuka ruang kajian yang secara khusus menganalisis efektivitas saluran komunikasi digital dalam mengenalkan Immigration Lounge kepada masyarakat. Padahal, komunikasi digital merupakan prasyarat penting agar inovasi layanan tidak hanya tersedia, tetapi juga diketahui, dipahami, dan digunakan secara tepat.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada pertanyaan: bagaimana efektivitas saluran komunikasi digital dalam pengenalan Immigration Lounge sebagai inovasi pelayanan publik keimigrasian? Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran masing-masing saluran komunikasi digital, mengidentifikasi indikator efektivitas komunikasi, menemukan tantangan pengelolaan informasi, dan merumuskan model penguatan komunikasi digital yang dapat digunakan oleh unit keimigrasian dalam mempromosikan Immigration Lounge. Secara teoretis, artikel ini memperkaya kajian komunikasi pelayanan publik digital. Secara praktis, hasil kajian dapat menjadi bahan rekomendasi bagi Direktorat Jenderal Imigrasi dan kantor imigrasi dalam menyusun strategi komunikasi publik yang lebih konsisten, terukur, dan berorientasi pada pengguna layanan.

2. METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik studi dokumentasi dan analisis isi tematik. Pendekatan ini dipilih karena tujuan penelitian bukan mengukur kepuasan pengguna secara statistik, melainkan memahami bagaimana saluran komunikasi digital digunakan untuk memperkenalkan Immigration Lounge kepada masyarakat. Penelitian kualitatif deskriptif memungkinkan peneliti mengkaji teks, pesan, struktur informasi, dan keterhubungan antar saluran komunikasi dalam konteks pelayanan publik digital.

Sumber data penelitian terdiri atas dokumen publik yang dapat diakses secara terbuka, yaitu regulasi pelayanan publik dan SPBE, pedoman pemanfaatan media sosial pemerintah, siaran pers Direktorat Jenderal Imigrasi, artikel resmi kantor imigrasi terkait Immigration Lounge, informasi layanan M-Paspor, dan jurnal ilmiah yang relevan dengan komunikasi pemerintah digital serta implementasi Immigration Lounge. Dokumen dipilih secara purposif dengan mempertimbangkan kesesuaian topik, kredibilitas penerbit, keterbaruan, dan relevansi terhadap saluran komunikasi digital yang digunakan dalam pengenalan Immigration Lounge.

Rentang dokumen layanan Immigration Lounge yang dianalisis difokuskan pada publikasi tahun 2024-2026 karena periode tersebut menunjukkan peningkatan intensitas pembukaan dan publikasi Immigration Lounge pada beberapa wilayah. Dokumen regulasi yang lebih lama tetap digunakan apabila memiliki kedudukan normatif penting, seperti Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, Permen PANRB Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah, Permen PANRB Nomor 15 Tahun 2014 tentang Pedoman Standar Pelayanan, dan Perpres Nomor 95 Tahun 2018 tentang SPBE. Dengan demikian, analisis memadukan dasar normatif, konteks kebijakan, dan praktik komunikasi digital terkini.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahap. Pertama, reduksi data dilakukan dengan menyeleksi informasi yang berkaitan langsung dengan Immigration Lounge, jenis layanan, kuota, jam operasional, mekanisme pendaftaran, kanal digital, serta pesan komunikasi publik. Kedua, data disajikan dalam bentuk matriks tematik untuk melihat fungsi saluran komunikasi, kelebihan, risiko, dan rekomendasi penguatan. Ketiga, penarikan kesimpulan dilakukan dengan menghubungkan temuan dokumentasi dengan literatur komunikasi digital pemerintah dan prinsip standar pelayanan publik. Indikator efektivitas yang digunakan dalam penelitian ini meliputi jangkauan, kredibilitas, kejelasan pesan, kelengkapan informasi, konsistensi antar saluran, interaktivitas, ketepatan waktu, aksesibilitas, dan kemampuan

saluran mengarahkan masyarakat untuk melakukan tindakan layanan, khususnya pendaftaran melalui M-Paspor.

Table 1. Data sources and analytical focus

Jenis sumber	Contoh dokumen	Fokus analisis
Regulasi pelayanan publik dan SPBE	UU 25/2009, Permen PANRB 83/2012, Permen PANRB 15/2014, Perpres 95/2018, SE PANRB 2/2024	Landasan normatif, standar pelayanan, kewajiban informasi publik, dan arah digitalisasi pemerintahan.
Publikasi resmi Direktorat Jenderal Imigrasi	Siaran pers Immigration Lounge Senayan City, Depok, Bekasi, dan Kebayoran Park Mall	Kredibilitas informasi, pesan utama inovasi, kuota, jam operasional, jenis layanan, dan mekanisme pendaftaran.
Publikasi resmi kantor imigrasi daerah	Informasi Immigration Lounge dari kantor imigrasi, termasuk Yogyakarta dan lokasi lain	Kesesuaian informasi lokal, detail pengalaman layanan, dan potensi variasi pesan antar satuan kerja.
Informasi aplikasi dan kanal bantuan	M-Paspor, FAQ, live chat/email resmi imigrasi	Fungsi saluran konversi, proses pendaftaran, penyelesaian kendala, dan dukungan pengguna.
Literatur ilmiah	Kajian komunikasi pemerintah digital, media sosial pemerintah, dan implementasi Immigration Lounge	Kerangka analisis efektivitas saluran, peran media sosial, dan tantangan pelayanan digital.

Source: Author analysis based on regulations, official immigration publications, and relevant literature.

3. RESULTS AND DISCUSSION

3.1 IMMIGRATION LOUNGE AS A DIGITAL-PUBLIC-SERVICE TOUCHPOINT

Immigration Lounge dapat dipahami sebagai titik temu antara inovasi pelayanan fisik dan ekosistem digital. Dari sisi fisik, layanan ini menghadirkan ruang pelayanan yang lebih dekat dengan aktivitas masyarakat, misalnya pusat perbelanjaan. Dari sisi digital, akses layanan tetap bergantung pada informasi daring, pendaftaran melalui M-Paspor, publikasi kuota, pemilihan jadwal, dan komunikasi lanjutan dengan pemohon. Oleh karena itu, Immigration Lounge tidak dapat dipisahkan dari saluran komunikasi digital yang mengenalkannya kepada masyarakat.

Pola ini terlihat pada beberapa publikasi resmi. Immigration Lounge Senayan City diinformasikan sebagai layanan paspor elektronik percepatan yang mensyaratkan pendaftaran melalui M-Paspor dan memiliki kuota harian (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2024a). Immigration Lounge Pesona Square Depok juga mensyaratkan pendaftaran melalui M-Paspor, melayani paspor elektronik, dan beroperasi setiap hari kecuali hari libur nasional (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2025a). Sementara itu, Immigration Lounge Kebayoran Park Mall menggabungkan layanan reguler dan percepatan dengan pembagian kuota harian tertentu (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2025b). Informasi-informasi tersebut menunjukkan bahwa masyarakat membutuhkan penjelasan yang detail agar tidak salah memahami layanan yang tersedia.

Dari perspektif pelayanan publik, detail informasi bukan sekadar pelengkap publikasi. Informasi mengenai jenis layanan, kuota, jam operasional, alur pendaftaran, dokumen persyaratan, biaya, lokasi, dan batasan layanan merupakan bagian dari kepastian layanan. Permen PANRB Nomor 15 Tahun 2014

menegaskan pentingnya pedoman standar pelayanan sebagai acuan penyelenggara dalam menetapkan dan menerapkan pelayanan (Kementerian PANRB, 2014). Dengan demikian, pengenalan Immigration Lounge melalui saluran digital harus memenuhi fungsi edukatif, bukan hanya fungsi promosi. Saluran digital yang efektif harus mampu menjawab pertanyaan dasar masyarakat sebelum mereka datang ke lokasi layanan.

Efektivitas komunikasi juga berkaitan dengan karakter Immigration Lounge sebagai layanan yang relatif baru bagi sebagian masyarakat. Istilah berbahasa Inggris, lokasi di pusat perbelanjaan, serta hubungan dengan layanan percepatan dapat menimbulkan persepsi bahwa layanan tersebut hanya untuk kelompok tertentu atau memiliki prosedur berbeda dari kantor imigrasi. Untuk menghindari kesalahpahaman, komunikasi digital perlu menekankan bahwa Immigration Lounge merupakan layanan resmi imigrasi, memiliki standar pelayanan yang ditetapkan, dan tetap terhubung dengan sistem pendaftaran resmi. Pesan tersebut penting karena inovasi layanan publik akan lebih mudah diterima apabila masyarakat memahami status kelembagaan, prosedur, manfaat, dan batasannya.

3.2 DIGITAL COMMUNICATION CHANNELS FOR INTRODUCING IMMIGRATION LOUNGE

Hasil analisis menunjukkan bahwa pengenalan Immigration Lounge tidak bertumpu pada satu saluran. Setidaknya terdapat empat kelompok saluran utama, yaitu situs resmi dan siaran pers, media sosial, aplikasi M-Paspor, serta kanal interaktif seperti live chat, email, atau kontak layanan. Setiap saluran memiliki fungsi yang berbeda. Situs resmi dan siaran pers berperan sebagai sumber utama yang kredibel, media sosial berperan sebagai saluran peningkatan kesadaran, M-Paspor berperan sebagai saluran tindakan atau konversi, sedangkan kanal interaktif berperan sebagai saluran klarifikasi dan penyelesaian kendala.

Situs resmi dan siaran pers memiliki keunggulan pada aspek kredibilitas karena informasi berasal dari instansi penyelenggara. Pada saluran ini, masyarakat dapat memperoleh informasi yang relatif lengkap dan dapat dirujuk ulang. Namun, situs resmi sering kali bersifat pasif karena pengguna harus secara aktif mencari informasi. Sebaliknya, media sosial memiliki kekuatan jangkauan, visualisasi, dan kecepatan distribusi. Hal ini sejalan dengan temuan Ernungtyas et al. (2024) yang menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform yang paling sering digunakan masyarakat untuk mencari informasi publik dari pemerintah. Dalam konteks Immigration Lounge, Instagram dan platform sosial lain efektif untuk memunculkan perhatian awal melalui poster, video pendek, testimoni, dan pengingat kuota.

M-Paspor memiliki posisi berbeda karena bukan hanya media informasi, tetapi juga kanal transaksi layanan. Informasi resmi mengenai paspor baru mengarahkan pemohon untuk melakukan pendaftaran melalui aplikasi M-Paspor yang dapat diunduh melalui App Store atau Google Play (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2025c). Dengan demikian, saluran komunikasi yang mengenalkan Immigration Lounge harus mampu mengarahkan masyarakat menuju M-Paspor secara jelas. Tanpa integrasi pesan antara media sosial, situs resmi, dan M-Paspor, masyarakat mungkin mengetahui keberadaan Immigration Lounge tetapi tidak memahami langkah operasional untuk memperoleh layanan.

Kanal interaktif berfungsi melengkapi informasi yang tidak cukup diselesaikan melalui poster atau siaran pers. Pada FAQ M-Paspor, Direktorat Jenderal Imigrasi menjelaskan bahwa pengguna yang mengalami kendala login dapat menggunakan fitur live chat atau mengirim email ke humas@imigrasi.go.id dengan melampirkan data yang diperlukan (Direktorat Jenderal Imigrasi, 2024c). Informasi tersebut menunjukkan pentingnya saluran bantuan sebagai bagian dari efektivitas komunikasi digital. Pengguna layanan tidak selalu membutuhkan informasi baru, tetapi sering membutuhkan kepastian ketika menghadapi masalah teknis atau kebingungan prosedural.

Table 2. Effectiveness of digital communication channels in introducing Immigration Lounge

Saluran	Fungsi utama	Kekuatan	Risiko	Kebutuhan penguatan
Situs resmi dan siaran pers	Sumber rujukan utama dan arsip informasi resmi	Kredibel, dapat dirujuk, memuat konteks kebijakan dan detail layanan	Kurang menjangkau pengguna yang tidak aktif mencari informasi	Halaman khusus Immigration Lounge, pembaruan rutin, tautan langsung ke M-Paspor, dan FAQ lokasi.

Media sosial	Peningkatan kesadaran, promosi, edukasi cepat, dan pengingat kuota	Jangkauan luas, visual, mudah dibagikan, responsif terhadap tren	Informasi mudah tenggelam, format pendek dapat mengurangi kelengkapan pesan	Template konten standar, caption informatif, tautan resmi, konten video alur layanan, dan monitoring komentar.
M-Paspor	Konversi dari informasi menjadi pendaftaran layanan	Menghubungkan pengguna dengan jadwal, lokasi, dan proses permohonan	Pengguna dapat berhenti jika kuota, navigasi, atau error tidak dijelaskan	Integrasi narasi layanan, panduan langkah, notifikasi kuota, dan bantuan teknis.
Kanal interaktif	Klarifikasi, pengaduan, dan bantuan kendala layanan	Meningkatkan kepercayaan dan mengurangi ketidakpastian pengguna	Kapasitas respons terbatas, potensi jawaban tidak seragam	Skrip jawaban standar, SLA respons, dashboard pertanyaan berulang, dan eskalasi teknis.
Pemberitaan daring dan kolaborasi media	Amplifikasi informasi kepada publik luas	Menjangkau audiens di luar pengikut akun resmi	Potensi penekanan berita tidak selalu memuat detail operasional	Siaran pers yang lengkap, media kit, infografik, dan tautan ke sumber resmi.

Source: Author analysis.

3.3 INDICATORS OF EFFECTIVE DIGITAL COMMUNICATION

Efektivitas saluran komunikasi digital dalam pengenalan Immigration Lounge dapat dilihat melalui beberapa indikator. Indikator pertama adalah jangkauan. Saluran yang efektif harus mampu menjangkau kelompok sasaran, yaitu masyarakat yang membutuhkan paspor, pekerja urban, keluarga yang membutuhkan layanan akhir pekan, pemohon yang membutuhkan layanan percepatan, serta masyarakat yang tinggal dekat lokasi Immigration Lounge. Media sosial memiliki keunggulan dalam aspek jangkauan karena informasi dapat disebarluaskan ulang oleh pengguna, kantor wilayah, kantor imigrasi, dan akun mitra pusat perbelanjaan. Namun, jangkauan tinggi tidak selalu berarti pemahaman tinggi. Oleh sebab itu, jangkauan harus diikuti indikator kedua, yaitu kejelasan pesan.

Kejelasan pesan berkaitan dengan kemampuan konten menjawab pertanyaan mendasar pengguna. Pengenalan Immigration Lounge minimal harus menjelaskan lokasi, jenis layanan, kuota, hari dan jam operasional, syarat pendaftaran, biaya layanan, dokumen yang harus dibawa, serta alur setelah pemohon datang ke lokasi. Informasi yang tidak lengkap dapat menyebabkan pengguna membuat asumsi yang keliru. Misalnya, masyarakat dapat mengira seluruh jenis paspor tersedia di semua Immigration Lounge, padahal beberapa publikasi menyebut layanan khusus e-paspor atau layanan percepatan tertentu. Oleh karena itu, pesan digital harus dirancang berbasis kebutuhan pengguna, bukan hanya berbasis agenda publikasi instansi.

Indikator ketiga adalah kredibilitas. Inovasi pelayanan publik seperti Immigration Lounge memerlukan kepastian bahwa layanan tersebut resmi, aman, dan tidak membuka peluang percaloan. Saluran resmi, domain imigrasi.go.id, akun media sosial terverifikasi atau akun satuan kerja resmi, serta tautan ke M-Paspor menjadi sumber kredibilitas. Kredibilitas juga dapat diperkuat melalui konsistensi visual, penggunaan logo resmi, dan penyebutan bahwa pendaftaran dilakukan melalui kanal resmi. Dalam konteks pelayanan publik, kepercayaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh konsistensi informasi. Apabila informasi di media sosial berbeda dengan situs resmi atau berbeda dengan informasi petugas di lokasi, kepercayaan pengguna dapat menurun.

Indikator keempat adalah kelengkapan dan keterbaruan informasi. Immigration Lounge memiliki karakter layanan yang dapat berubah sesuai kuota, jadwal, kebijakan hari libur, lokasi baru, atau pengaturan layanan percepatan. Karena itu, informasi digital harus diperbarui secara berkala. Ketika informasi lama masih beredar tanpa koreksi, masyarakat dapat menggunakan data yang sudah tidak berlaku. Masalah ini sering terjadi pada konten media sosial karena unggahan lama masih dapat ditemukan melalui pencarian atau dibagikan ulang. Solusinya adalah memastikan setiap konten

memiliki tanggal, periode berlaku, tautan pembaruan, dan ajakan memeriksa informasi terbaru melalui situs resmi atau M-Paspor.

Indikator kelima adalah interaktivitas. Permen PANRB Nomor 83 Tahun 2012 menempatkan media sosial pemerintah sebagai ruang komunikasi, sehingga efektivitasnya tidak hanya diukur dari jumlah unggahan, tetapi juga kemampuan instansi menanggapi pertanyaan masyarakat (Kementerian PANRB, 2012). Untuk Immigration Lounge, pertanyaan masyarakat biasanya berkisar pada kuota, biaya percepatan, jenis paspor, pendaftaran anak, penggantian paspor, perbedaan layanan reguler dan percepatan, serta ketersediaan layanan akhir pekan. Kanal yang interaktif dapat mencegah kesalahpahaman dan mengurangi beban pertanyaan berulang di lokasi layanan.

Indikator keenam adalah konversi layanan. Dalam komunikasi digital pelayanan publik, keberhasilan tidak berhenti pada jumlah tayangan, suka, atau komentar. Saluran komunikasi harus mendorong pengguna melakukan tindakan yang benar, seperti membuka M-Paspor, memilih lokasi Immigration Lounge yang sesuai, mengunggah dokumen, membayar biaya layanan, dan datang sesuai jadwal. Karena itu, setiap konten pengenalan Immigration Lounge sebaiknya menyertakan langkah konkret. Rumusan pesan seperti 'daftar melalui M-Paspor', 'pilih lokasi layanan', 'cek kuota secara berkala', dan 'bawa dokumen asli saat datang' lebih efektif dibandingkan pesan promosi umum yang hanya menekankan kenyamanan layanan.

Indikator ketujuh adalah aksesibilitas. Saluran digital harus dapat dipahami oleh pengguna dengan latar belakang usia, literasi digital, dan kebutuhan yang berbeda. Konten yang terlalu teknis, istilah asing tanpa penjelasan, atau poster yang padat teks dapat menyulitkan pengguna. Untuk layanan di ruang publik seperti pusat perbelanjaan, komunikasi sebaiknya menggunakan bahasa yang sederhana, visual alur layanan, versi teks yang dapat dibaca mesin pencari, dan informasi kontak. Kesesuaian dengan prinsip aksesibilitas penting karena pelayanan publik harus melayani semua kelompok masyarakat, bukan hanya pengguna yang sudah terbiasa dengan aplikasi digital.

Table 3. Indicators for assessing communication effectiveness

Indikator	Pertanyaan evaluatif	Contoh ukuran praktis
Jangkauan	Apakah informasi menjangkau calon pengguna Immigration Lounge?	Impression, reach, share, pengunjung halaman, dan distribusi ulang oleh akun resmi lain.
Kejelasan	Apakah pesan menjawab pertanyaan pengguna sebelum datang?	Kelengkapan lokasi, jam, kuota, syarat, biaya, alur, dan tautan pendaftaran.
Kredibilitas	Apakah masyarakat percaya bahwa informasi dan layanan resmi?	Penggunaan domain/akun resmi, logo, tautan M-Paspor, dan konsistensi identitas visual.
Keterbaruan	Apakah informasi masih sesuai kondisi layanan terkini?	Tanggal publikasi, periode berlaku, pembaruan jadwal, dan koreksi konten lama.
Interaktivitas	Apakah masyarakat dapat memperoleh klarifikasi?	Respons komentar/DM, FAQ, live chat, email, dan waktu respons.
Konversi	Apakah informasi mendorong tindakan layanan yang benar?	Klik ke M-Paspor, pemilihan lokasi, pendaftaran berhasil, dan pengurangan pertanyaan berulang.
Aksesibilitas	Apakah pesan mudah dipahami semua kelompok pengguna?	Bahasa sederhana, teks alternatif, visual alur, format mobile friendly, dan informasi kontak.

Source: Author analysis based on digital public service communication principles.

3.4 CHALLENGES IN COMMUNICATING IMMIGRATION LOUNGE

Tantangan pertama adalah fragmentasi informasi antar saluran. Informasi Immigration Lounge dapat muncul di situs pusat, situs kantor imigrasi, akun media sosial pusat, akun media sosial satuan kerja, M-Paspor, dan pemberitaan media. Banyaknya saluran memperluas jangkauan, tetapi juga menimbulkan risiko ketidaksamaan detail. Misalnya, satu saluran menekankan layanan percepatan, saluran lain menekankan layanan reguler, sedangkan saluran lain tidak menjelaskan apakah pendaftaran dapat dilakukan secara walk-in atau wajib melalui M-Paspor. Kondisi ini dapat mengganggu kepastian layanan karena pengguna tidak selalu mengetahui saluran mana yang menjadi sumber utama.

Tantangan kedua adalah inkonsistensi istilah. Beberapa publikasi menggunakan istilah Immigration Lounge, sementara publikasi lain menggunakan istilah Immi Lounge atau menyebutnya sebagai layanan paspor di mal. Variasi istilah dapat membantu kedekatan komunikasi, tetapi berpotensi mengurangi keterlacakan informasi di mesin pencari dan membingungkan masyarakat yang baru pertama kali mendengar inovasi tersebut. Untuk layanan publik yang berkembang lintas wilayah, konsistensi nomenklatur penting agar masyarakat memahami bahwa semua istilah merujuk pada layanan resmi yang sama atau setidaknya berada dalam payung layanan yang sama.

Tantangan ketiga adalah keterbatasan format media sosial. Media sosial efektif untuk menarik perhatian, tetapi ruang caption dan format poster sering kali tidak cukup untuk menjelaskan seluruh standar layanan. Akibatnya, informasi penting seperti biaya percepatan, dokumen asli, perbedaan paspor elektronik dan non-elektronik, batas usia pemohon anak, atau ketentuan hari libur tidak selalu termuat secara jelas. Apabila informasi detail hanya disampaikan di komentar atau pesan pribadi, pengguna lain tidak selalu memperoleh pengetahuan yang sama. Oleh karena itu, media sosial sebaiknya berfungsi sebagai pintu masuk menuju halaman informasi yang lebih lengkap.

Tantangan keempat adalah perubahan kuota dan jadwal. Immigration Lounge berada dalam ekosistem layanan yang dipengaruhi ketersediaan pegawai, sistem, jaringan, sarana biometrik, hari libur nasional, dan kebijakan internal. Perubahan kuota atau jadwal yang tidak segera diperbarui dapat menyebabkan ketidakpuasan karena masyarakat telah menyusun rencana berdasarkan informasi lama. Tantangan ini memerlukan mekanisme pembaruan lintas saluran. Ketika ada perubahan, situs resmi, media sosial, M-Paspor, dan petugas kanal bantuan harus memberikan jawaban yang sama.

Tantangan kelima adalah literasi digital dan kesenjangan akses. Tidak semua calon pengguna memiliki kemampuan yang sama dalam mengunduh aplikasi, mengunggah dokumen, memilih jadwal, atau memahami informasi digital. Walaupun Immigration Lounge menyasar kemudahan layanan, sebagian pengguna tetap membutuhkan panduan. Oleh sebab itu, komunikasi digital tidak boleh mengasumsikan semua pengguna sudah memahami aplikasi M-Paspor. Konten tutorial singkat, video langkah demi langkah, dan FAQ berbasis masalah nyata pengguna menjadi penting.

Tantangan keenam adalah pengukuran efektivitas yang belum selalu dikaitkan dengan hasil layanan. Banyak instansi cenderung mengukur media sosial melalui indikator permukaan seperti jumlah unggahan, jumlah suka, atau jumlah pengikut. Padahal, efektivitas pengenalan Immigration Lounge seharusnya dihubungkan dengan indikator layanan, seperti meningkatnya pendaftaran pada lokasi yang dipromosikan, berkurangnya pertanyaan berulang, menurunnya kesalahan dokumen, meningkatnya ketepatan kedatangan sesuai jadwal, dan meningkatnya persepsi kejelasan informasi. Dengan kata lain, komunikasi digital perlu diintegrasikan dengan evaluasi pelayanan publik, bukan berdiri sebagai kegiatan publikasi semata.

3.5 INTEGRATED DIGITAL COMMUNICATION MODEL

Berdasarkan hasil analisis, pengenalan Immigration Lounge memerlukan model komunikasi digital terintegrasi. Model ini menempatkan situs resmi sebagai sumber kebenaran utama, media sosial sebagai saluran pemantik kesadaran, M-Paspor sebagai saluran tindakan, dan kanal interaktif sebagai ruang bantuan. Dalam model ini, setiap saluran tidak bekerja sendiri, tetapi saling mengarahkan. Konten media sosial harus menautkan informasi ke halaman resmi, halaman resmi harus menautkan pengguna ke M-Paspor, M-Paspor harus menyediakan informasi lokasi dan jadwal, sedangkan kanal bantuan harus merujuk pada informasi terbaru yang sama.

Tahap pertama dalam model ini adalah standardisasi pesan inti. Setiap publikasi Immigration Lounge sebaiknya memuat unsur minimal, yaitu nama layanan, status resmi, alamat lengkap, hari dan jam operasional, jenis layanan, kuota, alur pendaftaran, syarat dokumen, biaya layanan, tautan M-Paspor, kanal bantuan, dan tanggal pembaruan. Standardisasi ini tidak berarti semua konten harus panjang.

Media sosial dapat menggunakan format ringkas, tetapi tetap harus mengarahkan pengguna ke informasi lengkap. Dengan standardisasi, satuan kerja dapat mengurangi risiko jawaban berbeda antar petugas atau antar platform.

Tahap kedua adalah segmentasi audiens. Calon pengguna Immigration Lounge tidak homogen. Ada pemohon yang membutuhkan paspor cepat untuk perjalanan mendesak, keluarga yang mengurus paspor anak, pekerja yang hanya memiliki waktu akhir pekan, WNA yang mencari layanan izin tinggal tertentu, serta masyarakat yang baru pertama kali membuat paspor. Setiap segmen membutuhkan penekanan informasi yang berbeda. Pekerja urban perlu informasi layanan akhir pekan dan lokasi strategis. Pemohon paspor anak perlu informasi dokumen pendukung. Pemohon percepatan perlu informasi biaya dan kuota. Dengan segmentasi, konten digital menjadi lebih relevan dan tidak sekadar mengulang informasi umum.

Tahap ketiga adalah desain perjalanan pengguna. Pengenalan Immigration Lounge harus mengikuti alur berpikir masyarakat: mengetahui layanan, memeriksa kesesuaian layanan, memahami syarat, mendaftar, datang ke lokasi, menyelesaikan proses, dan memberikan umpan balik. Setiap tahap memerlukan saluran komunikasi berbeda. Kesadaran dapat dibangun melalui reels atau poster Instagram. Pemeriksaan detail dilakukan melalui situs resmi atau FAQ. Pendaftaran dilakukan melalui M-Paspor. Klarifikasi dilakukan melalui live chat atau email. Umpan balik dapat dikumpulkan melalui survei daring atau QR code di lokasi layanan. Pendekatan perjalanan pengguna membuat komunikasi lebih berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

Tahap keempat adalah pengukuran kinerja komunikasi. Indikator komunikasi perlu dikaitkan dengan data layanan. Misalnya, ketika sebuah kantor imigrasi mempublikasikan konten Immigration Lounge selama satu minggu, evaluasi tidak hanya menghitung jangkauan konten, tetapi juga melihat perubahan jumlah pencarian informasi, klik ke tautan M-Paspor, jumlah pendaftaran pada lokasi terkait, jenis pertanyaan paling sering, dan kesalahan dokumen yang terjadi di lokasi. Data ini dapat digunakan untuk memperbaiki pesan berikutnya. Apabila pertanyaan tentang biaya percepatan masih dominan, konten selanjutnya perlu memperjelas biaya. Apabila banyak pemohon datang tanpa dokumen asli, pesan tentang dokumen perlu diperkuat.

Tahap kelima adalah tata kelola konten lintas satuan kerja. Karena Immigration Lounge tersebar di berbagai wilayah, diperlukan pedoman konten yang memadukan identitas nasional Direktorat Jenderal Imigrasi dengan kebutuhan lokal kantor imigrasi. Direktorat pusat dapat menyediakan template visual, daftar informasi wajib, dan pedoman istilah. Kantor imigrasi daerah dapat menambahkan informasi lokasi, jam operasional, kuota, foto lokasi, dan nomor kontak sesuai kondisi setempat. Dengan model ini, komunikasi tetap konsisten secara kelembagaan tetapi adaptif terhadap konteks lokal.

Table 4. Proposed content standard for Immigration Lounge communication

Unsur pesan	Isi minimal yang perlu ditampilkan	Tujuan komunikasi
Identitas layanan	Nama Immigration Lounge, kantor imigrasi penanggung jawab, dan status layanan resmi	Membangun kredibilitas dan mencegah salah persepsi.
Lokasi dan akses	Alamat lengkap, lantai/area mal, titik masuk, peta, dan informasi parkir/transportasi jika tersedia	Memudahkan pengguna menemukan lokasi tanpa harus bertanya berulang.

Jenis layanan	Paspor baru, penggantian, e-paspor, layanan percepatan, pengambilan paspor, atau layanan WNA jika tersedia	Mencegah pengguna datang untuk layanan yang tidak tersedia.
Kuota dan jam	Kuota harian, jam operasional, hari layanan, hari libur, dan periode berlaku informasi	Memberikan kepastian waktu dan mengurangi antrean tidak terencana.
Pendaftaran	Instruksi M-Paspor, pilihan walk-in jika ada, tautan unduh/panduan, dan langkah singkat	Mengubah kesadaran menjadi tindakan layanan yang benar.
Persyaratan dan biaya	Dokumen asli, dokumen unggahan, biaya paspor, biaya percepatan jika ada, dan metode pembayaran	Mengurangi kesalahan dokumen dan keluhan biaya.
Bantuan	FAQ, live chat, email, nomor resmi, dan jam respons	Menyediakan dukungan saat pengguna menghadapi kendala.
Umpan balik	Tautan survei, QR code, atau kanal pengaduan	Menjadikan pengalaman pengguna sebagai dasar perbaikan layanan.

Source: Author analysis.

3.6 DISCUSSION: FROM PROMOTION TO PUBLIC SERVICE ASSURANCE

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa efektivitas saluran komunikasi digital dalam pengenalan Immigration Lounge perlu dipahami lebih luas daripada efektivitas promosi. Dalam konteks pelayanan publik, komunikasi digital memiliki fungsi jaminan layanan. Masyarakat tidak hanya perlu mengetahui bahwa layanan tersedia, tetapi juga perlu memperoleh kepastian tentang cara mengaksesnya. Oleh karena itu, indikator efektivitas harus mencakup kejelasan, kepastian, konsistensi, dan kemampuan saluran memandu masyarakat sampai pada tindakan layanan yang benar.

Perbedaan utama komunikasi pelayanan publik dengan promosi komersial terletak pada tanggung jawab akuntabilitas. Promosi komersial dapat menekankan daya tarik produk, sedangkan komunikasi pelayanan publik harus menjaga agar pesan tidak menimbulkan ekspektasi yang tidak sesuai standar layanan. Misalnya, frasa 'paspor satu hari jadi' harus selalu diikuti penjelasan ketentuan, biaya percepatan, kuota, jenis paspor, dan syarat yang harus dipenuhi. Jika tidak, masyarakat dapat menganggap semua permohonan pasti selesai satu hari tanpa batasan. Dalam pelayanan publik, ekspektasi yang keliru dapat berubah menjadi keluhan dan menurunkan kepercayaan.

Siaran pers dan situs resmi tetap penting meskipun media sosial lebih cepat menjangkau masyarakat. Saluran resmi yang berbasis laman web dapat menjadi arsip rujukan dan sumber validasi informasi. Media sosial dapat menggunakan bahasa lebih ringan dan visual, tetapi informasi detail sebaiknya tetap diarahkan ke laman resmi. Model ini sejalan dengan fungsi pemerintah sebagai penyedia informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Apabila media sosial menjadi satu-satunya sumber informasi, risiko kehilangan detail layanan akan meningkat karena karakter platform mengutamakan kecepatan, visual, dan ringkasan.

M-Paspor memiliki posisi strategis karena menjadi titik temu antara komunikasi dan pelayanan. Pengguna yang berhasil memahami pesan di media sosial atau situs resmi pada akhirnya harus masuk ke M-Paspor untuk mendaftar. Oleh karena itu, desain komunikasi harus memperhatikan pengalaman transisi antar saluran. Tautan, QR code, tutorial, dan panduan langkah perlu dibuat sederhana. Pengguna tidak boleh dibiarkan mencari sendiri istilah lokasi layanan atau jenis permohonan yang sesuai. Dalam hal ini, efektivitas komunikasi digital dapat dilihat dari seberapa lancar pengguna berpindah dari tahap mengetahui layanan menuju tahap melakukan pendaftaran.

Kanal interaktif menjadi penentu kepercayaan ketika informasi tertulis belum cukup. Dalam praktik pelayanan, pertanyaan masyarakat sering muncul karena situasi personal tidak sepenuhnya tercakup

dalam pengumuman umum. Misalnya, pemohon dengan paspor rusak, paspor hilang, data berbeda, kebutuhan anak di bawah umur, atau kondisi perjalanan mendadak memerlukan penjelasan khusus. Jika kanal interaktif responsif, masyarakat akan merasa didampingi. Jika kanal interaktif lambat atau memberikan jawaban yang tidak seragam, kepercayaan terhadap layanan dapat menurun meskipun fasilitas fisik Immigration Lounge sudah baik.

Pada akhirnya, efektivitas saluran komunikasi digital dalam pengenalan Immigration Lounge perlu dilihat sebagai bagian dari siklus peningkatan layanan. Komunikasi yang baik menghasilkan pengguna yang lebih siap, pengguna yang lebih siap memperlancar proses pelayanan, proses pelayanan yang lancar meningkatkan kepuasan, dan kepuasan pengguna memperkuat citra inovasi. Sebaliknya, komunikasi yang tidak jelas menghasilkan kesalahan dokumen, pertanyaan berulang, antrean tidak perlu, dan keluhan. Dengan demikian, komunikasi digital bukan kegiatan pendukung yang terpisah, melainkan bagian integral dari kualitas pelayanan publik keimigrasian.

4. CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa saluran komunikasi digital memiliki peran penting dalam pengenalan Immigration Lounge sebagai inovasi pelayanan publik keimigrasian. Efektivitasnya tidak hanya ditentukan oleh banyaknya publikasi, tetapi oleh kemampuan saluran menyampaikan informasi yang kredibel, jelas, lengkap, mutakhir, interaktif, mudah diakses, dan mampu mengarahkan masyarakat menuju tindakan layanan yang benar. Situs resmi dan siaran pers berperan sebagai sumber informasi resmi; media sosial berperan sebagai saluran peningkatan kesadaran; M-Paspor berperan sebagai saluran konversi; sedangkan kanal interaktif berperan sebagai ruang klarifikasi dan dukungan pengguna.

Hasil kajian menunjukkan bahwa Immigration Lounge membutuhkan strategi komunikasi digital terintegrasi karena layanan ini berada pada persilangan antara inovasi fisik, sistem digital, dan ekspektasi masyarakat. Informasi mengenai lokasi, jenis layanan, kuota, jam operasional, syarat, biaya, dan mekanisme pendaftaran harus disampaikan secara konsisten lintas saluran. Kegagalan menjaga konsistensi dapat menimbulkan kebingungan, menghambat pemanfaatan layanan, dan menurunkan kepercayaan masyarakat. Sebaliknya, komunikasi digital yang terarah dapat membuat masyarakat lebih siap, mengurangi kesalahan prosedural, memperlancar proses pelayanan, dan memperkuat citra imigrasi sebagai institusi yang adaptif terhadap kebutuhan masyarakat modern.

Secara praktis, artikel ini merekomendasikan pengelolaan komunikasi digital Immigration Lounge melalui empat langkah utama: standardisasi pesan inti, penguatan laman resmi sebagai sumber kebenaran utama, pemanfaatan media sosial sebagai saluran edukasi dan promosi yang diarahkan ke M-Paspor, serta pengukuran efektivitas komunikasi berdasarkan data layanan dan pertanyaan pengguna. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena menggunakan studi dokumentasi dan belum mengukur persepsi langsung pengguna Immigration Lounge. Penelitian lanjutan disarankan menggunakan survei atau wawancara terhadap pemohon untuk menguji hubungan antara paparan saluran komunikasi digital, pemahaman layanan, keputusan menggunakan Immigration Lounge, dan kepuasan pengguna.

REFERENCES

- Andini, F. D., Mulyawan, B., & Jannah, R. N. (2025). Implementasi Immigration Lounge Kantor Imigrasi Kelas I dalam meningkatkan kualitas pelayanan penerbitan Paspor RI: Implementation of Immigration Lounge at Class I Immigration Office in improving the quality of Indonesian passport issuance services. *Journal of Administration and International Development*, 5(2), 1-13. <https://doi.org/10.52617/jaid.v5i2.709>
- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2021). Imigrasi perkenalkan aplikasi M-Paspor. <https://www.imigrasi.go.id/id/2021/12/30/imigrasi-perkenalkan-aplikasi-m-paspor/>
- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2024a). Silmy Karim: Imigrasi semakin nyaman dengan dibukanya Immigration Lounge Senayan City. https://www.imigrasi.go.id/siaran_pers/silmy-karim-imigrasi-semakin-nyaman-dengan-dibukanya-immigration-lounge-senayan-city
- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2024b). Pertama di Jawa Barat, Immigration Lounge di Grand Metropolitan Mall Bekasi. https://www.imigrasi.go.id/siaran_pers/2024/12/27/pertama-di-jawa-barat-immigration-lounge-di-grand-metropolitan-mall-bekasi

- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2024c). Apa yang harus saya lakukan jika aplikasi M-Paspor tidak bisa login?
<https://www.imigrasi.go.id/faq/m-paspor>
- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2025a). Immigration Lounge ke-7 di Indonesia hadir di Mall Pesona Square Depok.
https://www.imigrasi.go.id/siaran_pers/immigration-lounge-ke-7-di-indonesia-hadir-di-mall-pesona-square-depok
- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2025b). Immigration Lounge kini hadir di Kebayoran Park Mall.
https://imigrasi.go.id/siaran_pers/immigration-lounge-kini-hadir-di-kebayoran-park-mall
- Direktorat Jenderal Imigrasi. (2025c). Paspor baru. <https://www.imigrasi.go.id/wni/paspor-baru>
- Ernungtyas, N. F., Irwansyah, I., Boer, R. F., & Qadrifa, S. S. (2024). Exploring the utilization of government social media as an information source. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*, 28(2), 135-152.
<https://doi.org/10.17933/jskm.2024.5419>
- Kantor Imigrasi Kelas I TPI Yogyakarta. (2026). Bikin paspor sambil ngemall? Cuma di Immigration Lounge Sleman City Hall bisa begini! <https://jogja.imigrasi.go.id/bikin-paspor-sambil-ngemall-cuma-di-immigration-lounge-sleman-city-hall-bisa-begini/>
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2012). Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 83 Tahun 2012 tentang Pedoman Pemanfaatan Media Sosial Instansi Pemerintah.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2014). Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 15 Tahun 2014 tentang Pedoman Standar Pelayanan.
- Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi. (2024). Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Nomor 2 Tahun 2024 tentang Penerapan Standar Pelayanan di Lingkup Instansi Pemerintah.
- Republik Indonesia. (2009). Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik.
- Republik Indonesia. (2018). Peraturan Presiden Nomor 95 Tahun 2018 tentang Sistem Pemerintahan Berbasis Elektronik.
- Supriyanto, D., Nuryanti, N., & Noegroho, A. (2024). Media sosial dalam efektivitas komunikasi pelayanan publik instansi pemerintah daerah. *Innovative: Journal of Social Science Research*, 4(4), 7796-7810.
<https://doi.org/10.31004/innovative.v4i4.14048>