

Strategi Komunikasi Pada Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian (TIKIM) Dalam Mensosialisasikan Fasilitas Mesin Autogate di Bandara Internasional Soekarno-Hatta

Chairunnisa Griselda¹, Idola Perdini Putri², Yogie Alwatan³

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, griseldachairunnisa2@gmail.com

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, idolaperdiniputri@telkomuniversity.ac.id

³ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, alwatonyogie@telkomuniversity.ac.id

Abstract

This research aims to analyze communication strategies undertaken by the Immigration Information and Communication Technology Section (TIKIM) in socializing autogate machine technology facilities at Soekarno-Hatta International Airport because the Immigration Information and Communication Technology Section (TIKIM) has an important role in the field. Modernizing immigration services in Indonesia. The research method used was qualitative with a case study approach, where primary data was collected through in-depth interviews with informants. Research results show that TIKIM selects communicators with high credibility, in-depth knowledge of autogate machine facilities, and good communication capabilities. The communication strategy that is implemented includes several stages such as determining target targets involving domestic and international passengers, delivering messages through various media such as banners, information boards, video tutorials, and direct communication by officers. The selection of diverse media, including social media and the airport's official website, ensures that information can reach a wide and diverse audience. Evaluation of the effectiveness of communication strategies was conducted through passenger satisfaction surveys and user data analysis, which showed significant improvements in the use of autogate engines and positive feedback from passengers.

Keywords-organizational communication, autogate engine, TIKIM.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bagian Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian (TIKIM) dalam mensosialisasikan fasilitas teknologi mesin *autogate* di Bandara Internasional Soekarno-Hatta sebab Bagian Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian (TIKIM) memiliki peran penting dalam memodernisasi layanan keimigrasian di Indonesia. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus, di mana data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan para informan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TIKIM memilih komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi, pengetahuan mendalam tentang fasilitas mesin *autogate*, dan kemampuan komunikasi yang baik. Strategi komunikasi yang diterapkan mencakup beberapa tahapan seperti penentuan target sasaran yang melibatkan penumpang domestik dan internasional, penyampaian pesan melalui berbagai media seperti spanduk, papan informasi, video tutorial, serta komunikasi langsung oleh petugas. Pemilihan media yang beragam, termasuk media sosial dan *website* resmi bandara, memastikan bahwa informasi dapat menjangkau audiens yang luas dan beragam. Evaluasi efektivitas strategi komunikasi dilakukan melalui survei kepuasan penumpang dan analisis data pengguna, yang menunjukkan peningkatan signifikan dalam penggunaan mesin *autogate* dan umpan balik positif dari penumpang.

Kata Kunci-strategi komunikasi; mesin *autogate*; TIKIM.

I. PENDAHULUAN

Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian (TIKIM) memiliki peran penting dalam meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan keimigrasian di Indonesia, terutama di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Seiring dengan pertumbuhan jumlah penumpang internasional, kebutuhan untuk mempercepat proses pemeriksaan keimigrasian menjadi semakin mendesak. Fasilitas mesin *autogate* diperkenalkan sebagai solusi inovatif yang memungkinkan penumpang melakukan pemeriksaan secara mandiri tanpa interaksi langsung dengan petugas imigrasi, sehingga mempercepat layanan dan mengurangi beban kerja petugas. Hal ini didukung oleh pernyataan Ditjen Imigrasi dalam Pratama (2019) dengan memanfaatkan sistem berbasis teknologi, Ditjen Imigrasi berharap dapat menyajikan pelayanan keimigrasian yang lebih cepat dan mudah. Salah satu langkah yang mereka ambil untuk mewujudkannya adalah dengan menerapkan *autogate*. Temuan penelitian menunjukkan pada implementasinya dalam memperkenalkan dan mensosialisasikan fasilitas tersebut, diperlukan pemahaman yang mendalam mengenai manfaat dan cara kerja penggunaan mesin *autogate* tersebut.

Fasilitas mesin *autogate* memungkinkan Warga Negara Indonesia melakukan pemeriksaan keimigrasian secara otomatis dengan memindai paspor dan sidik jari. Tersedia bagi pemegang paspor elektronik dan non-elektronik yang terdaftar di Terminal Pintu Keluar Masuk (TPI), sistem ini meningkatkan efisiensi petugas imigrasi dalam memantau aktivitas penumpang, sebagaimana diterapkan di Malaysia dan Singapura (Putra et al., 2022). Berdasarkan artikel yang dilansir oleh laman resmi Imigrasi Soekarno-Hatta (imigrasisoekarnohatta.kemendikhum.go.id) menegaskan bahwa dengan semakin seringnya penerbangan dan banyaknya penumpang yang tiba di Indonesia melalui Bandara Soekarno-Hatta, Direktorat Jenderal Imigrasi menganggap penting untuk menyediakan pengalaman pengguna yang berkualitas dan profesional. Artinya sosialisasi komunikasi yang dilakukan oleh Bagian TIKIM sangat penting untuk dilakukan agar fasilitas mesin *autogate* dapat tersampaikan dengan baik kepada masyarakat yang kemudian bertujuan dalam meningkatkan pelayanan dan pengawasan keimigrasian.

Sosialisasi fasilitas mesin *autogate* membutuhkan peran komunikasi yang efektif agar informasi tersampaikan dengan baik. Bagian Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus Soekarno-Hatta bertugas mensosialisasikan fasilitas ini untuk meningkatkan pelayanan dan pengawasan keimigrasian. Komunikasi organisasi merupakan proses penyebaran informasi dalam organisasi untuk mencapai tujuan bersama dan memastikan pemahaman peran setiap anggota (Arifiani, 2014). Sosialisasi yang efektif dapat mendorong pencapaian tujuan organisasi dengan membangun pemahaman dan kesadaran masyarakat terhadap peran dan kontribusi organisasi (Cohen dalam Rumangkit, 2016). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh TIKIM dalam mensosialisasikan fasilitas mesin *autogate* di Bandara Internasional Soekarno-Hatta, menilai efektivitas strategi tersebut, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan penerimaan dan penggunaan fasilitas ini oleh penumpang.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Strategi Komunikasi Organisasi

Menurut Efendi dalam Asri (2022), strategi komunikasi adalah perencanaan dan pengelolaan taktik operasional untuk mencapai tujuan organisasi, dengan dasar teori yang telah diuji. Tatham dalam Asri (2022) menambahkan bahwa strategi ini melibatkan tindakan sistematis untuk memahami audiens, menggunakan saluran efektif, dan mempengaruhi opini guna mendukung perilaku yang diinginkan. Tujuan utama adalah mempengaruhi pandangan masyarakat dan membentuk sikap serta tindakan dalam organisasi, dengan komunikasi yang mencakup pertukaran informasi antara manajemen dan karyawan.

1. Menetapkan komunikator, komunikator merupakan pengendali utama komunikasi dan harus memiliki keterampilan, kreativitas, serta ide yang baik. Tiga syarat utama adalah kredibilitas, daya tarik, dan kekuatan.
2. Menetapkan target sasaran dan analisis kebutuhan khalayak, target sasaran adalah audiens utama yang ditentukan oleh organisasi, seperti pengguna paspor dalam sosialisasi TIKIM mengenai mesin *autogate*, bertujuan meningkatkan kesadaran. Keberhasilan program komunikasi bergantung pada minat audiens, yang terbagi menjadi kelompok pemberi izin, pendukung, oposisi, dan evaluasi. Pemetaan audiens dilakukan berdasarkan aspek sosiodemografik, profil psikologis, dan karakteristik perilaku masyarakat (Hafied, 2014).
3. Menyusun Pesan, pesan merupakan informasi bermakna untuk audiens. Dalam program komersial, pesan bersifat persuasif dan provokatif, sedangkan dalam program penyuluhan, bersifat persuasif dan edukatif. Penyusunan pesan bisa menonjolkan satu sisi (*one-sided issue*) atau menampilkan sisi baik dan buruk (*two-*

sided love). Pesan efektif harus terstruktur, logis, menarik, dan menggunakan humor untuk menjaga perhatian.

4. Memilih media saluran pesan, pemilihan media komunikasi harus disesuaikan dengan karakteristik pesan dan audiens, berdasarkan riset. Media dibagi menjadi konvensional (cetak dan elektronik) dan non-konvensional (internet dan media sosial).
5. Evaluasi komunikasi organisasi, yaitu menilai keberhasilan dan perubahan, mencakup evaluasi program dan manajemen. Strategi komunikasi yang efektif menggunakan berbagai media dan pelatihan untuk meningkatkan efisiensi, seperti sosialisasi mesin autogate di Bandara Soekarno-Hatta.

B. Imigrasi

Migrasi yang berasal dari kata Latin "Migration" yang dimana merujuk pada perpindahan penduduk antar negara. Menurut Maulidia (2022), dalam Konferensi Internasional tentang emigrasi dan imigrasi di Roma tahun 1924, imigran umumnya pindah ke negara tujuan untuk mencari penghidupan dan menetap di sana. migrasi manusia memiliki dimensi yang berbeda, terbagi menjadi dua: Eksternal dan Internal. Dimensi eksternal mencakup faktor-faktor di luar lingkup institusi keimigrasian, seperti ideologi, ekonomi, sosial, politik, budaya, pertahanan dan keamanan nasional, demografi, sumber daya manusia, dan lingkungan hidup. Di sisi lain, dimensi internal terkait dengan faktor-faktor yang spesifik untuk institusi keimigrasian, seperti layanan, penegakan hukum, pembentukan hukum, organisasi, infrastruktur, personel, dan dukungan pembangunan nasional.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bagian Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian (TIKIM) dalam mensosialisasikan fasilitas mesin autogate di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Data primer dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan informan kunci yang memiliki pengetahuan mendalam tentang fasilitas mesin autogate dan strategi komunikasi TIKIM. Data sekunder diperoleh dari berbagai sumber literatur yang relevan. Analisis data dilakukan secara tematik dengan cara mengidentifikasi pola-pola komunikasi yang efektif dan mengkaji tahapan-tahapan strategi komunikasi yang diterapkan, termasuk penentuan target sasaran, penyampaian pesan, pemilihan media, dan evaluasi efektivitas strategi. Evaluasi dilakukan dengan mengumpulkan umpan balik dari pengguna mesin autogate melalui survei kepuasan penumpang dan analisis data penggunaan mesin autogate.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

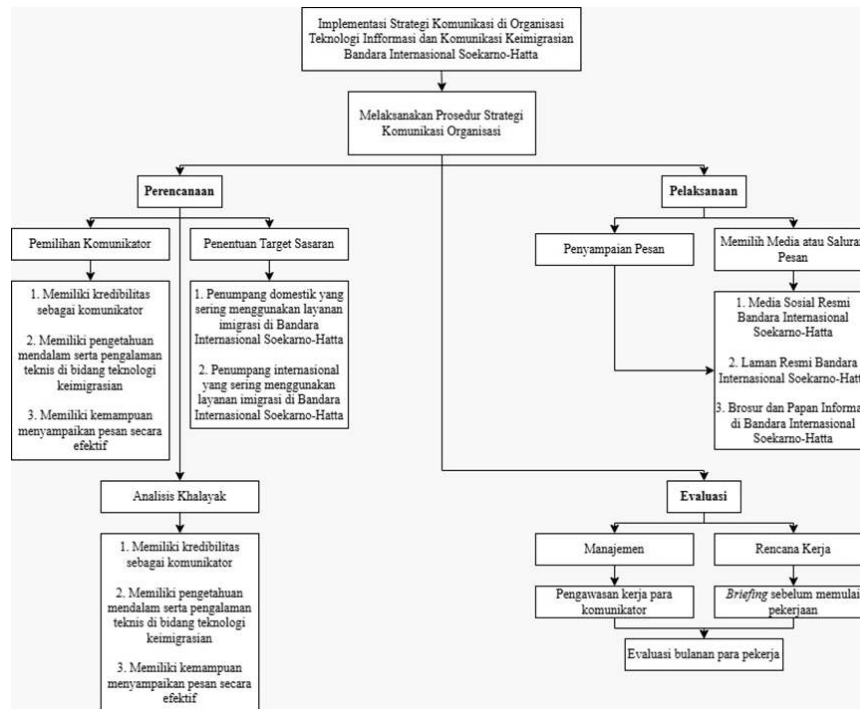
Penelitian ini berfokus pada analisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian (TIKIM) dalam mensosialisasikan fasilitas mesin autogate di Bandara Internasional Soekarno-Hatta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TIKIM memilih komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi serta pemahaman yang mendalam tentang teknologi autogate. Para komunikator ini juga dilengkapi dengan kemampuan komunikasi yang baik, sehingga mampu menyampaikan informasi dengan jelas dan efektif kepada khalayak yang beragam.

TIKIM menggunakan berbagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan, termasuk papan informasi, video tutorial, spanduk, dan komunikasi langsung oleh petugas di lapangan. Media sosial dan situs web resmi bandara juga dimanfaatkan untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Strategi ini dirancang untuk memastikan bahwa informasi mengenai penggunaan mesin autogate dapat diakses dengan mudah oleh penumpang domestik maupun internasional.

Dalam pembahasan, penelitian ini mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi yang telah diterapkan oleh TIKIM. Pemilihan komunikator yang tepat dinilai sangat berpengaruh dalam keberhasilan sosialisasi, karena komunikator yang memiliki kredibilitas tinggi lebih dipercaya oleh khalayak. Selain itu, variasi media yang digunakan memungkinkan penyebaran informasi yang lebih luas dan efektif, mencakup berbagai saluran komunikasi yang dapat menjangkau penumpang dengan berbagai latar belakang.

Evaluasi dari implementasi strategi komunikasi ini dilakukan melalui survei kepuasan penumpang dan analisis data pengguna mesin autogate. Hasil evaluasi menunjukkan bahwa terdapat peningkatan signifikan dalam jumlah pengguna mesin autogate setelah sosialisasi dilakukan, serta umpan balik yang sebagian besar positif dari penumpang. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang baik, yang didukung oleh pemilihan komunikator yang kredibel dan penggunaan media yang beragam, efektif dalam meningkatkan pemahaman dan penggunaan fasilitas autogate di bandara.

Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang diterapkan oleh TIKIM dalam mensosialisasikan mesin autogate terbukti efektif. Namun, penelitian ini juga menyarankan perlunya evaluasi berkelanjutan dan penyesuaian strategi sesuai dengan dinamika penumpang dan perkembangan teknologi, agar hasil yang diperoleh dapat terus ditingkatkan



Gambar 1. Implementasi Strategi Komunikasi di Bagian TIKIM Bandara Internasional Soekarno-Hatta (Sumber: Dokumen Peneliti,2024)

Diagram alur pada gambar 1 mencakup tahapan implementasi dan pelaksanaan strategi komunikasi di lingkungan teknologi informasi dan komunikasi keimigrasian di Bandara Internasional Soekarno Hatta. Tahap pertama adalah implementasi strategi komunikasi, di mana organisasi teknologi informasi dan komunikasi keimigrasian mulai menerapkan berbagai langkah persiapan untuk memastikan strategi komunikasi berjalan dengan baik. Setelah itu, tahap kedua melibatkan pelaksanaan prosedur-prosedur yang telah direncanakan dalam strategi komunikasi, mencakup berbagai langkah operasional untuk mengomunikasikan informasi kepada publik. Tahap ketiga terdiri dari tiga sub-tahapan yang saling berkaitan: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Pada sub-tahap perencanaan, dilakukan beberapa langkah penting seperti pemilihan komunikator yang kredibel, memiliki pengetahuan mendalam dan pengalaman teknis di bidang keimigrasian, serta mampu menyampaikan pesan secara efektif. Selain itu, dilakukan analisis khalayak untuk memahami kebutuhan informasi, mengumpulkan data komplain, dan mempertimbangkan saran serta kritik dari pengunjung. Penentuan target sasaran juga dilakukan pada tahap ini, yaitu penumpang domestik dan internasional yang sering menggunakan layanan imigrasi di Bandara Soekarno Hatta. Tahap evaluasi dilakukan untuk memastikan semua rencana dan pelaksanaan berjalan sesuai yang diharapkan. Evaluasi ini mencakup pengawasan kerja pada komunikator untuk memastikan mereka menjalankan tugasnya dengan baik dan melakukan briefing sebelum memulai pekerjaan agar semua anggota tim memahami tugas dan tanggung jawab mereka. Selanjutnya, dilakukan evaluasi bulanan untuk menilai kinerja dan melakukan perbaikan jika diperlukan. Pada tahap pelaksanaan, informasi disampaikan kepada target sasaran melalui pemilihan media atau saluran pesan yang tepat. Media yang digunakan mencakup media sosial resmi Bandara Internasional Soekarno Hatta, laman resmi bandara, serta brosur dan papan informasi di bandara.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini mengungkapkan bahwa strategi komunikasi TIKIM dalam mensosialisasikan mesin autogate di Bandara Internasional Soekarno-Hatta sangat komprehensif dan terstruktur. Pemilihan komunikator yang memiliki pengetahuan mendalam dan keterampilan komunikasi yang baik menjadi kunci sukses sosialisasi ini, yang dievaluasi melalui uji kompetensi, presentasi, dan tes tertulis. Pendekatan multi-faset menggunakan berbagai saluran komunikasi seperti banner digital, pengumuman berkala, dan media sosial efektif menjangkau audiens yang luas. Segmentasi audiens berdasarkan demografi dan kebiasaan perjalanan memastikan relevansi pesan. Evaluasi kontinu dan integrasi umpan balik penumpang memungkinkan TIKIM terus meningkatkan strategi komunikasi, menghasilkan proses keimigrasian yang lebih efisien, peningkatan kepuasan penumpang, dan reputasi sebagai pionir teknologi inovatif di layanan keimigrasian.

B. Saran

Adapun saran yang dapat diterapkan dalam bahan evaluasi pihak Bandar Udara Internasional Soekarno-Hatta dan tambahan penelitian selanjutnya adalah:

1. Saran Teoritis

Saran teoritis untuk penelitian ini dapat diarahkan ke penggunaan metode penelitian yang berbeda, seperti metode kualitatif dengan pendekatan studi etnografi. Pendekatan ini akan memungkinkan peneliti untuk lebih mendalami interaksi dan dinamika komunikasi yang terjadi di antara para komunikator dan audiens dalam konteks penggunaan teknologi autogate di bandara. Selain itu, studi eksperimental juga dapat digunakan untuk menguji efektivitas berbagai strategi komunikasi yang berbeda dalam mensosialisasikan teknologi baru. Penelitian dengan metode ini dapat memberikan data empiris yang lebih kuat untuk mengembangkan teori komunikasi organisasi yang lebih komprehensif, terutama terkait dengan penerapan teori kompetensi komunikasi yang melibatkan pengetahuan, motivasi, dan keahlian. Pendekatan ini akan membuka peluang untuk menggali lebih dalam bagaimana faktor-faktor tersebut berperan dalam konteks yang lebih luas dan dinamis.

2. Saran Praktis

Bagi praktisi di Bandara Internasional Soekarno-Hatta, saran praktis yang diajukan meliputi peningkatan program pelatihan bagi komunikator untuk selalu update dengan teknologi terbaru dan prosedur keimigrasian, serta memperkaya pelatihan dengan studi kasus dan simulasi interaksi. Penggunaan variasi media komunikasi seperti video edukasi, infografis, dan panduan interaktif di aplikasi seluler TIKIM perlu ditingkatkan. Selain itu, penting untuk melakukan segmentasi audiens yang lebih mendalam dan mengimplementasikan mekanisme umpan balik yang berkelanjutan.

REFERENSI

- Mauludina, N. (2023). Pengukuran tingkat kapabilitas manajemen risiko keamanan informasi pada seksi persandian menggunakan cobit 5. *sitasi*, 3(1), 87-95. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.561>
- Suranto. (2018). *Komunikasi Organisasi Prinsip Komunikasi untuk Peningkatan Kinerja Organisasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.