

THE ROLE OF SOCIAL MEDIA IN THE IMAGE OF THE LHOKSEUMAWE CLASS II TPI IMMIGRATION OFFICE

¹Nailul Authia, ²Siti Safwani Hizqia Nabila, ³Azzahra Naurah Mawaddah,
⁴M. Riva Faruqi, ⁵Halimatus Sa'diyah, ⁶Elvina, ⁷Nursyidah

Politeknik Negeri Lhokseumawe, Aceh, Indonesia, email.
nailulauthia@gmail.com

Received Date. 02 Januari 2024
Revised Date. 20 Januari 2024
Accepted Date. 25 Januari 2024

Keywords:
Social Media
Institutional Image
Public Service

Kata Kunci:
Media Sosial
Citra Institusi
Pelayanan Publik

ABSTRACT

This study aims to determine the role of social media in building the image of the Class II TPI Lhokseumawe Immigration Office in the digital era. In the context of public services, the agency's image greatly determines public trust in government performance. Therefore, the use of social media is one strategy in bringing services closer to the public. The research method used is a descriptive method with a qualitative approach. Data were obtained through observation, interviews, and documentation of posts and interactions provided by the public. The results show that the use of social media by the Class II TPI Lhokseumawe Immigration Office has played a fairly effective role in building a positive image through fast, transparent information delivery and direct interaction with the public. However, there are obstacles in the image building process, namely the interaction provided by the public is still relatively low. This is indicated by the minimal comments, likes, and shares given by the public. However, this does not hinder the dissemination of information disseminated by the Class II TPI Lhokseumawe Immigration Office to the public.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana peranan media sosial dalam membangun citra terhadap Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe di era digital. Dalam konteks pelayanan publik, citra instansi sangat menentukan kepercayaan masyarakat terhadap kinerja pemerintah. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial menjadi salah satu strategi dalam mendekatkan layanan kepada masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi postingan dan interaksi yang diberikan oleh masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe sudah berperan cukup efektif dalam membangun citra positif melalui penyampaian informasi yang cepat, transparan, dan interaksi langsung dengan masyarakat. Namun, terdapat kendala dalam proses membangun citra yaitu interaksi yang diberikan oleh masyarakat masih tergolong rendah. Hal ini ditunjukkan dengan minimnya komentar, like, dan bagikan yang diberikan oleh masyarakat. Namun demikian hal ini tidak menghambat penyebaran informasi yang dibagikan oleh Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe kepada publik.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah menunjukkan banyak perubahan yang sangat signifikan. Saat ini, orang bisa dengan mudah mengakses internet dan berinteraksi dengan berbagai situs media sosial yang tersedia seperti *Instagram, Tiktok, Facebook, Twitter, Youtube, Line* dan masih banyak lagi. Media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi yang efektif untuk menyebarkan informasi, memperluas relasi antar individu atau kelompok dan juga bisa digunakan untuk membangun citra positif suatu perusahaan/instansi dengan cara meningkatkan interaksi sosial (masyarakat) melalui akun media sosial yang ada. Dengan menggunakan media sosial, konten promosi yang dibuat dapat mencapai audiens yang luas (Rachman, et all, 2023).

Melalui data dari *We Are Social* (2023) <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> menunjukkan total populasi penduduk sebesar 276,4 juta dan pengguna media sosial aktif sebanyak 167 juta (60,4% dari total populasi). Fakta ini menunjukkan besarnya potensi media sosial sebagai sarana komunikasi efektif yang dapat menjangkau masyarakat dengan luas dan cepat, media sosial yang awalnya hanya digunakan sebagai tempat sarana komunikasi dan hiburan, kini telah berkembang menjadi media yang strategis bagi beberapa Lembaga Pemerintah untuk menyampaikan informasi, menerima aspirasi, dan membangun citra positif di mata publik. Media sosial menjadi peran penting dalam membantu Lembaga Pemerintah untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat, hal ini diketahui dengan adanya akun media sosial pada situs web resmi instansi dinas Pemerintah. Hal itu juga didukung oleh Pemerintah pusat pada tahun 2012 dengan terbitnya pedoman pemanfaatan media sosial instansi Pemerintah oleh Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi Republik Indonesia.

Citra positif instansi yang dibangun melalui media sosial adalah kesan yang baik dan dapat diterima oleh masyarakat tentang instansi tersebut. Citra positif ini dapat tercermin dari beberapa aspek, seperti kualitas layanan yang diberikan oleh instansi seperti respons cepat terhadap pertanyaan atau keluhan yang ada pada masyarakat, kualitas konten yang dipublikasikan, serta interaksi yang baik dengan masyarakat. Citra positif ini juga dapat membantu instansi untuk meningkatkan reputasi dan memperluas jangkauannya, sehingga dapat mencapai tujuan yang lebih luas. Dengan demikian, instansi dapat membangun citra positif yang kuat dan efektif, serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap instansi.

Peningkatan citra positif di Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe telah diterapkan dengan menggunakan layanan media sosial sebagai alat berkomunikasi kepada masyarakat, hal ini sangat penting dilakukan untuk memahami bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan secara efektif untuk meningkatkan kepercayaan. Media sosial tersebut menjadi peran utama dalam membangun hubungan yang baik

antara Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe dengan masyarakat, serta memastikan bahwa layanan publik dapat berjalan secara transparan. Dengan menggunakan media sosial, Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe dapat mempublikasikan informasi akurat dan terkini tentang layanan yang diberikan, sehingga masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi yang dibutuhkan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peranan media sosial dalam membangun citra positif di Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe dan untuk mengetahui apa saja kendala-kendala yang dihadapi dalam pemanfaatan media sosial dalam meningkatkan peran media sosial sebagai sarana pembentukan citra positif di Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe.

LANDASAN TEORETIS

Teori Media Sosial

Teori media sosial berfokus pada bagaimana interaksi dan komunikasi terbentuk serta berkembang melalui platform digital yang berbasis internet. Teori ini tidak hanya membahas aspek teknis penggunaan media sosial, tetapi juga menekankan nilai-nilai sosial seperti keterbukaan, partisipasi, kolaborasi, dan transparansi dalam pertukaran informasi. Dalam praktiknya, media sosial mendorong terciptanya ruang interaktif yang memungkinkan individu dan kelompok untuk membentuk opini, membangun identitas, serta menciptakan jaringan sosial secara lebih luas.

Menurut Kartajaya dalam Harahap, dkk (2020) menjelaskan bahwa media sosial adalah perpaduan sosiologi dan teknologi yang mengubah monolog (*one to many*) menjadi dialog (*many to many*) dan demokrasi informasi yang mengubah orang-orang dari pembuka konten menjadi penerbit konten.

Selanjutnya menurut Paramitha dalam buku Ardiansyah dan Maharani (2021) media sosial merupakan suatu sarana yang dibuat untuk memudahkan interaksi sosial dan komunikasi dua arah. Dengan semua kemudahan yang bisa diperoleh dari media sosial ini, penyebaran informasi dari satu individu ke individu lain menjadi sangat mudah. Selanjutnya Hemawan dalam Harahap, dkk (2020) menyatakan dalam penggunaan media sosial juga dapat dengan mudah menciptakan suatu forum dimana individu satu dengan yang lain dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran satu sama lain.

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah perpaduan antara sosiologi dan teknologi yang mengubah pola komunikasi dari monolog menjadi dialog interaktif dan demokratis, memungkinkan setiap individu menjadi pembuat serta penerbit konten. Media sosial berfungsi sebagai platform yang memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi pengguna, serta menjadi media alternatif untuk menyampaikan informasi secara luas tanpa batasan ruang dan waktu.

Teori Citra Perusahaan

Citra perusahaan adalah persepsi atau pandangan yang terbentuk di benak publik terhadap suatu perusahaan, baik dari segi reputasi, nilai, pelayanan, maupun cara perusahaan berinteraksi dengan masyarakat. Citra ini terbentuk melalui pengalaman langsung, komunikasi perusahaan, media massa, serta opini publik, dan berperan penting dalam membangun kepercayaan serta loyalitas konsumen terhadap perusahaan.

Pembentukan citra positif instansi dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti faktor yang dapat menumbuhkan, membentuk dan meningkatkan sebuah citra dari suatu organisasi atau instansi yaitu sejarah (history), prestasi atau predikat yang diraih instansi, kualitas produk, pelayanan yang diberikan, kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) yang unggul dan lain-lain. Batoebara dan Zebua (2021) memberikan penjelasan citra perusahaan merupakan kesan psikologis dan gambaran dari berbagai kegiatan suatu perusahaan dimata khayalak publiknya yang berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya.

Lebih lanjut menurut Suryansah, ddk (2020) citra adalah suatu representasi (gambaran), kemiripan, atau imitasi dari suatu objek. Citra sebagai keluaran suatu sistem perekaman data dapat bersifat optik berupa foto, bersifat analog berupa sinya-sinyal video seperti gambar pada monitor televisi atau bersifat digital yang dapat langsung disimpan pada suatu media penyimpanan.

Berdasarkan pengertian teori diatas dapat disimpulkan citra perusahaan adalah kesan, perasaan, dan gambaran yang terbentuk di benak publik berdasarkan pengamatan, pengalaman, serta interaksi dengan perusahaan. Citra ini mencerminkan bagaimana perusahaan direpresentasikan dan diterima oleh masyarakat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam dengan aparatur Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe serta analisis terhadap akun resmi media sosial Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe. Analisis ini bertujuan untuk menilai sejauh mana efektivitas penyampaian informasi, tingkat interaksi masyarakat, serta konsistensi konten yang disampaikan. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih karena mampu memberikan gambaran yang mendalam mengenai fenomena komunikasi publik di lembaga pemerintah (Mariana, 2018; Mariana et al., 2018). Teknik wawancara dan analisis media sosial juga telah digunakan secara luas dalam penelitian terkait komunikasi organisasi dan pelayanan publik, karena keduanya dianggap relevan untuk menilai efektivitas penyampaian informasi (Creswell, 2014; Sugiyono, 2019; Miles, Huberman, & Saldaña, 2014).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Peranan Media Sosial Terhadap Citra Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe

Peran media sosial saat ini cukup strategis dalam membangun citra positif Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe. Pemanfaatan platform digital dapat dikatakan sudah cukup efektif dalam penyebaran informasi. Melalui media sosial, masyarakat dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi keimigrasian tanpa harus datang langsung ke kantor. Kemudahan ini menjadi solusi praktis bagi masyarakat dalam memenuhi kebutuhan informasi, sekaligus menunjukkan bahwa Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi informasi (Mariana, 2018).

Penyebaran informasi yang cepat, mudah diakses, dan responsif melalui media sosial secara langsung berkontribusi dalam membangun citra positif di mata publik. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa media sosial efektif dalam meningkatkan transparansi, akuntabilitas, dan reputasi lembaga publik (Effing & Spil, 2016; Criado et al., 2017).

Meskipun demikian, dalam proses membangun citra positif melalui media sosial masih terdapat beberapa kendala, seperti kurangnya interaksi masyarakat terhadap konten yang dibagikan, misalnya rendahnya jumlah *likes*, komentar, dan *shares*. Kendala ini tidak sepenuhnya menghambat tujuan utama, karena pengaruh media sosial dalam membangun citra institusi tetap berjalan dan memberikan dampak positif. Esensi dari penyampaian informasi yang terbuka dan mudah dijangkau tetap dirasakan oleh masyarakat, sehingga kepercayaan publik terhadap institusi semakin meningkat dan hubungan antara Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe dengan masyarakat menjadi lebih harmonis melalui interaksi yang cepat dan responsif.

Fungsi Media Sosial Terhadap Citra Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe

Media sosial memiliki fungsi strategis dalam membangun dan memperkuat citra Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe, terutama melalui penyebaran informasi yang cepat, luas, dan interaktif. Di era digital, media sosial tidak lagi sebatas alat berbagi konten, melainkan menjadi media utama dalam menyampaikan informasi layanan keimigrasian kepada masyarakat secara *real-time* dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Melalui *platform* seperti *Instagram* dan *TikTok*, Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe dapat memperkenalkan program, menjelaskan prosedur, serta menyampaikan pengumuman penting secara langsung kepada publik. Penyebaran informasi yang tepat dan konsisten melalui media sosial secara langsung membentuk persepsi positif masyarakat terhadap profesionalisme dan keterbukaan layanan yang diberikan.

Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe telah memanfaatkan media sosial untuk melakukan sosialisasi layanan dan menjawab pertanyaan masyarakat. Interaksi yang terjadi menunjukkan adanya perhatian dan keterlibatan publik terhadap informasi yang dibagikan. Ini menjadi indikator bahwa media sosial bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga dapat membantu membangun citra positif. Ketika informasi disampaikan dengan transparan, konsisten, dan mudah diakses, maka persepsi masyarakat terhadap kinerja dan kredibilitas Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe dapat meningkat.

Namun demikian, meskipun penyebaran informasi melalui media sosial telah mencakup audiens yang luas, efektivitas dalam membangun citra masih menghadapi tantangan, terutama dari sisi interaksi masyarakat. Faktor utama adalah rendahnya tingkat interaksi langsung masyarakat seperti memberikan likes, komentar, dan berbagi konten yang masih belum optimal dilakukan.

Berikut ini adalah tabel jumlah interaksi Instagram pada Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe tahun 2021-2023 (per 31 Mei).

Tabel 3.1
Jumlah Interaksi *Instagram* pada Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe Tahun 2021-2023 (Per 31 Mei)

Tahun	Tayangan	Jangkauan	Interaksi Konten	Klik Tautan	Kunjungan Profil	Kenaikan Pengikut
2021	-	21.174	-	-	6.212	-
2022	-	32.441	1.031	-	17.043	454
2023 (Per 31 Mei)	214.339	26.444	4.956	14	7.542	688

Sumber: Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe, 2023

Berdasarkan Tabel 3.1, terlihat adanya perkembangan interaksi digital akun Instagram @imigrasi_lhokseumawe pada periode 2021–2023. Data mencerminkan berbagai indikator keterlibatan audiens, antara lain tayangan, jangkauan, interaksi konten (like, komentar, bagikan, simpan), klik tautan, kunjungan profil, serta kenaikan jumlah pengikut. Pada tahun 2021, hanya terdapat data jangkauan sebesar 21.174 dan kunjungan profil sebanyak 6.212. Ketiadaan data pada indikator lainnya menunjukkan bahwa keterlibatan publik melalui media sosial masih rendah pada tahun tersebut.

Memasuki tahun 2022, terjadi peningkatan pada hampir semua indikator. Jangkauan naik menjadi 32.441, interaksi konten mulai tercatat sebanyak 1.031, kunjungan profil melonjak hingga 17.043, serta kenaikan pengikut sebesar 454 akun. Meskipun demikian, tayangan dan klik tautan belum tersedia, yang menunjukkan bahwa efektivitas penyebaran informasi masih terbatas.

Hingga Mei 2023, perkembangan signifikan mulai terlihat. Tayangan konten tercatat sebanyak 214.339, jangkauan mencapai 26.444, interaksi konten meningkat drastis menjadi 4.956, klik tautan tercatat sebanyak 14, kunjungan profil berjumlah 7.542, dan kenaikan pengikut mencapai 688. Perkembangan ini menunjukkan adanya peningkatan keterlibatan publik yang cukup signifikan dibanding tahun-tahun sebelumnya, sekaligus menandakan bahwa strategi penggunaan media sosial mulai berjalan lebih efektif dalam menjangkau masyarakat.

Berikut ini adalah tabel jumlah Interaksi *TikTok* pada Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe tahun 2021-2023 (per 31 Mei).

Tabel 3.2
Jumlah Interaksi *TikTok* pada Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe Tahun 2021-2023 (Per 31 Mei)

Tahun	Tayangan	Interaksi Konten		Klik Tautan	Kunjungan Profil	Kenaikan Pengikut
2021	-	-		-	-	-
2022	339.503	6.308		-	3.529	1.588
2023 (per 31 Mei)	54.948	973		-	880	93

Sumber: Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe, 2023

Interaksi *TikTok* Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe

Berdasarkan data interaksi akun *TikTok* @imigrasi_lhokseumawe pada periode 2021-2023 (per 31 Mei), terlihat adanya perkembangan dalam pemanfaatan platform ini sebagai media komunikasi digital. Metrik yang diamati meliputi tayangan, interaksi konten (like, komentar, *share*), klik tautan, kunjungan profil, dan kenaikan jumlah pengikut, yang secara keseluruhan mencerminkan jangkauan serta tingkat keterlibatan pengguna.

Pada tahun 2021, tidak terdapat data yang dapat dicatat karena pada saat itu *TikTok* belum mendukung sistem analitik yang menampilkan laporan secara lengkap. Dengan demikian, aktivitas akun belum dapat dievaluasi secara kuantitatif.

Memasuki tahun 2022, data interaksi mulai tersedia dan menunjukkan performa yang cukup baik. Tercatat sebanyak 339.503 tayangan, 6.308 interaksi konten, 3.529 kunjungan profil, serta kenaikan pengikut sebanyak 1.588 akun. Angka ini memperlihatkan bahwa *TikTok* mulai memberikan kontribusi nyata terhadap strategi komunikasi publik yang dijalankan.

Hingga 31 Mei 2023, data interaksi menunjukkan adanya 54.948 tayangan, 973 interaksi konten, 880 kunjungan profil, dan kenaikan pengikut sebanyak 93 akun. Walaupun data ini hanya mencakup lima bulan pertama tahun berjalan, tren tersebut menunjukkan bahwa akun *TikTok* masih aktif dan terus berkembang.

Namun demikian, jumlah interaksi yang relatif lebih rendah dibanding tahun sebelumnya mengindikasikan perlunya penguatan strategi, baik dari sisi konsistensi unggahan maupun kreativitas konten, agar jangkauan lebih luas dan mampu menarik perhatian masyarakat secara merata.

Perbandingan Instagram dan TikTok (2021–2023)

Jika dilihat secara keseluruhan, data interaksi media sosial Instagram dan TikTok Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe pada periode 2021–2023 (per 31 Mei) menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan masyarakat terhadap konten masih tergolong rendah. Hal ini tercermin dari jumlah interaksi yang belum signifikan jika dibandingkan dengan potensi besar pengguna media sosial di wilayah tersebut.

Namun demikian, data yang tersedia juga memberikan gambaran bahwa Kantor Imigrasi telah melakukan berbagai upaya optimal dalam penyebaran informasi publik melalui media sosial. Indikator ini terlihat dari meningkatnya jumlah tayangan, perluasan jangkauan, serta variasi dan konsistensi dalam unggahan konten. Dengan perbaikan strategi komunikasi digital, media sosial berpotensi menjadi instrumen penting dalam memperkuat citra positif dan kedekatan institusi dengan masyarakat.

PEMBAHASAN

Perkembangan Interaksi Media Sosial Instagram

Berdasarkan data interaksi Instagram @imigrasi_lhokseumawe pada periode 2021-2023, terlihat adanya perkembangan yang cukup signifikan. Pada tahun 2021, interaksi masih terbatas, dengan jangkauan sebesar 21.174 dan kunjungan profil sebanyak 6.212, sementara indikator lain belum tercatat. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram pada tahun tersebut masih belum maksimal dan keterlibatan masyarakat relatif rendah.

Tahun 2022 memperlihatkan peningkatan yang nyata, dengan jangkauan mencapai 32.441, interaksi konten sebanyak 1.031, serta lonjakan kunjungan profil menjadi 17.043 dan kenaikan pengikut sebanyak 454 akun. Kondisi ini menunjukkan adanya peningkatan perhatian publik terhadap konten yang disebar, meskipun data tayangan dan klik tautan masih belum tercatat.

Hingga Mei 2023, perkembangan yang lebih signifikan terlihat dengan jumlah tayangan sebesar 214.339, interaksi konten mencapai 4.956, klik tautan sebanyak 14, kunjungan profil 7.542, serta kenaikan pengikut sebanyak 688 akun. Perkembangan ini menunjukkan bahwa strategi penggunaan Instagram semakin efektif dalam menarik perhatian publik dan meningkatkan citra positif instansi.

Perbandingan Instagram dan TikTok

Jika dibandingkan, Instagram menunjukkan perkembangan yang lebih konsisten dari tahun ke tahun, meskipun laju peningkatannya tidak terlalu drastis. Sementara itu, TikTok justru memberikan lonjakan besar pada awal pemanfaatannya, tetapi mengalami penurunan pada 2023. Hal ini menunjukkan bahwa kedua platform memiliki karakteristik yang berbeda dalam membangun keterlibatan masyarakat.

Instagram cenderung stabil karena basis pengikutnya lebih mapan dan audiens terbiasa menggunakan platform tersebut untuk mengakses informasi resmi. Sementara itu, TikTok lebih dinamis dan bergantung pada kreativitas konten, sehingga fluktuasi interaksi lebih mudah terjadi.

Implikasi Terhadap Citra Kantor Imigrasi

Secara keseluruhan, data dari kedua platform menunjukkan bahwa tingkat keterlibatan masyarakat terhadap konten masih tergolong rendah jika dibandingkan dengan potensi besar pengguna media sosial. Meski demikian, adanya peningkatan pada beberapa indikator (tayangan, jangkauan, dan pengikut) membuktikan bahwa Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe telah melakukan langkah yang tepat dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik.

Hal ini berdampak positif terhadap citra institusi, karena penyebaran informasi menjadi lebih terbuka, cepat, dan mudah dijangkau oleh masyarakat. Dengan penguatan strategi komunikasi digital, media sosial dapat menjadi instrumen penting dalam membangun kepercayaan publik, transparansi, serta menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara institusi dan masyarakat.

KESIMPULAN

1. Media sosial berperan strategis dalam proses penyebaran informasi secara cepat, terbuka, dan mudah diakses oleh masyarakat. Dengan kemudahan akses informasi dan responsivitas, media sosial secara tidak langsung turut membentuk citra positif pada Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe. Citra ini tercipta melalui kesan profesionalitas, keterbukaan informasi, serta kemudahan pelayanan yang dirasakan langsung oleh masyarakat melalui media sosial.
2. Penggunaan berbagai platform media sosial seperti Instagram dan TikTok dimanfaatkan tidak hanya untuk memberikan informasi layanan, tetapi juga menampilkan sisi humanis Kantor Imigrasi Kelas II TPI Lhokseumawe melalui dokumentasi kegiatan sosial, testimoni masyarakat, serta konten interaktif yang mampu menciptakan ruang dialog dua arah antara institusi dan publik. Hal ini mendukung upaya membangun kedekatan emosional dan kepercayaan publik terhadap institusi.

3. Meskipun interaksi publik terhadap konten masih tergolong rendah dan terdapat keterbatasan sumber daya manusia dalam produksi konten media sosial, hal tersebut tidak menjadi hambatan dalam menyampaikan informasi kepada publik. Proses penyebaran informasi tetap berjalan secara cepat, luas, dan tepat waktu. Dengan demikian, fungsi media sosial sebagai saluran komunikasi publik tetap dapat dijalankan secara efektif dan berkontribusi dalam mendukung keterbukaan informasi serta pelayanan yang lebih adaptif di era digital.

REFERENSI

- Ardiansyah, I., & Maharani, A. (2020). *Optimalisasi Instagram sebagai media marketing*. Bandung: Cendekia Press.
<https://play.google.com/books/reader?id=HAoREAAAQBAJ>
- Batoebara, M. U., & Zebua, D. (2021). Peran public relations dalam meningkatkan citra positif Hotel Santika Premiere Dyandra Medan. *Network Media*, 4(2), 20–39. <https://doi.org/10.46576/jnm.v4i2.1403>
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). SAGE Publications.
- Harahap, M., & Adeni, S. (2020). Tren penggunaan media sosial selama pandemi di Indonesia. *Professional: Jurnal Komunikasi dan Administrasi Publik*, 7(2), 13–23. <https://jurnal.unived.ac.id/index.php/prof/article/view/1273>
- IC Rachman, Y., Indah, A., Anwar, R., & Raihan, R. (2023). Peranan media sosial dalam meningkatkan minat berkunjung wisatawan di Kota Sabang. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Ekonomi dan Bisnis Islam*, 4(2), 76–82.
- Mariana, M. (2018). Pembinaan terhadap terpidana anak pelaku kekerasan seksual di lembaga pembinaan khusus anak Lhoknga. *Jurnal Tahqiqat: Jurnal Ilmiah Pemikiran Hukum Islam*, 12(2), 204–213.
- Mariana, M., Nadirsyah, N., & Abdullah, S. (2018). Informasi akuntansi, informasi non-akuntansi, dan keputusan pemberian kredit. *Jurnal Reviu Akuntansi dan Keuangan*, 8(2), 177. <https://doi.org/10.22219/jrak.v8i2.37>
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suryansah, A., Habibi, R., & Awangga, M. R. (2020). *Penggunaan face recognition untuk akses ruangan*. Jakarta: Kreatif.
<https://books.google.co.id/books?id=xdf9DwAAQBAJ&pg=PA55>
- We Are Social. (2023). *Digital 2023 Indonesia*. We Are Social.
<https://wearesocial.com/wp-content/uploads/2023/03/Digital-2023-Indonesia.pdf>