

ABSTRACT

Dealing with the Covid-19 pandemic, the government has set new policies, such as self-isolation, physical distancing, and PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) and these policies may change according to the condition occur, for example the implementation of PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) which enforce the restrictions on community activities. This makes the Directorate General of Immigration (DJI) as one of the Directorate Generals under the Ministry of Law and Human Rights of Republic of Indonesia as a part of a government institution, have responsibility for continuing to provide immigration services to the public, especially those related to Indonesian citizens in the midst of their obligation, continue support and the success of state policies during Covid-19 pandemic. For example, in the case of making passport, the community are still need to make passport but in the other side they constrained by rules and regulations during Covid-19 pandemic. Therefore, certain communication strategies are needed to manage this. The purpose of this study was to analyze the communication strategy implemented by Public Relations of DJI towards Indonesian citizens as passport applicants during Covid-19 pandemic. This study uses a qualitative method with a case study approach. The results of the research showed that the Public Relations of the Directorate General of Immigration has developed and implemented the concept of a persuasive strategy for passport applicants during the Covid-19 pandemic.

Keywords: *Eazy Passport, Immigration, Persuasive Communication Strategy*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

ABSTRAK

Dalam menghadapi pandemi Covid-19, pemerintah telah menetapkan kebijakan baru seperti isolasi mandiri, menjaga jarak, dan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) dan kebijakan tersebut dapat berubah sesuai dengan kondisi yang terjadi, misalnya penerapan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) yang memberlakukan pembatasan kegiatan masyarakat. Hal tersebut menjadikan Direktorat Jenderal Imigrasi (DJI) sebagai salah satu Direktorat Jenderal di bawah Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia sebagai bagian dari instansi pemerintah, memiliki tanggung jawab untuk terus memberikan pelayanan keimigrasian kepada masyarakat khususnya yang terkait dengan warga negara Indonesia di tengah kewajibannya, terus mendukung dan menyukseskan kebijakan negara di masa pandemi Covid-19. Misalnya dalam hal pembuatan paspor, masyarakat tetap harus membuat paspor namun di sisi lain mereka terkendala oleh aturan dan ketentuan di masa pandemi Covid-19. Oleh karena itu, diperlukan strategi komunikasi tertentu untuk mengelolanya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan Humas DJI terhadap warga negara Indonesia sebagai pemohon paspor di masa pandemi Covid-19. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas Ditjen Imigrasi telah menyusun dan menerapkan konsep strategi persuasif bagi pemohon paspor di masa pandemi Covid-19.

Keywords: *Eazy Passport, Imigrasi, Strategi Komunikasi Persuasif*



UNIVERSITAS
MERCU BUANA