

## Strategi Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus Tpi Makassar Dalam Meningkatkan Layanan Pempuatan Paspor Melalui Aplikasi M-Paspor

**Anugrah**

*ugaaanugrah5@gmail.com*  
Universitas Muslim Indonesia

**Zelfia**

*Zelfia.zelfia@umi.ac.id*  
Universitas Muslim Indonesia

**Ihramsari Akidah**

*Ihramsari.akidah@umi.ac.id*  
Universitas Muslim Indonesia

**Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan strategi Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar dalam meningkatkan layanan pembuatan paspor melalui aplikasi M-Paspor dan bagaimana sistem komunikasi yang terjadi pada proses layanan M-paspor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif, melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi sebagai teknik pengumpulan data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas menerapkan berbagai strategi, antara lain komunikasi informatif melalui media sosial, dan edukasi publik melalui sosialisasi langsung untuk memperluas jangkauan informasi. Strategi tersebut terbukti berperan penting dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat terhadap penggunaan aplikasi M-Paspor. Penelitian ini menyimpulkan bahwa peran humas sangat penting dalam inovasi teknologi dengan kebutuhan komunikasi publik demi terciptanya layanan keimigrasian yang lebih efisien, transparan, dan berkualitas.

**Kata Kunci:** Strategi Humas, Imigrasi, M-Paspor, Layanan Publik.

**Abstract:** This study aims to describe the Public Relations strategy of the Makassar Class I Special TPI Immigration Office in improving passport making services through the M-Passport application and how the communication system occurs in the M-Passport service process. This study uses a qualitative approach with a descriptive method, through in-depth interviews, observation, and documentation as data collection techniques. The results of the study show that Public Relations implements various strategies, including informative communication through social media, and public education through direct socialization to expand the reach of information. This strategy has proven to play an important role in increasing public understanding and participation in the use of the M-Passport application. This study concludes that the role of public relations is very important in technological innovation with the need for public communication in order to create more efficient, transparent, and quality immigration services.

**Keywords:** Public Relations Strategy, Immigration, M-Passport, Public Service.

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi telah mendorong banyak instansi pemerintah untuk beradaptasi dengan tren digital. Menurut Renstra Direktorat Jenderal Imigrasi, salah satu fokus utama adalah pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik. *M-paspor* merupakan aplikasi yang dirancang untuk memudahkan masyarakat dalam mengajukan permohonan, mengisi formulir, mengunggah dokumen serta menentukan sendiri jadwal kedatangan pemohon ke kantor untuk melakukan proses wawancara dan pengambilan foto biometrik paspor.

Meskipun, teknologi menawarkan banyak manfaat, tantangan dalam implementasinya tetap ada. Banyak masyarakat yang masih kurang memahami penggunaan teknologi digital, termasuk aplikasi *M-paspor*. Hal ini menciptakan kesenjangan antara kemampuan teknologi dan pemahaman pengguna. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang efektif dari Humas diperlukan untuk menjembatani kesenjangan ini.

Aplikasi *M-Paspor* memungkinkan pemohon untuk mengajukan permohonan paspor secara daring, tanpa harus datang langsung ke kantor imigrasi. Namun, efektivitas *M-Paspor* sangat bergantung pada sosialisasi dan edukasi yang baik kepada masyarakat. Di sinilah peran penting Humas kantor imigrasi. Humas kantor imigrasi memiliki tanggung jawab untuk menjembatani komunikasi antara pemerintah dan masyarakat.

Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar sebagai salah satu unit layanan publik di Indonesia, menghadapi tantangan untuk memberikan pelayanan yang cepat, transparan, dan efisien. Peningkatan permintaan akan pembuatan paspor dalam beberapa tahun terakhir menuntut kantor imigrasi untuk beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan memanfaatkan *M-Paspor* sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi layanan. Menurut data dari Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia, jumlah permohonan paspor di Indonesia terus meningkat, dengan pertumbuhan mencapai 20% dalam tahun 2022 (Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia RI, 2023). Hal ini menegaskan pentingnya penerapan strategi komunikasi yang efektif agar masyarakat dapat memperoleh informasi yang dibutuhkan tanpa hambatan.

Penelitian ini menggunakan Teori Humas Pemerintah Cutlip, Center, and Broom dan Teori Kegunaan dan Kepuasan Katz, Blumler, and Gurevitch. Teori Humas Pemerintah dapat membantu menjelaskan bagaimana Humas Kantor Imigrasi Kelas 1 TPI Makassar memanfaatkan *M-paspor* sebagai alat untuk mengkomunikasikan layanan paspor, memberi informasi terkait prosedur pembuatan paspor, serta menjawab pertanyaan dan keluhan masyarakat secara efisien.

## METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif analisis deskriptif yang bermaksud mendeskripsikan strategi humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar dalam meningkatkan layanan pembuatan paspor melalui aplikasi *M-paspor* dan sistem komunikasi dalam proses layanan pembuatan paspor melalui *M-paspor*.

Lokasi penelitian dilakukan pada Kantor Imigrasi Kelas 1 Khusus TPI Makassar Jalan Perintis Kemerdekaan Km. 13 Daya. Penelitian ini dilakukan selama 1 bulan yakni bulan April hingga Mei 2025.

Informan yang dipilih mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu. Penelitian ini dilakukan dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan 3 cara yaitu observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek. Wawancara peneliti melakukan wawancara kepada

Kepala Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi, Kepala Seksi Informasi Dan Komunikasi, Staff Customer Service, dan Pengguna Aplikasi M-paspor. Dokumentasi berupa foto dalam proses pengumpulan data dan pencatatan terhadap dokumen-dokumen yang terkait dan menunjang penelitian.

Teknik analisis data dilakukan dengan 3 cara yaitu reduksi data merupakan data yang diperoleh dilapangan ditulis dalam bentuk uraian yang sangat lengkap dan banyak. Penyajian data yaitu menyajikan dalam bentuk yang mudah dipahami untuk dianalisis lebih lanjut. Dan Menarik kesimpulan yaitu data yang sudah difokuskan dan disusun secara sistimatis, baik merupakan penentuan tema maupun model grafik atau juga matrik.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Strategi Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar dalam Meningkatkan Layanan Pembuatan Paspor melalui Aplikasi M-paspor

##### a. Pemanfaatan Media Sosial

Dalam upaya digitalisasi pelayanan publik, Direktorat Jenderal Imigrasi meluncurkan aplikasi M-Paspor sebagai platform berbasis digital untuk mempermudah masyarakat dalam mengajukan permohonan paspor secara daring. Pemanfaatan teknologi ini memerlukan peran komunikasi strategis dari Humas agar dapat tersampaikan secara efektif kepada masyarakat luas.

Menanggapi hal ini, Bapak Inggil Wicaksono Pratomo, S.H.,M. selaku Kepala Bidang Teknologi Informasi dan Komunikasi Kantor Imigrasi Kelas 1 Khusus TPI Kota Makassar mengatakan bahwa:

*"Dalam menjalankan strategi kehumasan, Kantor Imigrasi secara aktif memanfaatkan media sosial dan podcast sebagai sarana penyebaran informasi, khususnya terkait layanan M-Paspor".*

Bapak Bagus Dwi Putra, S.Kom selaku Kepala Seksi Informasi dan Komunikasi juga mengatakan bahwa:

*"Penyebaran informasi dilakukan melalui berbagai media digital yang tersedia, seperti Instagram, Facebook, Twitter, dan website resmi. Melalui platform tersebut, kami menyampaikan informasi keimigrasian, termasuk mengenai aplikasi M-Paspor, dalam bentuk infografis, video pendek, maupun gambar informatif sebagai bagian dari strategi komunikasi dengan masyarakat".*

Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar berfokus pada pemanfaatan maksimal media digital sebagai saluran utama penyampaian informasi kepada publik. Pemilihan format konten seperti infografis dan video pendek menunjukkan upaya untuk menyesuaikan penyampaian pesan dengan preferensi konsumsi media masyarakat saat ini yang mengutamakan visual dan kecepatan akses informasi.

##### b. Sosialisasi Langsung Kepada Masyarakat

Hal ini ditambahkan sesuai dengan informan yaitu bapak Bagus Dwi Putra, S.Kom selaku Kepala Seksi Informasi dan Komunikasi mengatakan bahwa:

*"Penyebaran informasi keimigrasian juga melalui kegiatan sosialisasi dapat dilakukan dengan berbagai cara. Salah satu bentuknya adalah pelaksanaan sosialisasi langsung di hotel dengan tema Sosialisasi Keimigrasian aturan Paspor Terbaru bagi Jamaah Haji misalnya. Kegiatan ini dihadiri oleh perwakilan calon*

*jamaah haji, pihak Kementerian Agama, serta unsur-unsur stakeholder terkait lainnya. Selain itu. Humas juga menjalankan kerja sama baik secara internal maupun eksternal. Secara internal, publikasi dilakukan dalam bentuk penyampaian berita seputar pencapaian dan prestasi yang telah diraih oleh instansi. Sementara itu, secara eksternal, Humas menjalin kerja sama dengan berbagai media, baik media online, media cetak, maupun media nasional, untuk memperluas jangkauan informasi yang disampaikan kepada publik”.*

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan secara langsung memperlihatkan komitmen institusi untuk menjangkau kelompok masyarakat tertentu yang membutuhkan penjelasan lebih rinci, seperti calon jamaah haji. Kegiatan ini juga menjadi ruang dialog antara pemerintah dan masyarakat.

## 2. Sistem Komunikasi Dalam Layanan Pembuatan Paspor Melalui Aplikasi M-paspor

### a. Komunikasi Eksternal melalui Media Sosial

Untuk mengetahui mengenai sistem komunikasi eksternal yang diterapkan oleh Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar dalam meningkatkan pelayanan pembuatan paspor melalui media sosial, peneliti melakukan wawancara dengan salah satu pejabat humas. Bapak Bagus Dwi Putra, S.Kom selaku Kepala Seksi Informasi dan Komunikasi mengatakan bahwa:

*”Dalam hal komunikasi eksternal, Sebelum pemohon mengakses aplikasi, komunikasi awal dilakukan oleh Humas Kantor Imigrasi melalui berbagai platform media sosial seperti Instagram, Facebook, dan Twitter, serta website resmi kami sebagai kanal utama. Melalui media ini, kami menyampaikan berbagai informasi penting seputar M-Paspor, termasuk prosedur pendaftaran, persyaratan dokumen, jadwal layanan, hingga pembaruan-pembaruan sistem yang berkaitan dengan aplikasi tersebut”.*

Penggunaan media sosial dan website resmi sebagai kanal utama merupakan bagian dari strategi komunikasi publik yang bertujuan untuk memberikan informasi secara cepat, luas, dan efisien. Informasi yang disampaikan tidak hanya mencakup prosedur teknis, tetapi juga mencakup pembaruan-pembaruan penting yang dapat langsung diakses oleh masyarakat tanpa harus datang ke kantor imigrasi.

### b. Komunikasi Internal Petugas Operator

Operator bertugas memantau data pendaftaran di dashboard aplikasi M-Paspor. Bapak Bagus Dwi Putra, S.Kom selaku Kepala Seksi Informasi dan Komunikasi mengatakan bahwa:

*“Nah biasanya kami cek pendaftaran tiap hari dari dashboard. Kalau ada yang tidak lengkap, kami kirim pesan langsung ke nomor HP yang didaftarkan. Kadang mereka kurang paham upload dokumennya gimana. Jadi kami pandu via WhatsApp”.*

Petugas tidak hanya mengandalkan sistem otomatis, tetapi juga melakukan komunikasi personal melalui WhatsApp untuk memberikan bimbingan teknis terkait proses unggah dokumen.

### c. Komunikasi Interpersonal dalam Pelayanan Langsung

Meskipun penggunaan media sosial dan sistem daring telah meningkat, interaksi tatap muka antara masyarakat dan petugas masih tidak dapat dihindari. Hal ini terlihat saat masyarakat melakukan konsultasi atau memerlukan klarifikasi atas informasi yang diperoleh secara online. Bapak Bagus Dwi Putra, S.Kom selaku Kepala Seksi Informasi

dan Komunikasi mengatakan juga bahwa:

*”Komunikasi interpersonal juga masih sangat penting. Ini terjadi ketika masyarakat berinteraksi langsung dengan petugas, baik melalui layanan daring seperti pengisian formulir online maupun saat mereka datang langsung ke kantor untuk proses lanjutan atau wawancara”.*

Hal ini menunjukkan bahwa transformasi digital tidak sepenuhnya mengeliminasi kebutuhan akan komunikasi langsung, melainkan justru menuntut kesiapan petugas untuk mendampingi masyarakat secara lebih personal.

## Pembahasan

### 1. Strategi Humas Kantor Imigrasi Kelas 1 Khusus TPI Makassar dalam Meningkatkan Layanan Pembuatan Paspor melalui Aplikasi M-paspor

Berdasarkan hasil penelitian, strategi Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar dalam meningkatkan layanan pembuatan paspor melalui aplikasi M-Paspor mencakup beberapa pendekatan utama, seperti pemanfaatan media sosial secara aktif, dan sosialisasi langsung kepada masyarakat. Penerapan strategi tersebut menunjukkan adanya upaya dalam meningkatkan pemahaman publik terhadap penggunaan M-Paspor.

Penelitian ini dapat di analisis melalui pendekatan Teori Humas Pemerintah bagaimana peran strategis Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar dalam membangun komunikasi dua arah antara institusi pemerintah dan masyarakat melalui pemanfaatan teknologi digital, khususnya aplikasi M-Paspor. Melalui pendekatan ini, dapat ditelusuri sejauh mana fungsi humas dijalankan untuk mengidentifikasi kebutuhan publik, merancang program komunikasi, menyampaikan informasi secara efektif, serta mengevaluasi umpan balik dari masyarakat guna meningkatkan kualitas layanan pembuatan paspor.

Berdasarkan pendekatan Cutlip, Center, dan Broom, terdapat beberapa tahapan dalam strategi humas pemerintah yang dapat dilihat pada implementasi M-Paspor di Kantor Imigrasi Makassar:

#### a. Fact Finding (Pencarian Fakta dan Data Publik)

Kantor Imigrasi Makassar menemukan bahwa antrian panjang, keterbatasan waktu, dan kurangnya informasi menjadi kendala utama dalam pengurusan paspor secara langsung. Humas berperan aktif dalam menghimpun data keluhan masyarakat melalui media sosial, survei kepuasan, dan laporan pengaduan.

#### b. Planning (Perencanaan Komunikasi Strategis)

Setelah mengetahui kebutuhan publik, Humas Kantor Imigrasi Makassar menyusun rencana komunikasi yang menekankan pada digitalisasi layanan. Aplikasi M-Paspor dijadikan sebagai solusi utama, dan strategi komunikasi disusun untuk menyosialisasikan penggunaan aplikasi ini secara luas melalui media sosial, webinar, dan kolaborasi dengan pihak eksternal seperti media massa lokal.

#### c. Communication (Pelaksanaan Program Komunikasi)

Tahapan ini dilakukan melalui berbagai kanal informasi yang dikelola oleh Humas, seperti Instagram, Twitter, dan Facebook resmi Kantor Imigrasi Makassar. Humas secara rutin mengunggah konten edukatif, infografis, tutorial penggunaan M-Paspor, serta menjawab pertanyaan masyarakat secara aktif. Humas juga menggunakan *live streaming* dan sesi *Q&A* daring untuk membangun keterlibatan publik secara langsung

#### d. Evaluation (Evaluasi dan Tindak Lanjut)

Evaluasi dilakukan dengan memantau jumlah unduhan aplikasi, jumlah permohonan paspor secara daring, serta tingkat kepuasan masyarakat terhadap layanan M-Paspor. Humas juga menganalisis data interaksi media sosial sebagai bagian dari

*public feedback loop* guna memperbaiki strategi komunikasi ke depannya.

Sesuai dengan prinsip Cutlip, Center, dan Broom, keberhasilan humas pemerintah diukur dari seberapa efektif hubungan saling menguntungkan dapat dibangun dan dijaga antara institusi dan publiknya. Dengan penggunaan M-Paspor yang semakin meningkat dan berkurangnya beban antrian di kantor imigrasi, dapat disimpulkan bahwa strategi humas Kantor Imigrasi Makassar telah berhasil meningkatkan kualitas layanan publik secara signifikan melalui pemanfaatan teknologi informasi.

## 2. Sistem Komunikasi dalam Proses Pelayanan Aplikasi M-Paspor

Dalam proses pelayanan pembuatan paspor melalui aplikasi M-Paspor, Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar telah menerapkan sistem komunikasi yang bersifat dua arah, interaktif, dan berbasis teknologi digital. Pada hasil penelitian menunjukkan bahwa sistem komunikasi tersebut berperan penting dalam meningkatkan efisiensi, transparansi, dan kepuasan masyarakat terhadap layanan yang diberikan, khususnya dalam hal akses informasi, kecepatan layanan, serta kejelasan prosedur penggunaan aplikasi.

Penelitian ini dapat dianalisis melalui pendekatan Teori Kegunaan dan Kepuasan untuk memahami bagaimana masyarakat sebagai pengguna layanan M-Paspor secara aktif memilih, mengakses, dan memanfaatkan media digital yang disediakan oleh Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar guna memenuhi berbagai kebutuhan informasi, efisiensi pelayanan, interaksi, serta kepuasan pribadi dalam proses pembuatan paspor.

Melalui teori ini, sistem komunikasi dalam pelayanan M-Paspor dapat dianalisis berdasarkan motivasi penggunaan dari pengguna layanan:

### a. Kebutuhan Informasi

Masyarakat menggunakan aplikasi M-Paspor dan mengikuti media sosial Imigrasi untuk mencari informasi seputar prosedur pembuatan paspor, dokumen persyaratan, biaya, dan jadwal layanan. Dalam hal ini, sistem komunikasi yang efektif ditunjukkan dengan penyampaian informasi yang akurat, mudah dipahami, dan selalu diperbarui.

### b. Kebutuhan Efisiensi dan Kenyamanan

Pengguna memilih layanan M-Paspor karena mereka ingin menghindari antrean panjang dan proses yang berbelit. Aplikasi ini memberikan kontrol lebih kepada pengguna dalam memilih waktu dan tempat layanan, sehingga memenuhi kebutuhan akan efisiensi dan kenyamanan.

### c. Kebutuhan Interaksi Sosial dan Klarifikasi

Dalam beberapa kasus, pengguna memanfaatkan kolom komentar, fitur direct message (DM), dan layanan hotline untuk bertanya atau mengklarifikasi hal-hal yang tidak mereka pahami. Di sinilah komunikasi dua arah menjadi penting untuk menciptakan kepuasan dan kepercayaan publik.

### d. Kebutuhan Personal Empowerment

Akses langsung terhadap layanan melalui aplikasi juga menumbuhkan rasa kontrol dan kemandirian bagi masyarakat, di mana mereka dapat mengatur sendiri proses permohonan paspor tanpa ketergantungan pada pihak ketiga atau calo.

Melalui teori ini, dapat dipahami bahwa keberhasilan komunikasi dalam layanan M-Paspor tidak hanya bergantung pada ketersediaan informasi, tetapi juga pada bagaimana informasi tersebut disesuaikan dengan kebutuhan, ekspektasi, dan perilaku pengguna. Ketika masyarakat merasa kebutuhan mereka terpenuhi melalui penggunaan M-Paspor dan media komunikasi pendukungnya, maka akan tercipta kepuasan yang menjadi indikator keberhasilan layanan publik berbasis teknologi.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan mengenai bagaimana strategi humas kantor imigrasi kelas I Khusus TPI Makassar dalam meningkatkan layanan pembuatan paspor melalui aplikasi M-paspor dan bagaimana sistem komunikasi dalam layanan pembuatan paspor melalui aplikasi M-paspor. maka peneliti dapat kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi Humas Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar dalam meningkatkan layanan pembuatan paspor melalui aplikasi M-Paspor telah berjalan secara efektif dan terstruktur. Humas menjalankan perannya tidak hanya sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator komunikasi dua arah antara institusi dan masyarakat. Strategi yang diterapkan mencakup edukasi digital melalui media sosial, penyediaan informasi yang transparan dan responsif, serta pemanfaatan berbagai saluran komunikasi interaktif untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi publik dalam penggunaan M-Paspor.
2. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa sistem komunikasi yang terjadi dalam proses pelayanan M-Paspor di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Makassar berlangsung secara dua arah dan berbasis digital, dengan memanfaatkan berbagai media komunikasi seperti aplikasi M-Paspor, media sosial resmi, serta kanal informasi daring lainnya. Proses komunikasi tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga partisipatif, di mana masyarakat secara aktif mencari, memilih, dan merespons informasi sesuai dengan kebutuhan mereka. Dengan demikian, sistem komunikasi yang diterapkan melalui M-paspor terbukti mendukung peningkatan kualitas pelayanan publik dan memperkuat hubungan antara institusi pemerintah dan masyarakat secara lebih terbuka, ceptat, dan berbasis teknologi.

## REFERENSI

- Asni, D. (2020). *Kehumasan Di Era Digital 4.0*. Alauddin university Press.
- Lestari, D. (2021). *Manajemen Pelayanan Publik di Era Digital*. Remaja Rosdakarya.
- Marjoni, R. (2021). *Manajemen Pelayanan Publik*. CV Tahta Media Group.
- Nasrullah, R., & Farid, E. (2023). *Komunikasi Publik Digital: Pendekatan Digital dalam Pengelolaan dan Interaksi Komunikasi Publik*. Penerbit Simbiosis Rekatama Medi.
- Patoni, A., & Haryanti, N. (2021). *Manajemen Humas dan Pelayanan Publik Berbasis Digital*. CV Literasi Nusantara Abad.
- Rosy F. Daud. (2023). *Public Relations suatu pengantar*. Widina Media Putri.
- Sabrina Rahma Utami, S.I.Kom., M. I. K., Nadinta Rafifah Suaib S.I.Kom., M. I. K., & Rika Nurismah Safitri, S.I.Kom., M. I. K. (2020). *Modul Hubungan Masyarakat, Media Relatiuns Dan Public Speaking*. Universitas Gunadarma
- Santoso, R. (2022). *Manajemen Komunikasi dan Pelayanan Publik*. Pustaka Pelajar.
- Suharmanto. (2022). *Public Relations 2.0: Membangun Hubungan yang Baik dalam Organisasi dan Masyarakat*. Prenada Media.
- Tita, M. M. (2021). *public Relations ((Komunikasi Strategis, Digital dan Bertanggung Jawab Sosial)*. CV Widina Media Utama.

## Jurnal

- Astuti, W., Hadawiah, & Zelfia. (2022). Aktifitas publikasi Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu dalam penyebaran informasi pemerintahan Kabupaten Enrekang. Universitas Muslim Indonesia.
- Karim, R., Wutun, M., & Pietriani, R. (2023). Strategi Humas Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan (Studi Kasus Pada Kantor Kesyahbandaran Dan Otoritas Pelabuhan Kelas Iii Kupang). *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 3(1), 161–173.
- Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia. (2022). Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 18 Tahun 2022 tentang Perubahan atas Peraturan Menteri Hukum dan HAM Nomor 8 Tahun 2014

- tentang Paspor Biasa dan Surat Perjalanan Laksana Paspor. *Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 4 Tahun 2018, 151(996)*, 1–13.
- Mahsyar, A. (2020). Tantangan dan Inovasi Pelayanan Publik di Indonesia. *Jurnal Kebijakan Publik*, 5(1), 45–57.
- Maulidia, R. (2020). Peran Humas Pemerintah Sebagai Sarana Komunikasi Publik (Studi pada Bagian Humas dan Protokol Pemerintah Kota Bogor). *Ejournal Gunadarma*, 14(7), 9–17.
- Muyassaroh, S zulfiani, D khaerani, T. (2020). Studi Tentang Pelayanan Pembuatan Paspor biasa melalui online system dikantor imigrasi. *Ejournal*, vol 7(no 4), hal 9637. [https://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/12/New\\_e-Journal \(12-20-19-05-40-55\).pdf](https://ejournal.ap.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2019/12/New_e-Journal%20(12-20-19-05-40-55).pdf)
- Purwo, R. H. S., & Puspasari, D. (2020). Peran Humas Dalam Meningkatkan Citra Positif Pada Badan Pengembangan Sumber Daya Manusia (BPSDM) Provinsi Jawa Timur. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*, 8(3), 458–467. <https://doi.org/10.26740/jpap.v8n3.p458-467>
- Puspita, R. Y., Rabiah, S., & Akidah, I. (2023). Analisis Tindak Tutur pada Pembelajaran Bahasa Indonesia Kelas XI MIPA 1 UPT SMA Negeri 14 Jeneponto. *Journal on Education*, 06(01), 7599–7