

## ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi mendorong Direktorat Jenderal Imigrasi melakukan transformasi digital pelayanan publik melalui aplikasi M-Paspor sebagai sarana pendaftaran paspor secara daring. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana komunikasi persuasif yang dilakukan Kantor Imigrasi Kota Cilegon dalam mensosialisasikan aplikasi M-Paspor serta mengetahui respons masyarakat terhadap sosialisasi yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan paradigma konstruktivisme. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menggunakan Model Komunikasi Lasswell sebagai kerangka analisis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kantor Imigrasi Kota Cilegon menerapkan komunikasi persuasif dalam sosialisasi aplikasi M-Paspor melalui penyampaian pesan yang bersifat informatif, edukatif, dan persuasif. Saluran komunikasi yang digunakan meliputi sosialisasi secara langsung dan media sosial Instagram @imigrasi\_cilegon sebagai media penyebaran informasi. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif yang dilakukan Kantor Imigrasi Kota Cilegon berhasil mendukung implementasi aplikasi M-Paspor sebagai inovasi pelayanan publik berbasis digital. Keberhasilan tersebut terlihat dari meningkatnya pemahaman masyarakat serta tingginya pemanfaatan aplikasi M-Paspor dalam proses pengajuan paspor.

**Kata Kunci:** Komunikasi Persuasif, Sosialisasi, M-Paspor, Pelayanan Publik, Media Sosial Instagram, Kantor Imigrasi Kota Cilegon.

## ABSTRACT

*The development of information technology has encouraged the Directorate General of Immigration to digitally transform public services through the M-Passport application as a means of online passport registration. This study aims to determine the persuasive communication used by the Cilegon City Immigration Office in promoting the M-Passport application and to determine the public response to the promotion. This study uses a qualitative descriptive method with a constructivist paradigm. Data collection techniques include observation, in-depth interviews, and documentation. Data analysis is carried out through data reduction, data presentation, and drawing conclusions using the Lasswell Communication Model as an analytical framework. The results show that the Cilegon City Immigration Office applies persuasive communication in promoting the M-Passport application by delivering informative, educational, and persuasive messages. The communication channels used include direct promotion and the Instagram social media platform @imigrasi\_cilegon as a medium for disseminating information. Based on the results of the study, it can be concluded that the persuasive communication carried out by the Cilegon City Immigration Office successfully supports the implementation of the M-Passport application as a digital-based public service innovation. This success is evident in the increasing public understanding and the high utilization of the M-Passport application in the passport application process.*

**Keywords:** *Persuasive Communication, Outreach, M-Passport, Public Services, Instagram Socia Media, Cilegon City Immigration Office.*

## RINGKESAN

*Kamekaran téknologi informasi ngadorong Dirjen Imigrasi pikeun ngarobah layanan publik sacara digital ngaliwatan aplikasi M-Passport minangka sarana pendaptaran paspor online. Ulikan ieu miboga tujuan pikeun mikanyaho komunikasi persuasif anu digunakeun ku Kantor Imigrasi Kota Cilegon dina ngamajukeun aplikasi M-Passport sarta pikeun nangtukeun réson masarakat kana éta promosi. Ieu panalungtikan ngagunakeun métode déskriptif kualitatif kalayan paradigma konstruktivisme. Téhnik ngumpulkeun data ngawengku observasi, wawancara mendalam, jeung dokuméntasi. Analisis data dilaksanakeun ngaliwatan réduksi data, presentasi data, jeung nyieun kacindekan ngagunakeun Modél Komunikasi Lasswell salaku kerangka analitik. Hasilna némbongkeun yén Kantor Imigrasi Kota Cilegon nerapkeun komunikasi persuasif dina promosi aplikasi M-Passport ku cara nepikeun pesen informatif, edukasi, jeung persuasif. Saluran komunikasi anu digunakeun diantarana promosi langsung sareng platform média sosial Instagram @imigrasi\_cilegon salaku média pikeun nyebarkeun inpormasi. Dumasar kana hasil panalungtikan, bisa dicindekkeun yén komunikasi persuasif anu dilaksanakeun ku Kantor Imigrasi Kota Cilegon hasil ngarojong kana palaksanaan aplikasi M-Passport salaku inovasi palayanan publik berbasis digital. Kasuksésan ieu dibuktikeun dina ngaronjatna pamahaman masarakat jeung utilization tinggi aplikasi M-Passport dina prosés aplikasi paspor.*

**Kata Kunci:** *Komunikasi Persuasif, Sosialisasi, M-Passport, Pelayanan Umum, Media Sosial Instagram, Kantor Imigrasi Kota Cilegon.*