

ABSTRAK

Informasi dan pemberitaan yang tersebar secara langsung maupun melalui media sosial tentu membawa berbagai dampak positif dan negatif. Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe merupakan lembaga pemerintah yang memiliki peran penting dalam mengelola masalah keimigrasian di wilayahnya. Humas Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe memiliki berperan dalam menyampaikan informasi publik, merespon keluhan, isu permasalahan terkait program/kebijakan keimigrasian sangat diperlukan guna membangun citra positif Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe dan apa saja kendala-kendala yang dihadapi oleh humas kantor imigrasi dalam membangun citra positif tersebut. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu kualitatif deskriptif dan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Fokus penelitian ini juga berfokus pada Komunikasi persuasif dan *Image Building*. Berdasarkan Model tersebut diperoleh hasil strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif yaitu dengan pengembangan segala hal yang berkaitan dengan teknologi termasuk penguatan informasi dengan melakukan sosialisasi secara berkala dan terarah secara langsung, sedangkan melalui media humas kantor imigrasi juga mengembangkan konten-konten yang bersifat informatif dan menghibur masyarakat. Adapun hasil dari hambatan yang di hadapi oleh humas kantor imigrasi yaitu dalam proses penyampaian.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Citra Positif, Model Komunikasi Persuasif

ABSTRACT

Information and news spread directly or through social media certainly brings various positive and negative impacts. The Lhokseumawe City Immigration Office is a government agency that has an important role in managing immigration issues in the region. Public Relations of the Lhokseumawe City Immigration Office has a role in conveying public information, responding to complaints, issues related to immigration programs/policies is needed to build a positive image of the Lhokseumawe City Immigration Office. This study aims to determine how the public relations communication strategy in building a positive image at the Lhokseumawe City Immigration Office and what are the obstacles faced by the public relations of the immigration office in building a positive image. The type of research used in this research is descriptive qualitative and data collection techniques through interviews, observation, and documentation. The focus of this research also focuses on persuasive communication and image building. Based on this model, the results of public relations communication strategies in building a positive image are obtained, namely by developing everything related to technology including strengthening information by conducting regular and direct socialization, while through the media public relations of the immigration office also develops content that is informative and entertaining to the public. The results of the obstacles faced by the public relations of the immigration office are in.

Keywords: Communication Strategy, Positive Image, Persuasive Communication Model

