

ABSTRAK

Seperti instansi-instansi pemerintah Indonesia lainnya, Direktorat Jenderal Imigrasi memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi publik. Salah satu media sosial yang digunakan adalah Instagram, dengan akun @ditjen_imigrasi. Dari sisi konten, akun Instagram @ditjen_imigrasi menyajikan konten gambar dan video dengan gaya yang lebih variatif. Konten tidak hanya disajikan dengan gaya serius namun juga dengan gaya informal, ringan dan menghibur. Berbeda dengan karakteristik komunikasi publik pemerintah dahulu yang cenderung formal. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini berusaha mengetahui pemaknaan pekerja milenial terhadap konten-konten yang diproduksi akun @ditjen_imigrasi dengan menggunakan konsep analisis resepsi. Metode yang digunakan untuk pengambilan data adalah dengan wawancara mendalam pada lima informan pekerja generasi milenial yang pernah mengakses konten Instagram @ditjen_imigrasi sepanjang tahun 2024. Pemilihan generasi milenial sebagai objek penelitian ini dikarenakan orang-orang dari generasi tersebut saat ini sudah memasuki usia produktif dengan asumsi telah berpenghasilan dan melek teknologi serta lebih berpotensi memiliki kepentingan untuk mengakses layanan keimigrasian. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa dari kelima informan, dua diantaranya berada pada posisi *dominant-hegemonic* dan dua lainnya di posisi *negotiated*. Menunjukkan bahwa mayoritas informan memaknai akun @ditjen_imigrasi belum sepenuhnya menjadi media penyebaran informasi keimigrasian yang sesuai harapan masyarakat. Perbedaan pemaknaan diantara informan tersebut dipengaruhi oleh latar belakang lingkungan sosial serta pengalaman berurusan dengan imigrasi.

Kata kunci: analisis resepsi, pekerja milenial, Direktorat Jenderal Imigrasi, Instagram.

ABSTRACT

Like other Indonesian government agencies, the Directorate General of Immigration utilizes social media as a means of public communication. One of the social media platforms used is Instagram, with the account @ditjen_imigrasi. From a content perspective, the Instagram account @ditjen_imigrasi offers a variety of images and videos with a more diverse style. The content is not only presented in a serious manner but also in an informal, light, and entertaining style. This differs from the traditionally formal nature of government public communication. Building on this, this study aims to understand how millennial workers interpret the content produced by the @ditjen_imigrasi account using the concept of reception analysis. The data collection method used was in-depth interviews with five millennial workers who had accessed the @ditjen_imigrasi Instagram content throughout 2024. The selection of millennials as the subject of this study is based on the assumption that people from this generation are now in their productive age, likely earning an income, are tech-savvy, and more likely to need immigration services. Findings from this study indicate that out of the five informants, two were in the dominant-hegemonic position and two in the negotiated position. This shows that the majority of informants perceive the @ditjen_imigrasi account as not fully meeting the public's expectations as a medium for disseminating immigration information. The differences in interpretation among the informants were influenced by their social environment backgrounds and experiences dealing with immigration.

Keywords: *Reception analysis, Millennials, Directorate General of Immigration, Instagram.*