



STRATEGI KOMUNIKASI DISDUKCAPIL DALAM DISEMINASI PROGRAM “PAKSU” DI LAMPUNG UTARA

Ratu Jelita Pembayun¹, Hagi Julio Salas²

Abstract

This study aims to analyze the communication strategy implemented by the Department of Population and Civil Registration of North Lampung Regency in disseminating the PAKSU service as a village-based public service innovation. This research employs a qualitative approach, with data collected through in-depth interviews with officials from the Civil Registration Office, village apparatus, and community members in several villages. Data analysis is conducted using the Elaboration Likelihood Model (ELM) as the main theoretical framework, supported by Rogers' Diffusion of Innovation theory. The findings indicate that the communication strategy utilizes the central route by emphasizing procedural clarity and service benefits, while the peripheral route operates through the credibility of village officials, governmental legitimacy, and social proximity within village communities. The diffusion of the PAKSU innovation occurs gradually through village social structures; however, the level of adoption varies among villages due to geographical factors and infrastructure readiness. This study concludes that the effectiveness of the PAKSU dissemination is shaped by the integration of persuasive communication strategies and the social context of rural communities.

Keywords: Communication Strategy, Persuasion, ELM, Diffusion of Innovation, Public Communication, Public Service

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Lampung Utara dalam mensosialisasikan layanan PAKSU sebagai inovasi pelayanan kependudukan berbasis desa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam terhadap pihak Disdukcapil, aparatur desa, dan masyarakat di beberapa desa. Analisis data dilakukan dengan menggunakan *Elaboration Likelihood Model* (ELM) sebagai teori utama dan difusi inovasi serta komunikasi publik sebagai teori pendukung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi Disdukcapil memanfaatkan jalur sentral melalui penyampaian informasi prosedural dan manfaat layanan, serta jalur perifer melalui kredibilitas aparatur desa, legitimasi pemerintah daerah, dan kedekatan sosial di tingkat desa. Proses difusi inovasi PAKSU berlangsung secara bertahap melalui struktur sosial desa, meskipun tingkat adopsi layanan bervariasi antar desa akibat faktor geografis dan kesiapan infrastruktur. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan sosialisasi PAKSU dipengaruhi oleh kombinasi strategi persuasi dan konteks sosial desa.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Persuasi, ELM, Difusi Inovasi, Komunikasi Publik, Pelayanan Publik

¹ Universitas Muhammadiyah Kotabumi email: ratujelitap@gmail.com

² Universitas Muhammadiyah Kotabumi email: hagi.julio.salas@umko.ac.id

PENDAHULUAN

Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil merupakan fondasi utama dalam penyelenggaraan pelayanan publik, karena berkaitan langsung dengan hak-hak sipil Masyarakat. Dalam hal ini, Pelayanan publik seperti pembuatan dokumen Kartu Tanda Penduduk, Kartu Identitas Anak, Kartu Keluarga, dan Akta Pencatatan Sipil tidak hanya berfungsi sebagai identitas hukum, tetapi juga menjadi syarat dalam mengakses berbagai layanan dasar termaksud Pendidikan, Kesehatan, Bantuan Sosial, dan layanan lainnya (Putri & Ariany, 2023). Oleh karena itu, pemerintah daerah dituntut untuk terus melakukan inovasi pelayanan guna memastikan akses layanan administrasi kependudukan dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat, termaksud masyarakat yang tinggal di wilayah pedesaan.

Namun dalam praktiknya, masyarakat desa masih sering menghadapi berbagai kendala dalam pengurusan dokumen kependudukan. Jarak tempuh yang jauh dari pusat pelayanan, keterbatasan waktu, serta biaya transportasi menjadi hambatan yang kerap dirasakan oleh masyarakat desa. Permasalahan akses terhadap dokumen kependudukan di wilayah pedesaan bukan hanya urusan surat menyurat, tetapi menjadi penghambat terpenuhinya hal-hal dasar warga negara. Tanpa dokumen yang sah, masyarakat akan sulit mengakses pendidikan, layanan medis, bantuan pemerintah hingga perlindungan hukum (Kependudukan et al., 2019). Dengan kata lain, hambatan ini secara langsung membatasi kesejahteraan sosial mereka. Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan pelayanan publik tidak hanya ditentukan oleh kualitas dan kuantitas layanan yang diberikan, tetapi juga oleh efektivitas komunikasi informasi serta kemudahan akses layanan yang dirasakan masyarakat, khususnya dalam penyelenggaraan administrasi kependudukan (Pristikawati, V., & Oktariyanda, 2016). Jika komunikasi publik mengenai inovasi pelayanan gagal, maka program-program yang dirancang untuk memudahkan warga justru akan sia-sia karena tidak berjalan dengan baik. Karena itu, analisis mengenai strategi komunikasi dalam diseminasi layanan PAKSU memiliki relevansi langsung terhadap kepentingan publik.

Komunikasi publik adalah proses penyampaian pesan kepada khalayak luas, baik itu dalam lembaga maupun diluar lembaga. Cara penyampiannya terbagi menjadi dua, yaitu: tatap muka (langsung) dan lewat perantara (tidak langsung). Saat tatap muka, komunikator berinteraksi secara fisik tanpa alat bantu media apapun didepan audiens. Sebaliknya, pada jalur tidak langsung, komunikator mengandalkan media tertentu sebagai jembatan agar informasi tersebut dapat menjangkau masyarakat secara luas (Mucharam, 2022). Pada pelayanan administrasi kependudukan, komunikasi publik menjadi elemen penting karena berkaitan langsung dengan hak sipil masyarakat. Tujuannya tidak hanya agar masyarakat mengetahui program yang dijalankan, tetapi juga membangun pemahaman, kepercayaan, dan partisipasi publik terhadap layanan yang disediakan. Oleh karena itu, inovasi pelayanan seperti PAKSU tidak dapat dilepaskan dari bagaimana pihak yang bersangkutan mengelola komunikasi publiknya agar program yang diluncurkan benar-benar dipahami dan dimanfaatkan oleh masyarakat desa.

Menanggapi permasalahan tersebut, Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Lampung Utara meluncurkan inovasi pelayanan berupa Program Pelayanan Administrasi Kependudukan Desa Unggul (PAKSU) pada akhir tahun 2024. Program ini dirancang untuk mendekatkan layanan administrasi kependudukan ke tingkat desa, sehingga masyarakat tidak perlu lagi datang langsung ke kantor Disdukcapil di pusat Kabupaten. Melalui program PAKSU, pengurusan dokumen kependudukan dapat dilakukan di kantor desa dengan membawa persyaratan yang dibutuhkan, sementara proses pengajuan dilakukan melalui aplikasi yang hanya dapat diakses pemerintah desa. Pembaruan pelayanan tersebut pada dasarnya di arahkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada masyarakat, khususnya dalam aspek kemudahan akses layanan, kecepatan proses, serta Tingkat kepuasan masyarakat terhadap pelayanan (Syafiie, 2016).

Program PAKSU menarik untuk diteliti karena menghadirkan pola layanan berbasis desa dengan mekanisme akses yang tidak langsung menyentuh masyarakat, melainkan melalui aparatur desa sebagai perantara. Berbeda dari pelayanan lain yang menempatkan masyarakat sebagai pengguna langsung layanan di kantor Disdukcapil. Keberhasilan program PAKSU ini sangat bergantung pada kemampuan aparatur desa dalam memahami, menerima, dan menyampaikan kembali informasi kepada masyarakat. Pola komunikasi yang berjenjang ini menjadikan aspek komunikasi tidak sekedar pelengkap, tetapi menjadi faktor kunci dalam keberlangsungan program.

Sebagai Program yang relatif baru, keberhasilan PAKSU tidak hanya ditentukan oleh kesiapan sistem dan perangkat desa, tetapi juga oleh sosialisasi. Sosialisasi menjadi tahap penting karena berkaitan langsung dengan bagaimana informasi mengenai tujuan, mekanisme, dan manfaat PAKSU dipahami oleh masyarakat. Walaupun layanan PAKSU memiliki potensi yang berdampak besar dalam meningkatkan kualitas pelayanan keberhasilan pelaksanaannya sangat ditentukan oleh proses komunikasi yang terjalin antara petugas PAKSU dengan penerima pesan. Komunikasi yang berjalan secara efektif berperan penting dalam mengurangi kesenjangan informasi dan meningkatkan pemahaman masyarakat terkait prosedur administrasi kependudukan, sekaligus membangun kepercayaan terhadap pelayanan yang diselenggarakan (Da Silva et al., 2024). Sosialisasi tersebut tidak akan berjalan efektif jika sang komunikator tidak memiliki strategi komunikasi dalam penyampaian pesan.

Strategi komunikasi memiliki peran penting dalam pelaksanaan suatu kegiatan, karena tanpa adanya strategi yang tepat, tujuan yang ingin dicapai tidak akan terlaksanakan secara optimal (Fazarusda & Indrayani, 2020). Strategi komunikasi merupakan kombinasi antara penyusunan rencana (*planning*) dan pengelolaan komunikasi secara terstruktur guna mewujudkan tujuan tertentu. Agar penerapan strategi ini berhasil maka harus disambungkan dengan komponen-komponen yang dapat menjawab pertanyaan sesuai rumus Lasswell (1960) meliputi: *Who, Says What, Channel, Whom, Effect* (Dr. Edi Suryadi, 2021). Dalam konteks pelayanan publik, tujuan tersebut tidak hanya sebatas penyampaian informasi, tetapi juga pembentukan sikap dan penerimaan masyarakat terhadap layanan yang disediakan. Oleh karena itu, strategi komunikasi dalam sosialisasi pelayanan publik berkaitan dengan konsep komunikasi persuasif sebagai pendekatan komunikasi yang bertujuan

mempengaruhi pemahaman dan sikap masyarakat tanpa paksaan (Salas, 2023).

Komunikasi persuasif adalah proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pemahaman, dan perilaku persuade tanpa adanya paksaan, melainkan melalui pendekatan yang elegan serta memiliki argumen yang rasional (Hendri, 2019). Komunikasi persuasif berperan penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap program dan kebijakan baru yang diperkenalkan pemerintah, khususnya, ketika layanan tersebut mengubah pola pelayanan yang sebelumnya terbentuk. Oleh karena itu, sosialisasi program PAKSU tidak hanya dapat dipahami sebagai penyampaian informasi administrasi, tetapi sebagai proses komunikasi persuasif yang bertujuan membentuk pemahaman dan penerimaan masyarakat desa terhadap mekanisme pelayanan.

Penelitian mengenai strategi komunikasi dalam hal pelayanan publik telah banyak dilakukan, khususnya dalam Upaya memahami bagaimana institusi pemerintah menyampaikan informasi layanan kepada masyarakat. (Susiswani Isbandi et al., 2023) dengan studi mengenai Strategi Komunikasi Pelayanan Publik di Dinas Sosial Kota Cilegon, mengungkapkan bahwa perencanaan pesan dan penggunaan kombinasi saluran komunikasi, baik tatap muka maupun media digital, menjadi faktor penting dalam memastikan informasi layanan dapat dipahami oleh masyarakat. Penelitian ini menegaskan bahwa strategi komunikasi dalam pelayanan public perlu disesuaikan dengan kondisi social dan karakteristik masyarakat setempat agar pesan yang disampaikan tidak hanya di terima, tetapi dipahami dengan baik. Penelitian selanjutnya oleh (Iqbal et al., 2022) Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi yang dirancang secara sistematis, didukung oleh pemanfaatan teknologi informasi dan mekanisme umpan balik yang berkelanjutan, mampu meningkatkan kualitas pelayanan public dan mendukung kinerja pegawai di lingkungan Disdukcapil Kota Bandar Lampung. Selain itu (Aliansyah et al., 2024) membahas strategi komunikasi melalui media social memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas pelayanan publik dan memperkuat hubungan antara pemerintah dan masyarakat.

Meskipun ketiga penelitian tersebut memberikan Gambaran mengenai pentingnya strategi komunikasi dalam pelayanan publik, Sebagian besar kajian masih berfokus pada konteks layanan secara umum. Kajian yang secara khusus menelaah strategi komunikasi yang dirancang oleh pemerintah daerah dalam mensosialisasikan pelayanan administrasi kependudukan berbasis desa masih relatif terbatas. Selain itu, penelitian terdahulu belum banyak mengkaji bagaimana unsur persuasi diterapkan pada tahap awal peluncuran program pelayanan publik serta bagaimana respon dan pemahaman awal masyarakat terbentuk melalui proses komunikasi tersebut.

Berdasarkan Gap tersebut, penelitian ini melengkapi kajian yang ada dengan menempatkan Teori persuasi sebagai fokus analisis. Penelitian ini menggunakan model persuasi *Elaboration Likelihood Model* (ELM) sebagai *Grand Theory* untuk menjelaskan proses penerimaan pesan melalui jalur sentral dan jalur perifer dalam sosialisasi layanan PAKSU. Sementara itu, teori difusi inovasi Rogers digunakan sebagai teori pendukung untuk memahami penyebaran program melalui sistem sosial desa, termaksud peran aparatur desa yang menjembatani komunikasi Disdukcapil kepada masyarakat, dan konsep komunikasi publik digunakan sebagai

kerangka untuk melihat bagaimana yang pihak Disdukcapil dan aparat desa mengelola penyampaian kebijakan dan inovasi pelayanan kepada warga secara terstruktur, dapat dipercaya, dan relevan. Penelitian ini bertujuan menganalisis perencanaan strategi komunikasi Disdukcapil Kabupaten Lampung Utara dalam penyampaian informasi program PAKSU, serta bagaimana keberhasilan Disdukcapil Lampung Utara dalam diseminasi program PAKSU ditinjau dari penerimaan pesan dan respon awal aparat desa maupun masyarakat, dan komunikasi publik sebagai kerangka konseptual untuk menjelaskan konteks komunikasi pemerintahan dalam pelayanan publik.

Penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian komunikasi persuasif dalam konteks pelayanan publik, khususnya melalui penerapan ELM dan teori difusi inovasi pada program administrasi kependudukan berbasis desa. Penelitian ini dapat menjadi masukan bagi Disdukcapil Lampung Utara dalam memperkuat strategi sosialisasi PAKSU, terutama pada desa yang memiliki karakteristik berbeda dalam akses layanan dan kebutuhan masyarakat. Penelitian ini juga dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji strategi komunikasi pemerintah daerah dalam penyebaran inovasi layanan publik, baik dari sisi perencanaan komunikasi maupun penerimaan masyarakat.

Menurut Tulung (2014) dalam (Setyanto & Winduwati, 2018), Diseminasi proses penyebaran informasi kepada Masyarakat. Dalam penelitian ini, diseminasi dipahami sebagai proses penyebaran informasi dan inovasi layanan PAKSU secara terencana dan berjenjang, yang melibatkan berbagai aktor dan saluran komunikasi hingga program tersebut diimplementasikan di tingkat desa. Sosialisasi diposisikan sebagai salah satu bentuk kegiatan utama dalam proses diseminasi, khususnya pada tahap penyampaian informasi dan pembentukan pemahaman awal kepada aparat desa dan masyarakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya, yang lebih ditekankan adalah persoalan kedalaman (kualitas) data bukan banyaknya (kuantitas) data (Sugiyono, 2019). Pendekatan ini dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh Dinas Kependudukan Pencatatan Sipil dalam program Pelayanan Administrasi Kependudukan Desa Unggul (PAKSU). Penelitian dilaksanakan di Kabupaten Lampung Utara dengan fokus pada program PAKSU yang dikelola oleh Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil.

Penelitian ini dilaksanakan dalam kurun waktu dari bulan Desember 2025 hingga bulan Januari 2026. Kriteria penentuan data dalam penelitian ini didasarkan pada relevansi, keterlibatan langsung, dan kecukupan informasi. Pemilihan informan dalam penelitian ini dilakukan secara *Purposive Sampling* dengan mempertimbangkan keterlibatan langsung dalam perencanaan, pelaksanaan program PAKSU, maupun penerimaan program PAKSU, sehingga data yang diberikan mencerminkan proses komunikasi yang terjadi

secara nyata di lapangan. Selain itu, data yang digunakan dalam analisis merupakan data yang memuat informasi mengenai perencanaan strategi komunikasi, proses penyampaian pesan, respon awal aparaturnya, serta tanggapan masyarakat terhadap layanan. Informan utama dalam penelitian ini adalah Kepala Bidang Pemanfaatan Data dan Informasi Pelayanan Disdukcapil Lampung Utara yaitu Bambang Irawan, S. Sos. MM, sebagaimana yang bertanggung jawab dengan Program PAKSU. Selain informan utama, penelitian ini melibatkan Lurah Tanjung Harapan yaitu Agus Setiawan, Kepala Desa Mulang Maya yaitu Alwan, Kasi Pemerintahan Desa Kembang Tanjung yaitu Fahri Hilmawan dan Tiga masyarakat dari beberapa desa sebagai informan pendukung. Penelitian ini tidak berfokus pada jumlah informan, melainkan pada kedalaman informasi yang diperoleh hingga mencapai titik kecukupan data.

Pengumpulan data Penelitian ini dilaksanakan melalui tahapan mengumpulkan, menyusun, mengolah, dan menganalisis secara cermat dengan merujuk pada prosedur penelitian yang menghasilkan data kualitatif. Peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian atau kalimat disusun secara sistematis untuk menjelaskan pokok permasalahan, sehingga memperoleh pemahaman yang jelas tentang strategi komunikasi yang dilakukan pada program PAKSU. Teknik pengumpulan data penelitian meliputi observasi, wawancara dan dokumentasi. Setelah data terkumpul, untuk menjaga keabsahan data penelitian ini dianalisis dengan komponen analisis data yang terdiri atas tiga subprocess yang saling terkait, yaitu : *data reduction*, *data display* dan *verifikasi* (Moleong, 2010). Proses analisis ini dilakukan berkelanjutan sejak peneliti memasuki Lokasi penelitian, selama proses pengumpulan data, hingga proses penyusunan hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tahap Pengembangan dan Implementasi Program PAKSU

Dalam pelayanan publik, peluncuran inovasi layanan biasanya tidak dilakukan secara tiba-tiba, melainkan melalui tahapan pengujian dan penyesuaian agar program yang diterapkan dapat berjalan sesuai kebutuhan masyarakat (Septiana & Putra, 2022). Pentingnya ada tahap uji coba agar pemerintah dapat memastikan bahwa sistem yang dibangun, sumber daya pelaksana, dan prosedur layanan dapat dijalankan secara konsisten di lapangan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Kepala Bidang Disdukcapil Kabupaten Lampung Utara selaku penanggung jawab program, PAKSU diinisiasi pada akhir tahun 2024. Program ini tidak langsung diterapkan secara luas, melainkan terlebih dahulu menggunakan enam desa sebagai lokasi percobaan. Setelah itu, efektivitas program dievaluasi hingga akhirnya pada bulan Maret 2025 program PAKSU dapat diresmikan dan dijalankan secara lebih luas di kabupaten Lampung Utara. Informasi ini menunjukkan bahwa Disdukcapil menempatkan tahap uji coba sebagai proses penting untuk melihat kesiapan sistem, alur pelayanan, dan penerimaan awal dari pemerintah desa.

“PAKSU itu program baru yg di inisiasi akhir tahun 2024, di Lampung utara ini ada 247 kelurahan, jika langsung dilaksanakan serentak tidak memungkinkan.karena butuh tahapan tahapan. jadi dengan mengambil 6 desa sebagai percobaan, yaitu desa abung timur, belambangan, abung Selatan, sungkai utara (berjalan selama 2-3 bulan). Lalu dilihat efektivitasnya sehingga bulan maret 2024 sudah bisa di resmikan program ini secara luas di kabupaten lampung utara” (Bambang Irawan, S. Sos. MM., 19 Desember 2025).

Selain waktu pelaksanaan, hasil wawancara juga menunjukkan bahwa program PAKSU dirancang dengan pola layanan berbasis Desa. Masyarakat tidak diberikan akses langsung terhadap aplikasi PAKSU. Sebaliknya, akses aplikasi hanya dimiliki oleh pemerintah desa, sehingga masyarakat cukup datang ke kantor desa dengan membawa persyaratan administrasi yang dibutuhkan. Pelayanan ini memperlihatkan bahwa pemerintah desa menjadi pusat layanan sekaligus perantara antara masyarakat dengan Disdukcapil. Dengan tujuan memudahkan masyarakat desa agar tidak perlu melakukan perjalanan jauh ke Kota hanya untuk mengurus dokumen kependudukan.



Gambar 1. Laman Program PAKSU

Disdukcapil juga memperkuat aspek distribusi dokumen melalui kerja sama dengan ekspedisi JNT. Dokumen seperti KTP dan KIA dapat dikirimkan ke desa dengan biaya COD yang terjangkau. Informasi mengenai kerja sama pengiriman ini memperlihatkan bahwa inovasi PAKSU tidak hanya berhenti pada proses pengajuan berkas, tetapi juga berupaya memastikan hasil layanan dapat diterima masyarakat secara lebih mudah. Pihak Disdukcapil juga menjelaskan bahwa keterlibatan berbagai unsur internal juga menjadi bagian dari pelaksana program, mulai dari Kepala Dinas, Sekertaris, Kepala Bidang, hingga bidang yang paling berperan yaitu Bidang Kependudukan dan Bidang Pencatatan Sipil.

Strategi Komunikasi Disdukcapil dalam Diseminasi Program PAKSU

Strategi komunikasi merupakan perencanaan dan pengaturan cara penyampaian pesan yang dilakukan secara sistematis agar tujuan komunikasi dapat tercapai secara efektif (Salas et al., 2023). Strategi komunikasi dalam program pelayanan publik pada dasarnya tidak hanya berkaitan dengan penyampaian informasi, tetapi juga mencakup upaya membangun pemahaman, mengurangi keraguan, serta menciptakan dukungan dari pihak-

Nivedana: Journal of Communication and Language

Sekolah Tinggi Agama Buddha Negeri Raden Wijaya Wonogiri
Volume 7, Number 1, January – March 2026/ nivedana@radenwijaya.ac.id

pihak yang terlibat. Dalam program PAKSU, strategi komunikasi Disdukcapil terlihat dilakukan secara bertahap, mulai dari komunikasi struktural dengan pemerintah desa, penguatan kapasitas pelaksana melalui pelatihan, hingga komunikasi publik melalui media sosial.

Dalam penyampaian Program PAKSU pihak Disdukcapil mengumpulkan para kepala desa di Kabupaten Lampung Utara. Dalam pertemuan tersebut, Disdukcapil memberikan pengertian mengenai program PAKSU agar dapat dipahami dan dilaksanakan di kantor desa. Strategi ini menunjukkan bahwa Disdukcapil tidak langsung turun ke masyarakat desa sebagai penerima pesan utama, melainkan terlebih dahulu membangun pemahaman pada pemerintah desa sebagai pelaksana sekaligus penyalang informasi di tingkat lokal. Hasil wawancara dengan pihak Disdukcapil, respon kepala desa terhadap program ini cenderung positif dan sebagian besar menyanggupi untuk melaksanakan program PAKSU di wilayahnya.

“disosialisasikan dengan bertemu dengan kepala desanya di awal, dikasi pengertian dan arahan pentingnya program ini untuk bisa dilaksanakan di kantor desa. alhamdulillah mendapatkan respon positif dari masing masing kepala desa sehingga mereka menyanggupi untuk melaksanakan program ini”



Gambar 2. Sosialisasi Program PAKSU

Setelah sosialisasi dengan kepala desa, Disdukcapil memberikan pelatihan teknis mengenai penggunaan program ini. Disdukcapil memanggil perwakilan desa minimal dua orang untuk mengikuti bimbingan teknologi (Bintek). Tahap ini menjadi penting karena aparat desa merupakan pihak yang akan mengoperasikan aplikasi PAKSU dan berhadapan langsung dengan masyarakat.

Selain komunikasi formal dan pelatihan, Disdukcapil juga menyampaikan sosialisasi melalui layanan keliling serta memperkuat informasi melalui media sosial. Media sosial salah satu alat penyebaran informasi yang penting karena bisa menjangkau seluruh informan dengan mudah (Salas et al., 2025). Platform yang digunakan meliputi Instagram, Tiktok, dan Youtube, namun Instagram disebut sebagai media yang paling aktif. Pihak Disdukcapil juga menjelaskan

an bahwa pesan utama yang selalu di tekankan adalah kemudahan bagi masyarakat dalam mengurus dokumen

kependudukan. Pesan tersebut juga didukung dengan penggunaan Bahasa yang mudah dipahami serta penyebaran pamflet yang dirancang menarik agar masyarakat tertarik.



Gamba3. Pamflet Instagram PAKSU

Relevansi Strategi Komunikasi Disdukcapil terhadap Teori Persuasi (ELM)

Dalam kajian komunikasi persuasif, keberhasilan suatu pesan tidak hanya ditentukan oleh seberapa sering pesan disampaikan, tetapi juga bagaimana pesan diproses oleh penerima (Salas, 2023). *Elaboration Likelihood Model (ELM)* menjelaskan bahwa individu dapat menerima pesan melalui jalur utama. Jalur sentral terjadi ketika penerima pesan memproses informasi secara mendalam dengan mempertimbangkan isi dan argumen pesan. Sementara itu, jalur perifer terjadi ketika penerima pesan lebih dipengaruhi oleh isyarat-isyarat sederhana seperti siapa yang menyampaikan pesan, kedekatan sosial, legitimasi, serta bentuk penyajian pesan (Hendri, 2019).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa jalur sentral muncul melalui penekanan Disdukcapil pada kejelasan prosedur dan manfaat program. Koordinator Desa Kembang Tanjung menyampaikan bahwa pesan yang diberikan Disdukcapil mudah dipahami dan dijelaskan secara rinci saat Bintek, sehingga aparatur desa cepat memahami cara penggunaan aplikasi. Informan juga menyebutkan estimasi pengerjaan sekitar tiga hari serta kemampuan memproses minimal empat berkas per hari. Temuan ini menunjukkan bahwa aparatur desa menerima pesan melalui pertimbangan rasional terkait kejelasan layanan dan kapasitas pelayanan.

“Pesan yang disampaikan pihak disdukcapil sudah cukup baik dan mudah dipahami, saat melaksanakan bintek pun pihak disdukcapil menjelaskan secara rinci dan sangat jelas sehingga kami yang melakukan bintek

pun cepat nyambung dengan cara menggunakan aplikasi tersebut”

“Estimasi pengerjaan itu 3 hari. Diprosesnya minimal 4 berkas yang masuk perharinya” (Fahri Hilmawan, Kasi Pemerintahan Desa Kembang Tanjung, 14 Januari 2026).

Sementara itu, jalur perifer terlihat dari pengaruh kredibilitas dan legitimasi program. Kepala Desa Mulang Mayang menyatakan bahwa program PAKSU merupakan program Bupati Lampung Utara yang ditindak lanjuti Disdukcapil, sehingga hal tersebut meningkatkan kepercayaan aparat desa sebelum menyebarluaskan informasi kepada masyarakat. Selain itu, penyebaran pesan di tingkat desa dilakukan melalui kepala dusun dan RT dengan memanfaatkan kegiatan sosial seperti gotong royong, pengajian, posyandu, maupun kegiatan RT lainnya. Cara penyampaian yang tidak selalu formal ini menunjukkan bahwa penerimaan pesan juga dipengaruhi oleh kedekatan sosial dan kepercayaan masyarakat terhadap tokoh lokal

“Karena awalnya ini Adalah program Bupati yang di tindak lanjuti oleh disdukcapil maka memang memengaruhi kepercayaan publik”

“Tergantung, ada melalui gotong royong, saat pengajian, posyandu, dan acara sosial lainnya. Disitulah mereka memanfaatkan untuk menyampaikan pesan tersebut memang tidak secara formal” (Alwan, Kepala Desa Mulang Maya, 27 Januari 2026).

Media sosial juga berperan sebagai penguat persuasi, terutama pada tahap meningkatkan kesadaran. Dua dari tiga informan masyarakat menyatakan mengetahui program PAKSU dari unggahan Instagram Disdukcapil. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial membantu memperluas jangkauan informasi, meskipun keputusan untuk menggunakan layanan tetap banyak dipengaruhi oleh komunikasi interpersonal di tingkat desa. Antusias masyarakat mengenai program ini juga dapat dilihat dari salah satu postingan Instagram @disdukcapil.lampura yang menyebarkan dokumentasi kegiatan.



Gambar 4. Komentar IG @disdukcapil.lampura

Difusi Inovasi dalam Program PAKSU

Teori difusi inovasi Rogers menjelaskan bahwa penyebaran inovasi dipengaruhi oleh empat elemen utama, yaitu: Inovasi, Saluran, Waktu, dan Sistem Sosial (Wahyudi, 2025). Dalam penelitian ini, PAKSU dipahami sebagai inovasi pelayanan publik yang penyebarannya berlangsung melalui struktur pemerintahan desa hingga diterima oleh masyarakat sebagai pengguna akhir

1. Inovasi

Inovasi merupakan ide, aktivitas, atau produk yang dianggap baru oleh individu tertentu. Hal ini tidak bersifat mutlak, tetapi ditentukan berdasarkan penilaian pribadi dari seseorang yang menerima atau menggunakannya (Julyansyah & Sunarya, 2023). Inovasi program PAKSU sebagai bentuk pembaruan mekanisme pelayanan kependudukan. PAKSU memberikan perubahan pada pola layanan yang sebelumnya terpusat di kantor Disdukcapil menjadi lebih dekat dengan masyarakat melalui kantor desa. Aplikasi PAKSU tidak dapat diakses langsung oleh masyarakat, melainkan dioperasikan oleh aparatur desa yang menjalankan bitek, sehingga desa menjadi titik layanan sekaligus penghubung pelayanan administrasi kependudukan.

“agar tidak salah persepsi, jadi PAKSU ini tidak dapat diakses langsung oleh masyarakat, tetapi melalui perangkat desa yang telah melaksanakan pelatihan” (Bambang Irawan, S. Sos. MM., 19 Desember 2025).

2. Saluran

Saluran komunikasi atau *channel* adalah alat yang digunakan untuk menyebarkan informasi atau gagasan inovasi dari komunikator kepada komunikan, sehingga pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan baik sesuai dengan tujuan yang diharapkan (Winianti et al., 2023). Saluran komunikasi dalam difusi inovasi PAKSU melalui jalur formal dan informal. Jalur formal berlangsung melalui sosialisasi berbasis aparatur desa, sedangkan jalur informal terlihat dari penyampaian informasi kepada masyarakat melalui jaringan sosial desa seperti Kepala Dusun dan RT. Selain itu, pihak Disdukcapil juga menggunakan media sosial khususnya Instagram yang berfungsi sebagai saluran pendukung untuk memperluas jangkauan informasi dan memperkuat kesadaran masyarakat terhadap PAKSU.

3. Jangka Waktu

Proses penyebaran informasi tidak terjadi secara instan, melainkan butuh waktu yang relatif panjang. Sosialisasi yang berlangsung secara labat dapat menjadi hambatan dalam proses adopsi inovasi. Hal ini karena adopsi inovasi dipengaruhi oleh rentang waktu yang dimulai sejak seseorang pertama kali mengenal inovasi tersebut, kemudian memahami dan menerimanya, hingga akhirnya mempraktikkan inovasi tersebut (Hasan As', 2020).

Elemen waktu terlihat dari proses penerapan PAKSU yang dilakukan secara bertahap, mulai dari uji coba pada beberapa desa hingga peresmian dan perluasan implementasi. Berdasarkan keterangan Disdukcapil, program ini diawali pada akhir 2024, diuji coba, lalu diresmikan pada Maret 2025. Perkembangan program

ditunjukkan dengan meningkatnya jumlah desa yang menerapkan layanan serta jumlah pemohon yang tercatat sejak peresmian.

“dari 150 desa yang sudah bergabung ada 5000 lebih permohonan, jadi cukup antusias masyarakat terhadap program ini” (Bambang Irawan, S. Sos. MM., 19 Desember 2025).

4. Sistem Sosial

Sistem sosial terdiri atas komponen yang saling terhubung dan bekerja sama, meskipun masing-masing memiliki fungsi yang berbeda. Kerja sama antarbagian tersebut dilakukan untuk menyelesaikan berbagai permasalahan yang dihadapi sehingga tujuan bersama dapat tercapai secara efektif (Fadhilah & Hanani, 2023).

Hasil wawancara menunjukkan setelah menerima informasi dari Disdukcapil, pemerintah desa meneruskan pesan melalui struktur internal desa, seperti kepala dusun dan RT. Penyebaran informasi dilakukan dengan pendekatan yang menyesuaikan kondisi sosial masyarakat, misalnya melalui rapat RT, penyampaian dari rumah ke rumah, maupun melalui kegiatan sosial desa. Pola ini menggambarkan proses difusi inovasi yang berlangsung secara bertahap dan berjenjang, dari institusi pemerintah ke aparat desa, lalu ke masyarakat sebagai penerima akhir.

“dari pemerintah desa menyampaikan informasi ini dengan rapat dengan ketua RT di desa tersebut, lalu tiap ketua RT nya menyampaikan informasi dengan mendatangi rumah kerumah Masyarakat bahwa ada program baru dari disdukcapil, dan juga diberitahu kepada Masyarakat saat ada kegiatan RT atau kegiatan Dusun” ((Fahri Hilmawan, Kasi Pemerintahan Desa Kembang Tanjung, 14 Januari 2026).

Namun, penelitian juga menemukan bahwa karakteristik sistem sosial memengaruhi tingkat adopsi inovasi dan tidak selalu seragam antar desa. Koordinator Desa Tanjung Harapan menyatakan bahwa meskipun pesan Disdukcapil jelas dan sudah disebarluaskan, masyarakat cenderung memilih datang langsung ke Disdukcapil atau Mall Pelayanan Publik karena desa tersebut berada dekat pusat layanan. Temuan ini menunjukkan bahwa konteks geografis dan akses alternatif memengaruhi keputusan masyarakat dalam menggunakan layanan PAKSU di kantor desa.

“tetapi memang para Masyarakat memilih untuk langsung datang ke disdukcapil dan mall pelayanan public, karena memang desa kami ini sangat dekat dengan kantor tersebut sehingga Masyarakat memilih untuk langsung datang ke sana dari pada menggunakan program paksu di kantor desa atau kelurahan”. (Agus Setiawan, MM., Lurah Tanjung Harapan, 2 Januari 2026).

Di sisi masyarakat, satu informan menyatakan sudah menggunakan layanan PAKSU dan mengapresiasi kemudahan program, sedangkan dua lainnya mengetahui program tetapi belum menggunakannya. Kendala yang muncul pada tahap awal adalah lamanya pengiriman dokumen, yang menurut informan terjadi sebelum kerja sama dengan ekspedisi berjalan optimal. Meskipun demikian, masyarakat berharap program terus dikembangkan agar manfaatnya semakin dirasakan. Temuan ini menunjukkan bahwa penerimaan awal sudah terbentuk, tetapi kualitas pengalaman layanan tetap menjadi faktor penting dalam menjaga keberlanjutan adopsi inovasi.

Berdasarkan keseluruhan temuan penelitian, strategi komunikasi Disdukcapil dalam diseminasi layanan PAKSU dapat dikatakan cenderung berhasil pada tahap penerimaan awal dan implementasi program, namun keberhasilannya belum merata pada seluruh desa. Namun, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa strategi komunikasi Disdukcapil belum sepenuhnya menghasilkan perubahan perilaku secara merata, contoh pada desa yang memiliki akses dekat ke pusat layanan Disdukcapil. Desa Tanjung Harapan memperlihatkan bahwa meskipun pesan mengenai program sudah cukup jelas dan disebarluaskan, masyarakat tetap memilih datang langsung ke pusat layanan karena pertimbangan jarak yang dekat dan kemudahan akses. Hasil wawancara dengan pihak Disdukcapil juga mengatakan hal tersebut tidak bisa dipaksakan.

“ada salah satu yang ga bisa kami paksain juga, contohnya masyarakat yang rumahnya dekat sini jadi mereka mau langsung ke MPP atau kantor capil dari pada ke kantor desanya sendiri”.

Hal ini menunjukkan bahwa penerimaan dan penggunaan program ini memperlihatkan bahwa efektivitas strategi komunikasi tidak selalu berujung pada penggunaan layanan, terutama ketika masyarakat memiliki akses yang dekat atau mudah dijangkau. Sehingga, penguatan strategi komunikasi perlu berjalan seiring dengan kualitas layanan agar program PAKSU dapat diterima dan dimanfaatkan secara lebih konsisten.

Selain itu, Selain faktor sosial dan geografis, temuan penelitian juga menunjukkan bahwa kondisi infrastruktur turut memengaruhi pelaksanaan layanan PAKSU di tingkat desa. Kepala Desa Mulang Mayang menyampaikan bahwa salah satu kendala yang dihadapi dalam pelaksanaan PAKSU adalah jaringan internet yang belum stabil. Kondisi tersebut berdampak pada kelancaran proses pelayanan, terutama dalam pengoperasian aplikasi yang membutuhkan koneksi daring. Kendala jaringan ini menunjukkan bahwa dalam sistem sosial desa, keberhasilan difusi inovasi tidak hanya ditentukan oleh penerimaan pesan dan dukungan aparatur desa, tetapi juga oleh kesiapan infrastruktur pendukung. Meskipun aparatur desa telah menerima pesan sosialisasi dan mengikuti bimbingan teknologi, keterbatasan jaringan dapat menghambat pemanfaatan inovasi secara optimal.

Jika dilihat dari persepektif komunikasi publik, temuan tersebut memperlihatkan bahwa efektivitas komunikasi yang dilakukan pihak Disdukcapil tidak hanya diukur dari tersampainya pesan, tetapi juga dari sejauh mana pesan tersebut dapat membangun kepercayaan, relevansi, dan partisipasi masyarakat terhadap program yang ditawarkan. Komunikasi publik dalam pelayanan pemerintahan berfungsi sebagai jembatan antara kebijakan dan kebutuhan masyarakat (Miranti & Alontari, 2025). Dalam konteks PAKSU, strategi komunikasi yang dilakukan Disdukcapil telah berhasil menciptakan kesadaran dan penerimaan awal, namun belum sepenuhnya dapat mendorong perubahan untuk memilih layanan secara merata. Hal ini menjelaskan bahwa komunikasi publik bukan sekedar kegiatan penyampaian informasi, melainkan proses berkelanjutan yang harus memperhatikan kondisi sosial, dan pengalaman layanan masyarakat. Selain itu, komunikasi publik juga menekankan pentingnya konsistensi antara pesan dan praktik pelayanan. Ketika kualitas pengalaman layanan belum sepenuhnya stabil, seperti pada kendala jaringan internet di beberapa desa, maka sudut pandang

masyarakat terhadap program juga ikut terpengaruh. Dengan demikian, keberhasilan diseminasi PAKSU tidak hanya bergantung pada strategi komunikasi yang persuasive, tetapi juga pada keselarasan antara komunikasi pada kebijakan dan kualitas penerapan layanan di lapangan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, strategi komunikasi Disdukcapil Kabupaten Lampung Utara dalam diseminasi program PAKSU dilakukan secara bertahap dan melibatkan struktur pemerintahan desa sebagai penghubung utama kepada masyarakat. Sosialisasi diawali melalui pertemuan dengan kepala desa, kemudian diperkuat melalui bimbingan teknologi (Bintek) kepada perwakilan desa sebagai pelaksana layanan, serta didukung oleh kegiatan layanan keliling dan pemanfaatan media sosial, terutama Instagram. Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa Disdukcapil tidak hanya menyampaikan informasi program, tetapi juga membangun kesiapan aparatur desa agar mampu menjalankan layanan dan menjelaskan prosedur kepada masyarakat.

Jika ditinjau menggunakan Elaboration Likelihood Model (ELM), penerimaan pesan mengenai PAKSU terbentuk melalui jalur sentral dan jalur perifer. Jalur sentral tampak dari kejelasan informasi teknis dan manfaat program yang disampaikan, seperti kemudahan akses layanan, persyaratan, serta estimasi waktu proses. Sementara itu, jalur perifer terlihat dari kuatnya pengaruh kredibilitas Disdukcapil dan legitimasi program sebagai program pemerintah daerah, serta peran kepala desa, kepala dusun, dan RT yang menyampaikan informasi melalui pendekatan sosial di lingkungan masyarakat. Media sosial berperan sebagai penguat penyebaran informasi, terutama dalam meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap keberadaan program PAKSU.

Berdasarkan teori difusi inovasi Rogers, layanan PAKSU dapat dipahami sebagai inovasi pelayanan publik yang penyebarannya terjadi melalui sistem sosial desa. Disdukcapil berperan sebagai agen perubahan, sedangkan aparatur desa menjadi opinion leader sekaligus mediator yang meneruskan pesan melalui saluran komunikasi formal maupun informal. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa pemanfaatan layanan PAKSU belum merata di setiap desa. Pada desa yang lokasinya dekat dengan pusat layanan Disdukcapil atau Mal Pelayanan Publik, masyarakat cenderung memilih datang langsung ke pusat layanan meskipun pesan program telah disampaikan dengan jelas. Dengan demikian, strategi komunikasi Disdukcapil menunjukkan keberhasilan pada tahap penerimaan awal dan pelaksanaan program, meski belum sepenuhnya menghasilkan penggunaan layanan yang merata.

Berdasarkan persepektif komunikasi publik, temuan ini memperlihatkan bahwa penyampaian pesan tidak berhenti pada tersampainya pesan, tetapi berkaitan dengan bagaimana pesan tersebut dipahami, dipercaya, dan dianggap relevan oleh masyarakat sesuai dengan kondisi sosialnya. Komunikasi publik dalam pelayanan administrasi kependudukan berfungsi sebagai penghubung antara kebijakan dan pemenuhan hak masyarakat. Ketika strategi komunikasi berjalan selaras dengan kualitas dan kesiapan layanan, maka peluang

masyarakat untuk memanfaatkan program makin besar. Sebaliknya, apabila terdapat kendala seperti jarak layanan atau keterbatasan jaringan, maka komunikasi yang efektif sekalipun belum tentu dapat merubah perilaku penggunaan layanan,

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi bagi kepentingan publik dengan menunjukkan bahwa keberhasilan diseminasi inovasi pelayanan publik ditingkat desa memerlukan strategi komunikasi yang tidak hanya informatif, tetapi juga dapat beradaptasi dengan kondisi wilayah dan kebutuhan masyarakat. Temuan ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak terkait dalam merancang pola komunikasi kebijakan yang lebih relevan dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aliansyah, K. L., Nayiroh, L., & Oxcygentri, O. (2024). Strategi Komunikasi Tanggap Karawang Dalam Upaya Peningkatan Pelayanan Infrastruktur Publik Menggunakan Instagram @Tanggap.Karawang. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(2), 578–582. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1875>
- Da Silva, W. C. Z. F., Mustafa, I., Sedu, V. A., & Kedoh, L. N. (2024). Komunikasi dalam Inovasi “Jalan MANTAN” Pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dalam Rangka Pemenuhan. *Arus Jurnal Sosial Dan Humaniora*, Vol. 4, No, 2106-2113.
- Dr. Edi Suryadi, M. S. (2021). *STRATEGI KOMUNIKASI - Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*.
- Fadhilah, A. R., & Hanani, R. (2023). *DIFUSI INOVASI PELAYANAN SEDINO MESTI DADI (SEMEDI) KABUPATEN SRAGEN* Anis.
- Fazarusda, A., & Indrayani, H. (2020). Strategi Komunikasi Pelayanan Publik Melalui E-Government Di Pusat Pengelolaan Pengaduan Masyarakat (P3M) Kota Semarang. *Jurnal Ilmiah Media, Public Relations, Dan Komunikasi (IMPRESI)*, 1(1), 1. <https://doi.org/10.20961/impresi.v1i1.41147>
- Hasan As', M. (2020). Difusi Inovasi dan Adopsi Inovasi 99design.com (Studi Kasus di Yayasan Pondok Pesantren Wahid Hasyim Yogyakarta). *Lisyabab Jurnal Studi Islam Dan Sosial*, 1(2), 2722–8096.
- Hendri, E. (2019). *Komunikasi Persuasif - Pendekatan dan Strategi*.
- Iqbal, M. (2022). *Jurnal Ilmu Administrasi Communication Strategy In Improving Public Services On Performance Of Population And Civil Registration Services In Bandar Lampung City*. 19(1), 23–30.
- Julyansyah, D. S., & Sunarya, A. (2023). *IMPLEMENTASI ELEMEN DIFUSI INOVASI ROGERS DALAM SOSIALISASI LITERASI DINAS PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN KOTA PASURUAN*. 1(2), 145–160.
- Kependudukan, P., Dinas, D. I., & Dan, K. (2019). *Efektivitas implementasi e-government dalam pelayanan kependudukan di dinas kependudukan dan pencatatan sipil kota padang*. 424–435.
- Miranti, D., & Alontari, Y. (2025). *Peran Komunikasi Politik Aparatur Pemerintahan dalam Penyelenggaraan Pelayanan Publik*. 01(04), 551–557.
- Moleong. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Mucharam, A. (2022). *MEMBANGUN KOMUNIKASI PUBLIK YANG EFEKTIF*. XXVII(1), 71–82.
- Pristikawati, V., & Oktariyanda, T. A. (2024). (2016). *KUALITAS PELAYANAN PUBLIK BIDANG*

ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN DI KANTOR KELURAHAN MANYAR
SABARANGAN, KECAMATAN MULYOOREJO, KOTA SURABAYA. 科研管理, 37(2), 10–14.

- Putri, D. T., & Ariany, R. (2023). Pelayanan Publik di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil: PUBLIC SERVICES AT THE SERVICE OF POPULATION AND CIVIL REGISTRATION. *Pencerah Publik*, 10(2), 72–81.
- Salas, H. J. (2023). Revitalisasi Pendidikan Karakter melalui strategi komunikasi persuasif pasca pembelajaran daring. *Komsospol*, 3(1), 1–12. <https://doi.org/10.47637/komsospol.v3i1.707>
- Salas, H. J., Junaedi, F., & Ardinata, S. R. (2023). STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PRODUK UMKM BASRENG ENDUL DALAM MENCIPTAKAN BRAND AWARENESS. *Komsospol*, 3(1), 44–54. <https://doi.org/10.47637/komsospol.v3i1.1112>
- Salas, H. J., Monica, D., Budianto, A., Pratama, M. A. G. Y., & Renata, R. A. (2025). Jurnal Khabar: Komunikasi dan Penyiaran Islam. *Khabar*, 7(1), 67–87. <https://doi.org/DOI>
<https://doi.org/10.37092/khabar.v7i1.1097>
- Septiana, D., & Putra, L. R. (2022). INOVASI PROGRAM ANJUNGAN DUKCAPIL MANDIRI DALAM ADMINISTRASI KEPENDUDUKAN (Studi Pada Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Malang). 5(4), 1343–1354.
- Setyanto, Y., & Winduwati, S. (2018). Diseminasi Informasi Terkait Pariwisata Berwawasan Lingkungan dan Budaya Guna Meningkatkan Daya Tarik Wisatawan (Studi pada Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 164. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1077>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*.
- Susiswani Isbandi, F., Santi, F., El Yana, K., Perdana Kusuma, Y., & Purwanto, E. (2023). Strategi Komunikasi Pelayanan Publik Dinas Sosial Kota Cilegon Dalam Pemberdayaan Masyarakat Melalui Pelayanan Pengaduan Mari Sinergi. *Jurnal Dinamika Universitas Muhammadiyah Tangerang P*, 1–7.
- Syafiie, I. K. (2016). *Sistem Administrasi Negara Republik Indonesia (SANRI)*.
- Wahyudi, A. (2025). KOMUNIKASI PEMASARAN- Teori dan Penerepannya.
- Winianti, L. A., Filaili, N. S., Ngadhimah, M., & Yusuf, S. M. (2023). Penerapan Difusi Inovasi pada Pelaksanaan Program Aplikasi E-Tahfiz Tahsin di MI Tahfiz Entrepreneur Qurrota A'yun Ponorogo.