

## **Efektivitas Strategi Komunikasi Publik BP3MI dalam Sosialisasi Khusus Program Desa Migran Emas**

**Melisa Rohmah<sup>1)\*</sup>, I Gusti Ayu Agung Dewi Sucitawathi Pinatih<sup>2)</sup>, Melati Budi  
Srikandi<sup>3)</sup>, Ni Made Prasiwi Bestari<sup>4)</sup>**

*1)\* Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional  
Jalan Bedugul nomor 39 Sidakarya, Denpasar - Bali, Indonesia 80225  
Email Korespondensi: melisarohmah2@gmail.com*

*2,3) Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Pendidikan Nasional  
Jalan Bedugul nomor 39 Sidakarya, Denpasar - Bali, Indonesia 80225  
Email: iga\_dewi@undiknas.ac.id  
Email: melatibs@undiknas.ac.id*

*4) Fakultas Teknik dan Informatika, Universitas Pendidikan Nasional  
Jalan Bedugul nomor 39 Sidakarya, Denpasar - Bali, Indonesia 80225  
Email: anandaputra@undiknas.ac.id*

**Abstract:** *This study aims to analyze the effectiveness of the public communication strategy implemented by the special migrant agency or institution BP3MI, related to the socialization of the Golden Migrant Village Program. In this study, a quantitative approach was used, utilizing data collection techniques, through counseling and distributing questionnaires to the program's target community. The results of the study indicate that the implemented public communication strategy is quite effective. This is indicated by the high level of public understanding of the program after participating in the socialization activities by BP3MI. The messages conveyed to the community and also the program's targets are considered clear, according to the needs and characteristics of the audience. This can indicate that it is well received by informal. However, there is a small portion of the community who does not fully understand or respond optimally to the program. The conclusion that can be drawn from this study is that efforts are needed to improve public communication strategies so that the reach of socialization can be more equitable and inclusive. Furthermore, the delivery of information related to the migrant program in a village becomes clearer to help.*

**Keywords:** *brand image, digital communication, instagram, social media strategy*

**Abstrak:** Penelitian Bertujuan untuk menganalisis efektivitas strategi komunikasi publik yang dilakukan oleh badan atau lembaga khusus migran BP3MI, terkait sosialisasi Program Desa Migran Emas. Dalam penelitian ini metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data, melalui penyuluhan dan penyebaran kuesioner kepada masyarakat sasaran program. Terkait hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya strategi komunikasi publik yang diterapkan cukup efektif. Hal ini ditunjukkan oleh tingkat pemahaman masyarakat yang tinggi terkait program setelah mengikuti kegiatan sosialisasi dari BP3MI. Pesan yang disampaikan bagi masyarakat dan juga sasaran program dinilai jelas, sesuai dengan kebutuhan serta karakteristik audiens. Hal ini dapat diindikasikan dapat diterima dengan baik oleh informal. Walaupun begitu terdapat sebagian kecil masyarakat yang belum sepenuhnya memahami maupun merespon program secara optimal. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian ini diperlukan upaya peningkatan strategi komunikasi publik agar jangkauan sosialisasi dapat lebih merata dan inklusif. Serta penyampaian informasi terkait dengan program migran dalam sebuah desa menjadi lebih jelas untuk membantu.

**Kata kunci:** BP3MI, Program Desa Migran, Migran Emas, Keluarga Migran

### **I. PENDAHULUAN**

Tenaga kerja Indonesia di luar negeri merupakan salah satu fenomena yang semakin meningkat dari tahun ke tahun. Adanya kondisi ini berkaitan dengan mobilitas tenaga kerja ke luar negeri yang merupakan fenomena yang terus

meningkat, dan menjadi salah satu strategi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tetapi dibalik kontribusi ekonomi yang dihasilkan nyatanya pekerja di luar negeri atau dikenal sebagai pekerja migran ini, menghadapi berbagai

permasalahan. Misalnya saja minimal literasi migrasi aman, adanya kondisi dan risiko terkait eksploitasi, kurangnya kesiapan keluarga yang ditinggalkan serta berbagai faktor lainnya. Dengan adanya konteks ini pemerintah melalui badan perlindungan pekerja migran Indonesia atau disingkat BP3MI, menghadirkan program khusus yang dikenal dengan nama program desa migran emas. Hal ini dilakukan sebagai upaya pemberdayaan masyarakat desa agar lebih siap terlindungi dalam proses migrasi dan juga lebih mandiri.

Berdasarkan penelitian (Bastaman et al., 2020) program migran program desa migran emas, bukan hanya fokus pada calon pekerja migran, tetapi juga mencakup keluarga migran dan juga masyarakat desa secara luas berkaitan dengan hal tersebut. Keberhasilan program ini tentu saja bergantung pada efektivitas strategi komunikasi publik, yang digunakan dalam proses sosialisasi komunikasi publik menjadi instrumen penting dalam menyampaikan informasi, membangun pemahaman, serta mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat terhadap program yang ditawarkan. Menurut penelitian (Maulidul Awwal et al., 2020) program desa migran emas dilakukan pada penelitian terkait dan menunjukkan adanya hasil positif. Begitupun dengan penelitian abcd yang juga menunjukkan nilai positif terutama bagi desa yang kebanyakan masyarakatnya memutuskan sebagai pekerja migran.

Program desa migran emas memang sudah lama diluncurkan oleh pemerintah, tetapi dalam implementasi yang sosialisasi program seringkali menghadapi berbagai tantangan. Seperti perbedaan tingkat pendidikan masyarakat, keterbatasan akses informasi, serta kurangnya kepercayaan terkait dengan institusi pemerintah yang menaunginya. Hal ini menuntut BP3MI untuk merancang strategi komunikasi yang tepat mulai dari penyampaian pesan media, ataupun metode penyampaian. Sehingga menjaga seluruh lapisan masyarakat secara efektif. Program bisa

diimplementasikan dan juga disampaikan dalam jangka waktu berkelanjutan.

Adanya latar belakang tersebut menunjukkan bahwa penelitian menjadi hal yang sangat penting untuk mengkaji sejauh mana efektifitas strategi komunikasi publik program desa migran emas, juga program sosialisasi yang dilakukan oleh BP3MI. Kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terkait pengembangan strategi komunikasi yang lebih optimal serta menjadi referensi bagian implementasi kebijakan publik berbasis komunikasi yang efektif. Tujuan dari jurnal terkait di antaranya yaitu mengetahui respon masyarakat terhadap sosialisasi program desa migran emas mengukur efektivitas strategi komunikasi publik BP3MI, dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap program dan juga menganalisis strategi komunikasi publik yang digunakan oleh BP3MI.

## **II. METODE PENELITIAN**

Studi ini meneliti efektivitas strategi komunikasi publik BP3MI dalam mempromosikan Program Desa Migran Emas menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kuantitatif dipilih karena tujuan studi ini adalah untuk menggunakan data numerik dari kuesioner untuk mengukur secara objektif tingkat pemahaman, persepsi, dan respons publik.

Desain pra-eksperimental satu kelompok digunakan dalam studi ini. Setelah melakukan kegiatan penyuluhan sebagai intervensi komunikasi dengan responden, peneliti mendistribusikan kuesioner untuk mengukur dampaknya. Penyuluhan tatap muka digunakan dalam studi ini untuk menginformasikan masyarakat tentang tujuan, keuntungan, dan prosedur Program Desa Migran Emas (Dewandaru et al., 2019).

Masyarakat desa sasaran Program Desa Migran Emas yaitu, calon pekerja migran, keluarga mereka, dan mantan pekerja migran adalah populasi studi ini. Pengambilan sampel bertujuan, yang memilih sampel sesuai dengan standar

tertentu yang relevan dengan tujuan studi, digunakan dalam prosedur pengambilan sampel. Persyaratan penelitian dan aksesibilitas lokasi dipertimbangkan ketika menentukan ukuran sampel.

Kuesioner terstruktur skala Likert digunakan untuk mengumpulkan data. Tujuan kuesioner ini adalah untuk menilai sejumlah metrik penting, termasuk: (1) tingkat kesadaran publik terhadap program; (2) kejelasan pesan yang dikomunikasikan selama kegiatan penyuluhan; (3) efektivitas strategi media dan komunikasi yang digunakan; dan (4) reaksi publik dan partisipasi program. Pilihan jawaban untuk setiap item kuesioner berkisar dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju.

Untuk memastikan bahwa kuesioner mengukur variabel yang diteliti secara akurat dan konsisten, instrumen penelitian menjalani pengujian validitas dan reliabilitas sebelum digunakan. Reliabilitas dinilai menggunakan koefisien Alpha Cronbach, sedangkan validitas dinilai dengan melihat korelasi antar item.

Rata-rata (mean), persentase, dan distribusi frekuensi tanggapan dari responden ditentukan menggunakan statistik deskriptif sebagai metode analisis data. Efektivitas strategi komunikasi publik BP3MI dalam menjangkau Program Desa Migran Emas kemudian dinilai dengan menafsirkan temuan analisis.

### III. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Hasil Penelitian

Studi ini melibatkan 50 peserta dari desa-desa sasaran Program Desa Migran Emas. BP3MI mengirimkan kuesioner setelah kegiatan penyuluhan untuk mendapatkan data. Hasilnya ditampilkan berdasarkan indikator yang telah ditetapkan sebelumnya.

**Tabel 1 Tingkat Pemahaman Masyarakat**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	18	36%
Setuju	22	44%
Netral	6	12%
Tidak Setuju	3	6%
Sangat Tidak Setuju	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Penulis, 2026

Tabel di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden (80%) menyatakan setuju atau sangat setuju bahwa mereka memahami Program Desa Migran Emas setelah mengikuti sosialisasi.

**Tabel 2 Kejelasan Pesan Komunikasi**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	20	40%
Setuju	21	42%
Netral	5	10%
Tidak Setuju	3	6%
Sangat Tidak Setuju	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Penulis, 2026

Sebanyak 82% dari responden mengatakan bahwa pesan-pesan dalam sosialisasi tersebut jelas dan mudah dipahami.

**Tabel 3 Efektivitas Media dan Metode Sosialisasi**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	17	34%
Setuju	23	46%
Netral	6	12%
Tidak Setuju	3	6%
Sangat Tidak Setuju	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Penulis, 2026

Delapan puluh persen dari mereka yang menjawab berpendapat bahwa metode sosialisasi yang digunakan merupakan cara yang baik untuk menyampaikan informasi program.

**Tabel 4 Respon dan Partisipasi Masyarakat**

Kategori	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	16	32%
Setuju	24	48%
Netral	7	14%
Tidak Setuju	2	4%
Sangat Tidak Setuju	1	2%
<b>Total</b>	<b>50</b>	<b>100%</b>

Sumber: Olahan Penulis, 2026

Hingga 80% dari orang yang menjawab mengatakan mereka tertarik dengan program tersebut dan ingin berpartisipasi.

### **Pembahasan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik yang digunakan oleh Badan Desa Migran Indonesia (BP3MI) untuk mempromosikan Program Desa Migran Emas berhasil (Andi Asy'hary J. Arsyad, 2023). Hal ini terlihat jelas dari fakta bahwa sebagian besar responden survei mengatakan mereka memahami tujuan dan manfaat program setelah mengikuti kegiatan penyuluhan. Temuan ini menunjukkan bahwa kegiatan penyuluhan, yang merupakan jenis komunikasi tatap muka (Ilmiah et al., 2026), masih merupakan cara yang baik untuk menjangkau masyarakat di daerah pedesaan (Widiyowati & Sarungu, 2025).

Sebagian besar responden mengatakan bahwa pesan yang disampaikan jelas dan mudah dipahami. Hal ini menunjukkan bahwa strategi penyampaian pesan BP3MI tepat sasaran (Wahyudin et al., 2025). Komunikasi publik harus jelas, karena pesan yang tidak jelas dapat disalahpahami dan masyarakat tidak akan menerima informasi tersebut (Noviana, 2025).

Selain itu, metode media dan penyuluhan juga berjalan dengan baik, yang merupakan hal positif lainnya. Penggunaan metode tatap muka memungkinkan baik komunikator maupun penerima untuk saling berbicara (Ke et al., 2025), sehingga masyarakat dapat mengajukan pertanyaan dan mendapatkan

jawaban yang lebih rinci. Hal ini membuat masyarakat lebih memahami program dan lebih mempercayainya (Athallah & Dharma, 2024).

Namun, beberapa orang tetap netral atau tidak setuju. Ini menunjukkan bahwa masih ada masalah dengan komunikasi, seperti perbedaan tingkat pendidikan, latar belakang sosial, dan waktu yang dibutuhkan untuk mengirimkan materi sosialisasi (Spasial, 2024). Jadi, dibutuhkan cara komunikasi yang berbeda, seperti menggunakan media visual atau metode berbasis komunitas, untuk memastikan bahwa pesan sampai ke semua lapisan masyarakat secara merata (Alwi, 2022).

Sebagian besar orang yang menjawab survei dan berpartisipasi dalam program tersebut memiliki sikap positif terhadapnya. Ini berarti bahwa strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya membantu orang memahami tetapi juga membuat mereka lebih terlibat dalam komunitas (Kaha et al., 2025). Dalam ranah komunikasi publik, keberhasilan diukur bukan hanya dari penyebaran informasi tetapi juga dari perubahan sikap dan perilaku audiens (Nurhasanah et al., 2024).

Temuan studi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik BP3MI dalam mempromosikan Program Desa Migran Emas telah sangat efektif (Dwi, 2018). Namun, strategi komunikasi masih perlu ditingkatkan dengan menggunakan metode penyampaian baru (Nainggolan & Helmi, 2025), membuat pesan lebih relevan bagi audiens, dan membuat sosialisasi lebih intensif untuk mendapatkan hasil maksimal dari program tersebut (Wahyudin & Dewanto, 2024).

### **IV. SIMPULAN**

Penelitian dan diskusi menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik yang digunakan oleh Badan Desa Migran Indonesia (BP3MI) untuk mempromosikan Program Desa Migran Emas dianggap efektif. Hal ini ditunjukkan oleh fakta bahwa sebagian besar orang yang

mengikuti kegiatan penyuluhan memahami indikator pemahaman program dengan sangat baik.

Pesan yang disampaikan selama kegiatan penyuluhan juga cukup jelas untuk memenuhi kebutuhan dan karakteristik masyarakat, sehingga informasi diterima dengan baik. Cara berkomunikasi, terutama penyuluhan tatap muka, telah berhasil meningkatkan interaksi antara pengirim pesan dan penerima pesan, yang membuat proses penyampaian pesan menjadi lebih kuat.

Strategi komunikasi yang digunakan tidak hanya menginformasikan masyarakat, tetapi juga mendorong masyarakat untuk merespons secara positif dan berpartisipasi dalam Program Desa Migran Emas. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi publik BP3MI telah mencapai tujuan utamanya, yaitu tidak hanya berbagi informasi tetapi juga mengubah cara berpikir dan bertindak masyarakat.

Namun, sebagian kecil masyarakat masih belum sepenuhnya memahami atau merespons program dengan cara terbaik. Ini berarti bahwa strategi komunikasi publik masih perlu ditingkatkan agar dapat menjangkau seluruh lapisan masyarakat secara lebih adil.

## DAFTAR RUJUKAN

- Andi Asy'hary J. Arsyad. (2023). Transformasi UMKM melalui pendampingan keterampilan literasi digital, 89–104.
- Athallah, M. A., & Dharma, F. A. (2024). Strategi komunikasi pekerja migran Indonesia dalam mengatasi culture shock selama bekerja di Jepang, 1–10.
- Bastaman, K., Nawawi, A., & Taharudin, T. (2020). Efektivitas program Desa Migran Produktif (Desmigratif) pada Dinas Tenaga Kerja dan Transmigrasi Kabupaten Subang. *The World of Public Administration Journal*. <https://doi.org/10.37950/wpaj.v2i2.928>
- Dewandaru, B., Rahmadi, A. N., & Sya'idah, E. H. (2019). Pemanfaatan remitansi pekerja migran Indonesia serta peran usaha pekerja migran Indonesia purna untuk pembangunan desa asal. *Warmadewa Economic Development Journal*, 2(2), 2019–2063. <https://doi.org/10.22225/wedj.2.2.1297.44>
- Dwi, M. (2018). Strategi sosialisasi migrasi sistem penyiaran analog ke digital di Jawa Tengah. *Jurnal Aspikom*, 755–766.
- Ilmiah, J., Informatika, T., Almira, A., & Azzahra, N. (2026). Implementasi strategi komunikasi digital berbasis IMC pada perusahaan penempatan pekerja migran dalam kerangka pemasaran modern. 6(November 2025).
- Kaha, H. L., Perdana, S., Lawalu, A., & Pati, R. P. (2025). Strategi BP3MI dalam mengatasi masalah pekerja migran Indonesia ilegal di Provinsi NTT, 11(3), 285–304.
- Ke, A., Di, D., & Selatan, S. (2025). EduTIK: Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi, 5(5), 1693–1702.
- Maulidul Awwal, H., Anwar Sihabudin, A., & Sunarti, N. (2020). Pelaksanaan program Desa Migran Produktif di Desa Karyamukti Kecamatan Banjaranyar Kabupaten Ciamis. *Jurnal Moderat*, 6(3).
- Muhibbuddin Alwi. (2022). *Efektivitas program Desa Migran Produktif dalam pembangunan keluarga pekerja migran (Studi kasus di Desa Paringan Kecamatan Jenangan Kabupaten Ponorogo)*.
- Nainggolan, C. B., & Helmi, R. F. (2025). Komunikasi Pemerintah Desa Kerapuh: Strategi komunikasi dalam meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kegiatan administrasi kependudukan, 10(3), 561–578.
- Noviana, K. K. (2025). Strategi komunikasi publik dalam implementasi pelayanan keimigrasian pada Kantor Imigrasi Kelas 1 TPI Jakarta Timur. (April).
- Nurhasanah, S., Nurlina, L., & Yunasaf, U. (2024). Strategi komunikasi efektif untuk meningkatkan partisipasi masyarakat pedesaan dalam pembangunan desa: Sebuah kajian literatur. *Mimbar Agribisnis: Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 10, 2201–2208.
- Spasial, D. A. N. (2024). Pendekatan perencanaan secara holistik, tematik, integratif, 15(1), 29–47.
- Wahyudin, Y. A., & Dewanto, P. A. (2024). Migran Indonesia di Desa Tanak Beak Narmada Kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat, 6(September), 282–289.

- Wahyudin, Y. A., Rizki, K. Z., & Rizki, K. (2025). Golong, Kecamatan Narmada, Kabupaten Lombok Barat sebagai aktor diplomasi ekonomi Indonesia, 7, 308–316.
- Widiyowati, E., & Sarungu, L. M. (2025). Strategi komunikasi Pemerintah Yogyakarta dalam pengembangan UMKM batik untuk peningkatan daya saing di pasar global. 23(01), 1–...