

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Di era keterbukaan informasi saat ini, dimana masyarakat atau publik sudah semakin kritis terhadap pemberitaan, sehingga peran humas sangat penting sebagai layanan publik untuk memberikan informasi yang jelas dan sesuai fakta yang ada baik itu di perusahaan, pemerintahan maupun organisasi lainnya. Dunia kehumasan atau *Public Relations* akan selalu bergerak dinamis seiring perubahan yang terjadi di tengah masyarakat, baik itu dalam skala kecil maupun skala besar harus menjadi perhatian seluruh praktisi kehumasan agar peran humas semakin kontekstual namun tetap profesional.

Dalam membentuk suatu hubungan yang harmonis adalah hal yang wajar dalam kehidupan sehari-hari. Satu hal yang tanpa kita sadari sering kita lakukan adalah berkomunikasi. Komunikasi menurut Rogers “Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”.<sup>1</sup> Hal ini tidak hanya dibutuhkan oleh setiap individu dalam mencapai usaha terbaik dengan sekitar, namun sebuah lembaga atau perusahaan juga membutuhkan suatu hubungan yang harmonis diantara publiknya, dan untuk mendapatkan hubungan baik itu bergantung kepada kualitas dan tanggung jawab yang diberikan.<sup>2</sup>

Sebuah instansi pemerintahan membutuhkan akan tenaga kerja yang ahli dibidang komunikasi untuk menangani segala bentuk masalah yang berkaitan dengan pihak instansi pemerintahan sendiri dan masyarakat sebagai sasarannya. Dengan tujuan supaya nama baik instansi pemerintahan tersebut tetap terjaga di mata masyarakat. Dalam sebuah instansi pemerintahan sendiri, sekarang ini membutuhkan praktisi humas yang aktif dan kreatif sebagai sarana penghubung dalam proses pemberian informasi antara pihak pemerintah dengan masyarakat,

<sup>1</sup> Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2010), 20.

<sup>2</sup> Frank Jefkins, *Public Relations untuk Bisnis*, (Jakarta: Pustaka Binaman, 1994), 84.



supaya terjalin sebuah penyampaian informasi/pesan yang baik dan benar serta lancar tanpa adanya *miss communication*, sehingga dalam proses penerimaan informasi tersebut seimbang antara pihak pemerintah dengan publik atau sebaliknya, jadi indikasi kesalahpahaman itu relatif sedikit atau bahkan tidak ada, sehingga instansi pemerintahan tersebut aman dari sebuah pemberitaan negatif.

Dalam perusahaan atau pemerintahan, komunikasi yang berlangsung merupakan komunikasi berbentuk formal. Komunikasi ini berguna untuk membina hubungan *internal* dan *external*, sehingga tercipta pula bentuk komunikasi internal dan eksternal dalam suatu perusahaan ataupun pemerintahan.

Humas membina hubungan dengan pelanggan melalui suatu proses komunikasi. Kepuasan *costumer* digunakan sebagai indikator keberhasilan suatu perusahaan atau instansi pemerintah. Pada dasarnya tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktivitas humas adalah bagaimana menciptakan hubungan yang baik antara organisasi/perusahaan atau pemerintah dengan *stakeholdersnya*. Hasil yang diharapkan adalah terciptanya citra positif (*good image*), kemauan baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appretiation*) antara kedua belah pihak.<sup>3</sup>

Menurut Jefkins, humas adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian atau pemahaman. Dengan demikian humas berarti suatu komunikasi yang berlaku untuk semua jenis organisasi baik itu bersifat komersial maupun non-komersial, di sektor pemerintah maupun swasta. Humas senantiasa berkenaan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul perubahan yang berdampak.<sup>4</sup>

Hubungan dengan pelanggan bagi sebuah perusahaan atau instansi pemerintah pemberi jasa layanan dan produk adalah hal yang sangat penting terlebih lagi hubungan yang dijalin dengan baik maka akan mempengaruhi kepada citra perusahaan itu sendiri dimata masyarakat pada umumnya. Kebutuhan untuk mendapatkan pelayanan yang baik dan cepat bagi pelanggan semakin meningkat,

<sup>3</sup> Rosady Ruslan, *Manajemen PR dan Media Komunikasi, Konsepsi dan Aplikasi*, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), 147.

<sup>4</sup> Frank Jefkins, *Public Relations*, (Jakarta: Erlangga, 2003), 2.



sehingga pelanggan selain membutuhkan jasa yang berkualitas mereka pun membutuhkan pelayanan yang memuaskan.

Membangun hubungan dengan pelanggan bagi instansi pemerintah yang bergerak dalam bidang jasa haruslah lebih diutamakan. Sementara dapat dibahas bahwa semua perusahaan adalah penyedia jasa baik dalam tingkat rendah maupun tinggi, perusahaan-perusahaan yang menjual jasa sebagai “produk” inti dari perusahaan nampaknya berpotensi untuk mendapatkan manfaat dari penerapan konsep tentang hubungan khususnya hubungan dengan pelanggan.

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) sebagai instansi pemerintahan yang berhubungan langsung dengan masyarakat, melakukan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang lebih persuasif, efektif, dan efisien. Kegiatan tersebut dilakukan secara konsisten dan terstruktur sehingga dapat terjalin hubungan yang lebih baik antara DJBC dengan masyarakat khususnya *customer*. Fungsi tersebut dilaksanakan oleh Sub Direktorat Humas dan Penyuluhan di bawah Direktorat Penerimaan dan Peraturan Kepabeanan dan Cukai (PPKC) dan unit kehumasan di seluruh kantor vertikal yang meliputi Sub bagian Humas dan Rumah Tangga di Kantor Wilayah, Bidang Bimbingan Kepatuhan dan Layanan Informasi di Kantor Pelayanan Utama, dan Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi di Kantor Pelayanan Bea & Cukai seluruh Indonesia.

Unit kehumasan yang ada di DJBC dibentuk agar dapat memberikan informasi mengenai kebijakan, perencanaan, dan hasil yang telah dicapai oleh DJBC kepada masyarakat, serta memberikan edukasi kepada *customer* mengenai peraturan yang dibutuhkan dalam proses kegiatan kepabeanan dan cukai. Dalam rangka melaksanakan tugas tersebut, unit kehumasan DJBC telah melakukan kegiatan sosialisasi secara berkesinambungan seperti memberikan penyuluhan kepada masyarakat.<sup>5</sup>

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean B Pekanbaru tersebut beranggapan bahwa menjalin hubungan dengan pelanggan

<sup>5</sup> “Sambutan Direktur Jenderal”, *Warta bea cukai*, Edisi 477, Agustus 2014, 1.



merupakan hal yang penting karena tujuannya baik bagi pihak Bea & Cukai dan negara.

Sesuai dengan isi pasal-pasal yang tertuang di dalam Undang-Undang No.39 Tahun 2007, Direktorat Jenderal Bea & Cukai memiliki pejabat atau pegawai Bea dan Cukai untuk melaksanakan tugas tertentu berdasarkan undang-undang ini.<sup>6</sup> Untuk di wilayah Pekanbaru pejabat atau pegawai di KPPBC TMP B Pekanbaru tidak mempergunakan istilah *Public Relations*/ humas namun menggunakan nama Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi yang memiliki tugas sebagai Humas, terdiri dari Subseksi Penyuluhan, dan Subseksi Layanan Informasi yang dikepalai oleh Kepala Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi.

Karena hubungan yang baik dan erat harus dipertahankan dan dikembangkan lagi dalam rangka mendorong stabilitas. Perusahaan maupun pemerintah harus siap mengenali semua kepentingan *stakeholder*, serta masalah apa yang terjadi. Karena dari apa yang saya (peneliti) ketahui melalui sumber-sumber informasi yang saya baca dan juga pengamatan, citra bea cukai masih jauh dari harapan dan belum terpenuhi. Sebab masih ada saja hal-hal yang negatif tentang bea cukai itu sendiri walaupun tidak terjadi secara signifikan.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis tertarik untuk mengkaji tentang **“Peran Penyuluhan dan Layanan Informasi dalam Membina Hubungan dengan Pelanggan (Studi Kasus di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean B Pekanbaru)”**.

## B. Penegasan Istilah

Untuk menghindari salah penafsiran terhadap kata-kata dalam judul penelitian ini, maka penulis perlu untuk memberikan penegasan istilah sebagai berikut :

### 1. Peran

Peran adalah pemain (aktor). Peran adalah orang yang menjadi atau melakukan sesuatu yang khas, atau perangkat tingkah yang diharapkan

<sup>6</sup> UU. No.39 Tahun 2007 *Tentang Perubahan UU No.11 Tahun 1995* Pasal 1 Angka 15 dan UU. No.17 Tahun 2006 *Tentang Kepabeanan* Pasal 1 Angka 11.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Jika ditujukan pada hal yang bersifat kolektif di dalam masyarakat, seperti himpunan, gerombolan, atau organisasi.<sup>7</sup>

Levinson dalam Soekanto mengatakan peranan mencakup tiga hal, yaitu:

- a. Peranan meliputi norma-norma yang dihubungkan dengan posisi atau tempat seseorang dalam masyarakat. Peranan dalam arti ini merupakan rangkaian peraturan-peraturan yang membimbing seseorang dalam kehidupan bermasyarakat.
- b. Peranan merupakan suatu konsep tentang apa yang dapat dilakukan oleh individu dalam masyarakat sebagai organisasi.
- c. Peranan juga dapat dikatakan sebagai perilaku individu yang penting bagi struktur sosial masyarakat.<sup>8</sup>

Peran adalah suatu sikap atau perilaku yang diharapkan oleh banyak orang atau sekelompok orang terhadap seseorang yang memiliki status atau kedudukan tertentu. Berdasarkan hal diatas dapat diartikan bahwa apabila dihubungkan, peran tidak berarti sebagai hak dan kewajiban individu, melainkan merupakan tugas dan wewenang Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai TMP B Pekanbaru terkhusus Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi.

## 2. Penyuluhan dan Layanan Informasi

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai TMP B Pekanbaru tidak mempergunakan istilah *Public Relations* atau humas namun menggunakan nama Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi. Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi adalah unit bagian dalam Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai TMP B Pekanbaru yang mempunyai tugas pokok memberikan layanan kegiatan kehumasan dan penyuluhan mengenai informasi yang terkait peraturan, kegiatan, acara dan

<sup>7</sup> <https://kbbi.web.id/peran.html>, diakses pada tanggal 16 Mei 2017 pukul 23.03 wib

<sup>8</sup> Soerjono Soekanto, *Sosiologi Suatu Pengantar*, (Jakarta: Rajawali Pers, 2009), 213.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sebagainya di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai TMP B Pekanbaru.<sup>9</sup>

Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi yang sering disingkat PLI merupakan praktisi humas di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai TMP B Pekanbaru karena mereka terlibat dalam kegiatan humas dengan pelanggan dan masyarakat.<sup>10</sup>

### 3. Hubungan Pelanggan (*Customer Relations*)

Hubungan dengan Pelanggan (*Customer relations*), hal ini mencakup kegiatan-kegiatan seperti memberi informasi kepada pelanggan.<sup>11</sup> *Customer relations* yaitu segala kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk mempertahankan konsumen yang sudah ada atau konsumen yang sudah menjadi pelanggan tetap.<sup>12</sup> *Customer relations* merupakan salah satu fungsi eksternalnya dan khusus melayani khalayak konsumen dan pelanggan yang langsung berhubungan dengan perusahaan untuk mendapatkan barang atau jasa yang ditawarkan perusahaan.<sup>13</sup>

*Customer relations* adalah suatu kemampuan yang sekaligus menunjukkan sebuah loyalitas seseorang dalam membina hubungan yang baik dengan pelanggan.<sup>14</sup>

Di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai TMP B Pekanbaru, pelanggan yang dimaksud adalah pelanggan yang menggunakan jasa mereka, istilah yang digunakan adalah pengguna jasa. Karena mereka memberikan atau menyediakan jasa bukan produk.<sup>15</sup>

<sup>9</sup> Hasil wawancara dengan Agus Rinaldo Simanjuntak pada tanggal 14 Maret 2018.

<sup>10</sup> Hasil wawancara dengan Usmya Juana Rifsa pada tanggal 16 Maret 2018.

<sup>11</sup> T. May Rudy, *Komunikasi & Hubungan Masyarakat Internasional*, (Bandung: Refika Aditama, 2005), 88.

<sup>12</sup> Morrison, *Manajemen Public Relations: Strategi Humas Profesional*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), 21.

<sup>13</sup> *Ibid.*, 33.

<sup>14</sup> Suhanda & Shandi, *Creative Motivational Skills For Customers Relationship*, (Jakarta: PT. Citra Suhanda Gemilang, 2008), 11.

<sup>15</sup> Hasil wawancara dengan Agus Rinaldo Simanjuntak pada tanggal 15 Maret 2018.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

#### 4. Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean B Pekanbaru

Merupakan instansi vertikal Direktorat Jenderal Bea & Cukai yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada Kepala Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Bea & Cukai Riau yang berkedudukan di Provinsi Riau. Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean B Pekanbaru merupakan salah satu instansi pemerintah di bawah Kementerian Keuangan, yang merupakan salah satu instansi Bea & Cukai milik negara.

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (disingkat DJBC) adalah nama dari sebuah instansi pemerintah yang melayani masyarakat di bidang kepabeanan dan cukai atau memberikan jasa pelayanan di bidang kepabeanan dan cukai. Bea dan cukai sering menggunakan istilah *customs*.

### C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang hendak diteliti adalah Bagaimana Peran Penyuluhan dan Layanan Informasi dalam Membina Hubungan dengan Pelanggan?

### D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin penulis capai dalam melakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Penyuluhan dan Layanan Informasi dalam membina hubungan dengan pelanggan.

#### 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diharapkan penulis dalam melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Kegunaan akademis, untuk memberikan sumbangan ilmiah bagi penulis dan bagi mahasiswa Komunikasi, khususnya jurusan *Public Relations*

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan menerapkan ilmu pengetahuan yang diterima selama mengikuti perkuliahan maupun studi secara mandiri.

- b. Kegunaan praktis, sebagai masukan dan menambah wawasan bagi pihak yang terkait.
- c. Untuk memberikan tambahan referensi kepustakaan dan sumbangan penulis terhadap almamater Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

## E. Sistematika Penulisan

Untuk mengetahui secara keseluruhan terhadap penelitian ini, dapat penulis lampirkan sistematika penulisan, sebagai berikut :

### **BAB I : PENDAHULUAN**

Berisikan tentang latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

### **BAB II : KAJIAN TEORI DAN KERANGKA PIKIR**

Berisikan tentang kajian teori, kajian terdahulu, dan kerangka pikir.

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

Berisikan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, informan penelitian, teknik pengumpulan data, validitas data, serta teknik analisis data.

### **BAB IV : GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN**

Berisikan tentang gambaran umum Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean B Pekanbaru.

### **BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

mengemukakan hasil dari penelitian dan pembahasan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.



**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## **BAB VI : PENUTUP**

Bab ini berisikan kesimpulan dan saran yang bermanfaat dari hasil penelitian.

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN-LAMPIRAN**



UIN SUSKA RIAU