

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dunia *Public Relations* merupakan suatu hal yang tidak dapat dipisahkan dengan dunia kerja baik di perusahaan ataupun pemerintahan. Seperti halnya di Direktorat Jenderal Pemasarakatan, keberadaan Divisi Humas dan Protokoler merupakan suatu bagian yang penting secara fungsional dan operasional dalam upaya menjadi pusat penerimaan dan penyebarluasan tentang suatu informasi, kegiatan atau aktivitas di Direktorat Jenderal Pemasarakatan, baik ditujukan untuk hubungan masyarakat ke dalam, maupun kepada masyarakat luar pada umumnya. *Public Relations* atau humas merupakan alat atau saluran untuk memperlancar jalannya interaksi dan penyebaran informasi kepada berbagai pihak seperti masyarakat umum.

Menurut (Britis) *Institute Of Public Relations (IPR)* *Public Relations* adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayak.

Menurut Scott M. Cutlip, Allen H. Center, dan Glen M. Broom (2009; 6), dalam buku *Effective Public Relations* oleh *Public Relations* adalah fungsi manajemen yang membangun dan mempertahankan hubungan yang baik dan bermanfaat antara organisasi dengan publik yang memengaruhi kesuksesan atau kegagalan organisasi tersebut.

Seperti yang telah dijelaskan, secara garis besarnya *Public Relations/* humas mempunyai peran untuk memberikan informasi atau pesan-pesan sesuai dengan tujuan dan kebijaksanaan instansi/ lembaga kepada masyarakat sebagai khalayak sasaran, seperti kegiatan yang di lakukan Humas Ditjen PAS dalam memberikan ruang kepada masyarakat untuk menyampaikan aspirasi ataupun pengaduan kepada Humas Ditjen PAS dan juga memberikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat terkait Direktorat Jenderal Pemasarakatan demi kepentingan atau tujuan bersama. Mengingat, setiap aspirasi- aspirasi dari masyarakat yang masuk

beraneka ragam dan semuanya tidak selalu menguntungkan atau bersifat negatif, kontroversial dan bertentangan, maka Humas Ditjenpas menerapkan strategi-strategi komunikasi *Customer Relations Management* dalam pelaksanaan kegiatan tersebut agar dapat terlaksana sesuai tujuan yang telah ditentukan seperti memberikan kepuasan terhadap publik dan menjaga citra baik Ditjen PAS.

Disinilah peran Humas Direktorat Jenderal Pemasarakatan menjadi sangat penting, dimana harus mampu menerapkan strategi yang tepat untuk melaukan kegiatan *Customer Relations Management*. Sehingga mampu memberikan nasihat atau sumbang saran untuk menanggapi apa yang sebaiknya dilakukan untuk menampung dan menyelesaikan semua aspirasi masyarakat tanpa ada pihak-pihak yang di rugikan serta tetap terjalin hubungan yang baik antara Direktorat Jenderal Pemasarakatan dengan publik.

Menurut James E.Gruning, perkembangan *Public Relations* dalam praktik terdapat 4 model, baik secara konseptual maupun manajemen komunikasi, yaitu sebagai berikut :

1. Model *press agentry* atau model propaganda

Secara praktik PR/ Humas pada tahap ini melakukan Propaganda melalui komunikasi searah untuk tujuan mamberikan publisitas yang menguntungkan dan khususnya menghadapi media massa. Walaupun pemberian informasinya tidak jujur atau mengandung ketidakbenaran sebagai upaya manipulasinya hal yang negatif .

2. Model *public information*

Dalam hal ini PR/ humas bertindak sebagai “Journalis in residens”, artinya bertindak sebagai wartawan dalam menyebarluaskan informasinya kepada public, dan mengendalikan berita atau informasinya kepada media massa yang lebih baik dan mengandung kebenaran melalui penyebaran *news letter*, brosur dan surat langsung (direct mail).

3. Model asimetris dua arah (*two way asymmetrical model*)

Pada tahap ini, pihak PR/ Humas dalam praktinya melalui penyampaian pesannya berdasarkan hasil riset dan strategi ilmiah (*scientific persuasive*) untuk berupaya membujuk publik, agar mau bekerja sama, bersikap dan

berpikir sesuai dengan harapan organisasi.

4. Model simetris dua arah (*two way symmetrical model*)

Model ini, PR/ Humas melakukan kegiatan berdasarkan penelitian dan menggunakan teknik komunikasi untuk mengelola konflik dan memperbaiki pemahaman publik secara strategik.

Model paling terakhir ini lebih dapat diterima dan dianggap lebih etis dalam hal penyampaian pesan, informasi, komunikasi yang membujuk untuk membangun saling pengertian, pemahaman dan mempercayai antara kedua belah pihak. Sedangkan sebagai teknisi Public Relations, melihat PR/ Humas sebagai ajang kreativitas, seni dan kegiatan kerja dalam meleakukan fungsi dan peran Humas nya.

Untuk itu di dalam pelaksanaan pemerintahan, tentunya sangat di perlukan keberadaan praktisi Humas didalamnya untuk menjaga kondisi yang baik dengan menerapkan strategi komunikasi yang tepat.

Disini penulis mencoba menggali lebih dalam lagi mengenai strategi komunikasi yang digunakan Humas Ditjen PAS dalam kegiatan menerima pengaduan dan memberikan informasi yang dibutuhkan masyarakat untuk menjaga citra baik Direktorat Jenderal Pemasarakatan sebagai salah satu pelaksana Pemerintahan Pusat di Indonesia

1.2 Topik Laporan

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka penulis membuat laporan hasil Kuliah Kerja Praktik dengan judul **“Peran *Customer Relations Management* Hubungan Masyarakat Direktorat Jenderal Pemasarakatan dalam Melayani Masyarakat”**

1.3 Tujuan Kuliah Kerja Praktik

Berikut beberapa tujuan dilaksanakannya Kuliah Kerja Praktik:

1. Untuk mengetahui peran *Customer Relations Management* dalam melayani masyarakat
2. Untuk mengetahui kegiatan yang dilakukan Unit Pengaduan dan Pelayanan Informasi sebagai *Customer Relations Management* Humas Ditjen PAS.
3. Untuk mengetahui langkah-langkah menjalin komunikasi kepada masyarakat melalui *Customer Relations Management*.

1.4 Manfaat Kuliah Kerja Praktik

Hasil laporan Praktik Kerja Lapangan ini diharapkan dapat memberikan manfaat:

1.4.1 Manfaat Teoretis

Dalam laporan Kuliah Kerja Praktik (KKP) ini, manfaat teoritis yang penulis ingin sampaikan adalah:

1. Untuk dapat mengaplikasikan antara teori yang diperoleh selama perkuliahan dan dapat memeraktikannya di dalam lingkup pekerjaan yang nantinya akan dilakukan.
2. Dapat menambah wawasan yang luas mengenai dunia kerja sebagai *Customer Relations Management* di pemerintahan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Sedangkan manfaat praktis yang penulis dapatkan selama melakukan Kuliah Kerja Praktik (KKP) adalah mengetahui bagaimana pekerjaan *Customer Relations Management* di perusahaan swasta dan agar penulis dapat menerapkan ilmu yang diperoleh dari Kerja Praktik Lapangan.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah proses penulisan dan penyelesaian laporan penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut :

1. BAB I Pendahuluan yang berisi tentang latar belakang, topik laporan, tujuan kuliah kerja praktik, dan sistematika penulisan.
2. BAB II Kerangka Teori yang berisi tentang tinjauan pustaka uraian tentang konsep dan teori yang relevan dengan topik laporan dan Prosedur Ideal (teoritis) sesuai topik laporan.
3. BAB III Gambaran Bagian Humas dan Protokol Direktorat Jenderal Pemasarakatan Kementrian Hukum dan HAM RI yang berisi tentang sejarah, gambaran dan ruang lingkup pekerjaan, gambaran unit kerja, struktur organisasi, serta pelaksanaan kegiatan kuliah kerja praktik
4. BAB IV Pembahasan yang berisi tentang gambaran selama kuliah kerja praktik dan perbandingan antara teori dan praktik dalam pelaksanaan kegiatan kuliah kerja praktik.
5. BAB V Penutup yang berisi tentang kesimpulan dan saran-saran.