

ABSTRACT

This study is intended to find out how the contact center communication strategy of the Directorate General of Customs and Excise in East Jakarta responds to service user complaints (October - December 2020 period). Bravo Customs is the only communication channel to receive and convey information and receive complaints in the field of customs and excise to service users. The method used in this research is qualitative and case study method. The result of this research is that the Bravo Customs and Excise contact center carries out all stages of the communication strategy, namely research, planning, implementation, evaluation, and reporting. The Bravo Customs contact center is included in the two-way symmetric communication model. The obstacles faced by Bravo Customs are the existence of SOPs which must comply with the rules, there are things that are beyond the control of Customs, and the lack of knowledge of service users.

Keyword : communication strategy, obstacles, complaint.

ABSTRAK

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi contact center Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Jakarta Timur dalam menanggapi keluhan pengguna jasa (periode Oktober – Desember 2020). Bravo Bea Cukai merupakan satu-satunya saluran komunikasi untuk menerima dan menyampaikan informasi serta menerima pengaduan di bidang kepabeanan dan cukai ke pengguna jasa. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dan metode studi kasus (*case study*). Hasil dari penelitian ini adalah contact center Bravo Bea Cukai melakukan semua tahapan-tahapan strategi komunikasi yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dan pelaporan. Contact center Bravo Bea Cukai termasuk ke dalam model *two ways symmetric communication*. Hambatan yang dihadapi oleh Bravo Bea Cukai adalah adanya SOP yang di mana harus sesuai aturannya, ada hal-hal yang diluar kuasa Bea Cukai, dan kurangnya pengetahuan pengguna jasa.

Kata Kunci : strategi komunikasi, hambatan, keluhan.