

## Lampiran



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

Program Studi Ilmu Komunikasi

Jl. Arjuna Utara, Kebon Jeruk, Jakarta Barat 11510

021- 567 4223 (hunting). Hotline Services : 021- 7064 6060 / 021- 7024 7272

### KARTU ABSENSI BIMBINGAN

#### KULIAH KERJA PRAKTEK/SEMINAR & TEK. PENULISAN ILMIAH/TUGAS AKHIR

NAMA : Annisa Cahya Dewanti

NIM/PEMINATAN : 20170502004/ Hubungan Masyarakat

NO. Telp/EMAIL : 085921600855/ annisacd26@gmail.com

JUDUL : Analisis Strategi Komunikasi Contact Center Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Jakarta Timur Dalam Menanggapi Keluhan Pengguna Jasa (Periode Oktober – Desember 2020)

DOSEN PEMBIMBING : Dr. Fajarina, S.I.P., M.Si.

No.	Tanggal	Bab	Catatan Pembimbing	TTD Pembimbing
1	3/4/2021	0	Membuat Transkrip Wawancara	
2	6/4/2021	0	Merevisi Transkrip Wawancara dan Acc untuk wawancara	
3	24/5/2021	4	Bimbingan Bab 4	
4	5/6/2021	4-5	Revisi Bab 4 dan Melanjutkan Bab 5	
5	12/7/2021	5-6	Mengirimkan revisi Bab 5 dan Mengirimkan Bab 6	
6	23/7/2021	5-6	Bimbingan Bab 5 dan Bab 6	
7	27/7/2021	Jurnal	Acc untuk melanjutkan ke Jurnal	
8	1/8/2021	4-6 & Jurnal	Memberikan seluruh Bab dan Jurnal	
9	2/8/2021	Jurnal	Merevisi Jurnal	
10	5/8/2021	Final	Memberikan Jurnal	

*Syarat maju sidang, minimal 10x pertemuan pembimbingan*

Mahasiswa

Annisa Cahya Dewanti  
(Mahasiswa)

Mengetahui,

Dr. Fajarina, M.Si.  
(Ka. Peminatan)

**Lampiran Foto bersama para key informan dan informan**



## Laporan Penelitian

(Hasil Interview)

Tanggal : 28 April 2021

Waktu : 10.00 WIB

Narasumber : Endar Darmindra

Jabatan : Pelaksana Seksi Layanan Informasi, sebagai Team Leader Inbound  
Call Bravo Bea Cukai 1500225

Pertanyaan wawancara *Key Informan* :

**a. Penelitian :**

- **Pernahkah Bravo Bea Cukai melakukan strategi komunikasi sebelumnya? (diluar periode yang saya teliti). Setiap apa periodenya?**

Jawab : Pernah. Salah satunya adalah tentang penipuan yang di mana metodenya dengan menggunakan media sosial. Periodenya setiap bulan dan postingan-postingan diangkat dari hal-hal yang paling dikeluhkan oleh masyarakat.

- **Jika sebelumnya pernah ada melakukan strategi komunikasi (konteks menanggapi keluhan), adakah hasil evaluasi sebelum melaksanakan perencanaan/ planning?**

Jawab : Jika sudah di strategi komunikasikan sebelumnya ternyata masih ada keluhan, maka akan dievaluasi kembali apakah pesan yang disampaikan tidak tersampaikan dengan baik atau apakah sosial media yang digunakan itu kurang tepat. Karena efektivitas stratkom dari Bravo Bea Cukai terlihat dari laporan bulan berikutnya.

- **Sebelum melaksanakan suatu perencanaan, adakah Bravo Bea Cukai langsung terjun ke lapangan?**

Jawab : Bravo Bea Cukai tidak ke lapangan karena sifatnya adalah stay di telepon, di sosial media. Tapi data itu adalah data yang real dari lapangan. Jadi bukan Bravo Bea Cukai yang menjemput data, namun datalah yang datang ke kita.

**b. Perencanaan :**

- **Dari hasil evaluasi yang sudah disebutkan dan data dari terjun ke lapangan, apakah ada langkah-langkah selanjutnya dalam menentukan perencanaan menanggapi keluhan pelanggan untuk periode berikutnya?**

Jawab : Langkah-langkah selanjutnya yang terpenting adalah evaluasi. Dilihat dari pesan mana yang tidak tersampaikan atau permasalahan masih tetap ada, Bravo Bea Cukai akan merumuskan strategi komunikasi yang baru.

**c. Pelaksanaan :**

- **Apa tindakan yang diambil oleh Bravo Bea Cukai dalam meimplementasi rumusan perencanaan yang telah dibuat? Atau pelaksanaan setelah menyusun langkah-langkah tersebut.**

Jawab : Tindakannya adalah karena Bravo Bea Cukai mempunyai saluran sendiri, maka akan di posting di Instagram maupun media sosial. Tapi jika ternyata strateginya lebih lagi dan memerlukan bantuan unit lain, maka Bravo Bea Cukai akan mengkoordinasikannya ke unit lain.

**d. Evaluasi :**

- **Apakah terdapat evaluasi setelah melakukan tanggapan terhadap para *customer*/ pelanggan yang menyampaikan keluhannya? Seberapa sering melakukan evaluasi untuk mengetahui hasil akhir?**

Jawab : Iya. Minimal setiap bulan.

- **Dalam bentuk apa evaluasi tersebut? secara per program atau keseluruhan?**

Jawab : Dalam bentuk keseluruhan. Namun di breakdown juga per topik.

- **Jika hasil pelaksanaan dilakukan secara per program, adakah evaluasi secara umumnya (keseluruhan)?**

Jawab : Sebenarnya evaluasi Bravo Bea Cukai secara keseluruhan dan per program.

- **Dari melakukan pelaksanaan tersebut dan telah mengetahui hasil akhir, apakah hasil akhir tersebut digunakan untuk periode selanjutnya?**

Jawab : Iya betul. Jika seandainya kurang, maka akan di perbaiki di periode selanjutnya. Tapi kalau seandainya sudah baik, maka bagaimana Bravo Bea Cukai mempertahankan pesan tersebut agar tetap diterima di masyarakat.

- **Apakah ada peningkatan pelayanan setelah melakukan evaluasi?**

Jawab : Kalau pelayanan secara keseluruhan, edukasi segmentasinya tidak hanya eksternal tapi internal di kantor Bravo Bea Cukai juga. Jadi teman-teman Bravo bisa menjawab lebih yakin, lebih percaya diri, sehingga keluhan dapat ditangani. Teori contact center tentang penanganan keluhan pelanggan adalah selain meminta maaf atas ketidaknyamanannya namun juga bisa memberikan alternatif solusi.

**e. Pelaporan :**

- **Dalam bentuk apa pelaporan yang disampaikan untuk atasan atau pimpinan?**

Jawab : Pelaporan dalam bentuk bulanan.

**1. Apa hambatan yang dialami oleh pihak *contact center* saat menanggapi keluhan masyarakat?**

Jawab : Adanya SOP yang di mana harus menjawab sesuai aturannya. Terkadang hambatan Bravo itu ada hal-hal yang dimana kuasanya itu diluar

Bravo, kontrolnya itu diluar dari Bravo hambatannya atau dalam kata lain adalah ada hal-hal yang tidak diatur.

(Hasil Interview)

Tanggal : 29 April 2021

Waktu : 13.10 WIB

Narasumber : Netty Hartawati

Jabatan : Kepala Seksi Layanan Informasi, Subdirektorat Penyuluhan dan Layanan Informasi, Direktorat Kepabebean Internasional dan Antar Lembaga.

Pertanyaan wawancara Key Informan

**a. Penelitian :**

- **Pernahkah Bravo Bea Cukai melakukan strategi komunikasi sebelumnya? (diluar periode yang saya teliti). Setiap apa periodenya?**

Jawab : Pernah. Setiap Bulan

- **Jika sebelumnya pernah ada melakukan strategi komunikasi (konteks menanggapi keluhan), adakah hasil evaluasi sebelum melaksanakan perencanaan/ planning?**

Jawab : Ada evaluasinya. Dilihat dari yang sudah dilakukan ada dampaknya atau tidak. Apakah udah turun permintaan informasinya.

- **Sebelum melaksanakan suatu perencanaan, adakah Bravo Bea Cukai langsung terjun ke lapangan?**

Jawab : Terjun dalam hal apa. Kalau ingin melihat proses barang kiriman, kita melihat ke lapangan langsung. Seperti kita turun ke Bea Cukai Soekarno – Hatta, melihat proses barang kiriman. Tidak hanya ke Bea Cukai Soekarno – Hatta namun juga ke pihak ekspedisi (DHL,

FEDEX) proses penanganan barang kiriman seperti apa dan juga ke contact centernya, seperti apa proses mereka berkomunikasi dengan penerima barang.

**b. Perencanaan :**

- **Dari hasil evaluasi yang sudah disebutkan dan data dari terjun ke lapangan, apakah ada langkah-langkah selanjutnya dalam menentukan perencanaan menanggapi keluhan pelanggan untuk periode berikutnya?**

Jawab : Kita tanya lebih dalam lagi, kenapa permintaan informasi tentang barang kiriman tinggi, ada masalah apa di lapangan, itu lebih detail lagi. Kita lakukan juga analisis, analisis permintaan informasi.

**c. Pelaksanaan :**

- **Apa tindakan yang diambil oleh Bravo Bea Cukai dalam meimplementasi rumusan perencanaan yang telah dibuat? Atau pelaksanaan setelah menyusun langkah-langkah tersebut.**

Jawab : Kita analisis masalahnya apa, duduk bareng dengan unit teknis terkait, kalau masalah prosedurnya atau masalah aplikasi atau perjanjian layanan atau pengetahuan jasanya, maka harus diperbaiki.

**d. Evaluasi :**

- **Apakah terdapat evaluasi setelah melakukan tanggapan terhadap para *customer*/ pelanggan yang menyampaikan keluhannya? Seberapa sering melakukan evaluasi untuk mengetahui hasil akhir?**

Jawab : Ada. Setiap bulan.

- **Dalam bentuk apa evaluasi tersebut? secara per program atau keseluruhan?**

Jawab : Kategori. Dari catatan yang sudah membentuk big data. Big data itu adalah kumpulan informasi yang dimana datangnya banyak,

yang bentuk susunannya masih belum teratur. Dari data tersebut itulah diolah kemudian permintaan informasi bisa dikategorisasikan.

- **Jika hasil pelaksanaan dilakukan secara per program, adakah evaluasi secara umumnya (keseluruhan)?**

Jawab : Ada. Dikategorikan bahwa permintaan informasi itu naik jika ada hal-hal yang membuat permintaan informasi itu naik. Bisa karena penyempurnaan aplikasi, implementasi prosedur, janji layanan misalnya Bravo menjanjikan dalam satu hari selesai, namun ternyata tidak ditepati selesainya lima hari dan itu mesti ada yang keluhan yang masuk, dan menjadi feedback.

**e. Pelaporan :**

- **Dalam bentuk apa pelaporan yang disampaikan untuk atasan atau pimpinan?**

Jawab : Setelah mengetahui permasalahannya apa, kita diskusi untuk mencari jalan keluar sehingga Bravo bisa memberikan masukan buat pimpinan untuk membuat proposal dan pengambilan kebijakan keputusan.

**1. Apa hambatan yang dialami oleh pihak *contact center* saat menanggapi keluhan masyarakat?**

Jawab : Hambatannya adalah karena ada pengetahuan pengguna jasa yang kurang, misalnya milenial yang menggunakan *ecommerce* seperti amazon atau membeli barang dari luar negeri, kadang tidak paham prosedurnya bagaimana membeli dari luar negeri *by ecommerce*.

(Hasil Interview)

Tanggal : 29 April 2021

Waktu : 15.00 WIB



Narasumber : Teddy Triatmojo

Jabatan : Kepala Seksi Strategi Komunikasi dan Publikasi

Pertanyaan wawancara Informan

**1. Apakah humas terlibat dengan kasus ini?**

Jawab : Iya.

**2. Lalu bagaimana strategi humas dalam membangun reputasi dan citra Bea Cukai?**

Jawab : Yang pertama citra itu bisa diperbaiki kalau permasalahannya selesai, jadi humas pasti memastikan masalah selesai. Lalu yang kedua tidak ada korban yang dirugikan, tidak ada korban yang dibahayakan posisinya. Dan yang ketiga melakukan reparansi atau kompensasi jika memang diperlukan.

**3. Apa keterlibatannya antara humas dengan *contact center*? Tugas apa yang membedakan antara tugas humas dengan tugas dari *contact center*?**

Jawab : Bravo sama subdit komunikasi dan publikasi memiliki peranan yang berbeda, bravo itu collab information dan juga *distribution information*, jadi kalau misalkan ada yang nanya, pertanyaan itu dikualifikasikan kemudian dijadikan statistik. Statistik itu yang kemudian dilaporkan ke para pemangku kepentingan salah satunya adalah unit komunikasi dan publikasi. Bravo ini adalah penyuplai informasi untuk komunikasi dan publikasi sehingga komunikasi dan publikasi bisa menentukan strategi komunikasi kehumasan bea cukai akan seperti apa.

**4. Bagaimana proses komunikasi yang dilakukan humas dengan *contact center*?**

Jawab : Berkoordinasi secara formal maupun informal. Secara formal, biasanya bravo share insight, data-data statistik yang mereka punya biasanya diadakan rapat untuk para pemangku kepentingan yang membutuhkan data tersebut, dan biasanya mereka menyebutkan trending topik. Kemudian trending topik itu

dipersentasikan, dirapatkan dan humas juga dihadirkan. Yang kedua humas melakukan in-house training, seperti capacity building. Teman-teman yang melakukan pengelolaan media sosial itu juga share ke teman-teman yang melakukan pengelolaan media sosial di contact center.

**5. Jika ada keluhan yang tidak dapat ditanggapi oleh pihak Bravo, apa yang dilakukan divisi humas untuk menanggapi keluhan tersebut?**

Jawab : Klasifikasi urgentya adalah ketika exposurennya besar dan mempunyai pengaruh yang besar juga.

**6. Kendala apa yang dirasakan humas saat menanggapi keluhan masyarakat di media sosial?**

Jawab : Ada. Tantangannya adalah jumlah resolusi yang besar, ruang lingkup monitoring yang sangat luas dan ini membutuhkan proses pengawasan berlapis yang terkadang suka ada miscommunication ditengahnya dan tidak dapat dihindarkan.