

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1. Latar Belakang

*Public Relations* (humas) adalah salah satu fungsi yang ada pada manajemen yang menjadi perantara antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya, sehingga menimbulkan suatu hubungan yang bermanfaat untuk membangun suatu hubungan komunikasi, Kerja sama, serta dukungan antara yang satu dengan yang lainnya. Menurut Ishaq (2017:28) salah satu fungsi *public relations* yaitu melayani publik dengan memberikan informasi yang berkenaan dengan tempat *public relation* bernaung.

Menurut (Firsan, 2011:49) “fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga (organisasi) dengan publiknya, internal maupun eksternal dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga organisasi”.

Kegiatan Humas adalah untuk memberikan informasi dan publikasi lembaga/instansi agar dapat diterima dan didukung khalayak, sehingga terjadi jalinan hubungan yang serasi antara lembaga dan masyarakat (harmonis communication). Dengan adanya komunikasi yang harmonis dan serasi ini, maka pekerjaan dan fungsi Humas akan berjalan lancar, mulus sesuai dengan apa yang hendak dicapai (Widjaja, 2010:98) Untuk itu diperlukan informasi yang teliti, tepat, dan cepat. Informasi tersebut dapat meliputi pemberitahuan, pertanyaan, atau buah pikiran perorangan, organisasi, maupun masyarakat.

Humas juga sebagai *communication facilitator* untuk menjembatani kebutuhan informasi antara pemerintah dan masyarakat, serta seluruh *stakeholder* (UU No. 14 Tahun 2008), Undang-undang ini mendefinisikan informasi publik sebagai informasi yang dihasilkan, disimpan, dikelola, dikirim, dan/atau diterima oleh suatu badan publik yang berkaitan dengan penyelenggara dan penyelenggaraan negara dan/atau penyelenggara dan penyelenggaraan badan publik lainnya yang

sesuai dengan Undang-undang ini serta informasi lain yang berkaitan dengan kepentingan publik.

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (Instansi Kepabeanan Indonesia) adalah suatu instansi yang memiliki peran yang cukup penting dari negara dalam melakukan tugas dan fungsinya. Salah satu fungsi Bea Cukai adalah mengedukasi masyarakat terkait tugas, fungsi, dan perannya sebagai aparat penegak hukum. Keberadaan humas harus mampu menjamin kepada publik bahwa Bea Cukai dalam melaksanakan tugas dan fungsinya dapat bertanggung jawab dan saling menguntungkan, baik bagi Bea Cukai maupun publik. Menguntungkan bagi publik maksudnya adalah publik dapat dengan mudah mengakses berbagai informasi. Dalam menjalankan peran tersebut, humas Bea Cukai melakukan berbagai kegiatan yang dilakukan seperti mengelola informasi, dokumentasi dan publikasi, pelayanan informasi, memabangun hubungan dengan media, dan menyelaraskan persepsi masyarakat. Penyebaran informasi merupakan salah satu bentuk komunikasi yang dilakukan humas suatu pemerintah, humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai sendiri seringkali memanfaatkan Media Konvensional maupun Media Baru untuk menyebarkan informasi kepada publiknya dengan menerapkan peran ataupun strategi yang sesuai dengan kebijakan yang diterapkan oleh bagian humas terkait.

Namun kenyataannya di humas Bea Cukai dalam mengelola suatu informasi kepada publik mengalami keterlambatan, akibatnya masyarakat lebih banyak mengetahui atau melihat informasi mengenai Bea dan Cukai melalui media sosial lain seperti Kasus Penipuan yang mengatasnamakan Bea Cukai yang mana akan merugikan nama Instansi itu sendiri. Oleh karena itu humas Bea Cukai sedang gencar atau terus menginformasikan mengenai penipuan di media sosial, karena humas sering ngshere tentang penipuan maka jumlah penipuan berkurang karena Pengelolaan media sosial secara penuh dikelola langsung oleh Internal Bea Cukai. Dari permasalahan keterlambatan dalam memberikan informasi karena kurangnya pegawai akibatnya humas Bea dan Cukai harus memperhatikan kompetensi pribadi pegawai yang bersangkutan, dalam arti harus memenuhi kriteria tertentu yang sesuai dengan karakteristik tugas humas. Misalnya kemampuan komunikasi, dan membina hubungan, faktor kreatifitas, kemampuan fotografi/videografi, MC (Master of ceremony), Media handling, dan lain-lain.

Humas Bea Cukai harus membuat suatu langkah dalam menyelesaikan permasalahan tersebut. Terutama langkah apa yang dilakukan sehingga sampai ke masyarakat seperti melakukan Publikasi melalui media yang dimiliki oleh Bea Cukai seperti (Website, Majalah Warta Bea Cukai dan Media Sosial), Analisis Media Massa (untuk menentukan strategi komunikasi ke publik), membangun hubungan dengan media.yarakat.

Dari latar belakang diatas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih mendalam yang dituangkan dalam bentuk penelitian yang berjudul “ Peran Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai dalam Mengelola Informasi Kepada Publik”.

## **1.2. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana Peran humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai dalam Mengelola Informasi Kepada Publik?
2. Apa saja kendala atau hambatan yang terjadi dalam Mengelola Informasi Kepada Publik di Direktorat Jenderal Bea dan Cukai?

## **1.3. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Mengetahui Perana Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai dalam Mengelola Informasi Kepada Publik
2. Mengetahui kendala atau hambatan dalam Mengelola Informasi Kepada Publik di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.