

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

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, 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.

Pemerintahan sendiri memiliki definisi yang luas, salah satunya yang disampaikan oleh pakar ahli dibidang filsafat pemerintahan yang mengungkapkan sebagai berikut:

“Government in the broader sense, is changed with the maintenance of the peace and security of state with in and with out. It must there fore, have first, military power or the control of armed forces, secondly, legislative power or the means of making laws, thirdly, financial power or the ability to extract sufficient money from the community to defray the cost of defending of state and of enforcing the law it makes on the states behalf.”

Terjemahannya, pemerintahan dalam arti luas mempunyai kewenangan untuk memelihara kedamaian dan keamanan negara, ke dalam dan ke luar. Oleh karena itu, pertama, harus mempunyai kekuatan militer dan kemampuan untuk mengendalikan angkatan perang, yang kedua, harus mempunyai kekuatan legeslatif atau dalam arti pembuatan undang-undang, yang ketiga, harus mempunyai kekuatan finansial atau kemampuan untuk mencukupi keuangan masyarakat dalam rangka membiayai ongkos keberadaan negara dalam menyelenggarakan peraturan, hal tersebut dalam rangka penyelenggaraan kepentingan negara, (Syafiie. 2001 : 46).

Dalam menjalankan aktivitas atau kegiatan sehari-hari, komunikasi merupakan suatu hal paling dasar dan umum yang dilakukan oleh kebanyakan manusia, karena tanpa adanya sebuah komunikasi manusia dalam menjalankan kegiatannya akan merasakan suatu hal yang monoton. Dan komunikasi itu sendiri dapat terjalin dengan normal apabila dalam melakukan prakteknya terdapat dua orang atau lebih dengan tujuan terjalinnya sebuah *feedback* yang saling menguntungkan antara pihak komunikator dengan komunikan.

Komunikasi sebagai tindakan satu arah (*linier*) yaitu proses dimana pesan diibaratkan mengalir dari sumber dengan melalui beberapa komponen menuju kepada komunikan. Definisi tersebut sesuai dengan “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”, (Rohim. 2009 : 9).

Biasanya dalam menjalankan aktivitas menjalin komunikasi antara pihak instansi pemerintah dengan masyarakat tersebut diserahkan kepada praktisi humas. Tugas pokok dari praktisi humas sendiri yakni keahliannya ketika menjalin hubungan komunikasi yang aktif dan kreatif antara pihak pemerintahan dengan masyarakat, sehingga terjalin hubungan yang harmonis.

Public Relations adalah merupakan fungsi manajemen yang membentuk dan memelihara hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan masyarakat yang menjadi sandaran keberhasilan atau kegagalannya”, (Nova. 2009 : 35).

Dalam menjalankan fungsinya sebagai praktisi humas bisa dikatakan tidaklah semudah apa yang dipikirkan kebanyakan orang, seperti istilah tidak semudah mengembalikan telapak tangan. Praktisi humas harus memiliki taktik cemerlang serta alur dalam berpikir yang kreatif bagaimana caranya berkomunikasi yang efektif dalam menyampaikan informasi/pesan ketika menyelesaikan suatu masalah antara pihak instansi pemerintahan dengan masyarakat sebagai sasarannya, seperti membuat masyarakat percaya dengan kata per kata yang dikatakan oleh praktisi humas itu memang benar apa adanya, fakta tanpa rekayasa dan tidak ada yang ditutup-tutupi dengan tujuan masalah tersebut dapat terselesaikan tanpa mengakibatkan kerugian bagi kedua belah pihak yang berkelanjutan. Namun, menciptakan sebuah kepercayaan serta sebuah kepuasan kepada khalayak sangatlah tidak mudah, tetapi kedua hal tersebut sangat dibutuhkan oleh praktisi humas karena berpengaruh langsung terhadap kinerja instansi pemerintahan kedepannya.

Apabila dari waktu ke waktu kinerja dari publik internal yang dimiliki oleh instansi pemerintahan tersebut semakin lebih baik dan bertanggung jawab dalam bekerja, maka akan berdampak positif seperti kepercayaan yang diberikan oleh publik eksternal kepada kantor pemerintahan itu serta kepuasan yang dirasakan oleh masyarakat atau pengguna jasa atas keprofesionalitasan pegawai dalam bekerja melayani publiknya.

Dalam menjalankan komunikasi praktisi humas harus kreatif mungkin menciptakan hubungan yang seefektif dan mencapai hasil yang semaksimal mungkin dalam penyampaian informasi atau pesan dalam menyelesaikan masalah ke publik. Bentuk dari kegiatan komunikasi tersebut berupa menjalin hubungan yang baik dengan media, bisa berupa media elektronik (tv, radio, internet, dan lain-lain) atau media cetak (koran, majalah, dan lain-lain), karena melalui media adalah sebuah berita baik itu berita positif atau negatif pasti dapat menyebar secara mudah dan cepat yang dapat memberikan dampak baik atau buruk atau bahkan dapat menjatuhkan atau juga meningkatkan nama baik instansi pemerintahan tersebut sesuai dengan pemberitaan yang dimuat pada media itu. Praktisi humas pekerjaannya tidak jauh dan tidak bisa lepas dari kehidupan media massa, menciptakan reputasi sebuah instansi pemerintahan serta membangun atau membentuk citra dilingkungan masyarakat luas terutama upayanya dalam membangun nama baik kantor dengan tujuan utamanya terhindar dari sebuah masalah yang berdampak krisis.

Krisis sendiri merupakan salah satu penyakit, momok atau petaka bahkan musibah yang dianggap paling menakutkan dan membahayakan oleh kebanyakan instansi pemerintahan. Karena krisis dapat menyebabkan melemahnya citra dan berkurangnya kepercayaan yang akan dialami oleh instansi pemerintahan, apabila krisis tersebut semakin berkepanjangan dan tidak segera di tindak lanjuti.

Krisis juga dianggap sebagai ‘*Turning point in history life*’, yaitu suatu titik balik dalam kehidupan yang dampaknya memberikan pengaruh signifikan ke arah negatif maupun positif tergantung reaksi yang diperlihatkan oleh individu, kelompok masyarakat atau suatu bangsa, (Nova. 2009 : 55).

Maka dari itu, untuk mengantisipasi terjadinya krisis dan menjaga nama baik instansi untuk memperoleh citra yang positif dan menghindari krisis, setiap instansi pemerintahan harus memiliki praktisi humas yang profesional dan handal dalam menjalankan tugas serta fungsinya sebagai penyalur informasi atau pesan dari masyarakat kepada pihak instansi pemerintahan dan sebaliknya. Seperti halnya dengan Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean Soekarno Hatta Jakarta.

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Soekarno Hatta yang berkedudukan di Area Cargo Bandara Internasional Soekarno Hatta adalah merupakan Instansi vertikal Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yang berada di bawah dan bertanggung jawab langsung kepada

Kepala Kantor Wilayah Direktorat Jenderal Bea dan Cukai Banten yang berkedudukan di Provinsi Banten, (Memorandum. 2011 : 1).

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean Soekarno Hatta tersebut beranggapan bahwa menjalin hubungan yang baik dengan media elektronik maupun media cetak dan masyarakat khususnya pengguna jasa/*stakeholder* merupakan hal yang penting karena tujuannya baik bagi pihak Bea & Cukai dan negara. Memiliki praktisi humas yang handal dan profesional merupakan hal pokok yang harus dimiliki oleh sebuah kantor pemerintahan sekarang ini. Disamping itu untuk menciptakan nama baik dimata publik internal maupun publik eksternal, bahwa praktisi humas berperan sangat penting disaat kantor pemerintahan sedang mengalami kendala dalam menjalankan aktivitas kerja sehari-hari dalam melayani masyarakat.

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean Soekarno Hatta merupakan salah satu instansi pemerintah di bawah kementerian keuangan, merupakan salah satu instansi Bea & Cukai milik negara yang dari tahun ke tahun memberikan hasil yang maksimal dengan bea masuk negara yang memenuhi target sehingga dapat mencukupi dalam pembagian gaji kepada para pegawai negeri sipil di seluruh Indonesia, membangun sarana-sarana umum seperti membangun sekolahan, memperbaiki sarana umum yang rusak, dan bahkan dapat menutupi hutang negara secara bertahap dengan keprofesionalitasan kerja para pegawai-pegawai kantor yang aktif dan bertanggung jawab. Selain itu kantor tersebut

juga memiliki banyak prestasi yang membanggakan negara dan kantor Bea & Cukai Soekarno Hatta sendiri merupakan acuan bagi kantor Bea & Cukai lainnya karena termasuk kantor Bea & Cukai terbaik ke dua di Indonesia dalam hal pencapaian bea masuk negara yang melebihi target. Selain itu kantor Bea & Cukai Soekarno Hatta selalu berhasil menggagalkan proses penyelundupan barang-barang terlarang seperti narkotica yang dilakukan oleh orang-orang asing yang hendak menyetorkan barang haram tersebut ke Indonesia maupun sebaliknya.

Namun, dalam menjalankan aktivitas tersebut secara tidak langsung pasti ada satu sisi kesalahan yang dapat menimbulkan kerugian bagi pihak internal dan eksternal, Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Soekarno Hatta mengalami beberapa masalah yang secara langsung berpengaruh pada nama baik kantor tersebut. Salah satu masalah yang terjadi yaitu kasus dimana salah satu oknum pegawai kantor yang menyalahgunakan statusnya sebagai pegawai Bea & Cukai Soekarno Hatta, dalam masalah ini pegawai tersebut melakukan tindakan korupsi yang dilakukan kepada salah satu pengguna jasa. Dimana pengguna jasa tersebut yang hendak melakukan pengambilan barang impor namun dipersulit oleh oknum pegawai tersebut dengan alasan bahwa barang yang hendak diambil tersebut mengalami kendala jadi sulit untuk dikeluarkan dari area kargo. Dari alasan itulah sang oknum yang berinisial "W" yang memiliki jabatan sebagai kepala kasubsi bagian cargo melakukan tindakan korupsi kepada pengguna jasa tersebut dengan meminta sejumlah uang yang bernilai hingga ratusan juta. Karena

pengguna jasa tersebut merasa dirugikan oleh oknum pegawai tersebut, maka korbanpun melaporkan masalah tersebut ke pihak yang berwenang. Setelah melakukan penyelidikan atas laporan korban dan ternyata laporan tersebut terbukti, akhirnya oknum pegawai kantor di tangkap oleh KPK dan digiring untuk di proses lebih lanjut. Kasus korupsi tersebut sampai muncul ke beberapa media pemberitaan, salah satunya yaitu di media pemberitaan online, (Tribunews.com).

Komisi Pemberantasan Korupsi (KPK), akhirnya melimpahkan berkas pemeriksaan tujuh orang yang ditangkap di Bea dan Cukai Bandara Soekarno-Hatta pada Rabu (20/6/2012), ke Mabes Polri. Pelimpahan dilakukan lantaran KPK tak menemukan adanya indikasi tindak pidana korupsi maupun suap pada kasus tersebut, melainkan tindak pidana umum yang masuk ke dalam kategori penipuan. “Unsur pidana korupsinya lebih lemah, justru dugaan unsur pidana umum, penipuan, lebih kuat,” kata Juru Bicara KPK Johan Budi dalam keterangan persnya, Kamis (21/6/2012) malam. Setelah digelar ekspose bersama penyidik dari Mabes Polri, ternyata hasilnya juga menguatkan hasil ekspose KPK. Kasus ini, lanjut Johan, tidak mengandung unsur tindak pidana korupsi. Tapi, lebih kepada tindak pidana umum, yakni penipuan.

“Salah satu hasil pemeriksaan tim melihat kepada perbuatan E (swasta) yang seolah-olah mengatasnamakan institusi Bea Cukai, yang meminta sejumlah uang untuk mengurus dokumen pengeluaran barang,” ujar Johan. Menurut Johan, A (Andrew) warga Amerika Serikat (AS), memahami E

sebagai orang Bea dan Cukai. E kemudian berhubungan dengan W (Wahono) yang merupakan pegawai Bea dan Cukai. Meski begitu, KPK tidak menutup kemungkinan ada dugaan unsur tindak pidana korupsi. “Selanjutnya, pihak Polri akan melakukan proses pengusutan lebih lanjut. Semua berkas diserahkan kepada pihak kepolisian. KPK akan membantu jika diperlukan data-data dan informasi yang terkait proses penangkapan kemarin,” tutur Johan.

Kemarin, KPK menangkap seorang Kepala Sub Seksi Kargo Bea dan Cukai Bandara Soekarno-Hatta, karena diduga terlibat kasus suap. Dia ditangkap bersama seorang warga AS dan lima orang lainnya. KPK hanya menangani kasus korupsi pegawai pemerintah atau penyelenggara negara, mulai dari Eselon I. Sedangkan Kepala Sub Seksi bukan merupakan penyelenggara negara. <http://www.tribunnews.com/2012/06/21/unsur-korupsi-penangkapan-pegawai-bea-cukai-lemah>.

Melihat pentingnya fungsi seksi PLI sebagai humas saat ini, maka penulis secara pribadi tertarik untuk mengetahui lebih mendalam mengenai peran seksi PLI sebagai humas di KPPBC Tipe Madya Pabean Soekarno Hatta dalam usahanya mengatasi masalah kasus manajemen krisis yang mengarah ke tindak pidana korupsi kategori pemerasan tersebut?

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut “Bagaimana peran seksi PLI sebagai fungsi humas Bea & Cukai Soekarno Hatta dalam mengatasi masalah

manajemen krisis yang berkaitan dengan tindak pidana pemerasan yang dilakukan oleh oknum pegawai?”

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang ingin diteliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran seksi PLI sebagai fungsi humas Bea & Cukai Soekarno Hatta dalam mengatasi masalah manajemen krisis yang mengarah ketindak pidana pemerasan.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya Hubungan Masyarakat atau *public relations*.

2. Manfaat Praktis Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sebuah sumbangan bagi kantor KPPBC Soekarno Hatta serta dapat digunakan sebagai bahan acuan dalam mengevaluasi aspek komunikasi, berkaitan dengan peran seksi PLI sebagai fungsi Humas dalam mengatasi masalah manajemen krisis instansi.

E. Tinjauan Pustaka

1. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu pertama dengan judul Strategi Manajemen Krisis Humasda PT Kereta Api (Persero) Daop 1 Jakarta. Disusun oleh Imas Ayu Prafitri, Tahun 2010. Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret. PT Kereta Api merupakan satu-satunya perusahaan jasa transportasi perkeretaapian di Indonesia. Jumlah penumpang kereta pun semakin tahun semakin meningkat. Namun hal ini tidak diimbangi dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada penumpang. Angka kecelakaan kereta api dari tahun ke tahun semakin meningkat. Dan salah satu kasus kecelakaan yang sempat membuat gempar adalah kecelakaan KRL Pakuan Ekspres 221 dengan KRL Ekonomi 549 di Bogor pada bulan Agustus 2009. Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi manajemen krisis humasda PT KA Daop 1 Jakarta dalam mengelola manajemen krisis kecelakaan tersebut. Karena bagaimanapun keselamatan penumpang adalah tanggung jawab penuh perusahaan, terlebih lagi hal tersebut akan mempebgaruhi citra perusahaan itu sendiri. Untuk melengkapi penelitian ini peneliti membagi menjadi empat sub bahasan. Strategi kronologi kecelakaan, strategi komunikasi dari humasda, manajemen krisis dan tanggapan korban mengenai penanganan ketika terjadi krisis. Metodologi yang penulis gunakan adalah deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan pencarian data berupa dokumen dari berbagai sumber. Sedangkan

pemilihan sampel menggunakan purposive sampling. Teknik analisis data yang digunakan adalah interaktif Miles dan Huberman atau sering disebut interactive model. Yang terdapat tiga komponen, yaitu : reduksi data, penyajian data, penarikan kesimpulan. Kesimpulan penulis, adalah strategi manajemen humasda PT KA Daop 1 Jakarta sesuai dengan tahapan penanggulangan krisis yang diungkap dalam bukunya Public Relation Handbook for Managers and Executives. Dari tahapan tersebut humasda dibantu oleh unit kerja lainnya di PT KA Daop 1 Jakarta.

Dan penelitian terdahulu kedua dengan judul Analisa Manajemen Krisis PT Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Pontianak Dalam Peristiwa Tenggelamnya Kapal Di Alur Pelayaran Pelabuhan. Disusun oleh Fika Suci, Tahun 2011. Jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Veteran Yogyakarta. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang bisnis pelayanan jasa kepelabuhan, tanggungjawab PT. Pelindo II (Persero) Cabang Pontianak adalah mengupayakan kegiatan arus kapal, barang, dan orang yang ada di pelabuhan tidak terganggu. Pada Febuari 2011 Pelindo II (Persero) Pontianak mengalami hambatan dalam operasional akibat kecelakaan laut yang dialami KLM Rahmatia Sentosa di alur pelayaran setelah bertabrakan dengan KM Wewah. Akibatnya KLM Rahmatia Sentosa tenggelam dan sulit dievakuasi sehingga mengganggu arus lalu lintas pelayaran menuju pelabuhan Pontianak. Kejadian tersebut merdampak luas pada ekonomi Kalimantan Barat secara keseluruhan dan menuntut pihak perusahaan pengelola pelabuhan untuk segera bertindak

mengatasi permasalahan penyebab situasi krisis tersebut. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dan studi pustaka. Bertujuan untuk mengetahui strategi manajemen krisis serta peran *public relations* oleh PT. Pelindo II Pontianak dalam krisis tenggelamnya kapal di alur pelayaran pelabuhan dan membandingkannya dengan teori yang digunakan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *public relations*, krisis, dan manajemen krisis. Krisis harus dikelola dengan cepat, tepat, dan akurat, yaitu dengan manajemen krisis. Kecelakaan kapal dan sulitnya evakuasi adalah salah satu contoh krisis yang dihadapi oleh PT. Pelabuhan Indonesia II (Persero) Cabang Pontianak tahun 2011. Dalam peristiwa tersebut Pelindo II (Persero) Pontianak mengatasi krisis dengan strategi adaptif dengan langkah-langkah penanganan krisis yang cukup luas yaitu modifikasi operasional, kompromi, dan meluruskan citra dengan komunikasi krisis. Tidak adanya tim manajemen krisis secara khusus membuat Pelindo menyiapkan *general plan* atau rencana umum di dalam manajemen untuk bereaksi terhadap krisis. Peran *public relations* pada masa krisis Pelindo lebih banyak dilakukan oleh General Manager karena keberadaan humas pada manajemen Pelindo kurang berperan penting mengingat Pelindo berorientasi pada bisnis dan menjadikan *public relations* hanya sebagai *back up* manajemen di dalam bidang pemasaran.

2. Komunikasi

a. Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communicatio*, yang terdiri dari kata *communis* yang berarti sama. Sama disini dimaksud dengan sama makna. Dengan contoh, jika ada dua orang terlibat dalam komunikasi bentuk percakapan, maka komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang sedang diperbincangkan. Kesamaan bahasa yang digunakan tidak barang tentu mengerti makna yang terkandung dalam percakapan tersebut. Percakapan akan komunikatif jika kedua-duanya mengerti bahasa yang digunakan serta mengerti makna yang diperbincangkan. Pengertian komunikasi tersebut sifatnya masih dasar, dalam arti kata bahwa komunikasi itu minimal mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu tetapi juga persuasif. Persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan, melakukan suatu perbuatan atau kegiatan dan lain sebagainya, (Effendy. 2001 : 9).

Definisi ilmu komunikasi menurut Carl I Hovland adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap. Definisi tersebut memberikan arti bahwa ilmu komunikasi tidak hanya

penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum dan sikap publik. Hovland juga mengatakan komunikasi yaitu proses mengubah perilaku orang lain. Akan tetapi, seseorang akan mengubah sikap, pendapat, atau perilaku apabila komunikasi yang dilakukan memang komunikatif, (Effendy. 2001 : 10).

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The structure and function of communications in society*. Laswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi adalah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* (Effendy. 2001 : 10).

Menurut Paradigma Lasswell tersebut menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni:

- 1) Komunikator (*Communicator, source, sender*)
- 2) Pesan (*Message*)
- 3) Media (*channel, media*)
- 4) Komunikan (*Communicant, communicate, receiver, recipient*)
- 5) Efek (*Effect, impact, influence*) (Effendy. 2001 : 10)

Jadi, komunikasi merupakan proses penyampaian informasi oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek/dampak tertentu.

Proses komunikasi sendiri terbagi menjadi dua tahap, yaitu secara primer dan sekunder sebagai berikut:

1) Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (simbol) sebagai media. Lambang disini berupa bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu menerjemahkan pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan. Bahasa merupakan simbol yang lebih banyak digunakan dalam komunikasi, karena dengan menggunakan bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang kepada orang lain, (Effendy. 2001 : 11).

Kial (*gesture*) mampu menerjemahkan pikiran seseorang sehingga mampu menyampaikan ekspresi melalui fisik. Sama halnya dengan isyarat, melalui alat seperti bedug, alarm, kentongan dan lainnya serta warna yang memiliki arti khusus. Namun, kedua lambang tersebut kemampuan yang dimiliki sangatlah terbatas. Dan gambar merupakan simbol dalam komunikasi yang maknanya

melebihi kiasan, isyarat dan makna, namun hal tersebut tidak melebihi maknanya dalam menerjemahkan dibandingkan bahasa.

Dalam proses komunikasi antarpersonal yang melibatkan dua orang dalam suatu interaksi, komunikan akan memberi tanggapan dan berbicara kepada komunikator. Tanggapan yang disampaikan itu dinamakan umpan balik atau *feedback*. Umpan balik disini memiliki peran yang penting, karena yang menentukan komunikasi tersebut berhenti atau lanjut.

Komunikator yang baik adalah orang yang selalu memperhatikan umpan balik sehingga ia dapat segera mengubah gaya komunikasinya di kala ia mengetahui bahwa umpan balik dari komunikan bersifat negatif. Dalam komunikasi antarpersonal, situasinya berupa tatap muka (*face to face communication*), tanggapan komunikan secara langsung dapat diketahui. Umpan balik ini dinamakan umpan balik seketika (*immediate feedback*). Berbeda dengan komunikasi melalui media yang dimana umpan baliknya tersebut tertunda (*delayed feedback*). Komunikator dapat mengetahui tanggapan dari komunikan ketika komunikasi tersebut telah selesai. Seperti contoh dalam kelompok kecil ketika perkuliahan dan seminar umum, (Effendy. 2001: 15).

2) Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan

menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama. Surat, telepon, surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan lainnya adalah media kedua yang sering digunakan, (Effendy. 2001 : 16).

Disini media memiliki peranan yang penting dalam proses komunikasi karena efisiennya proses ketika menyampaikan pesan kepada komunikan. Televisi, radio, dan surat kabar merupakan sarana yang efektif dalam usahanya mencapai komunikan dengan jumlahnya yang sangat banyak. Namun, umpan balik yang diterima dalam komunikasi media, terutama media massa dinamakan sebagai umpan balik yang tertunda (*delayed feedback*), itu dikarenakan respon yang diterima membutuhkan waktu yang cukup lama. Penentuan media menjadi salah satu syarat dalam komunikasi sekunder ini, sebab hal tersebut memerlukan pertimbangan akan hal siapa komunikan yang menjadi sasarannya. (Effendy. 2001 : 11s/d17).

b. Unsur-unsur dalam proses komunikasi

Adapun unsur-unsur dalam proses komunikasi menurut Harold Lasswell, sebagai berikut :

- 1) *Sender* adalah komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
- 2) *Encoding* (penyandian) adalah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

- 3) *Message* (pesan) adalah pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator.
- 4) *Media* adalah saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan.
- 5) *Decoding* (pengawasandian) adalah proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.
- 6) *Receiver* adalah komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
- 7) *Response* (tanggapan) adalah seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.
- 8) *Feedback* (umpan balik) adalah tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.
- 9) *Noise* adalah gangguan tak terencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan lain oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya. (Effendy. 2001 : 18).

3. Hubungan Masyarakat (Humas)

a. Pengertian Hubungan Masyarakat

John E. Marston mengatakan sebagai berikut :

“Public Relations is planned, persuasive communication designed to influence significant public”.

Terjemahannya, oleh karena itu *“public relations* merupakan suatu bidang yang memerlukan perencanaan yang benar-benar matang

dalam suatu pendekatan manajemen pada target-target tertentu, dengan tujuan memperoleh suatu hasil yang maksimal atau tidak mengecewakan”, (Nurjaman dan Umam. 2012 : 104).

Untuk memperoleh kejelasan mengenai apa itu hubungan masyarakat, mengapa diadakan hubungan masyarakat, dan bagaimana melakukan kegiatan hubungan masyarakat, para ahli membagi menjadi dua pengertian yaitu dalam pengertian *Technique of communication and State of being*.

- 1) Hubungan Masyarakat sebagai *Technique of communication* adalah hubungan masyarakat dilakukan sendiri oleh seorang pemimpin, apakah ia pemimpin jawatan pemerintahan, perusahaan, instansi militer, lembaga, atau organisasi lainnya.
- 2) Hubungan Masyarakat sebagai *State of Being* adalah keadaan wujud yang merupakan wahana kegiatan hubungan masyarakat dalam bentuk biro, bagian, seksi, urusan, divisi dan lain-lain. Penggunaan istilah bergantung pada struktur organisasi di mana hubungan masyarakat itu dilakukan. Artinya terdapat orang yang memimpin atau pejabat humas suatu kelembagaan tertentu, (Effendy. 2002 : 132).

b. Fungsi Hubungan Masyarakat

Humas atau lebih populer dengan sebutan PR/ *public relations*, merupakan bagian terpenting dalam instansi pemerintahan dalam membangun nama baik dan memberikan sebuah identitas yang sesuai serta

memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik sehingga masyarakat percaya dan yakin terhadap instansi pemerintahan tersebut. Menurut Maria memberikan gambaran tentang fungsi *public relations* yaitu sebagai berikut :

- 1) Kegiatan yang bertujuan memperoleh itikad baik, kepercayaan, saling pengertian dan citra yang baik dari publik atau masyarakat pada umumnya.
- 2) Memiliki sasaran untuk menciptakan opini publik yang bisa diterima dan menguntungkan semua pihak.
- 3) Unsur penting dalam manajemen guna mencapai tujuan yang spesifik sesuai harapan publik, tetapi merupakan kekhasan organisasi atau perusahaan.
- 4) Usaha menciptakan hubungan yang harmonis antara organisasi atau perusahaan dengan publiknya sekaligus menciptakan opini publik sebagai efeknya, yang sangat berguna sebagai *input* bagi organisasi atau perusahaan yang bersangkutan, (Nurjaman dan Umam. 2012 : 114).

Fungsi-fungsi humas yang tercantum dalam *booklet* PRSA (*Public Relations Society of America*), antara lain:

- 1) *Progamming*

Fungsi ini antara lain mencangkup analisis masalah dan peluang, menentukan *goals* dan publik (kelompok orang yang dukungan dan pemahamannya diperlukan organisasi) serta merekomendasi dan

merencanakan kegiatan. Yang terakhir termasuk kedalamnya, pembuatan anggaran, penjadwalan, pembagian dan pendelegasian tugas.

2) *Relationship*

Seorang praktisi *public relations* yang berhasil yakni mampu menjalin hubungan yang baik dan mengembangkan keterampilan dalam mengumpulkan informasi dari manajemen, sejawat dalam organisasi dan dari sumber-sumber di luar organisasi.

3) *Writing & Editing*

Sejalan dengan sasaran kegiatan humas, yakni mencapai publik yang amat besar, alat penting yang dapat digunakan adalah melalui barang-barang cetakan. Banyak ragam barang cetakan yang digunakan dalam kegiatan humas seperti, laporan tahunan, *booklest*, *media release*, *newsletter*, dan beberapa lainnya. Tulisan yang jelas dan masuk akal sangat penting artinya bagi keefektifan kerja praktisi humas.

4) *Information*

Membangun informasi yang baik merupakan salah satu cara menyebarkan informasi secara efektif. Hal ini biasanya berkaitan dengan usaha pengenalan cara kerja berbagai media atau saluran komunikasi yang ada, termasuk didalamnya, surat kabar, media elektronik radio dan televisi serta multimedia.

5) *Production*

Fungsi ini berkaitan dengan kegiatan produksi media komunikasi yang digunakan dalam menyebarkan pesan-pesan yang yang dirancang oleh praktisi humas. Untuk itu praktisi humas harus memiliki pengetahuan tentang tata letak, tipografi, dan lain-lain yang berkaitan dengan produksi media komunikasi yang digunakan dalam kegiatan humas.

6) *Special event*

Kegiatan-kegiatan yang harus ditangani praktisi humas yaitu konferensi pers, pameran, ulang tahun perusahaan. kegiatan seperti ini biasanya diarahkan untuk dapat menarik perhatian dan memperoleh pengakuan dari publik terhadap keberadaan perusahaan.

7) *Speaking*

Keterampilan penting yang harus dimiliki oleh praktisi *public relation* adalah keterampilan berbicara baik untuk tatap muka individual maupun tatap muka kelompok. Menulis pidato adalah bagian dari tugas humas.

8) *Research & Evaluation*

Aktivitas penting yang dilakukan praktisi humas adalah pengumpulan fakta. Bisa dilakukan secara formal ataupun informal, dapat menggunakan berbagai teknik. Penelitian biasanya digunakan baik pada awal maupun pada akhir sebuah program kehumasan. Pengevaluasian kegiatan humas juga sekarang mulai memperoleh perhatian yang semakin besar, (IGN Putra. 1999 : 10).

c. Tujuan Hubungan Masyarakat

Dari sekian banyak tugas yang dilakukan oleh seorang humas atau *public relations* tujuan utama yang ingin dicapai adalah komunikasi internal dan komunikasi eksternal yakni:

- 1) Komunikasi internal (personil atau anggota institusi)
 - a) Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai industri.
 - b) Menciptakan kesadaran anggota mengenai peran institusi dalam masyarakat.
 - c) Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya.
- 2) Komunikasi eksternal (masyarakat)
 - a) Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.
 - b) Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya.
 - c) Motivasi untuk menyampaikan citra yang baik, (Nova. 2009 : 41).

4. Krisis (*Crisis*)

Setiap instansi pemerintahan, perusahaan, organisasi secara tidak langsung pasti memiliki kecenderungan mengalami masa keterpurukan atau krisis. Apabila instansi pemerintahan sudah mulai menumbuhkan benih-benih sebuah krisis, maka hal tersebut harus segera dikelola sebaik mungkin supaya tidak semakin meluas. Setiap krisis memiliki potensi pada merubah citra atau nama baik instansi pemerintahan, apabila krisis tersebut

tidak segera ditindak lanjuti akan berkembang menjadi musibah yang berdampak luas bagi masyarakat. Dan berakibat instansi pemerintahan tersebut akan mengalami kerugian besar baik material maupun non material seperti menurunnya tingkat keuntungan, rasa percaya diri, dan melemahnya kepercayaan masyarakat atau pengguna jasa/*stakeholder*.

a. Pengertian krisis

Krisis adalah sebuah malapetaka yang muncul secara alami atau sebagai hasil dari kesalahan, intervensi atau bahkan niat jahat manusia. Krisis dapat meliputi kehancuran nyata, seperti perusakan jiwa atau aset atau kehancuran tak berwujud, seperti hilangnya kredibilitaas atau kerusakan reputasi lain atau suatu organisasi. Akibat-akibat yang terakhir mungkin merupakan hasil dari respon manajemen atau kehancuran nyata atau hasil dari kesalahan manusia. Sebuah krisis biasanya memiliki dampak keuangan aktual atau potensial yang signifikan pada sebuah perusahaan dan biasanya memengaruhi banyak konstituensi didalam lebih dari satu pasar, (Argenti. 2010 : 301).

b. Penyebab Krisis

Sebuah krisis itu pasti akan muncul apabila ada penyebabnya, namun biasanya hal tersebut bisa dikatakan dianggap remeh oleh instansi pemerintah bisa dikarenakan masalah itu sepele maka dari pihak instansi terkait menghiraukannya. Tetapi, apabila hal tersebut terus menerus didiamkan maka efek yang akan diperoleh bagi instansi pemerintahan tersebut akan secara bertahap dan ujungnya sangatlah

fatal. Penjelasan mengenai sembilan macam krisis berdasarkan penyebabnya, yaitu :

1) Krisis karena bencana alam

Tipe paling relevan dari krisis adalah yang disebabkan oleh bencana alam. Bencana alam, seperti gempa bumi, letusan gunung berapi, banjir dan kebakaran dapat terjadi di lingkungan sekitar kita dan manusia selalu tidak berdaya menghadapinya.

2) Krisis karena kecelakaan industri

Krisis ini cukup bervariasi, mulai dari mesin yang tidak berfungsi sebagaimana mestinya, kebakaran, hingga kecelakaan kerja. Kecelakaan industri yang menyebabkan kematian biasanya menjadi “magnet bagi media”.

3) Krisis karena produk yang kurang sempurna

Dalam suatu bisnis perusahaan menghasilkan produk yang terdiri dari barang (*goods*) dan jasa (*services*). Hal krisis dapat terjadi karena produk yang dihasilkan cacat (*defect*) atau kurang sempurna.

4) Krisis karena persepsi publik

Krisis ini biasanya disebabkan karena perusahaan melakukan hal-hal yang bertentangan dengan norma yang ada di masyarakat atau yang bertentangan dengan keinginan dan kepentingan publik.

5) Krisis karena hubungan kerja yang buruk

Hubungan kerja yang buruk antara pekerja dan perusahaan dapat menjurus pada krisis besar. Krisis ini dapat mengarah pada kondisi tidak terkendali yang serius dalam operasional perusahaan.

6) Krisis karena kesalahan strategi bisnis

Penyebab utama krisis ini adalah perencanaan atau implementasi strategi bisnis yang keliru atau tidak tepat, yang dilakukan oleh manajemen.

7) Krisis karena terkait masalah kriminal

Krisis jenis ini merupakan ancaman besar untuk beberapa industri, seperti pariwisata, perbankan, dan penerbangan. Krisis ini membutuhkan respon yang tepat karena menjadi “magnet media”.

8) Krisis karena pergantian manajemen

Perubahan dalam organisasi terkadang dianggap sebagai pemicu sebuah krisis. Beberapa perusahaan menempatkan CEO mereka sebagai figur penting yang tidak tergantikan sehingga kepergiannya betul-betul menimbulkan krisis.

9) Krisis karena persaingan bisnis

Ketatnya persaingan bisnis dapat menyebabkan persaingan bisnis jenis ini menjadi semakin sering terjadi. Beberapa perusahaan yang memonopoli pasar dapat mengontrol pasar dan menyerang pesaing secara frontal. Hal inilah yang menyebabkan pesaing rugi dan

harus mengeluarkan banyak uang untuk bangkit dan membangun kembali nama baik dan reputasi mereka, (Nova. 2009 : 61-81).

c. Penggolongan Krisis

Biasanya krisis itu mulai timbul melalui beberapa peristiwa, dan biasanya krisis itu timbul tidak hanya dari satu pihak saja melainkan bisa dari ke dua belah pihak yang berkaitan yakni pihak internal dan pihak eksternal. Dari pihak internal biasanya disebabkan dari pegawai atau orang dalam organisasi tersebut, bisa juga dari teknologi dan manajemen instansi terkait. Sedangkan dari pihak eksternal disebabkan oleh bencana alam dan peraturan yang dibuat oleh pemerintah. Krisis dapat dikelompokkan kedalam beberapa jenis, antara lain:

- 1) Krisis teknologi yaitu krisis yang disebabkan oleh kesalahan penggunaan teknologi tertentu dalam operasional organisasi.
- 2) Krisis *konfrontasi* yaitu krisis yang disebabkan karena relasi yang buruk antara organisasi dengan publik.
- 3) Krisis *malevolence* yaitu krisis yang terjadi apabila seseorang atau kelompok mempunyai keinginan untuk menjatuhkan atau membahayakan organisasi, seperti sabotase atau teroris yang mengebom area bisnis dan mengganggu aktivitas organisasi.
- 4) Krisis manajemen yaitu krisis yang terjadi karena kelompok manajemen gagal melaksanakan tanggung jawabnya.

- 5) Krisis bencana alam yaitu krisis yang disebabkan oleh bencana alam yang memengaruhi aktivitas organisasi, seperti banjir, gempa bumi, tanah longsor.
- 6) Krisis produk yaitu krisis yang diakibatkan oleh kesalahan produk, seperti sebuah produk yang mengandung zat berbahaya, (Kriyantono. 2012 : 176)

d. Resiko Krisis

Dampak dari krisis biasanya berupa bencana yang dapat menimbulkan kerugian bagi kedua belah pihak, baik pihak internal ataupun pihak eksternal, secara tidak langsung dapat mengancam citra instansi pemerintahan. Resiko yang timbul akibat krisis, yaitu:

- 1) Intensitas masalah menjadi meningkat
- 2) Dibawah sorotan publik
- 3) Dibawah tekanan pemerintah dan pers
- 4) Operasional normal perusahaan maupun masyarakat
- 5) Nama baik, produk dan citra perusahaan terancam. (Soemirat dan Ardianto. 2010 : 183).

e. Tahapan Krisis

Krisis itu datangnya selalu tidak terduga atau tidak diketahui oleh pihak yang terkait, sebelum akhirnya menunjukkan beberapa gejala yang merugikan material maupun non material. Menurut Rhenald Kasali, secara konseptual anatomi krisis dapat dibedakan dalam empat tahapan, yaitu :

- 1) Tahap Prodromal, dimana krisis baru muncul dan belum mempunyai dampak yang luas terhadap citra perusahaan.
- 2) Tahap Akut, dimana persoalan mulai muncul ke permukaan. Biasanya dikarenakan kelemahan manajemen untuk menanggapi terhadap prodromal.
- 3) Tahap Kronik, dimana krisis telah berlalu dan tersisa korban dan dampak dari krisis tersebut.
- 4) Tahap Resolusi, dimana manajemen harus memulihkan kekuatan supaya kembali normal dalam menjalankan aktivitas, (Wasesa. 2005 : 18).

f. Penyelesaian Krisis

Kejutan merupakan salah satu ciri khas datangnya sebuah krisis, karena krisis merupakan sebuah malapetaka yang datangnya tidak diketahui. Manajemen krisis merupakan bagian terpenting dalam menyelesaikan sebuah krisis. Dalam upayanya menyelesaikan krisis, manajemen harus memiliki *crisis management plans*. Beberapa pedoman umum berikut dapat membantu manajemen pada saat kritis, sebagai berikut:

- 1) Mempersiapkan *contingency plan* (anggota tim krisis manajemen dapat dibentuk dalam waktu singkat, selalu adakan pelatihan untuk menghadapi berbagai macam krisis).

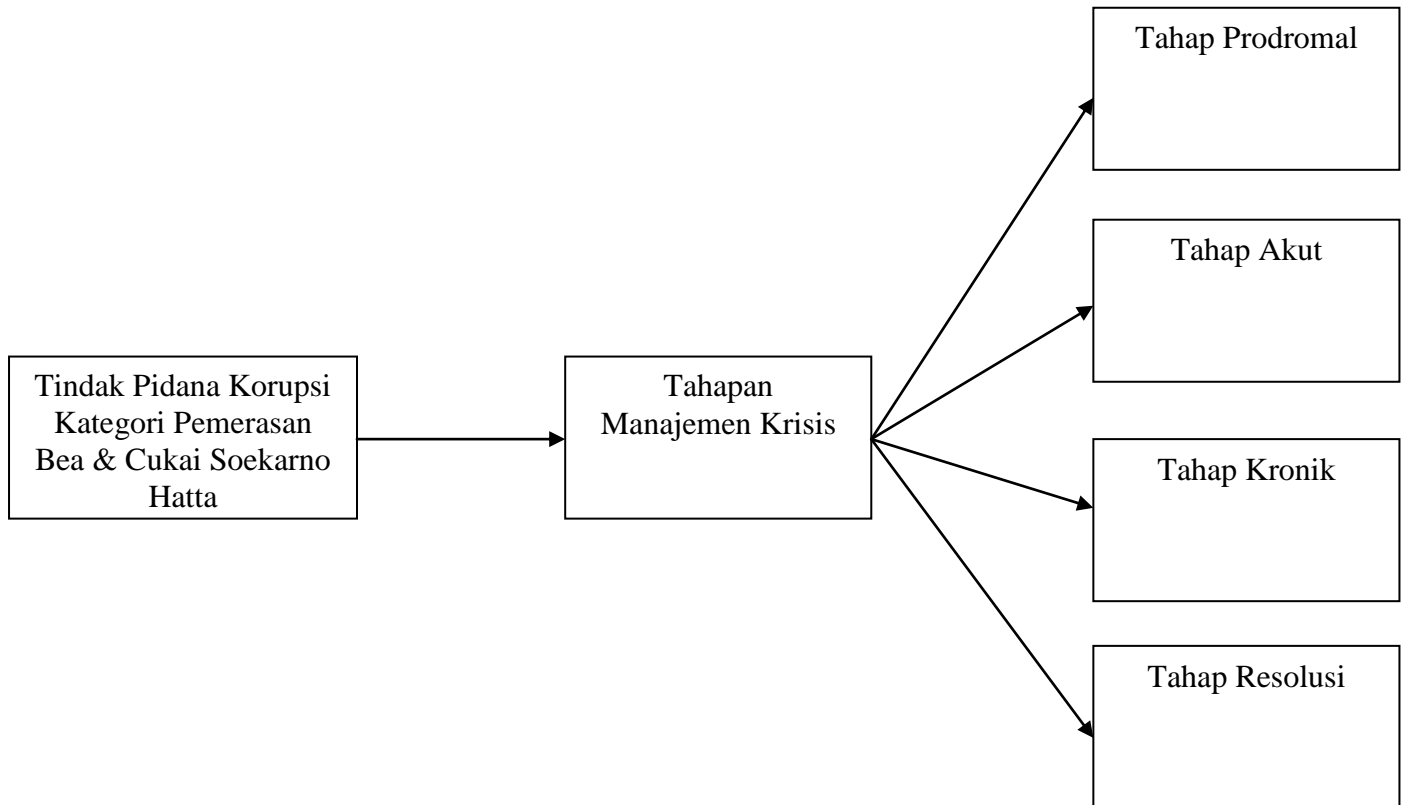
- 2) Segera umumkan *official spokesperson* (anggota tim krisis) yang berhak berbicara dan memberikan keterangan mengenai krisis ke publik dan media.
- 3) Bergerak dengan cepat (jam pertama ketika krisis terjadi sangat *crusial* karena media sering memberikan informasi berdasarkan informasi berdasarkan kejadian awal).
- 4) Gunakan konsultan manajemen krisis (saran dari konsultan *public relations* sangat penting).
- 5) Memberikan informasi yang akurat dan benar.
- 6) Ketika memutuskan bertindak, jangan hanya mempertimbangkan kerugian jangka pendek tetapi pikirkan juga efek jangka panjang, (Nova. 2009 : 147).

Mereka yang harus duduk dalam tim krisis adalah orang-orang yang dapat mewakili kepentingannya antara lain:

- 1) Hukum, ia harus diwakili karena akan sangat banyak melibatkan kepentingan hukum.
- 2) Pimpinan tertinggi, mereka harus mengambil keputusan secara cepat.
- 3) Pejabat *public relations*, karena PR harus mampu menggalang dan mengawasi liputan semasa kritis dan sesudah krisis untuk mengembalikan citra perusahaan.
- 4) *Personal industrial relations*, mereka diperlukan karena setiap krisis akan melibatkan tenaga kerja.

- 5) *Employee communications*, sering dalam krisis tindakan yang diambil hanya pengumuman siaran kepada masyarakat, siaran kepada karyawan jangan dilupakan karena dapat menjadi bumerang.
- 6) Petugas keamanan pabrik, merekalah yang berhubungan dengan petugas keamanan untuk menjaga kepentingan penyelesaian krisis.
- 7) Kegiatan teknis, sangat diperlukan jika menyangkut karena adanya benda-benda beracun dan berbahaya.
- 8) Kesehatan, diperlukan karena mereka harus membantu korban-korban yang berjatuhan.
- 9) Juru potret, diperlukan pengambilan gambar-gambar baik untuk pelajaran menghadapi krisis maupun untuk kepentingan hukum dan pembelaan.
- 10) Kontak dengan media, penunjukan seorang juru bicara agar seluruh keterangan hanya datang dari satu sumber untuk mencegah simpang siurnya keterangan, (Soemirat dan Ardianto. 2010 : 183).

F. Kerangka Berpikir



Gambar I. Kerangka Berpikir (Wasesa. 2005 : 18)

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian adalah Deskriptif

Data yang dikumpulkan adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Hal itu dikarenakan adanya penerapan metode kualitatif. Selain itu semua yang dikumpulkan berkemungkinan menjadi kunci terhadap apa yang sudah di teliti. Dengan demikian, laporan penelitian akan berisi kutipan-kutipan data untuk memberi gambaran penyajian laporan tersebut. Data tersebut mungkin berasal dari naskah wawancara, catatan lapangan, foto, *videotape*, dokumen pribadi, catatan atau memo

dan dokumen resmi lainnya. Pada penulisan laporan demikian, peneliti menganalisis data yang sangat kaya tersebut sejauh mungkin dalam bentuk aslinya. Hal itu hendaknya dilakukan seperti orang merajut sehingga setiap bagian di telaah satu demi satu. Pertanyaan dengan kata tanya mengapa, alasan apa dan bagaimana terjadinya akan senantiasa dimanfaatkan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti tidak akan memandang bahwa sesuatu itu sudah memang demikian adanya, (Moleong. 2011 : 11).

2. Metode Penelitian adalah Kualitatif

Penelitian Kualitatif menurut Bogdan dan Taylor adalah sebuah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Jadi, dalam penelitian ini tidak boleh mengisolasi individu atau organisasi ke dalam variabel atau hipotesis tetapi perlu memandangnya sebagai bagian dari sesuatu keutuhan, (Moleong. 2011 : 4).

3. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea & Cukai Tipe Madya Pabean Soekarno Hatta Jakarta.

Waktu penelitian : Tanggal 16 Mei s/d 19 Mei 2013

4. Sumber Data

Jenis data yang di gunakan dalam melakukan penelitian ini yaitu :

a. Data Primer

Dalam penelitian ini, penulis memilih informan yang memiliki hubungan terkait dengan fungsi dari humas. Untuk memperoleh data

atau informasi penting yang diinginkan, maka peneliti melakukan pemilihan informan secara *purposive sampling*. Teknik sampling dalam penelitian kualitatif jelas berbeda dengan yang nonkualitatif. Paradigma alamiah, menurut Lincoln dan Guba, peneliti mulai dengan asumsi bahwa konteks itu kritis sehingga masing-masing konteks itu ditangani dari segi konteksnya sendiri, (Moleong. 2011 : 223).

Selain itu dalam penelitian kualitatif peneliti sangat erat kaitannya dengan faktor-faktor kontekstual. Jadi, maksud sampling dalam hal ini untuk menjangkau sebanyak mungkin informasi dari berbagai macam sumber dan bangunanya (*constructions*). Tujuannya adalah untuk merinci kekhususan yang ada ke dalam ramuan konteks yang unik. Maksud yang kedua dari sampling adalah menggali informasi yang akan menjadi dasar dari rancangan dan teori yang muncul. Oleh sebab itu, pada penelitian kualitatif tidak ada sampel acak, tetapi sampel bertujuan (*purposive sample*), (Moleong. 2011 : 224).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *purposive sample*, yaitu humas KPPBC Soekarno Hatta, diantaranya:

- 1) Bapak Fauzi Ahmad
- 2) Bapak Nukh Iwan
- 3) Bapak Singgih Fajar
- 4) Bapak Wahyu Aditya

Alasan peneliti memilih informan tersebut karena :

- 1) Memiliki jabatan penting pada bagian Seksi Penyuluhan & Layanan Informasi sebagai fungsi Humas instansi, terutama bapak Fauzi Ahmad yang memiliki jabatan sebagai Kasubsi Seksi PLI.
- 2) Berpengalaman dalam mengatasi sebuah masalah yang berhubungan langsung dengan instansi.
- 3) Memiliki wawasan atau pengetahuan yang luas.
- 4) Memiliki keahlian dalam berkomunikasi
- 5) Bertindak sebagai pelaksana serta sumber informasi yang akurat.
- 6) Menguasai SLA (*sistem level agreement*), dan
- 7) Menguasai peraturan, perundang-undangan kepabeanan dan cukai.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari bahan kepustakaan, jurnal ilmiah, buku, literatur serta dokumentasi, arsip kantor Bea & Cukai Soekarno Hatta, seperti Lakip, memorandum kantor.

5. Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan tersebut dilakukan oleh dua belah pihak yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu (Moleong. 2011 : 186).

Teknik wawancara yang digunakan adalah teknik wawancara terstruktur, yaitu wawancara yang pewawancaranya menetapkan

sendiri pertanyaan yang akan diajukan (Moleong. 2011 : 190). Wawancara akan dilakukan dengan Seksi PLI sebagai Humas KPPBC Tipe Madya Soekarno-Hatta sebagai informan.

b. Observasi

Menurut Indriantoro dan Supomo, menjelaskan mengenai observasi atau pengamatan yaitu proses pencatatan pola perilaku subjek (orang), objek (benda-benda) atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi dengan individu-individu yang diteliti. Dalam melakukan pengamatan, peneliti menggunakan teknik observasi nonpartisipan (*nonparticipant observations*), yaitu peneliti melakukan observasi pengumpulan data dan informasi tanpa melibatkan diri, atau tidak menjadi bagian dari lingkungan sosial/organisasi yang diamati, (Ruslan. 2008 : 36).

c. Studi Dokumentasi

Informasi, data yang diperlukan dalam penelitian ini diperoleh dari studi dokumentasi. Dokumen bisa memiliki beragam bentuk dari yang tertulis sederhana sampai yang lebih lengkap dan bahkan bisa berupa benda-benda lainnya sebagai peninggalan masa lampau. Mencatat dokumen menurut Yin disebut sebagai *content analysis*, dan yang dimaksudkan bahwa yang diteliti bukan sekedar mencatat isi penting yang tersurat dalam dokumen atau arsip, tetapi juga tentang maknanya yang tersirat. Oleh karena itu dalam menghadapi beragam dokumen

dan arsip tertulis sebagai sumber data, peneliti harus bersikap kritis serta teliti, (H.B Sutopo. 2002 : 69).

6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis interaktif. Dalam model ini ada tiga komponen analisa yang berjalan bersamaan, yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan serta verifikasinya. Ketiga komponen tersebut terlibat dalam proses analisis dan saling berkaitan serta menentukan hasil akhir analisis. Teknik analisa ini menuntut peneliti untuk selalu bergerak diantara ke empat komponen tersebut, termasuk pengumpulan data. Penjelasan masing-masing tahap sebagai berikut :

a. Reduksi data

Merupakan komponen pertama dalam analisis yang merupakan proses seleksi, pemfokusan, penyederhanaan, dan abstraksi data dari *fieldnote*. Proses ini berlangsung terus selama pelaksanaan penelitian. Bahkan prosesnya diawali sebelum pelaksanaan pengumpulan data. Sedangkan kegunaan dari reduksi data adalah bagian dari proses analisis yang mempertegas, memperpendek, membuat fokus, membuang hal-hal yang tidak penting dan mengatur data sedemikian rupa sehingga simpulan penelitian dapat dilakukan.

b. Sajian data

Merupakan rakitan kalimat yang disusun secara masuk akal dan sistematis, sehingga apabila dibaca akan bisa mudah dipahami

berbagai hal yang terjadi dan memungkinkan peneliti untuk berbuat sesuatu pada analisis ataupun tindakan lain berdasarkan pemahamannya tersebut. Sajian data juga mengacu pada rumusan masalah dalam penelitian, sehingga narasi yang tersaji merupakan deskripsi mengenai kondisi yang rinci untuk menceritakan dan menjawab setiap permasalahan yang ada.

Sajian data selain dalam bentuk narasi kalimat, juga dapat menggunakan matriks, gambar atau skema, maupun bagan serta gambar yang dirancang guna menggabungkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu. Dengan demikian peneliti dapat melihat apa yang sedang terjadi dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar atau terus melangkah untuk melakukan analisis.

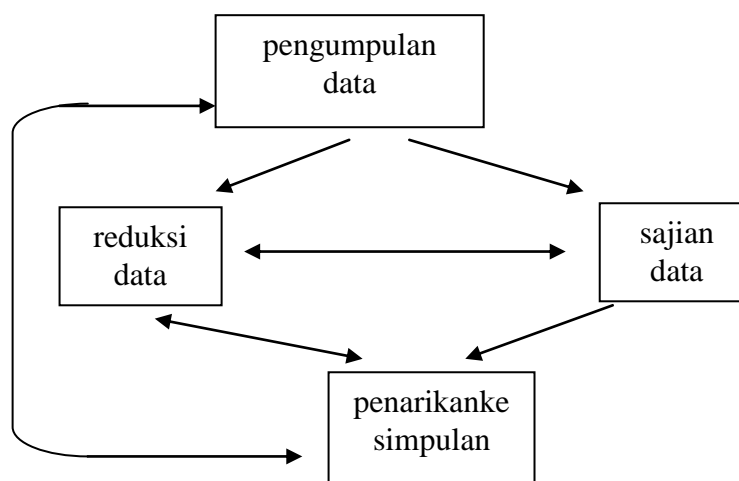
c. Penarikan kesimpulan

Dari data yang dikumpulkan dicari tema, pola, keteraturan-keteraturan, kesamaan-kesamaan dan penjelasan yang muncul. Peneliti akan mengambil keputusan dari tiga komponen analisis yaitu reduksi data, sajian data dan penarikan kesimpulan dan aktivitasnya dilakukan dalam bentuk interaktif dengan proses siklus, analisis dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data.

Data berupa informasi, uraian dalam bentuk bahasa kemudian dikaitkan dengan data yang lainnya untuk mendapatkan kejelasan terhadap suatu kebenaran, sehingga memperoleh gambaran baru atau

menguatkan gambaran yang sudah tersedia. Jadi analisis ini dilakukan dalam bentuk uraian yang merupakan penjelasan-penjelasan dan gambaran dari keadaan, proses, atau peristiwa dan bukan berupa angka-angka statistik atau bentuk angka yang lainnya, (H.B Sutopo. 2002 : 91).

Untuk lebih jelasnya proses analisis model interaktif dapat dilihat pada gambar berikut ini :



Gambar II (H. B. Sutopo. 2002 : 9)

7. Teknik Validitas Data

Dalam penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data menurut istilah Patton ini juga sering disebut sebagai triangulasi sumber. Cara ini mengarahkan peneliti agar di dalam mengumpulkan data, ia wajib menggunakan beragam sumber data yang tersedia. Artinya, data yang sama atau sejenis akan lebih mantap kebenarannya bila di gali dari beberapa sumber data yang berbeda, (H.B.Sutopo. 2002 : 79).