ABSTRAK

Daniel Erlangga Oktavian : Strategi Komunikasi Humas dalam Sosialisasi Gempur Rokok Ilegal (Studi Deskriptif pada Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung)

Peredaran rokok ilegal masih menjadi persoalan yang memerlukan penanganan melalui penegakan hukum sekaligus pendekatan komunikasi kepada masyarakat. Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung melalui Seksi Penyuluhan dan Layanan Informasi (PLI) melaksanakan sosialisasi Gempur Rokok Ilegal untuk menyampaikan informasi mengenai ketentuan cukai, ciri-ciri rokok ilegal, serta dampak peredarannya. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi Humas PLI Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung dalam pelaksanaan sosialisasi Gempur Rokok Ilegal kepada masyarakat.

Tujuan penelitian ini untuk menjelaskan strategi komunikasi Humas PLI Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung dalam sosialisasi Gempur Rokok Ilegal dengan menggunakan model 4 tahap RACE yang dikemukakan oleh John E. Marston, yang terdiri atas tahap: 1. *Research* (riset), 2. *Action* (perencanaan aksi), 3. *Communication* (komunikasi), dan 4. *Evaluation* (evaluasi). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan observasi partisipatif pasif dan dokumentasi terhadap pelaksanaan kegiatan sosialisasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kegiatan Strategi komunikasi Humas yang dilakukan Bea Cukai Bandung dalam sosialiasi Gempur Rokok Ilegal dilakukan melalui model empat tahap RACE yaitu tahap: 1. *Research* dilakukan melalui pemantauan respons masyarakat, data penindakan, informasi pemangku kepentingan, media sosial, informasi audiens dan lokasi, serta pengalaman sosialisasi sebelumnya. 2. Tahap *Action* mencakup penetapan tujuan, penyusunan pesan, penentuan komunikator, pembagian peran, dan koordinasi. 3. Tahap *Communication* dilakukan melalui penyesuaian bahasa dan cara penyampaian, pendekatan humanis, serta pemanfaatan berbagai media. 4. Tahap *Evaluation* dilakukan melalui kuesioner, Survei Kepuasan Masyarakat, briefing, dan rapat evaluasi sebagai bahan perbaikan kegiatan berikutnya. Keempat tahapan tersebut saling berkaitan dalam pelaksanaan sosialisasi Gempur Rokok Ilegal.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi humas Bea Cukai Bandung dalam sosialisasi Gempur Rokok Ilegal dilakukan secara terencana dan sistematis melalui pemahaman kebutuhan khalayak, penetapan tujuan dan pesan, penyampaian melalui beragam media, serta evaluasi sebagai bahan perbaikan kegiatan sosialiasi berikutnya.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Hubungan Masyarakat, Sosialisasi, Gempur Rokok Ilegal, RACE.

ABSTRACT

Daniel Erlangga Oktavian: ***Public Relations Communication Strategy in the Socialization of Gempur Rokok Ilegal (A Descriptive Study at the Information and Counseling Section of the Bandung Type A Customs and Excise Office)***

The circulation of illegal cigarettes remains an issue that requires not only law enforcement measures but also a communication approach directed toward the public. The Bandung Type A Customs and Excise Office, through its Information and Counseling Section (PLI), conducts the Gempur Rokok Ilegal socialization program to provide information regarding excise regulations, the characteristics of illegal cigarettes, and the impacts of their circulation. This study focuses on the public relations communication strategy of the PLI Section of the Bandung in implementing the Gempur Rokok Ilegal socialization program for the public.

This study aims to explain the public relations communication strategy of the PLI Section of the Bandung Type A Customs and Excise Office in the socialization of Gempur Rokok Ilegal by applying the RACE model proposed by John E. Marston, which consists of the stages of: 1. Research, 2. Action, 3. Communication, and 4. Evaluation. This study employed a descriptive qualitative method. Data were obtained through in-depth interviews and passive participant observation of the implementation of the socialization activities and Documentation.

The research findings indicate that the public relations communication strategy implemented by Bandung Customs and Excise as part of the 'Gempur Rokok Ilegal' awareness campaign was carried out using the four-stage RACE model, namely the following stages: 1. Research is carried out by monitoring public responses, enforcement data, stakeholder information, social media, audience and location data, and previous outreach experiences. 2. The Action phase involves setting objectives, drafting messages, selecting communicators, allocating roles, and coordination. 3. The Communication stage is carried out through the adaptation of language and delivery methods, a humanistic approach, and the use of various media. 4. The Evaluation stage is carried out through questionnaires, public satisfaction surveys, briefings and evaluation meetings, to inform improvements to future activities.

Based on the research findings, it can be concluded that the public relations communication strategy employed by Bandung Customs and Excise in raising awareness of the 'Gempur Rokok Ilegal' campaign was carried out in a planned and systematic manner through an understanding of the audience's needs, the setting of objectives and messages, dissemination via various media, and evaluation to inform improvements to future awareness-raising activities.

Keywords: *Communication Strategy, Public Relations, Socialization,* Gempur Rokok Ilegal*, RACE*