

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manajemen Humas merupakan proses pengelolaan program kegiatan yang dilakukan oleh seorang humas di suatu lembaga/instansi. Sebuah program kegiatan humas membutuhkan manajemen yang baik dalam pelaksanaannya, agar tujuan dari program kegiatan tersebut dapat tercapai.

Program kegiatan humas yang dapat mengikuti perkembangan zaman, dewasa ini selalu dikaitkan dengan manajemen humas, dengan manajemen humas dapat dikatakan bahwa kegiatan yang dibuat dapat berjalan dengan baik, serta tujuan yang di inginkan dapat tercapai, selain itu juga dapat membuat konsep yang baik dalam pembuatannya, sehingga harus di pahami dulu mengenai manajemen humas. “ Manajemen Humas adalah suatu proses dan aspek Manajemen Humas yang di lakukan baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek, harus direncanakan dengan cermat dan hati-hati, sehingga akan diperoleh hasil sesuai dengan yang di inginkan.” (Elvinaro,2011:213).

Tujuan umum dari program kerja dan berbagai aktifitas Humas di lapangan adalah dengan cara menciptakan hubungan yang harmonis antara instansi dengan publiknya atau stakeholder. Hasil yang di harapkan adalah adanya citra positif (*good image*), kemauan baik (*good will*), saling menghargai (*mutual appreciation*), saling timbul pengertian (*mutual understanding*), toleransi (*tolerance*) antara kedua belah pihak.

Tujuan dari proses perencanaan kerja untuk mengelola berbagai aktivitas Humas tersebut dapat di wujudkan jika terorganisasikan dengan baik melalui manajemen Humas yang di kelola secara profesional dan dapat di pertanggung jawabkan hasil atau sasarannya. Hal tersebut juga jika dapat di wujudkan adanya pertukaran pendapat, pesan dan informasi yang jelas, serta mudah di mengerti oleh kedua belah pihak yang terlibat dari komunikator dan komunikan dimana pertukaran informasi dilakukan melalui sistem saluran (*channel*), media massa ataupun bentuk non media massa lainnya. Semua itu dapat dimanfaatkan sebagai alat (*tool*) untuk kegiatan atau aktifitas komunikasi dua arah timbal balik (*reciprocal two waystraffic communication*) sehingga di peroleh pencapaian umpan balik (*feed back*) yang positif, salah satu program tersebut adalah program penyuluhan.

Penyuluhan merupakan keterlibatan seseorang untuk melakukan komunikasi informasi secara sadar dengan tujuan membantu sesamanya dan memberikan pendapat sehingga bisa membuat keputusan yang benar. Penyuluhan diharapkan terjadi peningkatan pengetahuan, keterampilan dan sikap. Pengetahuan dikatakan meningkat apabila terjadi perubahan dari tidak tahu menjadi tahu dan yang sudah tahu menjadi lebih tahu.

Kegiatan penyuluhan tidak berhenti pada penyebarluasan informasi/inovasi dan memberikan penerangan, tetapi merupakan proses yang dilakukan secara terus menerus sekuat tenaga dan pikiran. Penyuluhan juga dapat dilakukan dengan beberapa cara yaitu dengan cara berkampanye.

Kampanye atau propaganda PR *campaign and propaganda*, selain untuk mengkampanyekan program kerja, aktivitas dan informasi, tujuan lainnya adalah untuk memperkenalkan, meningkatkan kesadaran atau pengertian dan mencari dukungan masyarakat dari sasaran khalayaknya target *audience*, dan sekaligus mempengaruhi serta membujuk sasaran khalayak yang terkait dan dituju *significant public*, perkembangan berikutnya dikenal dengan stakeholder (khalayak sasaran yang terkait).

Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung mempunyai salah satu program yaitu program penyuluhan tentang Peraturan Barang Bawaan Penumpang di Bandara Husen Sastranegara, dimana humas memberikan informasi-informasi terkait barang bawaan penumpang. Humas memberikan penjelasan dan pengertian tentang peraturan-peraturan barang bawaan penumpang kepada para penumpang/masyarakat dengan menggunakan bahasa yang dapat di pahami oleh masyarakat, supaya para penumpang memahami peraturan-perturan dalam barang bawaan penumpang.

Berdasarkan data pra penelitian yang di dapatkan dari Sarah Sekarwangi (22) salah satu penumpang di Bandara Husein Sastranegara menjelaskan bahwa :

Adanya penyuluhan tentang peraturan barang bawaan penumpang ini, adalah salah satu sosialisasi yang sangat bagus, karena dengan adanya penyuluhan ini, masyarakat atau pun penumpang yang keluar negeri maupun ke dalam negeri mengetahui kapasitas barang yang harus dibawa seperti apa, dan sistem pengawasan yang dilakukan oleh customs di Bandara sudah lumayan ketat, oleh karna itu tidak ada lagi barang sembarangan yang masuk dan keluar.

Program Penyuluhan ini menurut peneliti merupakan program yang efektif dan bermanfaat. Bea Cukai memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat untuk menambah wawasan baru terhadap peraturan barang-barang bawaan penumpang dan barang-barang ekspor impor yang terkait dengan penerimaan negara dan bawaan barang penumpang di Bandara Husen Sastranegara. Berdasarkan data pra penelitian bahwa :

Bea Cukai sebagai lembaga pemerintah yang memiliki kewenangan dalam mengawasi proses impor berkewajiban untuk melakukan pemeriksaan terhadap barang bawaan penumpang dari luar negeri. Kendati demikian ada beberapa ketentuan yang patut diketahui dan dipahami agar para penumpang dapat membawa barang bawaan dari luar negeri dengan nyaman tanpa kendala. Penumpang juga harus memperhatikan ketentuan larangan dan pembatasan yang merupakan peraturan yang melarang dan membatasi barang-barang tertentu yang dianggap berisiko dan berbahaya. (<http://www.beacukai.go.id/berita/ingin-nyaman-bawa-barang-dari-luar-negeri-ketahui-dan-pahami-aturan-dari-bea-cukai.html> diakses pada tanggal 6 Desember 2017 pukul 12.30 WIB).

Berdasarkan data pra penelitian di atas bahwa melayani dan memberikan informasi adalah salah satu dari bentuk penyuluhan yang di berikan oleh humas Bea Cukai Bandung kepada para penumpang yang akan pergi ke luar negeri maupun saat di imigrasi. Pengawasan barang bawaan penumpang sangatlah di awasi ketat supaya tidak ada barang-barang yang sembarangan masuk.

Aturan bea cukai terkini atas barang penumpang atau belanjaan pribadi dengan batas yang diperbolehkan, **batas total nilai barang bawaan penumpang yang diperbolehkan kini adalah 500 Dolar bagi perorangan.** Hal ini telah diatur dalam Peraturan Menteri Keuangan (PMK) Nomor 203/PMK.04/2017 tentang Ketentuan Ekspor dan Impor Barang yang Dibawa oleh Penumpang dan Awak Sarana Pengangkut. Sebelumnya, aturan bea cukai barang pribadi

berdasarkan PMK Nomor 188 Tahun 2010, batas total harga barang bawaan penumpang hanyalah 250 Dolar perorangan. Aturan bea cukai terkini atas barang penumpang atau belanjaan pribadi dengan batas yang diperbolehkan.

Isi pasal 12 tentang batasan nilai barang pribadi bawaan penumpang:

- 1) Batasan barang penumpang pribadi (1 orang) yang diperbolehkan paling banyak senilai 500 Dolar atau setara dengan Rp6,7 juta dengan hitungan kurs 1 dolar = Rp13.400,-.
- 2) Apabila ditemukan jumlah barang bawaan penumpang (barang belanjaan) di atas nilai batasan tersebut maka penumpang akan terkena tarif bea masuk dan pajak dalam rangka impor (PPn dan PPh).

Isi pasal 13 tentang barang bawaan penumpang yang bebas dari pungutan bea masuk adalah:

- 1) Pembebasan bea masuk dan cukai untuk setiap orang dewasa berlaku dengan jumlah bawaan paling banyak 200 batang sigaret, 25 batang cerutu atau 100 gram tembakau iris/hasil tembakau lainnya dan 1 liter minuman mengandung etil alkohol.
- 2) Apabila penumpang membawa barang melebihi jumlah sebagaimana dimaksud diatas, maka kelebihan barang kena cukai tersebut langsung dimusnahkan oleh Pejabat Bea dan Cukai dengan atau tanpa disaksikan penumpang yang bersangkutan.

Berdasarkan data pra penelitian yang dihimpun dari *company profil* Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung(2017), Bea Cukai adalah sebuah lembaga dalam pengawasan dan

Pelayanan dari kegiatan kawasan berikat, selain dalam bentuk Pelayanan, Bea Cukai diberikan tanggung jawab pengawasan barang terkait penerimaan negara. Berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan Nomor 74/PMK.01/2009 tanggal 8 April 2009, nama kantor berubah menjadi Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean Bandung di implementasikan secara aktif setelah di resmikan pada tanggal 30 september 2009, dan berdasarkan Peraturan Menteri Keuangan nomor 131/PMK.01/2011 maka penamaan kantor mengalami perubahan menjadi Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea dan Cukai Tipe Madya Pabean A Bandung.

Sebagai sebuah lembaga Pelayanan dan Pengawasan Bea Cukai yang sudah berdiri sejak tahun 1982 sampai sekarang, prestasi dan penghargaan pun dapat diraih, baik penghargaan yang di berikan oleh perusahaan-perusahaan maupun penghargaan ISO.

Berdasarkan hasil pra wawancara dengan Pak Binner Siagian salah satu pegawai Bea Cukai Bandung, menjelaskan bahwa :

Bea Cukai adalah instansi yang unik, selain dalam pelayanan Bea Cukai juga di beri tanggung jawab dalam pengawasan barang penerimaan negara, dan dituntut memiliki sinergi dengan lembaga lainnya. Pelayanan yang baik akan menciptakan citra yang positif dari masyarakat kepada suatu lembaga. Karena salah satu tugas dari Bea Cukai itu sendiri adalah memberikan Pelayanan dan Pengawasan terhadap barang-barang masuk dan keluar.

Hasil pra penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, paradigma kontrutisvisme dan menggunakan metode studi kasus.

1.2 Rumusan Masalah

Sebagai upaya yang dilakukan untuk membatasi wilayah penelitian sesuai dengan uraian latar belakang penelitian diatas, maka fokus penelitian ini adalah bagaimana pengelolaan program yang dilakukan oleh Humas Bea Cukai Kota Bandung melalui program penyuluhan tentang peraturan barang bawaan penumpang di Bandara Husain Sastranegara.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana *planning* dalam program penyuluhan tentang peraturan barang bawaan penumpang di Bandara Husein Sastranegara ?
2. Bagaimana *organizing* dalam program penyuluhan tentang peraturan barang bawaan penumpang di Bandara Husein Sastranegara ?
3. Bagaimana *actuating* dalam program penyuluhan tentang peraturan barang bawaan penumpang di Bandara Husein Sastranegara ?
4. Bagaimana *evaluating* dalam program penyuluhan tentang peraturan barang bawaan penumpang di Bandara Husein Sastranegara ?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh gambaran mengenai strategi meningkatkan citra positif lembaga melalui program penyuluhan di Bandara Husen Sastranegara.

1. Untuk mengetahui *planning* dalam program penyuluhan barang bawaan penumpang di Bandara Husein Sastranegara.
2. Untuk mengetahui *organizing* dalam program penyuluhan barang bawaan penumpang di Bandara Husein Sastranegara

3. Untuk mengetahui *actuating* dalam program penyuluhan barang bawaan penumpang di Bandara Husein Sastranegara.
4. Untuk mengetahui *evaluating* dalam program penyuluhan barang bawaan penumpang di Bandara Husein Sastranegara.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan memberikan informasi yang faktual yang berdasarkan pada konsep manajemen Humas, serta dapat menggambarkan tentang bagaimana mengelola sebuah program lembaga melalui program penyuluhan di Bandara Husensastranegara yang meliputi aspek manajemen Humas yaitu merencanakan/*planning* program, pengorganisasian, pelaksanaan, evaluasi program yang telah di jalankan.

1.5.2 Kegunaan Praktisi

Penelitian ini Menerapkan konsep strategi humas yang diharapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya strategi peningkatan citra positif lembaga.

Kegiatan yang diterapkan oleh praktisi Humas di lapangan di harapkan dapat memberikan pemahaman dan kesadaran akan pentingnya mengatur strategi dalam meningkatkan memperahankan dan memperbaiki citra lembaga sesuai dengan tugas dan fungsi Humas yang sebenarnya.

Memberikan pengetahuan kepada pembaca mengenai strategi Humas dalam meningkatkan citra positif lembaga melalui program penyuluhan di Bandara Husein Sastranegara, kemudian dapat memberikan pengetahuan dan wawasan

baru bagi masyarakat mengenai pentingnya penyusunan strategi lembaga dalam menciptakan peningkatan citra yang sesuai dengan tujuan lembaga.

1.6 Landasan Pemikiran

1.6.1 Penelitian Terdahulu

Kajian literatur dalam sebuah penelitian merupakan proses pemaparan studi terdahulu yang datanya dianggap relevan dalam penelitian ini, proses pemaparan ini dilakukan dengan mengumpulkan beberapa penelitian terdahulu. Tujuan kajian literatur ini untuk menjadi bahan masukan bagi peneliti terkait penelitian sejenis yang akan dilaksanakan, kemudian mengklasifikasikan penelitian-penelitian tersebut yang selanjutnya akan dapat dilihat persamaan dan perbedaan penelitian dengan penelitian-penelitian sebelumnya, sehingga akan terlihat orisinalitas dari penelitian ini.

Pertama, penelitian yang dilakukan oleh Taufik Rahman mahasiswa Universitas Islam Negeri SGD Bandung pada tahun 2012. Judul penelitiannya adalah "*Strategi Public Relations dalam meningkatkan citra positif yayasan pendidikan Al Ma'soem*". Metode yang digunakan dalam penelitian ini metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana strategi *Public Relations* dalam meningkatkan citra positif berlangsung dengan Yayasan pendidikan Al-Ma'soem.

Hasil penelitian ini adalah bahwa dalam melakukan strategi *Public Relations* Yayasan Pendidikan Al Masoem melalui empat tahap, yaitu menentukan masalah, merencanakan program, bertindak dan berkomunikasi, dan

evaluasi. Pelaksanaan strategi *Public Relations* dalam meningkatkan citra positif berlangsung dengan baik.

Kedua, penelitian yang dilakukan oleh Asep Haerul Baridin mahasiswa Universitas Islam Negeri SGD Bandung, pada tahun 2012. Judul penelitian adalah "*Strategi Humas Polda Jabar dalam meningkatkan Citra Polda Jabar*" metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui langkah-langkah bidang Humas Polda Jabar dalam meningkatkan citra Polda Jabar, mengetahui kegiatan yang dilakukan Humas Polda Jabar dalam meningkatkan citra Polda Jabar, serta mengetahui bentuk komunikasi Humas Polda Jabar dalam meningkatkan citra.

Hasil penelitian adalah bahwa strategi humas Polda Jabar dalam meningkatkan citra Polda berjalan sesuai dengan rancangan yang telah direncanakan karena dalam melaksanakan setiap kegiatannya, Humas Polda Jabar sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Humas Polda Jabar menggunakan teknik komunikasi persuasi maupun koersif dalam mengkomunikasikan pesan yang hendak disampaikan ke masyarakat.

Ketiga, penelitian yang dilakukan Kurnia Satyo Rini, mahasiswa Universitas Tribhuwana Tunggaladewi, dengan judul Jurnal "*Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tunggaladewi*" metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Peneliti ini memiliki tujuan untuk mengetahui fungsi dan peran humas dalam meningkatkan citra.

Hasil penelitian adalah bahwa peran humas Universitas Tribhuwana Tunggaladewi dalam meningkatkan citra Universitas berjalan sesuai dengan fungsi

dan peran humas yang telah di rencanakan karena dalam melaksanakan setiap kegiatannya, Humas Universitas Tribhuwana Tunngdewi sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial.

Keempat, penelitian yang di lakukan Wartini, mahasiswa Universitas Muhamadiyah Surakarta, dengan judul Jurnal "*Strategi Humas Pemkab Boyolali dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kabupaten Boyolali (Studi Deskriptif Kualitatif Media Relations Humas Pemkab Boyolali dalam Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali* " metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Peneliti ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi humas dalam meningkatkan citra di Pemkab Boyolali.

Hasil penelitian adalah bahwa strategi Humas Pemkab Boyolali dalam meningkatkan citra Pemkab Boyolali berjalan sesuai dengan strategi humas yang telah di rencanakan dalam melaksanakan setiap kegiatannya.

Kelima, penelitian yang di lakukan Nur kholisoh, mahasiswa Universitas Tarumanegara, dengan judul Jurnal "*Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit X di Jakarta)*" metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan pemilihan objek menggunakan teknik purposive sampling. Peneliti ini memiliki tujuan untuk mengetahui strategi Komunikasi dalam meningkatkan citra positif di mata public, mngetahui fungsi dan tugas Public Relations dalam membangun opini piblik dan bagaimana hubungan antara strategi komunikasi Public Relations dalam meningtkkan citra.

Hasil penelitian adalah bahwa strategi Komunikasi Public Relations dalam meningkatkan citra Rumah Sakit X di Jakarta berjalan sesuai dengan fungsi dan tugas yang telah di rencanakan dalam melaksanakan setiap kegiatannya.

Nama peneliti	Judul peneliti	Metode peneliti	Hasil penelitian	Relevansi dengan penelitian yang akan di laksanakan	Persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan di laksanakan
Taufik Rohman	Strategi <i>Public Relations</i> dalam meningkatkan citra positif yayasan pendidikan Al Masoem	Metode deskriptif kualitatif	Strategi Public Relations Yayasan Pendidikan Al Masoem melalui empat tahap, yaitu menentukan masalah, merencanakan program, bertindak berkomunikasi, dan evaluasi.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangs ih pemikiran ang positif untu penelitian yang akan di laksanakan	Penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.
Asep Haerul Baridin	Strategi Humas Poda Jabar dalam meningkatkan Citra Poda Jabar	Metode deskriptif kualitatif	Humas Poda Jabar sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial. Humas Poda Jabar menggunakan teknik komunikasi persuasi maupu koersif dalam mengkomunikasikan pesan ke masyarakat.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangs ih pemikiran ang positif untu penelitian yang akan di laksanakan	Penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif.

Kurnia Satyo Rini	<i>“Peran Humas dalam Meningkatkan Citra Universitas Tribhuwana Tungadewi” (jurnal)</i>	Metode deskriptif kualitatif dengan melakukan wawancara dan observasi	Peran humas Universitas Tribhuwana Tungadewi dalam meningkatkan citra Universitas berjalan sesuai dengan fungsi dan peran humas yang telah direncanakan karena dalam melaksanakan setiap kegiatannya, Humas Universitas Tribhuwana Tunngdewi sepenuhnya mengacu kepada pendekatan manajerial.	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangs ih pemikiran ang positif untu penelitian yang akan di laksanakan	Penelitian terdahulu sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif. Dan perbedaan penelitian ada pada objek perusahaan yang di teliti.
Wartini,	<i>“Strategi Humas Pemkab Boyolali dalam Meningkatkan Citra Pemerintahan Kabupaten Boyolali (Studi Deskriptif Kualitatif Media Relations Humas Pemkab Boyolali dalam Meningkatkan</i>	Metode deskriptif kualitatif	strategi Humas Pemkab Boyolali dalam meningkatkan citra Pemkab Boyolali berjalan sesuai dengan strategi humas yang telah direncanakan dalam melaksanakan setiap kegiatannya.	Penelitian terdahulu ini memberikan sumbangs ih pemikiran ang positif untu penelitian yang akan di laksanakan	Perbedaan peneliti ada pada objek pemerintah yang di teliti

	<i>an Citra Pemerintah Kabupaten Boyolali ”(Jurnal)</i>				
Nur kholisoh	“ <i>Strategi Komunikasi Public Relations dan Citra Positif Organisasi (Kasus Public Relations Rumah Sakit X di Jakarta)</i> ” (Jurnal)	Metode deskriptif kualitatif	strategi Komunikasi Public Relations dalam meningkatkan citra Rumah Sakit X di Jakarta berjalan sesuai dengan fungsi dan tugas yang telah di rencanakan dalam melaksanakan setiap kegiatannya.	Penelitian terdahulu ini memberi sumbangs ih pemikiran ang positif untu penelitian yang akan di laksanakan	

1.6.2 Landasan Konseptual

1.6.2.1 Manajemen Humas

Manajemen Humas adalah suatu proses dan aspek Manajemen Humas yang di lakukan baik untuk jangka panjang maupun jangka pendek, harus direncanakan dengan cermat dan hati-hati, sehingga akan diperoleh hasil sesuai dengan yang di inginkan. Yosol Iriantara,(2013:8) menyatakan bahwa humas merupakan proses yang melaksanakan fungsi manajemen yaitu menetapkan tujuan humas, menetapkan sasaran, mengembangkan strategi humas, menyusun program humas, implementasi, evaluasi dan analisis. Dapat di pahami bahwa proses humas itu bersifat dinamis,maka hasil evaluasi dan analisis atas pelaksanaan kegiatan program itu kemudian menjadi masukan untuk menentukan tujuan dan progam kegiatan kehumasan selanjutnya. “ Sebagai analog seorang humas sedang

menjalakan kereta api tanpa arah, tanpa stasiun sehingga akan kehabisan bahan bakar dan berhenti tanpa mencapai hasil yang pasti. Biasanya pola kerja yang seperti itulah yang dilakukan oleh seorang humas yang kurang profesional (Elvinaro, 2011: 213).

Manajemen Humas berarti sebuah penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi suatu kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi dalam membangun hubungan baik maupun komunikasi persuasif searah yang pada akhirnya bertujuan untuk membangun saling pengertian, menghargai dukungan yang baik hingga menciptakan citra yang positif dan keberadaan humas dalam suatu organisasi terutama difungsikan untuk menunjang fungsi-fungsi manajemen perusahaan untuk tujuan bersama.

1.6.2.2 Definisi *Public Relations*

Para ahli telah banyak membahas tentang definisi *Public Relations* sesuai dengan latar belakangnya. *Public Relations* sangat erat kaitannya dengan aspek seni. Seni disini adalah seni kaitannya dalam komunikasi dimana seorang *Public Relations Officer* harus mempunyai dan mampu menampilkan daya seni berkomunikasi yang baik sehingga penampilan seni ini selanjutnya akan dapat memberikan keuntungan bagi nama baik lembaga sesuai dengan *image* positif lembaga. Menurut Cutlip, Center dan Broom, berpendapat bahwa :

Public Relations adalah hal pokok dalam dunia modern yang rumit ini. Tugas utama *Public Relations* adalah memperlancar proses komunikasi dan pemahaman. *Public Relations* mencakup riset dan analisis dan penyusunan kebijakan, pemrograman, komunikasi dan umpan balik dari masyarakat yang terkena dampaknya (Ardianto,2008:39).

Public relations bertugas untuk memperlancar arus komunikasi yang ada pada sebuah lembaga, dimana dalam kegiatannya *Public Relations* harus melakukan riset dan analisis dalam penyusunan sebuah konsep dan aturan sehingga akan menimbulkan dampak yang baik bagi tujuan lembaga.

1.6.2.3 Kampanye Public Relations

Kampanye *Public Relations* adalah suatu kegiatan komunikasi yang dilaksanakan secara terencana, sistematis dan kesinambungan dengan jangka waktu tertentu untuk menghasilkan pemahaman, pengetahuan, pengertian, dukungan dan kepedulian dari khalayak mengenai suatu program sehingga persepsi dan opini yang dihasikan menjadi positif.

Menurut Rogers dan Storey, bahwa kampanye adalah serangkaian kegiatan komunikasi yang terorganisasi dengan tujuan untuk menciptakan suatu akibat tertentu terhadap sasaran secara berkelanjutan dalam periode tertentu (Ruslan, 2008: 23).

Kampanye *Public Relations* bertujuan untuk meningkatkan kesadaran dan pengetahuan terhadap masyarakat untuk merebut perhatian serta menumbuhkan persepsi atau opini yang positif terhadap suatu kegiatan dari suatu lembaga agar tercipta suatu kepercayaan dan citra yang baik dari masyarakat melalui penyampaian pesan secara intensif dengan proses komunikasi dengan jangka waktu tertentu yang berkelanjutan. Kampanye *Public Relations* memberikan penerangan terus menerus serta pengertian dan memotivasi masyarakat terhadap suatu kegiatan atau program tertentu melalui proses dan teknik komunikasi yang berkesinambungan dan terencana untuk mencapai publisitas dan citra yang positif.

1.6.2.4 Definisi Citra

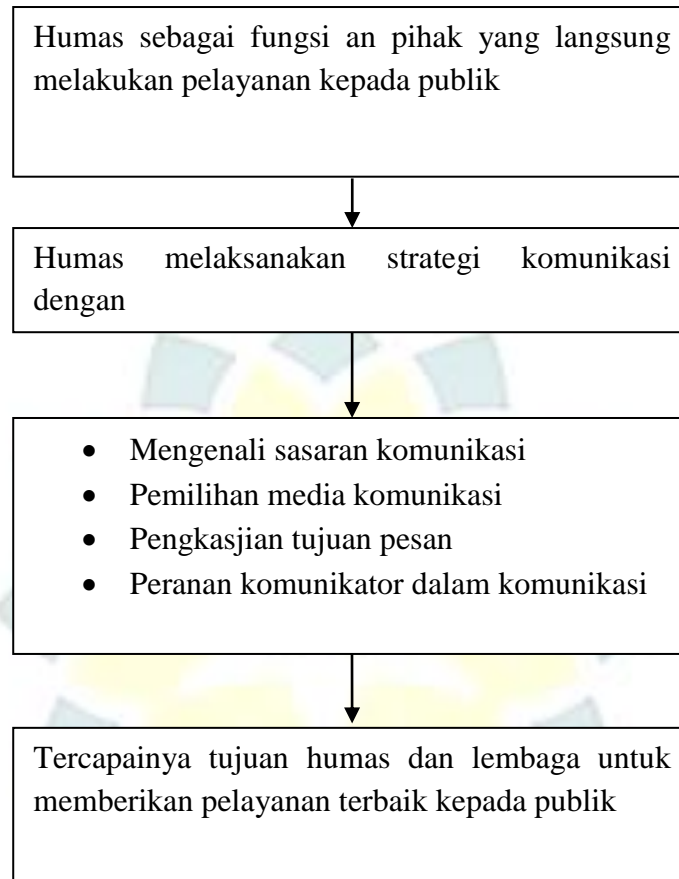
Setiap lembaga mempunyai citra baik yang disadari atau tidak telah melekat pada lembaga tersebut. Melayani dan memberikan informasi adalah tugas yang begitu kuat citranya di benak pengguna jasa. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak di capai bagi dunia *Public Relations*. Landasan citra biasanya berakar dari nilai-nilai kepercayaan yang di berikan secara individual dan merupakan pandangan atau persepsi.

Definisi Citra menurut Bil Canton mengatakan Bahwa :

Citra adalah *“image: the impression, the feeling, the conception wich the public has a company; a conciussly created impression of an object, peson organization”* (Citra adalah kesan, perasaan, gambaran diri public terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi). Jadi, ungkap Sukatendel di iptakan dengan sengaja perlu diciptakan agar bernilai positif (Soemirat & Ardianto, 2012:111).

Citra dapat di katakan sebagai persepsi masyarakat dari adanya pengalaman, kepercayaan, dan pengetahuan kepada masyarakat itu sendiri terhadap lembaga/perusahaan, sehingga aspek fasilitas yang di miliki lembaga/perusahaan dan layanan yang di sampaikan kepada para pengguna jasa dapat mempengaruhi persepsi pengguna jasa terhadap citra

Skema penelitian



Bagan 1.1

Landasan Pemikiran Hasil Olahan Peneliti

Berdasarkan bagan 1.1 ingin memperoleh gambaran mengenai strategi yang dilakukan oleh Humas Bea Cukai Kota Bandung. Humas sebagai sebaigian yang berhubungan langsung dengan masyarakat atau publik melaksanakan fungsi dan perannya untuk mencapai tujuan yang telah di tetapkan. Untuk mencapai tujian tersebut, humas tentunya harus menerapkan sebuah strategi yang dilakukan dan diterapkan oleh lembaga untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan..

1.7 Langkah-langkah Penelitian

1.7.1 Lokasi Penelitian

Tempat penelitian ini mengambil lokasi di Kantor Pengawasan dan Pelayanan Bea Cukai Tipe Madya Pabean A Kota Bandung. (Jalan Rumh Sakit Nomor 169, Gedebage Kota Bandung 40294), di bagian Humas. Hal tersebut menarik penulis untuk menelitinya karena dengan perkembangan zaman, banyak program-program baru dan inovasi baru untuk diteliti lebih dalam.

1.7.2 Paradigma dan Penelitian

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dan metode studi kasus. Studi kasus merupakan Metode pengumpulan data secara komprehensif yang meliputi aspek fisik dan psikologi individu, dan memperoleh pemahaman yang mendalam tentang suatu kasus, peristiwa, program, proses dan lain-lain. (Creswell, 2016: 19)

Van Grasel dalam Ardianto menyatakan, "Konstruktivisme menegaskan bahwa pengetahuan tidak lepas dari subjek yang sedang belajar mengerti. Konstruktivisme adalah salah satu filsafat pengetahuan yang menekankan bahwa pengetahuan kita adalah konstruksi (bentukan) kita sendiri (Ardianto, 2007:154).

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme pada penelitian yang dilakukan karena peneliti ingin mendapatkan pemahaman dan membantu proses interpretasi suatu peristiwa. Paradigma konstruktivisme ini memandang realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang untuk mendapatkan data-data penelitian menggunakan observasi

partisipatori pasif dan wawancara mendalam yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian.

1.7.3 Pendekatan Kualitatif

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan maksud untuk memahami dan menggali lebih dalam tentang suatu kegiatan/ program penyuluhan dan hasil tujuan dari kegiatan/ program bagian Humas Bea Cukai Bandung.

Data penelitian kualitatif yang dikumpulkan merupakan data deskriptif yang berupa kata, kalimat, pernyataan dan narasumber atau informan langsung dan konsep bukan berupa angka.

Menurut Sugiyono (2013), Metode penelitian kualitatif pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan.

1.7.3.1 Sumber Data

Sumber Data dalam penelitian ini dibagi kepada dua bagian, yaitu sebagai berikut :

- a. Sumber Data Primer, Sumber rujukan pertama dan utama yaitu para pegawai bagian Humas Bea Cukai Bandung.
- b. Sumber Data Sekunder, Data Sekunder dalam penelitian ini berupa literatur dan data penunjang dimana satu sama lain saling mendukung, yaitu buku-buku, makalah, jurnal, website dan sumber lain yang berhubungan dengan penelitian.

1.7.3.2 Penentuan Informan

Peneliti menggunakan teknik penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan. Pertimbangan ini misalnya orang yang di jadikan narasumber merupakan orang yang di anggap sudah tahu atau paling mengerti tentang apa yang diharapkan dan dibutuhkan peneliti sehingga memudahkan peneliti situasi yang akan di teliti. Narasumber yang dijadikan objek merupakan orang yang berkaitan dan memiliki pengetahuan langsung di bidangnya, yaitu di Bagian PLI (Penyuluhan Layanan Informasi) Bea Cukai Bandung. Selain ke PLI, peneliti mencari narasumber ke penumpang Bandara Husensastra Negara untuk mempermudah dalam mencari data.

Subjek penelitian yang dijadikan sebagai informan adalah Bagian PLI (Penyuluhan Layanan Informasi) Bea Cukai Kota Bandung dan para Penumpang di Bandara Husensastranegara :

- a. Informan adalah Kepala Subbagian Penyuluhan dan Informasi, yang memiliki pengalaman yang cukup kuat dalam program Penyuluhan.
- b. Informan adalah Staf Bea Cukai di bagian Humas, yang memiliki pengalaman yang cukup kuat dari pada yang lainnya. Peneliti menganggap bahwa dengan adanya pengalaman yang cukup kuat atau yang mengerti dan memahami ruang lingkup dan fungsi *Public Relations*. Informan adalah pegawai di bagian Humas Bea Cukai Kota Bandung yang paham dan ikutserta dalam kegiatan humas dalam program penyuluhan di Bandara Husensastranegara.
- c. Informan adalah salah satu staf Bea Cukai yang menjalankan atau terlibat dalam program penyuluhan dan kehumasan.

1.7.3.3 Teknik Pengumpulan Data

1.7.3.3.1 Wawancara Mendalam (*Indepth Interview*)

Wawancara mendalam ini dilakukan untuk melengkapi bagian data yang tidak mungkin di temukan pada observasi partisipatorik. Wawancara mendalam ini peneliti mewawancari kepala dan staf dari Bagian Humas Direktorat Bea Cukai Bandung. Humas diberikan beberapa pertanyaan terkait dengan penelitian ini, namun peneliti tidak harus terfokus pada draf yang telah disusun, artinya wawancara ini bisa menanyakan hal-hal yang dirasa perlu dan bersifat mendalam walaupun tidak terdapat pada daftar pertanyaan. Tujuannya agar wawancara yang dilakukannya benar-benar mendapatkan data yg konret dan alasan humas memahami suatu hal yg dapat diketahui oleh peneliti secara terperinci.

1.7.3.3.2 Observasi Lapangan

Pengamatan langsung di lapangan akan di terapkan peneliti dalam rangka untuk mendapatkan data dan fakta yang berkembang di lapangan. Peneliti akan mengamati bagaimana proses kegiatan Humas melalui Program Penyuluhan di Bandara Husein Sastranegara membutuhkan informasi-informasi yang jelas sesuai dengan tahapan reguasi yang ada dan biasanya dibuat oleh pihak internal yaitu bagian Humas, peneliti akan mengamati bagaimana proses kegiatan Humas melalui Program Penyuluhan di Bandara Husein Sastranegara oleh bagian Humas di Bea Cukai Bandung. Peneliti ingin mendapatkan data dari observasi yang alami dan sesuai dengan objek peneliti.

Riduwan (2004) dalam bukunya, menjelaskan bahwa observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana peneliti melakukan pengamatan secara

