

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Pelayanan publik merupakan salah satu pilar penting dalam penyelenggaraan kebijakan pemerintah yang transparan dan responsif terhadap kebutuhan masyarakat. Pemerintah sebagai wadah masyarakat memiliki kewajiban untuk memastikan bahwa setiap warga negara memperoleh akses terhadap layanan yang berkualitas, cepat, dan tepat sasaran. Seiring dengan berkembangnya zaman, masyarakat menginginkan kejelasan informasi, kemudahan akses, serta saluran komunikasi yang efektif untuk menyampaikan aspirasi, pengaduan, maupun kebutuhan terkait pelayanan publik.

Arus informasi yang semakin cepat menuntut instansi pemerintah untuk mampu menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Salah satu peran yang penting dalam hal ini adalah optimalisasi fungsi hubungan masyarakat (Humas) dalam suatu instansi. Humas merupakan lembaga pemerintah yang bertanggung jawab atas penyediaan informasi publik dan penindaklanjutannya melalui berbagai kegiatan komunikasi. Humas dalam suatu instansi bertugas untuk memberikan persepsi positif, dukungan masyarakat, citra, dan reputasi lembaga (Ruchiat Nugraha et al., 2020, p. 222). Menurut Rachmadi dalam (Puspa Ayudia & Sri Wulandari, 2021, p. 257) tugas pokok humas dibagi menjadi dua yaitu, pertama, humas bertanggung jawab atas penyampaian informasi/pesan secara lisan, tertulis, serta gambar kepada masyarakat, sehingga masyarakat memiliki memiliki

pengetahuan dan pengertian terhadap suatu instansi. Kedua, humas bertanggung jawab untuk memonitor, merekam, dan mengevaluasi aspirasi masyarakat.

Direktorat Jendral Imigrasi sebagai salah satu unsur pelaksana fungsi pemerintah di bidang keimigrasian memiliki tugas utama menyediakan layanan keimigrasian bagi masyarakat. Kantor imigrasi kelas I khusus TPI Surabaya merupakan salah satu unit pelaksana teknis dibawah naungan Direktorat Jendral Imigrasi. Berlokasi di Jl. Raya Juanda KM. 3 Sidoarjo, yang merupakan kawasan strategis karena berdekatan dengan Bandara International Juanda sebagai salah satu Tempat Pemeriksaan Imigrasi (TPI) pertama di Jawa Timur. Kantor ini bertugas melaksanakan sebagian fungsi pemerintahan di bidang keimigrasian, termasuk pelayanan penerbitan paspor, izin tinggal, pengawasan orang asing, serta pemeriksaan lalu lintas keluar-masuk orang di Tempat Pemeriksaan Imigrasi. Tingginya mobilitas masyarakat di wilayah Surabaya – Sidoarjo menuntut kantor ini untuk menghadirkan pelayanan yang lebih cepat, transparan, dan akurat.

Untuk mendukung penyelenggaraan layanan yang baik, kantor imigrasi memiliki Seksi Teknologi Informasi dan Komunikasi Keimigrasian (Tikim). Seksi ini berperan penting dalam mendukung pelayanan dengan memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi. Seksi Tikim dibagi menjadi dua bidang, yaitu humas dan pelayanan. Dalam kantor imigrasi kedua divisi ini saling bekerja sama satu sama lain dalam membentuk citra positif pelayanan publik di masyarakat. Selain itu humas juga mengelola media sosial, menyebarkan informasi tentang layanan di instagram, menjawab pertanyaan dari para pemohon, serta membantu keluhan masyarakat di Pelayanan Komunikasi Masyarakat (Yankomas).

Melalui kegiatan magang di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya, penulis mendapatkan kesempatan untuk memahami secara langsung peran Humas dalam menjalankan fungsi komunikasi publik di lingkungan instansi pemerintah. Penulis mempelajari bagaimana Humas berperan dalam menyampaikan informasi mengenai layanan keimigrasian, menanggapi pertanyaan maupun keluhan masyarakat, serta menjaga citra positif lembaga melalui berbagai kegiatan publikasi dan pelayanan informasi. Dengan demikian, peran humas menjadi faktor penting dalam meningkatkan citra pelayanan publik yang transparan dan berorientasi pada kepuasan masyarakat di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya.

I.2 Bidang Kerja Praktik

Bidang kerja praktik yang dipilih oleh penulis adalah divisi Hubungan Masyarakat (Humas) pada Seksi Teknologi, Informasi, dan komunikasi Keimigrasian.

I.3 Tujuan Kerja Praktik

Tujuan kerja praktik di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya adalah:

1. Mengembangkan pengetahuan dan pemahaman penulis mengenai teori serta praktik peran Humas dalam meningkatkan citra pelayanan publik di instansi pemerintah.
2. Memberikan gambaran nyata mengenai pelaksanaan tugas Humas di Kantor Imigrasi Kelas I Khusus TPI Surabaya.
3. Menambah pengalaman dan kemampuan penulis di bidang kehumasan.

I.4 Manfaat Kerja Praktik

I.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, laporan ini dapat menambah wawasan mengenai peran humas dalam pelayanan publik di instansi pemerintah, serta menjadi referensi bagi kajian komunikasi publik dan pelayanan berbasis teknologi informasi.

I.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, laporan ini bermanfaat bagi penulis sebagai pengalaman nyata dalam memahami peran humas dan pelayanan publik. Bagi instansi, laporan ini dapat menjadi masukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan komunikasi publik. Sementara bagi pendidikan, laporan ini menjadi bukti penerapan ilmu yang telah dipelajari penulis di lapangan dan dapat dijadikan referensi untuk kegiatan akademik berikutnya.

I.5 Tinjauan Pustaka

I.5.1 Humas dalam Lembaga Pemerintahan

Hubungan masyarakat menurut Grunig dan Hunt merupakan proses komunikasi strategis dengan menjalin hubungan yang saling menguntungkan antara instansi dengan publik (Kelleher, 2021, p. 3). Humas sangat berperan dalam merancang strategi komunikasi yang tepat untuk membangun citra instansi. Khususnya bagi pemerintah, fungsi humas menjalankan pelayanan informasi publik dan menindaklanjutinya melalui meningkatkan persepsi, dukungan publik, citra, serta reputasi instansi yang baik (Ruchiat Nugraha et al., 2020, p. 222).

Menurut Lattimore dalam ((Puspa Ayudia & Sri Wulandari, 2021)) pelaksanaan humas terbagi menjadi tiga peran utama. Pertama, sebagai pemberi penjelasan. Artinya dalam menjalankan tugas, seorang humas harus mampu mendefinisikan suatu permasalahan, menjelaskan suatu kebijakan dan memberi saran sebagai bentuk penyelesaian. Kedua, sebagai fasilitator komunikasi. Artinya dalam menjalankan tugas, humas bertugas untuk menjaga hubungan baik dengan masyarakat melalui komunikasi dua arah yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Ketiga, sebagai fasilitator pemecahan masalah. Artinya dalam menjalankan tugas, humas membantu suatu instansi dalam menemukan, menganalisis, dan menyelesaikan masalah yang dapat mempengaruhi citra dan hubungan lembaga dengan masyarakat.

Maka dari itu, humas dalam lembaga pemerintahan harus memiliki pola kinerja yang efektif, dengan memanfaatkan teknologi informasi. Menurut Sedarmayanti dalam (Ruchiat Nugraha et al., 2020) , penggunaan teknologi informasi tidak hanya meningkatkan produktivitas dan efisiensi pekerjaan, tetapi juga memberi instansi keunggulan. Dengan demikian komunikasi pemerintah melalui penggunaan teknologi, dapat menunjang pelayanan publik yang cepat, adil, dan efisien.

I.5.2 Pelayanan Publik

Istilah pelayanan publik di Indonesia sering disamakan dengan pelayanan umum atau pelayanan masyarakat. Pelayanan publik berupa tanggung jawab yang dilakukan suatu lembaga untuk memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan peraturan yang berlaku. Bentuknya bisa berupa barang, jasa, atau layanan administratif yang disediakan oleh lembaga penyelenggara pelayanan publik (Riani, 2021). Menurut Bharata dalam (Riani, 2021) pelayanan publik memiliki empat unsur utama yaitu:

1. Penyedia Layanan
2. Penerima Layanan
3. Jenis Layanan
4. Kepuasan masyarakat

Berdasarkan putusan Departemen Dalam Negeri tahun 2004, memberikan batasan bahwa pelayanan publik merupakan suatu proses bantuan kepada masyarakat yang memerlukan kepekaan dan hubungan interpersonal sehingga menciptakan kepuasan dan keberhasilan. Dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik disebutkan bahwa pelayanan publik adalah kegiatan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan masyarakat sesuai dengan peraturan yang berlaku, baik berupa barang, jasa, maupun pelayanan administratif (Riani, 2021).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan bentuk upaya sadar yang dilakukan oleh pemerintah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui penyediaan barang dan/atau jasa. Pelayanan ini adalah hak setiap warga negara yang dijamin oleh undang-undang, dan menjadi kewajiban bagi penyelenggara pelayanan publik untuk melaksanakannya dengan baik.

I.5.3 Strategi Komunikasi Meningkatkan Citra

Citra merupakan persepsi publik terhadap identitas atau reputasi suatu lembaga. Citra sendiri merupakan tujuan dari setiap kehumasan, karena citra merupakan elemen penting dalam semua lembaga yang hakikatnya dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan masyarakat, sehingga memerlukan strategi komunikasi untuk menjaga bahkan meningkatkan citra positif tersebut (Abdurrafi & Cindoswari, 2023).

Dalam merancang strategi komunikasi untuk meningkatkan citra lembaga, seorang humas perlu memperhatikan berbagai aspek yang membentuk persepsi publik terhadap organisasi. Hal tersebut terdapat dalam teori PENCILS yang dikembangkan oleh Thomas L. Harris dan Patricia Whalen. Sedangkan menurut Ruslan Strategi PENCILS adalah konsep yang menggabungkan berbagai cara komunikasi dalam sebuah lembaga atau perusahaan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat. Tujuannya untuk membangun hubungan yang baik dan komunikasi yang efektif agar lembaga atau perusahaan mendapat citra positif di mata publik (Nurhaliza & Andiyansari, 2024). PENCILS merupakan singkatan dari *Publications, Events, News, Community Involvement, Inform or Image*,

Lobbying and Negotiation, dan Social Responsibility. Dengan demikian, teori PENCILS menjadi landasan penting bagi humas dalam merancang strategi komunikasi yang terarah dan menyeluruh, sehingga setiap kegiatan komunikasi yang dilakukan dapat berkontribusi secara efektif dalam membangun serta mempertahankan citra positif lembaga di mata publik.

I.5.4 Produksi Konten

Produksi konten merupakan tahap penting dalam proses penyampaian informasi, karena pada tahap ini pesan yang ingin disampaikan oleh Humas dikembangkan menjadi bentuk yang kreatif dan menarik, baik secara visual maupun audiovisual. Melalui proses produksi yang terencana, konten dapat disusun sedemikian rupa agar mudah dipahami, relevan dengan kebutuhan audiens, serta mampu mendukung tujuan komunikasi instansi (Thifalia et al., 2021).

Dalam melakukan Proses produksi konten, idealnya dilakukan secara bertahap dan berurutan, di mana setiap langkah perlu diselesaikan sebelum melanjutkan ke tahap berikutnya. Menurut (Fachruddin, 2017, pp. 17–20) produksi konten dibagi menjadi tiga tahap, yaitu:

1. Pra-Produksi

Tahap ini mencakup proses perencanaan dan penyusunan pedoman pelaksanaan produksi, mulai dari penentuan konsep, media, ide, hingga pengumpulan data. Informasi yang dikumpulkan akan diolah menjadi pesan yang ingin disampaikan. Dalam produksi konten media sosial,

perencanaan menjadi aspek yang penting sehingga data yang diperoleh harus akurat agar pesan yang disampaikan tepat sasaran.

2. Produksi

Tahap ini merupakan penerapan dari konsep dan rencana yang telah disusun dalam proses pra-produksi. Kegiatan pada tahap ini meliputi pembuatan konten yang akan dipublikasikan di media sosial. Jika hasil konten belum sesuai standar, maka perlu dilakukan perbaikan atau penyesuaian.

3. Pasca- Produksi

Pada tahap ini, konten yang telah selesai diproduksi dipublikasikan ke platform media sosial yang dituju. Setelah unggahan dilakukan, respons dari audiens menjadi bahan evaluasi penting untuk pengembangan dan peningkatan kualitas konten selanjutnya.