



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk *Homo Homini Socius* yang berarti manusia adalah teman bagi sesamanya serta hakikatnya manusia yang selalu melakukan interaksi antar satu sama lain yang akhirnya timbul aktivitas komunikasi. Manusia sebagai makhluk sosial, artinya, manusia memiliki kebutuhan, kemampuan, dan keinginan untuk berkomunikasi serta berinteraksi dengan orang lain. Adapun manfaat melakukan komunikasi antara lain sebagai sarana melakukan pertukaran informasi, membuka wawasan hingga memperluas pergaulan.

Sifat komunikasi yang *inevitable*, membuat manusia tidak pernah tidak melakukan komunikasi, baik yang dilakukan secara *verbal* maupun *non-verbal*. Adapun menurut bentuknya komunikasi *verbal* adalah komunikasi yang menggunakan kata-kata, entah lisan maupun tulisan. Sedangkan komunikasi *non-verbal* adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk *non-verbal*, tanpa kata-kata. Melalui komunikasi mereka mengungkapkan perasaan, emosi, pemikiran, gagasan, atau maksud mereka, menyampaikan fakta, data, dan informasi serta menjelaskannya, saling bertukar perasaan dan pemikiran, saling berdebat, dan bertengkar.

Proses komunikasi yang terjadi dalam kehidupan manusia sehari – hari, berlangsung dalam berbagai konteks baik fisik, psikologis, maupun sosial. Pelaku proses komunikasi adalah manusia yang selalu bergerak dinamis. Komunikasi menjadi penting karena efeknya yang dapat ditimbulkan dan dirasakan atau ditimbulkan oleh pelaku komunikasi tersebut. Dalam hal ini, sifat egoistis seorang individu terkadang mendominasi sehingga tidak menutup kemungkinan terjadinya *misunderstanding* dan *miscommunication* antara pihak pemberi informasi dan penerima informasi.

Selanjutnya, komunikasi yang dilakukan tidak hanya terjadi antar individu dengan kelompok, melainkan antar Perusahaan atau Organisasi yang terdiri dari sekumpulan individu satu dengan individu lain yang kemudian masuk kedalam ruang lingkup masyarakat, organisasi atau publik. Dalam perusahaan atau organisasi, fungsi komunikasi dijalankan oleh *public relations* atau humas yang ditempatkan sebagai “penyambung lidah” antara perusahaan atau organisasi dengan para *stakeholder*-nya.

Humas hadir dan memegang peranan penting dalam sebuah organisasi, untuk aktivitas komunikasi seperti pertukaran informasi yang bersifat timbal balik. Sebagai bagian dari manajemen, peran humas menjadi penting dan strategis bagi setiap organisasi. Dalam praktik, status dan besarnya perusahaan tidak otomatis diikuti oleh kesadaran untuk menyelenggarakan fungsi Humas pula. Sebagai mana yang telah dikatakan oleh Prita Kemal Gani seorang pakar kehumasan dan *founder* dari *London School Of Public Relations*, perusahaan besar tidak selalu memiliki departemen Humas yang besar pula. Banyak perusahaan besar yang ternyata memiliki departemen humas yang kecil. Sebaliknya, perusahaan yang relatif kecil ternyata mempekerjakan banyak staf Humas ([www.lspr.ac.id](http://www.lspr.ac.id)).

Morissan, seorang pakar Humas, dengan sangat tepat menguraikan kedudukan Humas dalam konteks organisasi/perusahaan. Menurut Morissan (2001, h.90), ada tiga hal yang turut menentukan, eksistensi departemen Humas pada setiap perusahaan yaitu *pertama*, ukuran organisasi atau perusahaan itu sendiri. Suatu perusahaan kecil mungkin tidak terlalu membutuhkan unit humas tersendiri karena fungsi itu mungkin bisa dirangkap bagian lain. Pada beberapa organisasi tertentu fungsi Humas langsung dirangkap oleh salah seorang Direktornya. Namun suatu perusahaan besar yang memiliki hubungan dengan khalayak luas sudah cukup membutuhkan suatu departemen Humas tersendiri dengan staf lengkap.

*Kedua*, nilai atau arti penting fungsi Humas bagi manajemen. Besar kecilnya departemen Humas terkadang dipengaruhi oleh pengetahuan atau kebutuhan pimpinan perusahaan terhadap peran Humas bagi kepentingan organisasi atau perusahaan. *Ketiga*, karakteristik organisasi atau perusahaan. Setiap perusahaan pasti memiliki kebutuhan tersendiri yang tidak bisa diseragamkan dengan kebutuhan perusahaan lain.

Morissan (2001, h.90), juga menguraikan mengenai tipe perusahaan pembuat produk konsumen yang bersifat *massal*, seperti *toiletries*, dan *food product* yang sudah tentu lebih mengarahkan dana untuk keperluan periklanan, dan tidak terlalu mementingkan Humas. Hal ini berbeda dengan perusahaan industri yang bersifat teknis dan lebih menekankan kepada Pelayanan Publik misalnya perusahaan yang bergerak di bidang asuransi, reksadana, investasi sampai kepada Instansi Pemerintahan yang bertugas melayani masyarakat dalam pembuatan dokumen Kenegaraan seperti Paspor, KTP, Akte Lahir, STNK, SIM dan sebagainya yang akan lebih mementingkan kegiatan-kegiatan Humas demi mendidik masyarakat daripada beriklan semata-mata.

Humas sebagai fungsi manajemen bagi organisasi tentu diarahkan dalam rangka mencapai tujuan organisasi. Ketiga hal terkait penentuan, dan eksistensi departemen Humas seperti yang telah dijelaskan diatas, bisa menjelaskan mengapa pada suatu organisasi/perusahaan tidak ditemukan departemen Humas, sementara pada organisasi lainnya, Humas dapat menjadi suatu departemen yang sangat berpengaruh dan penting.

Dengan demikian, terdapat perbedaan antara fungsi dan tugas Humas yang terdapat di Instansi pemerintah dengan lembaga non – pemerintah seperti perusahaan komersial atau swasta, yaitu tidak ada sesuatu yang diperjual belikan atau transaksi terjadi, baik berbentuk produk barang maupun jasa pelayanan yang ditawarkan kepada pihak yang membutuhkan secara komersial.

Perbedaan yang paling mencolok dari fungsi dan tugas Humas yang terdapat di lembaga non – pemerintah seperti perusahaan komersial atau swasta adalah di sini Humas lebih bertindak sebagai tulang punggung perusahaan, di mana Humas perusahaan harus secerdik mungkin dalam menyusun strategi untuk meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.

Selain itu, dalam menjalankan tugasnya sebagai manajemen reputasi, humas dituntut untuk dapat menyelesaikan konflik yang terjadi antara *stakeholder* maupun dengan *shareholder*-nya. Humas perusahaan kerap kali juga bertindak sebagai agen pemasaran yang efektif, untuk itulah mereka harus memiliki keterampilan pemasaran yang akan membantu dalam promosi yang efektif dari sebuah produk maupun jasa. Humas dituntut untuk kreatif dan inovatif untuk menarik publik seraya mempromosikan atau meningkatkan jumlah penjualan produk tertentu.

Fungsi dan tugas Humas yang terdapat di Instansi pemerintah antara lain melakukan kegiatan pelayanan informasi dan kehumasan, meliputi perencanaan pelayanan informasi dan kehumasan, pelayanan informasi, pelaksanaan hubungan kelembagaan, dan pelaksanaan hubungan personil serta pengembangan pelayanan informasi dan kehumasan (Ruslan, 2001, h.107). Selain itu terdapat empat jenis pelayanan dasar yang harus dilakukan oleh humas Pemerintahan antara lain:

1. Fungsi Nasihat. Humas berhak untuk memberikan nasehat kepada pimpinan lembaga maupun kepada bagian lain, berkaitan dengan operasionalisasi ketika terjadi sebuah masalah.
2. Fungsi pelayanan komunikasi. Humas mengkomunikasikan informasi mengenai lembaga dan segala kegiatannya kepada berbagai publik yang berkepentingan melalui media yang tepat. Hal ini dilakukan guna memberikan informasi sejelas-jelasnya kepada publik.

3. Fungsi pengkajian. Humas berhak untuk melakukan penelaahan opini publik yang berpengaruh kepada lembaga. Termasuk tekanan-tekanan yang bersifat sosio politik maupun undang-undang dan peraturan pemerintah yang berkaitan dan berpengaruh kepada Instansi terkait.
4. Fungsi promosi. Humas berhak untuk mempromosikan kegiatan yang dilakukan oleh Instansi terkait. Disini, seorang humas dituntut untuk kreatif guna dapat mempromosikan Instansi kepada publik.

Penulis memutuskan untuk melakukan kerja magang di Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang. Keputusan ini di ambil sebagai tantangan kepada penulis untuk mengasah kemampuan dalam menangani permasalahan yang ada serta menerapkan hal – hal yang sudah penulis pelajari saat perkuliahan. Kantor Imigrasi sebagai Instansi pelayanan publik, sudah pasti memiliki banyak permasalahan terkait pelayanan publik baik itu dari segi kepuasan masyarakat sampai pengaduan. Berdasarkan hasil pengamatan penulis melalui beberapa media baik itu media sosial, blog, aplikasi khusus untuk melakukan pengaduan terkait pelayanan publik seperti LAPOR!, serta pemberitaan pada koran lokal. Kesulitannya adalah ketika media telah menjadi “musuh” bagi pemerintah, media telah mengabarkan kepada publik bahwa kinerja pemerintah tidak berjalan sebagaimana mestinya.

Humas pemerintah sebagai sumber informasi selalu “kalah” dengan media, maksudnya adalah media dibiarkan mencari berita sendiri, mendapatkan informasi bukan dari sumber yang tepat. Hal ini membuat media menuliskan apa adanya temuan di lapangan tanpa mendapatkan penjelasan yang komprehensif dari pejabat humas pemerintah. Bahkan dalam perkembangannya ada beberapa lembaga pemerintahan yang kemudian anti kritik terhadap teman – teman pers atau media.

Situasi seperti inilah yang kemudian menyulitkan pemerintah dalam mengkampanyekan program – programnya untuk mendapatkan dukungan dari publik, yang dalam hal ini humas pemerintah terjebak pada arus politik. Dari hasil pengamatan tersebut, persepsi publik terhadap efektivitas dan kinerja Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang, dapat disimpulkan bahwa masih banyak masyarakat yang kecewa dengan pelayanan yang diberikan oleh Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang.

Imigrasi merupakan Instansi pelayanan publik yang menjalankan kebijakan publik (*public policy*). Untuk memahami kedudukan dan peran yang strategis dari pemerintah sebagai *public actor*, terkait dengan kebijakan publik, maka diperlukan pemahaman bahwa untuk mengaktualisasikannya diperlukan suatu kebijakan yang berorientasi kepada kepentingan rakyat. Seorang pakar mengatakan bahwa kebijakan adalah suatu upaya atau tindakan untuk mempengaruhi sistem demi pencapaian tujuan yang diinginkan, upaya dan tindakan dimaksud bersifat strategis yaitu berjangka panjang dan menyeluruh (Aminullah, 2001, h.371 – 372).

Kebijakan secara umum menurut Said Zainal Abidin (Said Zainal Abidin, 2004, h.31-33) dapat dibedakan dalam tiga tingkatan pertama, kebijakan umum yaitu kebijakan yang menjadi pedoman atau petunjuk pelaksanaan baik yang bersifat positif ataupun yang bersifat negatif yang meliputi keseluruhan wilayah atau instansi yang bersangkutan. Kedua, kebijakan pelaksanaan, adalah kebijakan yang menjabarkan kebijakan umum. Untuk tingkat pusat, peraturan pemerintah tentang pelaksanaan suatu undang-undang. Ketiga, adalah kebijakan teknis yaitu kebijakan operasional yang berada di bawah kebijakan pelaksanaan. Instansi Imigrasi sendiri menjalankan kebijakan yang kedua yaitu kebijakan pelaksanaan yang dalam hal ini erat kaitannya dengan peraturan pemerintah. Kebijakan publik yang dijalankan oleh Imigrasi ini dikeluarkan langsung oleh Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia selaku pembuat kebijakan.

Salah satu kebijakan publik yang diimplementasikan pada Instansi Imigrasi tertuang dalam UU No. 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik. Kebijakan publik ini dibuat sebagai pedoman bagi terjalinya pelayanan publik yang prima. Dengan demikian kebijakan publik sangat berkaitan dengan administrasi negara ketika publik aktor mengkoordinasi seluruh kegiatan berkaitan dengan tugas dalam rangka memenuhi berbagai kebutuhan masyarakat melalui berbagai kebijakan publik atau umum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dan negara.

Humas Imigrasi dalam hal ini berperan penting dalam memublikasikan kebijakan publik yang dibuat oleh Kementerian Hukum Dan Hak Asasi Manusia, untuk kemudian disosialisasikan kepada seluruh pegawai Imigrasi sebagai pedoman dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat demi terciptanya pelayanan prima di Instansi Imigrasi. Adapun humas pada Kantor Imigrasi ini tidak terlepas dari komunikasi politik. Dalam komunikasi politik, usaha membentuk dan membina citra dan pendapat umum yang positif dilakukan dengan persuasi politik, yaitu dengan metode komunikasi dua arah dalam arti menghargai pendapat dan keinginan khalayak. Dalam hal ini humas Imigrasi hadir untuk mengimplementasikan kebijakan yang ada baik dengan cara sosialisasi, penerapan kebijakan pada standar pelayanan untuk mempermudah sistem birokrasi yang ada. Humas imigrasi juga berperan aktif sebagai fasilitator dan penyambung lidah antara masyarakat dengan Instansi Imigrasi.

Hal inilah yang menjadi alasan kuat mengapa penulis memutuskan untuk melakukan kerja magang pada Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang, berdasarkan apa yang sudah penulis pelajari tentang Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang ini, bahwa Humas disini bertugas sebagai penyampai informasi kepada masyarakat serta harus bisa menjadi sumber informasi resmi dari instansi terkait. Humas dituntut dapat menyampaikan program pemerintah serta pembangunan yang telah dilakukan.

Karena faktanya, masyarakat tidak mengetahui apa yang telah Instansi lakukan. Sehingga terbentuklah persepsi bahwa Pemerintah belum berbuat banyak untuk masyarakat. Untuk itulah Humas berperan penting sebagai pemberi informasi dan sumber informasi kepada masyarakat, yang artinya semua tugas pelayanan informasi dan kehumasan ini termasuk dalam cakupan tugas dan fungsi Humas yang ada di Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang. Seksi ini secara fungsional maupun operasional bertindak sebagai *public information*, *public affair*, dan *public communication* dalam upaya penyebaran atau memublikasikan kegiatan dan program kerja pembangunan pada Instansi bersangkutan, baik ditunjukkan kepada publik internal maupun publik eksternal dalam hal ini masyarakat.

Di sisi lain, Seksi Informasi dan Sarana Komunikasi pada Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang juga bertindak sebagai komunikator (narasumber) untuk membantu keberhasilan dalam melaksanakan program pembangunan pemerintah, memiliki kemampuan membangun hubungan yang positif (*program supporting*), memiliki kemampuan membangun hubungan yang positif (*good relationship*), konsep kerja yang terencana dengan baik (*work program concept*). Hal tersebut dilakukan sehingga mampu menciptakan citra baik bagi lembaga atau institusi yang diwakilinya, serta membangun opini publik yang positif (*good image maker and positive of public opinion*).

Meskipun begitu, Pihak Humas pemerintah melakukan hal yang sama dengan perusahaan komersial, seperti melaksanakan kegiatan kampanye publikasi, promosi pemasaran, dan periklanan, namun hal tersebut lebih menekankan pada bentuk *public services* atau *public utilities* demi kepentingan pelayanan umum (masyarakat). Melalui unit atau program kerja Humas inilah pemerintah dapat melaksanakan penyampaian informasi, penjelasan mengenai kebijakan atau tindakan tertentu serta kegiatan-kegiatan dalam melaksanakan kewajiban atau tugas pemerintahan.

Dalam Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang, Humas dikenal sebagai Seksi Informasi dan Sarana Komunikasi.

## **1.2 Tujuan dan Manfaat Kerja Magang**

Tujuan dari kerja magang ini adalah untuk memahami aktivitas para humas pada Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang, dalam menangani permasalahan serta merencanakan strategi bagi publiknya. Selain itu, melalui kerja magang yang dilaksanakan di Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang, penulis memiliki beberapa tujuan yaitu

1. Merealisasikan konsep – konsep PR yang telah diberikan pada masa perkuliahan di dunia kerja secara nyata.
2. Untuk mengetahui dan memahami aktivitas PR dalam menjalankan peran dan fungsi Seksi Informasi dan sarana komunikasi pada Instansi Imigrasi dalam merencanakan, menangani, dan menjalankan strategi PR yang akan diterapkan dalam rangka peningkatan pelayanan publik, yang erat kaitannya dengan kepuasan masyarakat.
3. Untuk memahami kegiatan *Reputation Management* yang dilakukan dalam upaya peningkatan citra dan reputasi Instansi pemerintah.

Adapun manfaat dari dilakukannya kerja magang ini antara lain

1. Mengembangkan kepercayaan diri penulis, terutama kemampuan dalam melakukan *public speaking* serta kemampuan untuk menangani pengaduan masyarakat.
2. Mengasah kemampuan diri sebagai seorang praktisi *Public Relations* sebagai bekal dikemudian hari.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Kerja Magang**

Pelaksanaan kerja magang dilakukan oleh penulis sejak tanggal 1 Juni 2015 sampai dengan 1 Agustus 2015. Penulis sebagai *intern* pada Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang, memiliki peraturan dan jam kerja tersendiri.

Meski tidak diwajibkan untuk mengikuti jam kerja yang ada, penulis tetap hadir sesuai dengan jam kerja yang telah ditetapkan oleh Instansi sebagai berikut:

Hari Kerja : Senin - Jum'at,

Masuk Kerja : Pukul 07.30 WIB

Selesai Kerja : Pukul 16.00 WIB (Senin – Kamis)

Pukul 16.30 WIB (Jum'at)

Total waktu kerja magang adalah sembilan jam kerja.

Sedangkan selama bulan Ramadhan, waktu kerja yang ditetapkan oleh Instansi adalah sebagai berikut :

Hari Kerja : Senin - Jum'at,

Masuk Kerja : Pukul 07.00 WIB

Selesai Kerja : Pukul 15.00 WIB (Senin – Kamis)

Pukul 15.30 WIB (Jum'at)

Sebelum memulai kerja magang di Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang, pada awalnya penulis mencari beberapa alternatif perusahaan yang akan penulis targetkan sebagai tempat magang. Sampai akhirnya penulis tertarik untuk mengetahui dan mempelajari tentang peran kehumasan yang dilakukan oleh Instansi Pemerintahan, yaitu Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang yang bergerak dalam Pelayanan Publik.

Prosedur yang dijalani *intern* untuk melakukan kerja lapangan di Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang terbagi atas tiga rangkaian proses, antara lain:

1. Proses Administrasi Kampus:
  - a. Penulis mengikuti bimbingan dari pihak kampus sebelum mengambil mata kuliah *Intern*.
  - b. Penulis mengurus pengajuan kerja magang di Kampus dengan mengajukan lembar pengajuan magang (KM 01 dan KM 02). Untuk mendapat persetujuan dari Ketua Program Studi.

## 2. Proses Pengajuan Praktik Kerja Lapangan:

- a. Setelah mendapat persetujuan dari Ketua Program Studi dan mendapatkan surat pengantar kerja magang, penulis kemudian memberikan surat pengantar kerja magang
- b. Pengiriman surat pengantar kerja magang, disertai juga dengan melampirkan *Curriculum Vitae* penulis kepada Instansi terkait.
- c. Pada akhir bulan Mei, akhirnya penulis mendapat kabar bahwa penulis diterima dan mulai bekerja sebagai *intern* pada 1 Juni 2015.

Setelah diterima untuk melakukan magang di Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang, mahasiswa diberi surat pernyataan resmi

dari Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang bahwa mahasiswa sudah diterima dalam program kerja magang.

- d. Mahasiswa kemudian menyerahkan surat pernyataan resmi dari Kantor Imigrasi Kelas I Tangerang bahwa mahasiswa sudah diterima dalam program kerja magang, kepada Biro Akademik dan Administrasi Keuangan (BAAK) UMN dan kemudian mendapatkan *form* kelengkapan administrasi magang lainnya.
- e. Mahasiswa melengkapi Kartu Kerja Magang, Kehadiran Magang, serta Laporan Realisasi Magang selama proses kerja magang berlangsung dan akan ditanda tangani setiap hari oleh pembimbing lapangan.
- f. Form penilaian Kerja Magang akan diisi oleh pembimbing lapangan diakhir periode magang mahasiswa dan akan diserahkan kepada pihak kampus dengan amplop tertutup.

## 3. Proses Pembuatan Laporan:

- a. Setelah praktik kerja magang selesai, mahasiswa melakukan konsultasi dengan dosen pembimbing praktek magang.
- b. Laporan kerja magang yang sudah diterima dan disetujui oleh dosen pembimbing kerja magang selanjutnya akan dipresentasikan dalam sidang magang.



UMN