

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Menurut Frank Jefkins “Dalam Soemirat Dan Elvinaro Ardianto, 2007:114” Citra diartikan sebagai kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya. Citra untuk suatu lembaga atau organisasi perlu diperhatikan, karena begitu penting. Keberadaan citra memberikan kesan yang baik atau buruk kepada publik internal maupun eksternal terhadap lembaga maupun organisasi. Seperti halnya dengan informasi yang telah tersebar di masyarakat, jika informasi tersebut lengkap dan dianggap baik oleh publik maka citra yang baik akan mudah dibangun. Adanya citra bagi sebuah perusahaan maupun instansi dapat juga diketahui dalam berbagai macam konten dan tampilan melalui media massa.

Citra merupakan salah satu tujuan utama dan bentuk prestasi yang dapat dicapai dalam dunia kehumasan, walaupun citra itu sendiri tidak dapat diukur secara sistematis tetapi efeknya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik maupun buruknya publik terhadap suatu instansi seperti adanya tanggapan positif ataupun negatif yang berasal dari masyarakat luas dan khalayak sasaran. Tanggapan masyarakat tersebut dapat berupa kesan baik, rasa hormat, kepercayaan hingga akhirnya dapat menguntungkan citra instansi yang diwakilkan oleh pihak humas tersebut. Proses pembentukan citra

di bangun dengan waktu yang cukup lama, oleh sebab itu suatu instansi dituntut agar dapat mempertahankan citra demi kelangsungan perkembangan instansi sehingga publik mampu menilai kualitas dan profesional tidaknya keberadaan instansi yang ada. Mengingat hal tersebut mendasar dan sangat penting, maka citra adalah usaha dalam membentuk, mempertahankan dan meningkatkan reputasi lembaga atau organisasi di instansi mana pun. Pada umumnya citra positif dan citra negatif terbentuk sesuai pengalaman, pengetahuan, serta pemahaman atas kenyataan yang berada di kehidupan manusia. Citra positif adalah kesan, pandangan baik yang dapat dinilai oleh individu atau kelompok terhadap lembaga atau organisasi. Sedangkan citra negatif yaitu kesan, pandangan atau persepsi buruk yang dinilai oleh individu atau kelompok terhadap lembaga atau organisasi.

Direktorat Jenderal Imigrasi adalah unsur pelaksana yang berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia yang dipimpin oleh seorang Direktur Jenderal. Untuk melaksanakan tugas sebagaimana dimaksud dalam Pasal 529, Direktorat Jenderal Imigrasi menyelenggarakan fungsi seperti berikut perumusan kebijakan di bidang imigrasi, pelaksanaan kebijakan di bidang imigrasi, penyusunan norma, standar, prosedur dan *criteria* di bidang imigrasi, pemberian bimbingan teknis dan evaluasi di bidang imigrasi dan pelaksanaan administrasi Direktorat Jenderal Imigrasi. Direktorat Jenderal Imigrasi menjadi induk dari kantor imigrasi yang berada di seluruh Indonesia. Direktorat Jenderal Imigrasi dan seluruh kantor imigrasi masih memiliki hambatan dalam membentuk citra positif imigrasi terutama pada bagian pelayanan publik terkait keimigrasian.

Dewasa ini layanan kantor Imigrasi di Indonesia sudah lebih baik dan sepiantas tak ada lagi calo-calo paspor yang berkeliaran, namun praktek percaloan ternyata masih saja terjadi diam-diam. Mereka memanfaatkan peluang "mempercepat" pembuatan paspor dengan imbalan tertentu. Seperti praktik pungutan liar (pungli) pengurusan paspor yang terungkap di Surabaya oleh Tim Saber Pungli Polrestabes Surabaya. Dalam praktiknya, calo biasa menemui pegawai kantor imigrasi setelah jam kerja untuk menyerahkan uang pelicin dari pemohon. Tim Saber Pungli Polrestabes`Surabaya menangkap tangan seorang pegawai dan seorang calo paspor di Kantor Imigrasi.¹

Kedutaan Besar RI di Kuala Lumpur banyak menerima pengaduan pemerasan oknum imigrasi dari turis Malaysia dan para TKI yang pulang dengan menggunakan SPLP (surat perjalanan laksana pulang). Hal ini merusak citra bangsa di mata turis dan warga Indonesia sendiri. "Ya, kami memang menerima laporan dari warga Malaysia yang mengaku diperas oknum imigrasi Bandara Soekarno-Hatta dan beberapa TKI yang diperas oknum imigrasi di bandara saat pulang dengan hanya membawa SPLP, kata *Minister Counsellor* Pensosbud KBRI Kuala Lumpur Widyarka Ryananta".² Selain itu, Wakil Ketua Komisi Pemberantasan Korupsi Laode M.Syarif "banyak laporan terhadap pungutan liar yang berkaitan dengan pelayanan publik. Menurut dia,

¹ Achmad Faizal, "Pungli Masih Terjadi di Imigrasi, Caranya Calo Paspor Serahkan Uang Saat Kantor Tutup Layanan", diakses <http://kaltim.tribunnews.com/2017/11/07/pungli-masih-terjadi-di-imigrasi-caranya-calo-paspor-serahkan-uang-saat-kantor-tutup-layanan>, pada tanggal 23 desember 2018 pukul 06.20 wib.

² Kompas.com, "Turis Malaysia Keluhkan Pungli di Imigrasi RI", diakses <https://entertainment.kompas.com/read/2010/03/27/11580882/turis.malaysia.keluhkan.pungli.di.imigrasi.ri>, pada tanggal 23 desember 2018 pukul 06.20 wib.

hampir semua kementerian dan lembaga memperoleh laporan pungli. “Banyak. Hampir semuanya ada, selama ini tim satuan tugas saber pungli sudah bekerja sama dengan baik bersama kementerian dan lembaga. Selain itu, Polri dan KPK juga kerap berbagi informasi mengenai pungli.”³

Menteri Hukum dan Hak Asasi Manusia Andi Mattalatta menanggapi hasil survei *Transparency International Indonesia (TII)* mengenai potensi suap di kantor imigrasi sebagai hal yang wajar. Dalam laporan survei itu *Transparency* menempatkan potensi suap kantor Imigrasi pada urutan ketiga di bawah Kepolisian dan Bea Cukai. Pelayanan di imigrasi banyak ada 108 bentuk pelayanan, banyak orang yang minta dilayani cepat, di masyarakat ya kroni, sepanjang kapasitas tidak seimbang maka orang berebutan memperoleh hak-haknya.⁴

Public Relations atau yang dikenal Hubungan Masyarakat (Humas), saat ini merupakan bagian penting yang dibutuhkan oleh setiap instansi pemerintahan untuk menjaga hubungan baik dan harmonisasi dengan pihak internal dan eksternal dalam rangka membentuk, menjaga dan mempertahankan nama baik instansi. Humas disebut sebagai jembatan untuk menjalin hubungan antar lembaga, organisasi atau instansi lainnya kepada publik yang bertujuan agar terciptanya pengertian, kepercayaan dan sinergisitas. Seperti adanya upaya humas dengan pembentukan citra merupakan bagian

³ Tempo.co, “KPK: Laporan Pungli Paling Banyak Terkait Pelayanan Publik”, diakses <https://nasional.tempo.co/read/828728/kpk-laporan-pungli-paling-banyak-terkait-pelayanan-publik/full&view=ok>, pada tanggal 23 desember 2018 pukul 06.20 wib.

⁴ Tempo.co, “Survei Peringkat Suap Imigrasi Dinilai Wajar”, diakses <https://nasional.tempo.co/read/156720/survei-peringkat-suap-imigrasi-dinilai-wajar/full&view=ok>, pada tanggal 23 desember 2018 pukul 06.20 wib.

dari pekerjaan *Public Relations*. Di era Digital saat ini PR sudah seharusnya perlu menerapkan aktivitas *public relations* secara modern yaitu dengan *Cyber Public Relations* untuk mengelola sistem informasi dan komunikasi secara efisien dan efektif dengan menggunakan media baru yaitu *website*. *Website* adalah alat informasi sekaligus komunikasi berbasis informasi yang dapat diakses secara bebas, sebagai salah satu sarana *medium service* di era modern.

Cyber Public Relations adalah inisiatif *Public Relations* yang menggunakan media internet sebagai sarana publisitasnya. *Aktivitas Cyber Public Relations* berfokus pada interaksi organisasi dan publiknya. *Cyber Public Relations* menjadi sebuah kegiatan populer yang banyak digunakan oleh perusahaan atau lembaga dalam melakukan pendekatan dengan publiknya. (Onggo 2004:14).

Semakin maju teknologi memberikan dampak dan pengaruh yang positif dalam dunia *Public Relations* berbagai keuntungan di dapat melalui *Cyber Public Relations* diantaranya a. Memudahkan komunikasi dua arah sehingga dapat Menciptakan, membangun dan mempertahankan hubungan antara instansi atau organisasi dengan publik internal maupun eksternal secara berkelanjutan. b. Praktis dalam penggunaannya dapat melalui *laptop* dan *smarphone* c. Biaya yang terjangkau karena sistem internet yang saat ini ada turut menyediakan berbagai pilihan harga dan kapasitas kecepatan dalam akses internet sesuai kebutuhan perusahaan atau pun instansi. Bukan hanya itu *Cyber Public Relations* memiliki keunggulan dibanding media konvensional seperti a. Peluang komunikasi secara berkelanjutan b. Dengan keberadaan medium yang berhubungan dengan internet media baru *website* dapat bekerja 24 jam sehingga

publik bisa akses tanpa adanya batasan waktu c. Publik di seluruh dunia tidak dibatasi jarak dapat melakukan akses informasi dimanapun e. *Feedback* perusahaan atau instansi dapat dilakukan secara cepat.

Manfaat *Cyber Public Relations* bagi suatu lembaga diantaranya adalah sebagai media komunikasi yang dapat memupuk hubungan positif dengan publiknya serta untuk membangun reputasi atau citra dari suatu lembaga, oleh karena itu setiap lembaga yang mengimplementasikan *Cyber Public Relations*, salah satunya menggunakan *website* sebagai alat komunikasinya, maka lembaga tersebut akan mempunyai citra positif, peningkatan citra yang positif dari suatu lembaga dan dikenal baik oleh publik merupakan salah satu dalam ruang lingkup kerja *Public Relations*. (Rex Harlow dalam Ruslan (2010:16).

Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) merupakan instansi pemerintahan yang telah menerapkan aktivitas *Cyber Public Relations* sebagai salah satu upaya dalam mengatasi hambatan terkait citra, dengan penggunaan *website* sebagai media informasi dan komunikasi maka proses pembentukan citra yang positif di mata publik baik internal dan eksternal akan terwujud lebih baik dan cepat. Pengelolaan *website* Ditjenim dilakukan oleh sumber daya manusia handal yang dinamakan Tim Pengelolaan *Website* Direktorat Jenderal Imigrasi terdapat pada Bagian Humas dan Umum bertanggung jawab terhadap penyebaran informasi yang dikelola seperti konten informasi tentang pelayanan publik diantaranya Paspor Biasa, Visa, Surat Perjalanan Laksana Paspor Untuk WNI, Informasi Surat Rekomendasi Pemerintah Indonesia paspor, visa, Surat Perjalanan Laksana Paspor untuk Orang Asing dan

segala konten ataupun informasi terkait kegiatan imigrasi Ditjenim dan Kanim (Kantor Imigrasi) di Indonesia.

Bagian Humas dan Umum terkadang menyajikan 2 hingga 3 konten setiap hari yang di masuk kan ke dalam *website* dan dilakukan pembaharuan konten terkait keimigrasian. Walaupun demikian jika informasi keimigrasian tidak menarik maka pembaharuan hingga publikasi konten keimigrasian di tunda demi kualitas konten yang menarik dan mengedukasi. Serta informasi yang disebarluaskan tidak ketinggalan jaman dan optimum yang akhirnya akan memberikan pandangan positif terhadap instansi. Setiap hari sampai setiap tahun konten *website* yang disajikan selalu memberikan perubahan dan pengembangan secara dini.

Perencanaan di tahun 2019 *website* Direktorat Jenderal Imigrasi memiliki rencana untuk mengubah *website* versi lama menjadi versi *website* terbaru yang sudah *user mobile* agar penggunaanya dapat dengan mudah dan praktis saat mengakses informasi melalui *smartphone*, menyambungkan langsung tautan media sosial (*facebook, twitter, dan instagram*) langsung pada *website*, mempertimbangkan letak penyusunan elemen desain, pilihan warna, penyesuaian huruf, penyempurnaan kinerja navigasi dan *search*, pemisahan konten berita dengan *press release*, penambahan fitur yang dinamakan fitur penerimaan negara bukan pajak (PNBP) agar transaksi yang dilakukan publik dengan pihak pelayanan imigrasi secara transparan, sistem pada fitur tersebut dapat memberikan informasi besaran biaya yang harus dikeluarkan sehingga pembayaran dapat dilakukan langsung melalui sistem fitur tersebut di *website* [http://www.imigrasi.go .id/](http://www.imigrasi.go.id/).

Sumber informasi atau konten yang di dapat oleh Bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi setiap harinya selain dari konten pelayanan publik juga berasal dari berita *online*. Seperti Berita yang terdapat pada *website* diperoleh dari sumbangsih kantor imigrasi lain yakni hasil dari kegiatan terkait imigrasi di wilayah setempat dan berita *online* resmi seperti tempo, media indonesia, dan tribun dengan proses pemilihan kelayakan berita lalu menyebarkan ulang berita (*repost*) yang sudah di anggap layak. Dan terakhir peliputan setiap acara tentang imigrasi yang dilaksanakan oleh Direktorat Jenderal Imigrasi selalu di publikasikan dalam *website*. Dari uraian yang telah peneliti jelaskan diatas, maka peneliti tertarik untuk merumuskan masalah penelitian sebagai berikut:

“Pengelolaan Informasi Melalui Media Baru *Website* Direktorat Jenderal Imigrasi” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Humas Direktorat Jenderal Imigrasi Tahun 2019).

1.2. Rumusan Penelitian

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan, maka fokus penelitian ini adalah tentang pengelolaan informasi melalui media baru yaitu *website* yang dikelola oleh bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi tahun 2019 adalah:

1. Bagaimana proses perencanaan (*planning*) yang dilakukan bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) dalam pengelolaan media baru *website* terkait dengan proses pembentukan citra?
2. Bagaimana proses pengorganisasian (*organizing*) yang dilakukan bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) dalam pengelolaan media baru *website* terkait proses pembentukan citra?
3. Bagaimana proses pelaksanaan atau menggerakkan (*actuating*) yang dilakukan bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) dalam pengelolaan media baru *website* terkait proses pembentukan citra?
4. Bagaimana proses pengawasan atau mengendalikan (*controlling*) yang dilakukan bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) dalam pengelolaan media baru *website* terkait proses pembentukan citra?

1.3. Tujuan Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses perencanaan (*planning*) yang dilakukan bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) dalam pengelolaan media baru *website* .terkait proses pembentukan citra
2. Untuk mengetahui proses pengorganisasian (*organizing*) yang dilakukan bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) dalam pengelolaan media baru *website* terkait proses pembentukan citra.
3. Untuk mengetahui pelaksanaan atau menggerakkan (*actuating*) yang dilakukan bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) dalam pengelolaan media baru *website* terkait proses pembentukan citra .
4. Untuk mengetahui proses mengontrol (*controlling*) yang dilakukan bagian Humas dan Umum Direktorat Jenderal Imigrasi (Ditjenim) dalam pengelolaan media baru *website* terkait proses pembentukan citra

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini secara teoritis diharapkan berguna dalam memberikan informasi secara komprehensif dan faktual serta sebagai bentuk kontribusi dalam perkembangan ilmu komunikasi berdasarkan latar belakang masalah dan menjelaskan tentang gambaran umum pengelolaan informasi melalui media baru *website* tahun 2019. Serta memperkaya literatur tentang aktivitas *public relations* di dunia yang tidak nyata yakni *cyber public relations*.

1.4.2. Kegunaan Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kesadaran tentang pentingnya *Public Relations* untuk kemajuan instansi melalui proses mempertahankan hubungan baik dengan berbagai pihak internal dan eksternal secara berkelanjutan sehingga citra perusahaan menjadi lebih baik.

1.4.3. kegunaan Akademik

Bagi Pembaca diharapkan dapat menjadikan skripsi peneliti sebagai bahan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang pengelolaan informasi melalui media baru *website* serta sebagai rujukan bagi pembaca yang hendak melakukan penelitian yang akan datang.