

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai tujuan. Tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasinya (Ardianto, 2016).

Komunikasi memiliki peranan penting dalam segala aspek kehidupan termasuk dalam aktivitas organisasi. Komunikasi digunakan pelaku organisasi sebagai media untuk menyalurkan berbagai informasi serta sebagai penghubung antar individu dalam sebuah organisasi sehingga dapat membentuk jaringan informasi dalam organisasi yang proses penyebaran dan pertukaran informasinya dapat terjadi didalam ataupun diluar lingkaran organisasi seperti misalnya transparansi mengenai segala penunjang organisasi yang dijabarkan dengan menggunakan media komunikasi (Fitriah, M. Fazil, et al., 2023).

Dalam organisasi komunikasi berperan sangat penting dengan adanya tujuan organisasi akan mudah untuk dicapai dan tanpa adanya sebuah komunikasi akan sulit dalam mencapai suatu kerja. Dalam mencapai komunikasi yang efektif dan terarah, pemimpin organisasi harus mampu menetapkan arah dan tujuan organisasi khususnya dalam komunikasi. Semakin intensif komunikasi di dalam organisasi akan membentuk organisasi dan kerja sama yang baik, dan untuk mencapai itu semua memerlukan seorang pemimpin yang profesional sebagai pemilik otoritas tertinggi organisasi (Maulina, Subhani, 2023).

Menurut, Frank Jefkins dalam (Kustini, 2017) yaitu, "humas adalah sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian".

Kantor Imigrasi Kelas II Tempat Pemeriksaan Imigrasi (TPI) Kota Lhokseumawe merupakan lembaga pemerintah yang memiliki peran penting dalam mengelola masalah keimigrasian di wilayahnya. Tempat Pemeriksaan Imigrasi (TPI) adalah tempat pemeriksaan di pelabuhan laut, bandar udara, pos lintas batas, atau tempat lain sebagai tempat masuk keluarnya wilayah Indonesia (Lesmana, 2020).

Dalam menjalankan tugasnya, kantor imigrasi perlu membangun citra positif di mata masyarakat, baik sebagai lembaga yang berintegritas maupun sebagai pelayanan publik yang profesional. Dalam era informasi dan komunikasi humas menjadi kunci dalam menciptakan citra yang baik. Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji berbagai strategi komunikasi humas yang diterapkan oleh Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe dalam upaya membangun citra positif di mata masyarakat (Iradhat, 2022:14).

Observasi dan wawancara awal yang telah dilakukan di Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe bersama Bapak Izhar Rizki(40) yaitu kepala seksi dari informasi dan komunikasi keimigrasian, menyebutkan bahwa permasalahan yang dihadapi dalam membangun citra positif Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe termasuk ketidakpahaman masyarakat terhadap prosedur imigrasi, persepsi negatif terkait birokrasi, isu-isu kebijakan imigrasi yang kontroversial, serta

kurangnya transparansi dalam memberikan informasi kepada publik. Selain itu, potensi adanya kasus penyalahgunaan wewenang atau pelayanan yang kurang optimal juga dapat berkontribusi pada citra negatif. Oleh karena itu, strategi komunikasi humas perlu dirancang untuk mengatasi permasalahan ini dan membangun citra yang positif melalui peningkatan pemahaman, transparansi, dan pelayanan yang baik.

Kementrian Hukum dan Ham melalui Direktorat Jendral Imigrasi ialah instansi yang mengatur kehadiran warga negara asing dengan menampilkan birokrasi serta program keimigrasian yang diinginkan bisa memfasilitasi perkembangan ekonomi serta peningkatan kesejahteraan masyarakat. Kebiasaan yang dilakukan keimigrasian pertumbuhan fungsi sebagai “penyedia penyusunan ketentraman publik” dalam hal ini dapat dibuat pada strategi keimigrasian yang berlandaskan kepada perkembangan ekonomi untuk pertumbuhan ketentraman publik. Masyarakat melihat citra dalam sesuatu melalui informasi yang di terimanya dan citra harus selalu tetap di bangun dan memelihara (Maulinda, 2021).

Kantor Imigrasi Kelas II TPI Kota Lhokseumawe terus berusaha untuk dapat menciptakan citra yang baik. Mengingat fungsi utama kantor imigrasi adalah melayani masyarakat dalam surat perjalanan republik Indonesia karena citra yang baik akan mendukung persandingan instansi dalam jangka panjang. Oleh karena itu, instansi manapun berkewajiban membangun, serta menjaga citra yang baik. Dalam usaha untuk membangun citra instansi Kantor Imigrasi kelas II TPI Kota Lhokseumawe perlu adanya citra positif yang dikembangkan untuk menarik publik yaitu dengan memberikan informasi untuk publik dengan

menggunakan media massa dan meningkatkan sumber daya manusia serta pelayanan (Maulinda, 2021).

Permasalahan yang ada di kantor imigrasi adalah kurang baiknya pelayanan paspor di imigrasi, bahwa urusan paspor masih bertele-tele dan sangat lama proses pembuatan paspor, juga masih adanya pungli di kantor imigrasi. Terdapat adanya pertanyaan ataupun pernyataan yang didapatkan dari masyarakat seperti “kenapa ambil antrian melalui Mpaspor kadang sulit sekali padahal banyak masyarakat yang butuh paspor cepat, ini sangat menghambat”, penjelasan dari pihak kantor imigrasi bahwasanya mengenai aplikasi Mpaspor memang sedang dalam pengembangan sehingga kadang kala sering mengalami gangguan. Berdasarkan pernyataan diatas termasuk ketidakpahaman masyarakat terhadap prosedur imigrasi, persepsi terkait birokrasi dan sebagainya. Hal tersebut yang menjadi citra kantor imigrasi kurang baik dipandangan masyarakat (Erni, 2023).

Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, dalam membangun citra Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe agar lebih meningkatkan citra institusi dimata khalayak, penulis tertarik untuk meneliti humas pada kantor imigrasi Kota Lhokseumawe yang berjudul **”Strategi Komunikasi Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Positif Pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe”**.

1.2 Fokus Penelitian

1. Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi humas yang dilakukan secara *face to face* dan bermedia dalam membangun citra positif pada kantor imigrasi Kota Lhokseumawe pada tahun 2023-2024.
2. Fokus penelitian ini berlanjut pada kendala-kendala strategi komunikasi

humas yang dilakukan secara *face to face* dan bermedia dalam membangun citra positif pada kantor imigrasi Kota Lhokseumawe pada tahun 2023-2024, yang menjadi kendala tersebut ialah komunikasi tidak efektif.

1.3 Rumusan Masalah

Sejalan dengan latar belakang masalah yang ada, rumusan masalah yang bisa diajukan dari uraian latar belakang di atas ialah:

1. Bagaimanakah strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe?
2. Apa saja kendala-kendala yang dihadapi humas dalam membangun citra positif pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe.
2. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan kendala-kendala apa saja yang dihadapi humas dalam membangun citra positif pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan kelak mampu menjadi tambahan referensi dalam penelitian-penelitian berikutnya terutama bagi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi.

2. Mengetahui fokus penelitian strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe.
3. Penelitian ini dapat memperluas dan memperkaya pengetahuan dalam penelitian dibidang komunikasi khususnya tentang strategi humas dalam membangun citra positif.

1.5.2 Manfaat Praktis

1. Peneliti berharap dapat memberikan gambaran jelas mengenai strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif pada Kantor Imigrasi Kota Lhokseumawe.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bentuk kontribusi yang positif dalam perkembangan studi tentang humas.
3. Penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa Universitas Malikussaleh dan khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai bahan masukan dan literasi mengenai strategi komunikasi humas dalam membangun citra positif.

