

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan kegiatan manusia untuk saling memahami atau mengerti suatu pesan antara komunikator dan komunikan (Caropeboka (2017:1). Pengertian komunikasi menurut Caropeboka dapat diartikan bahwa komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti oleh orang lain. Komunikasi memiliki beberapa bentuk, salah satunya yaitu komunikasi massa. Komunikasi massa merupakan komunikasi yang dilakukan kepada khalayak luas menggunakan media massa dalam penyampaiannya.

Media massa merupakan alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dari seorang komunikator kepada khalayak luas secara tidak langsung menggunakan alat-alat mekanis komunikasi seperti radio, televisi, serta surat kabar yang bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara serentak oleh masyarakat. Santoso dan Wijaya (2017:76) mengatakan “Media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen”. Bagi perusahaan atau instansi, media massa digunakan sebagai medium penyampai pesan dan pencitraan kepada publik.

Media massa memiliki peran yang sangat penting bagi penyebaran informasi saat ini seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat. Berdasarkan karakteristik media massa itu sendiri, bahwa cakupan khalayak yang dapat ditempuh sangat luas dan tersebar di berbagai daerah. Luasnya cakupan khalayak yang dapat ditempuh oleh media massa, karena media massa merujuk pada saluran komunikasi yang melibatkan transmisi informasi yang ditujukan kepada sejumlah besar orang dan bersifat heterogen.

Media massa dapat dikelompokkan menjadi 3 (tiga) jenis, yaitu media cetak, media elektronik, dan media *online*. Nugroho (dalam Hendri, 2018:viii) mengungkapkan “Secara garis besar media massa itu terdiri dari media cetak, media elektronik, dan media *online*”. Media cetak adalah salah satu media massa yang berbentuk material cetak, seperti surat kabar, majalah, buku, dan lain-lain. Berbeda dengan media cetak, media elektronik justru menggunakan peralatan elektronik dalam penyampaian informasinya, seperti televisi dan radio. Selain itu, terdapat media massa yang memiliki kemampuan melebihi media cetak dan elektronik yaitu media *online*. Media *online* sendiri merupakan sebutan umum untuk sebuah media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia.

Media *online* atau biasa disebut dengan internet adalah saluran komunikasi yang berfungsi sebagai media interaktif, dimana media dapat menampung berupa teks, gambar, video, maupun musik. Santoso dan Wijaya (2017:80) mengatakan “Media *online* merupakan organisasi yang mengandalkan kinerjanya lewat internet”. Kata *online* sendiri merupakan Bahasa internet yang berarti informasi dapat diakses dimana saja dan kapan saja selama terdapat jaringan internet.

Internet merupakan bagian yang tidak dapat terpisahkan dari kehidupan masyarakat pada saat ini. Karakteristik media *online* berupa kecepatan informasi serta interaktif menjadikannya sebagai media massa yang banyak digunakan atau diakses oleh banyak orang. Informasi sekecil apapun yang disalurkan melalui internet akan dengan mudahnya sampai kepada masyarakat secara serentak.



Begitu juga dengan berita, berita yang didistribusikan melalui internet dapat dengan cepat sampai kepada khalayak dengan cakupan yang luas serta biaya yang murah.

Melihat peran media massa yang cukup besar, kini orang semakin mudah dikenal hanya dengan menampilkan dirinya di media massa. Sama halnya dengan suatu organisasi atau instansi, media massa yang dimanfaatkan secara optimal dapat membuat sebuah organisasi lebih dikenal oleh masyarakat. Suatu organisasi dapat memanfaatkan media massa dengan menerbitkan produk ke media massa cetak seperti buletin/majalah, dan memanfaatkan media *online* seperti *website* sebagai sarana publikasi organisasi, agar hubungan antara organisasi dengan masyarakat dapat terjalin lebih erat.

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai sebagai salah satu instansi pemerintahan yang memiliki fungsi pengawasan sekaligus pelayanan terhadap masyarakat, juga melakukan upaya penyebaran informasi dan publikasi kegiatan dengan memanfaatkan media massa cetak maupun media *online*. Subdirektorat Komunikasi dan Publikasi yang bertugas salah satunya sebagai tim Humas di Bea Cukai memiliki peran utama dalam mewujudkan upaya tersebut.

Tugas Humas Bea Cukai dalam hal publikasi yaitu memastikan bahwa setiap kegiatan yang telah dilaksanakan Bea Cukai dapat disebarluaskan menjadi bentuk berita. Humas Bea Cukai melakukan upaya untuk mempermudah proses pembuatan berita dengan membuat aplikasi mandiri yang bernama Keranjang Berita dan Pelaporan (Ketapel). Ketapel merupakan aplikasi berbasis *website* yang berfungsi sebagai wadah untuk menampung berita dari kegiatan kantor Bea Cukai yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia, yang kemudian akan dipilah menjadi dua jenis berita yaitu berita internal dan berita eksternal.

Berita merupakan salah satu media untuk memberikan informasi kepada masyarakat terkait hal-hal atau kejadian yang terjadi di lingkungan sekitar. Berita merupakan bahan utama dari media massa, baik cetak, elektronik maupun *online*. Sifat berita itu sendiri memberikan informasi cepat diterima oleh masyarakat. Semakin cepat berita itu sampai kepada masyarakat maka informasi dari berita tersebut akan cepat menyebar. Berita menjadi menarik dan memiliki kualitas apabila ditulis berdasarkan fakta serta memperhatikan penyajian dan gaya bahasa yang digunakan.

Berita dari sisi jurnalistik dapat diartikan sebagai informasi penting yang diketahui publik. Santoso & Wijaya (2017:78) mengungkapkan “Berita adalah laporan peristiwa yang bernilai jurnalistik atau memiliki nilai berita”. Jurnalistik memodifikasi peristiwa penting menjadi berita yang menarik namun masih dalam koridor etis dan profesional hingga pada akhirnya, berita tersaji dengan kemasan yang menarik, berkualitas, namun tetap menjunjung tinggi nilai-nilai jurnalistik.

Informasi dapat sampai ke sasaran (masyarakat) sesuai dengan yang diharapkan harus melalui pengolahan informasi dengan proses kerja jurnalistik. Informasi yang diolah oleh media massa melalui proses kerja jurnalistik merupakan apa yang selama ini dikenal sebagai berita. Secara umum, dapat disebutkan bahwa media massa merupakan sarana untuk mengolah peristiwa menjadi berita melalui proses kerja jurnalistik. Jurnalistik dapat diartikan sebagai kegiatan menghadirkan berita kepada pembaca, mulai dari kegiatan pencarian data di lapangan, memproduksinya menjadi tulisan, hingga menghidrarkannya kepada khalayak pembaca (Menurut Azwar, 2018:1).

Berita di Humas Bea dan Cukai digolongkan menjadi dua jenis berita, yang pertama berita internal. Berita internal merupakan berita yang peruntukannya ditujukan kepada pegawai Bea Cukai sebagai informasi mengenai kegiatan apa saja yang telah dilaksanakan oleh kantor-kantor Bea Cukai di seluruh Indonesia, dan publikasinya disebar melalui majalah, *website*, dan media sosial Bea Cukai. Berbeda dengan berita internal, berita eksternal merupakan berita yang peruntukannya ditujukan kepada masyarakat luas mengenai informasi kegiatan maupun kebijakan Bea Cukai yang perlu diketahui oleh khalayak umum, dan dipublikasikan melalui portal media *online* yang telah bekerja sama dengan Bea dan Cukai.

Keberadaan berita internal dan berita eksternal di Humas Bea dan Cukai memiliki jumlah yang berbeda berdasarkan jumlah berita yang dikirimkan oleh kantor-kantor Bea Cukai yang telah melaksanakan kegiatan dan dituliskan dalam bentuk berita. Perbandingan berita internal dan eksternal dapat dilihat melalui aplikasi Ketapel, karena sudah terekam secara otomatis di dalamnya.

Tim Humas Bea dan Cukai dalam aplikasi Ketapel melakukan *pointing* atau penunjukkan terhadap berita-berita yang telah dikirim dari berbagai kantor Bea Cukai untuk dipilah menjadi berita internal atau eksternal. Apabila berita telah di-*pointing* kedalam berita eksternal, maka selanjutnya berita akan disunting kembali oleh tim penyunting humas Bea dan Cukai agar berita memiliki unsur yang lengkap, jelas, dan menarik untuk dibaca sebelum disebar ke media massa yang telah bekerja sama (perjanjian kontrak) dengan Bea Cukai.

Proses penyuntingan pada berita yang terkumpul di aplikasi Ketapel merupakan bagian yang tak terpisahkan dari produksi berita sebelum disebar ke media massa. Sebuah berita, bagaimana hebatnya peristiwa atau kisah yang diangkat, tidak akan menarik apabila peristiwa itu tidak disampaikan dengan bahasa yang baik, kalimat yang jelas, dan informasi yang akurat. Menyunting berita dilakukan dengan memeriksa kembali naskah/tulisan untuk menyempurnakan tulisan, yang menyangkut ejaan, gaya bahasa, kelengkapan data, efektivitas kalimat, dan sebagainya. Sehingga, peran editor dalam memproduksi berita sangat penting sebagaimana dari sisi jurnalistik, editor harus mampu menjadikan laporan peristiwa agar bernilai jurnalistik atau memiliki nilai berita, hingga pada akhirnya berita dapat tersaji dengan kemasan yang menarik untuk dibaca oleh masyarakat luas.

Kegiatan penyuntingan berita dalam konteks lanjutan dapat pula dilakukan dengan melakukan berbagai tahapan sebelum berita disajikan, diantaranya memperbaiki kesalahan-kesalahan faktual, memperbaiki kesalahan ejaan (tanda baca dan tata bahasa), menyesuaikan gaya bahasa dengan media massa yang digunakan, meringkas berita agar memiliki kejelasan makna, menghindari pemakaian bahasa yang negatif dan bermakna ganda (rancu), serta menemukan judul yang menarik.

Selama proses produksi berita eksternal, tim penyunting berita dari humas Bea dan Cukai juga terkadang dihadapkan dengan beberapa hambatan untuk menyelesaikan penyuntingan secara masif dan tepat waktu dikarenakan oleh berbagai faktor. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis membuat judul Proses Penyuntingan Naskah Berita Eksternal di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yang akan membahas perbandingan mengenai berita internal dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

eksternal, proses penyuntingan naskah berita eksternal, serta hambatan dan solusi yang dialami selama proses produksi berita.

### 1.2 Perumusan Masalah

Laporan akhir berjudul Proses Penyuntingan Naskah Berita Eksternal di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai ini mengangkat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas, yaitu:

- 1) Bagaimana Perbandingan Berita Internal dan Eksternal di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai?
- 2) Bagaimana Proses Penyuntingan Naskah Berita Eksternal di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi dalam Proses Penyuntingan Naskah Berita Eksternal di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai?

### 1.3 Tujuan

Berdasarkan uraian dari perumusan makalah maka dapat ditentukan bahwa laporan akhir ini memiliki tujuan:

- 1) Menjelaskan Bagaimana Perbandingan Berita Internal dan Eksternal di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.
- 2) Menjelaskan Proses Penyuntingan Naskah Berita Eksternal di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi dalam Proses Penyuntingan Naskah Berita Eksternal di Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.

## METODE PENELITIAN

### 2.1 Lokasi dan Waktu

Lokasi dan waktu pengumpulan data untuk melengkapi Laporan Akhir ini dilakukan di Kantor Pusat Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, Jl. Jenderal Ahmad Yani (*By Pass*) Rawamangun, Jakarta Timur. Penulis langsung melakukan partisipasi aktif di Subdirektorat Komunikasi dan Publikasi sebagai Humas. Waktu pengumpulan data dilakukan dalam kurun waktu 35 hari terhitung dari tanggal 17 Februari 2020 sampai 3 April 2020 dengan cara melakukan praktik kerja lapangan. Pelaksanaan kerja dilakukan setiap hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja pukul 07.30-18.00 WIB.

### 2.2 Data dan Instrumen

Data yang digunakan dalam pengumpulan data untuk laporan akhir ini adalah:

- 1) Data Primer  
Data primer adalah data atau informasi yang diperoleh secara langsung dari sumbernya. Data primer yang digunakan adalah wawancara dengan pihak-pihak yang berhubungan dengan laporan akhir ini, yaitu dengan pembimbing lapangan serta dengan tim Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.





- 2) Data Sekunder  
Data sekunder adalah sumber data yang diperoleh melalui media perantara atau yang diperoleh secara tidak langsung. Data sekunder diperoleh dari situs resmi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, dan juga didapat dari studi kepustakaan melalui buku maupun literatur.
- 3) Instrumen  
Instrumen atau alat yang digunakan dalam pengumpulan data untuk laporan akhir yaitu daftar pertanyaan, alat tulis, dan *handphone*.

### 2.3 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah cara yang digunakan dalam mendapatkan data saat melakukan praktik kerja di lapangan. Terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penyusunan laporan akhir ini, antara lain:

- 1) Partisipasi Aktif  
Partisipasi Aktif merupakan teknik pengumpulan data dengan cara penulis terjun langsung dan ikut terlibat dalam berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, seperti menyunting berita eksternal pada aplikasi Ketapel.
- 2) Observasi  
Observasi dilakukan penulis dengan cara pengamatan secara langsung terkait kegiatan sekaligus mengikuti dan mengamati kinerja staf Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai.
- 3) Wawancara  
Wawancara dilakukan dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang lebih banyak dan mendalam. Wawancara dilakukan langsung kepada pembimbing lapangan serta tim Humas Direktorat Jenderal Bea dan Cukai lainnya, terkait dengan hal yang ingin atau belum dipahami.
- 4) Studi Pustaka  
Studi Pustaka dilakukan dengan cara mencari data-data atau teori terkait laporan akhir ini melalui beberapa referensi buku dan *website* yang berkaitan dengan materi penulisan.

## GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Gambaran umum perusahaan dibuat agar masyarakat luas dapat mengetahui lebih dalam mengenai perusahaan tersebut. Gambaran umum perusahaan secara umum disajikan dalam uraian sejarah dan profil perusahaan, visi, misi dan nilai perusahaan, serta makna dibalik logo Direktorat Jenderal Bea dan Cukai berdasarkan data dan informasi yang diperoleh dari situs resmi Direktorat Jenderal Bea dan Cukai yaitu [www.beacukai.go.id](http://www.beacukai.go.id).

### 3.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Bea dan Cukai (biasa disebut Bea Cukai) seringkali disingkat dengan istilah BC merupakan lembaga yang berurusan dengan biaya masuk dan keluar