

## STRATEGI MANAJEMEN KOMUNIKASI DIREKTORAT JENDERAL BEA DAN CUKAI DALAM MEMINIMALISIR EFEK PEMBERITAAN MEDIA

Juniarti Maryam<sup>1</sup>, Muh. Akbar<sup>2</sup>, Moehammad Iqbal Sultan<sup>3</sup>

Departemen Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin, Makassar, Indonesia

e-mail: [maryamj23e@student.unhas.ac.id](mailto:maryamj23e@student.unhas.ac.id)

### ABSTRAK

*Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Bea Cukai memiliki peranan penting dalam mempengaruhi efek pemberitaan media terhadap citra lembaga. Dalam menghadapi pemberitaan media, Bea Cukai perlu mempertimbangkan berbagai faktor seperti transparansi, responsif, dan konsistensi dalam menyampaikan informasi kepada publik. Selain itu, membangun hubungan yang baik dengan media massa juga merupakan hal yang krusial. Dengan demikian, dengan Boundary Spanning Public Relation (membangun komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik) melalui strategi komunikasi yang tepat, Bea Cukai dapat mengelola efek pemberitaan media dengan lebih efektif, sehingga dapat memperkuat citra lembaga di mata masyarakat. Salah satu kasusnya adalah terjadinya miskomunikasi dan diskomunikasi regulai beacukai terhadap persepsi masyarakat. Penelitian inipun berupaya mengkajinya dengan tujuan untuk mengidentifikasi penyebab masalah persepsi negatif masyarkat terkait kebijakan aregulasi Beacukai. Pendekatan penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi kasus. Hasil penelitian mengidentifikasi beberapa penyebabnya yaitu kurangnya kemampuan SDM dalam teknik penguasaan cara berkomunikasi, manajemen isu yang perlu disempurnakan serta kurang terlibatnya seluruh element organisasi dalam Instansi Beacukai. Selain itu, ada beberapa upaya dalam menyelesaikan misinformasi dan diskomunikasi dalam komunikasi media dan public antarlain menerapkan pendekatan penyusunan agenda setting dan kultivasi, perumusan strategi komunikasi, produksi dan aktivasi, dan Monitoring dan Evaluasi.*

**Keywords:** Strategi, Manajemen Komunikasi, Direktorat Jendral Bea Cukai, Pemberitaan Media .

### 1. PENDAHULUAN

Direktorat Jenderal Bea dan Cukai (DJBC) sebagai instansi garda terdepan yang dapat diandalkan dalam pengawasan dan pelayanan, dengan segenap kekuatan tenaga, memiliki optimis

merujuk pada sikap positif dan keyakinan bahwa DJBC dapat terus meningkatkan kinerjanya, dan agresivitas menunjukkan ketegasan untuk semakin baik dalam memberikan kepastian dan rasa aman kepada masyarakat

guna memenuhi harapan dan kepercayaan tinggi dari masyarakat (Mahmud, 2022). Sebagai bagian dari Kementerian Keuangan DJBC dituntut untuk memiliki *responsibility*, kredibilitas dan kepercayaan masyarakat.

*Good Governance* dalam definisi yang diperkenalkan oleh setiap aparatur pemerintah dalam melaksanakan berbagai kegiatan pemerintahan, pembangunan dan pelayanan kepada masyarakat lebih mengedepankan akuntabilitas dan responsibilitas, sehingga hak dan kewajiban-nya, tindakan, keahliannya dan bahkan waktu yang dipergunakan didepan publik harus dapat dipertanggungjawabkan sehingga akan terwujud pemerintah yang baik. Selain itu, reformasi birokrasi yang terus berlangsung mendorong lembaga pemerintah untuk menjadi lebih transparan, akuntabel, dan mengamalkan prinsip *good governance* (Aritonang, 2017).

Kepercayaan publik terhadap pemerintah sangat penting untuk berfungsinya demokrasi, tanpa kepercayaan publik, warga negara cenderung tidak akan berpartisipasi dalam proses politik dan meminta pertanggungjawaban pejabat pemerintah, yang dapat menyebabkan penurunan

transparansi, akuntabilitas, dan efektivitas tata kelola pemerintahan secara keseluruhan (Rahimallah & Ricky, 2023; Silalahi, 2011).

Dalam masyarakat saat ini, kepercayaan publik memainkan peran penting dalam menjaga stabilitas dan fungsi berbagai lembaga dan organisasi. Tanpa kepercayaan publik, lembaga dan organisasi akan kesulitan untuk mendapatkan dukungan dan kerja sama dari publik. Kurangnya kepercayaan ini dapat menghambat pengambilan keputusan yang efektif, menghambat transparansi, dan mengarah pada peningkatan skeptisisme dan sinisme di kalangan masyarakat (Putra, 2017). Oleh karena itu, sangat penting untuk memprioritaskan upaya untuk membangun, mempertahankan, dan memulihkan kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah dan pegawai mereka.

Salah satu strategi untuk membangun kepercayaan publik terhadap lembaga pemerintah dan pegawai mereka adalah melalui praktik tata kelola pemerintahan yang transparan dan akuntabel, yang mencakup komunikasi yang terbuka, kejujuran, dan perilaku yang beretika (Tryara Yulia Banobe, 2023). Dengan secara

konsisten menunjukkan transparansi dan akuntabilitas, lembaga pemerintah dapat menumbuhkan lingkungan kepercayaan di mana publik merasa yakin dengan tindakan dan keputusan yang dibuat oleh lembaga-lembaga tersebut. Instansi pemerintah harus memprioritaskan pemenuhan kebutuhan dan harapan masyarakat dan memastikan bahwa mereka menindaklanjuti komitmen mereka (Robiyanur et al., 2017).

Hal ini dapat dicapai dengan memberikan layanan yang berkualitas, menangani masalah publik, dan secara aktif terlibat dengan masyarakat. Selain itu, membangun kepercayaan publik membutuhkan keterlibatan yang efektif dengan masyarakat. Hal ini berarti secara aktif melibatkan warga negara dalam proses pengambilan keputusan, meminta masukan dan umpan balik dari mereka, dan memastikan bahwa suara mereka didengar dan dipertimbangkan. Dengan menghargai dan melibatkan warga secara tulus, pejabat publik dapat menunjukkan kepercayaan mereka kepada publik, yang pada gilirannya mendorong kepercayaan sebagai imbalannya. Selain itu, penting juga untuk mengatasi faktor-faktor yang

mempengaruhi tingkat kepercayaan antara pejabat publik dan warga negara (Pinem et al., 2018).

Tahun 2023 melalui laporan Direktorat Jendral Bea dan Cukai beberapa kejadian dalam media online dan media massa menjadikan Instansi DJBC diterpa issue negatif, pemebritaan media menyudutkan Instansi Bea Cukai (Direktorat Jenderal Bea dan Cukai, 2018). Salah satu masalah yang ada di Beacukai Indonesia adalah potensi korupsi dan penyuapan di dalam badan tersebut. Masalah ini dapat merusak efisiensi dan transparansi proses bea cukai, yang mengarah pada keuntungan yang tidak adil bagi bisnis tertentu, hilangnya pendapatan pemerintah, dan erosi kepercayaan publik terhadap sistem kepabeanan (Husnia et al., 2023).

Untuk mengatasi masalah ini, Beacukai Indonesia perlu menerapkan kontrol internal yang lebih ketat dan meningkatkan transparansi dalam operasinya. Kepercayaan publik terhadap Bea Cukai Indonesia memainkan peran penting dalam memastikan fasilitasi perdagangan dan pengumpulan pendapatan yang efektif. Untuk menjaga dan memperkuat kepercayaan publik terhadap bea cukai Indonesia,

sangat penting bagi institusi ini untuk memprioritaskan transparansi, akuntabilitas, dan integritas dalam operasinya. Hal ini dapat dicapai dengan menerapkan langkah-langkah seperti mengkomunikasikan kebijakan dan prosedur bea cukai secara teratur kepada publik, mempromosikan proses bea cukai yang efisien dan adil, dan memastikan bahwa personilnya terlatih dengan baik dan mematuhi standar etika.

Selain itu, penting bagi bea cukai Indonesia untuk secara aktif terlibat dengan para pemangku kepentingan seperti pelaku usaha, asosiasi industri, dan organisasi masyarakat untuk mengumpulkan umpan balik, mengatasi masalah, dan berkolaborasi dalam inisiatif untuk meningkatkan layanan bea cukai. Dengan secara aktif melibatkan para pemangku kepentingan dan mendorong transparansi, bea cukai Indonesia dapat membangun kepercayaan publik dan memastikan bahwa operasi mereka dapat diandalkan dan dipercaya (Dharmawan et al., 2019).

Maka dengan menyusun kembali manajemen strategi komunikasi DJBC melalui *Public Relation* DJBC bersama media yang dimana komunikasi diarahkan untuk membangun narasi yang utuh yang mampu merangkai

koneksi antara isu dengan isu yang lainnya agar pesan kunci yang disampaikan kepada public tepat atau diterima dengan baik. Humas Bea Cukai Indonesia memainkan peran penting dalam mempromosikan Bea Cukai kepada berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelaku usaha, instansi pemerintah, dan masyarakat umum. Peran mereka termasuk menyebarkan informasi tentang tujuan, kebijakan, dan fungsi Administrasi Kepabeanan dan Cukai, serta menangani setiap kekhawatiran atau kesalahpahaman yang mungkin timbul (Fardiansyah et al., 2023).

Humas Bea Cukai memastikan bahwa saluran komunikasi yang jelas dan ringkas dibuat untuk mendorong transparansi dan memperkuat kepercayaan antara organisasi dan para pemangku kepentingan. mereka juga bekerja untuk meningkatkan citra dan reputasi Administrasi Kepabeanan dan Cukai dengan mengelola persepsi publik dan menangani hubungan media secara efektif. Melalui kampanye komunikasi strategis dan kegiatan hubungan masyarakat yang ditargetkan, Humas Beacukai Indonesia bertujuan untuk membangun persepsi yang positif dan menguntungkan tentang Administrasi Bea dan Cukai di antara para pemangku kepentingan utama. Penting bagi Humas Beacukai Indonesia untuk menjaga komunikasi yang terbuka dan transparan dengan media, memberikan informasi yang tepat waktu dan akurat untuk

memastikan bahwa publik memiliki pemahaman yang jelas tentang kegiatan dan pencapaian Administrasi Kepabeanan dan Cukai (Sumai et al., 2021).

Bea Cukai dan efektivitasnya dalam memfasilitasi komunikasi dan kolaborasi yang lancar antara pemangku kepentingan, yaitu internal, mitra eksternal, dan masyarakat umum. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki dan memberikan rekomendasi untuk meningkatkan strategi komunikasi Bea Cukai Indonesia, dengan mempertimbangkan kebutuhan dan tantangan khusus dalam instansi Beacukai.

Penelitian sebelumnya mengenai strategi komunikasi oleh Bea Cukai memberikan wawasan yang berharga mengenai keefektifan strategi komunikasi mereka dalam mencapai tujuan mereka. Penelitian tersebut menyoroti pentingnya komunikasi yang jelas dan konsisten dalam memfasilitasi kelancaran operasi bea cukai dan mendorong kepatuhan terhadap peraturan bea cukai, selain itu, penelitian tersebut mengidentifikasi beberapa tantangan yang dihadapi oleh departemen tersebut dalam mengimplementasikan strategi komunikasi mereka. Penelitian terdahulu juga mengusulkan solusi untuk mengatasi tantangan-tantangan tersebut, termasuk pengembangan peraturan regulasi beacukai dan peraturan titipan dari Instansi Lain,

merampingkan proses birokrasi, dan meningkatkan transparansi dan komunikasi tentang prosedur bea cukai kepada para pemangku kepentingan dan masyarakat. Penelitian sebelumnya mengenai strategi komunikasi oleh Bea Cukai memberikan wawasan yang berharga mengenai keefektifan strategi komunikasi mereka dalam mencapai tujuan mereka. Para peneliti juga menyoroti perlunya kolaborasi dengan mitra dan ekosistem digital untuk meningkatkan sistem kepabeanan dan mendukung keuangan negara (Sudarmadi et al., 2022).

Secara keseluruhan, penelitian sebelumnya tentang strategi komunikasi oleh Instansi Bea dan Cukai Indonesia memberikan analisis yang komprehensif tentang upaya Instansi dalam komunikasi yang efektif dan menyoroti pentingnya mengatasi tantangan dan menerapkan solusi untuk meningkatkan strategi komunikasi mereka (Nugrahaeni & Tjen, 2021). Seiring dengan perkembangan teknologi dan globalisasi perdagangan, peran Bea Cukai Indonesia sebagai lembaga pengawas dan penegakan hukum di bidang kepabeanan semakin penting (Dermawan et al., 2022). Bea Cukai sebagai lembaga pengawas dan penegakan hukum di bidang kepabeanan memiliki peran penting dalam melindungi kedaulatan negara, menjamin keamanan dan keselamatan nasional, mendorong pertumbuhan



ekonomi, dan memfasilitasi perdagangan internasional yang lancar.

## 2. METODE

Pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus digunakan dalam penelitian ini. Studi kasus dilakukan pada Instansi Bea Cukai. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan analisis dokumen berita melalui media sosial dan media online digunakan untuk menggali pemahaman yang kaya dan mendalam tentang suatu masalah atau fenomena (Gusti Prasetyo, 2022). Pendekatan kualitatif juga memberi kesempatan pada peneliti untuk menjelajahi kompleksitas dan konteks dari suatu fenomena, serta memahami perbedaan individual dalam interpretasi dan pengalaman. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif, peneliti dapat memberikan kontribusi berharga dalam mengembangkan pemahaman baru dan mendalam tentang berbagai aspek dari kehidupan manusia (Rachman et al., 2024).

Ada alasan-alasan tertentu yang mendorong mengapa perlu menggunakan penelitian kualitatif dalam melakukan kegiatan ilmiah dan mengungkap suatu fenomena/fakta serta mencari solusi/jawaban dalam mengatasi masalah, alasan tersebut diantaranya: (1) data yang diperoleh sangat mendasar, sebab berdasarkan fakta, peristiwa dan realita yang ada, jadi bukan rekayasa peneliti. (2) hasil penelitian dan pembahasannya

mendalam, terpusat karena datanya digali secara mendalam. Keterlibatan peneliti dalam penelitian yang cukup lama dan memperhitungkan semua factor mengitarinya seperti halnya ideologi, politik, ekonomi, pendidikan, dan budaya menunjukkan kedalaman makna yang pada akhirnya dihasilkan lewat metode kualitatif (Fadli, 2021).

Kasus yang dikaji dalam penelitian ini adalah beragam dimana terjadinya misinformasi dan disinformasi persepsi masyarakat terhadap regulasi beacukai. Misinformasi dan disinformasi adalah bentuk-bentuk informasi yang salah atau menyesatkan yang disebarkan dengan sengaja dengan tujuan tertentu, misalnya untuk memengaruhi opini publik, menciptakan kebingungan, atau mengubah persepsi tentang suatu isu atau individu. Diskusi Temuan Utama Misinformasi menimbulkan tantangan bagi pengambilan keputusan. Di bidang kesehatan, hal ini dapat memengaruhi keputusan klinis yang diambil oleh perawat dan pasien dan dapat memengaruhi pembuatan kebijakan perawatan kesehatan jika salah satu pihak yang terlibat mendapatkan informasi yang salah. Dalam makalah ini, kami menilai definisi yang tersedia tentang informasi yang salah dan istilah-istilah terkait yang digunakan dalam tinjauan sistematis penelitian kesehatan.

Di seluruh tinjauan, ada beberapa konsep yang secara umum disepakati. Misinformasi mencakup informasi

yang salah yang mungkin disengaja atau tidak disengaja (El Mikati et al., 2023). Adapun tahapan penelitian ini terbagi menjadi beberapa tahapan yaitu Penelitian ini memiliki delapan fase (Bryman, 2012; Creswell, 2014). *Pertama*, pertanyaan penelitian dan tujuan penelitian dirumuskan untuk mengidentifikasi masalah. *Kedua*, cari atau pilih kasus yang relevan dengan pertanyaan penelitian. *Ketiga*, merancang penelitian sesuai dengan pertanyaan penelitian dan sifat kasus. *Keempat*, persiapan dan rencana pengumpulan data. *Kelima*, data penelitian dikumpulkan melalui observasi, wawancara, dan studi literatur. *Keenam*, data dari observasi, wawancara, dan studi literatur diolah. *Ketujuh*, hasil olah data dimasukkan ke dalam hasil dan pembahasan penelitian. *Kedelapan*. Menyimpulkan dan menyarankan hasil penelitian yang diuraikan dalam penutup.

#### **Konsep *Boundary Spanning Public Relation* dalam Agenda Setting**

Penelitian ini menggunakan teori agenda setting, dengan salah satu konsep pentingnya yaitu *Boundary Spanning Public Relation* (membangun komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik) (Melani Rahmadanty, Ernita Arif, 2019). Salah satu gagasan berpengaruh dalam komunikasi media adalah teori agenda setting, yang dikemukakan oleh MC Combs dan Donald Show pada tahun 1972, mengkaji hubungan antara media dan opini publik (Ritonga, 2018). Menurut teori ini, media memiliki kekuatan untuk mempengaruhi isu atau topik mana

yang dianggap penting oleh publik. Istilah *Boundary Spanning* juga berkaitan dengan *Boundary spanner* dimana menjembatani dan dapat menggunakan kontrol mereka terhadap orang lain karena mereka memiliki hubungan di dalam organisasi dan juga di luar organisasi (Wahyuddin, Ersal, et al., 2024). Dengan secara konsisten meliput berita tertentu dan memberikan penonjolan yang lebih, media dapat secara efektif mengatur agenda dan membentuk persepsi dan prioritas publik. Agenda tersebut harus dibingkai untuk mendapatkan perhatian publik dan opini akan muncul.

Teori agenda setting menunjukkan bahwa realitas di masyarakat dihasilkan oleh konstruksi media melalui pemberitaan. Media mengkonstruksi sekaligus mengarahkan opini dan perilaku masyarakat. Oleh karena itu, masyarakat tidak menanggapi realitas atau fakta tetapi menanggapi apa yang mereka pikirkan. Media massa berperan dalam membentuk realitas dalam opini masyarakat (Nugroho et al., 2020). Produksi media alternatif yang semakin canggih, khususnya penggunaan media sosial, dan pentingnya media sosial secara strategis untuk menjangkau masyarakat dan menyampaikan agenda mereka yang dipandang oleh banyak produsen sebagai hal yang penting bagi mereka untuk dapat mempengaruhi pemahaman pembaca tentang dunia (Wahyuddin, Farid, et al., 2024).

Konsep *Boundary Spanning Public Relation* akan diimplementasikan dalam instansi, *Boundary Spanning Public Relations* mengacu pada

praktik menjembatani komunikasi dan membina hubungan antara organisasi dengan berbagai pemangku kepentingan, baik internal maupun eksternal. Para profesional Hubungan Masyarakat memainkan peran penting dalam mengelola dan menjaga reputasi dan citra organisasi. Mereka bertindak sebagai perantara, memfasilitasi komunikasi yang efektif dan membangun hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan para pemangku kepentingannya. Boundary Spanning Public Relations mengacu pada praktik membangun dan memelihara hubungan antara organisasi dan pemangku kepentingan eksternalnya.

Bagi Bea dan Cukai penerapan Boundary Spanning Public Relations dapat bermanfaat dalam beberapa hal. Pertama, hal ini memungkinkan instansi untuk berkomunikasi dan berkolaborasi secara efektif dengan berbagai pemangku kepentingan eksternal, seperti importir, eksportir, perusahaan pelayaran, dan instansi pemerintah. Dengan secara aktif melibatkan para pemangku kepentingan ini, Bea dan Cukai dapat mengumpulkan informasi berharga, bertukar pengetahuan, dan mengatasi masalah atau isu yang mungkin timbul dalam proses perizinan kepabeanan dan fasilitasi perdagangan. Kedua, Boundary Spanning Public Relations dapat membantu Bea dan Cukai dalam membangun kepercayaan dan kredibilitas di antara para pemangku kepentingan. Melalui komunikasi yang terbuka dan transparan, lembaga ini dapat menunjukkan komitmennya terhadap prosedur kepabeanan yang adil dan efisien, yang dapat meningkatkan reputasi

lembaga secara keseluruhan dan berkontribusi pada citra positif di komunitas perdagangan internasional. Selain itu, implementasi Boundary Spanning Public Relations dapat membantu Bea dan Cukai dalam mengidentifikasi potensi risiko dan peluang dalam lingkungan perdagangan global.

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat beberapa kasus serupa yang menjadi kajian dalam penelitian ini adalah misinformasi dan disinformasi masyarakat terkait dengan regulasi Beacukai antara lain meledaknya (*viral*) pemberitaan terhadap pengiriman coklat seharga Rp.1.000.000,- dikenakan bea masuk sebesar Rp. 9.000.000,- yang diunggah pada video *Tiktok* oleh akun @ferrerfranciz yang mengaku mengirim coklat dari luar negeri dan membayar bea masuk sebesar tersebut menjadi perbincangan warganet. Masyarakat dibuat heran dengan besarnya nilai pungutan atas barang kiriman coklat tersebut. Namun bagaimana ketentuan kepabeanan yang sebenarnya berlaku? Terkait besarnya pungutan Kasubdit Humas dan Penyuluhan Bea Cukai menjelaskan bahwa barang kiriman tersebut bukan hanya berupa coklat namun ternyata terdapat barang lain berupa tas mewah senilai USD.1.108 atau setara Rp. 17.067.632,00 dan pengenaan atas nilai Rp.9.000.000,00 tersebut telah diatur dan sesuai dalam Peraturan Menteri Keuangan nomor 199/PMK.010/2019 tentang ketentuan Kepabeanan, Cukai, dan Pajak atas Impor Barang Kiriman (Cukai, 2023).

Kasus serupa terjadi pada tahun 2023 pada media sosial dihebohkan isu tentang tertahannya barang kiriman



berupa alat kesehatan. Dilansir melalui laman Instagram @niluhdjelantik, pada Kamis (06/04), terdapat sebuah tayangan video seorang warga negara asing (WNA) penyandang disabilitas asal Finlandia berinisial PR, yang mendatangi Kantor Pos Lalu Bea Denpasar untuk mengambil paket barang dan diberitakan kembali oleh media online @detikcom, @kompas.com, @metronews dan beberapa media massa dan online lainnya. Dalam pemberitaan besar bahwa WNA gagal mendapatkan barang kirimannya karena dipersulit oleh Beacukai. Masyarakat menilai Beacukai tidak memiliki empati kepada penyandang disabilitas dan persepsi negatif lainnya. Dilansir dari halaman media centre beacukai bahwa barang kiriman tersebut berupa keteter masuk dalam kategori barang larangan dan pembatasanyang diatur dalam keputusan Menteri Kesehatan RI nomor HK.01.07/MENKES/234/2018 tentang Daftar Alat Kesehatan, Alat Kesehatan Diagnostik In Vitro dan Perbekalan Kesehatan Rumah Tangga Impor yang pengawasannya Dilakukan dalam kawasan pabean (Border) dan di Luar Kawasan Pabean (*Post Border*). Dalam hal ini penerima barang wajib meminta surat ijin kepada Kementerian Kesehatan, dengan asas kemanusiaan Beacukai membantu penerima barang berkoordinasi dan mengurus perizinan secara prosedur online melalui link Kementerian Kesehatan sebagai yang menitipkan aturannya kepada Beacukai sehingga ada tahapan administrasi yang harus dilalui oleh penerima barang.

Apabila dikaitkan dengan *Boundries Spanning Public Relation* komunikasi antara kantor bea cukai dan masyarakat umum sangat penting untuk memastikan proses regulasi

yang efisien dan kelancaran transaksi ekspor-impor. Memastikan komunikasi yang jelas dan efektif antara kantor bea cukai dan masyarakat umum sangat penting untuk menjaga transparansi dan memfasilitasi kelancaran transaksi ekspor-impor. Miskomunikasi dapat menyebabkan penundaan, peningkatan biaya, dan frustrasi bagi kedua belah pihak yang terlibat. Oleh karena itu, baik kantor pabean maupun masyarakat umum harus berupaya untuk memahami dan mematuhi peraturan dan prosedur dengan jelas, serta melakukan komunikasi yang terbuka dan transparan. Memastikan komunikasi yang jelas dan efektif antara kantor pabean dan masyarakat umum sangat penting untuk menjaga dialog untuk mengatasi masalah atau isu yang mungkin timbul. Dengan mempromosikan komunikasi dan kolaborasi yang efektif, kedua belah pihak dapat bekerja menuju proses perdagangan yang lebih efisien dan efisien. Sumber: Selain komunikasi yang jelas dan terbuka, penting juga bagi kantor bea cukai untuk menyediakan sumber daya dan panduan yang dapat diakses oleh publik. Hal ini dapat mencakup dokumentasi yang mudah dimengerti dan sumber daya online yang mengklarifikasi prosedur impor-ekspor, klasifikasi tarif, dan informasi relevan lainnya. Dengan membekali masyarakat dengan pengetahuan dan alat yang diperlukan, kantor pabean dapat membantu mencegah kesalahpahaman dan kesalahan dalam proses ekspor-impor.

Selain itu, menerapkan mekanisme umpan balik dan saluran untuk dialog dapat meningkatkan komunikasi dan pemahaman antara kantor pabean dan masyarakat. Hal ini dapat melibatkan survei, forum publik,

dan titik kontak yang ditunjuk untuk pertanyaan dan umpan balik. Dengan secara aktif mendengarkan kekhawatiran dan saran dari masyarakat, kantor pabean dapat beradaptasi dan meningkatkan proses mereka agar lebih sesuai dengan kebutuhan semua pemangku kepentingan yang terlibat. Upaya untuk meningkatkan komunikasi dan pemahaman antara Bea Cukai dan masyarakat umum tidak hanya mengarah pada transaksi perdagangan yang lebih lancar, tetapi juga menumbuhkan rasa kepercayaan dan kerja sama antara kedua belah pihak.

#### **Penyusunan Agenda Setting dalam Pemberitaan Media**

Pada saat penyusunan agenda setting dan kultivasi atas pemberitaan miskomunikasi media pada bea cukai, penting untuk mempertimbangkan langkah-langkah yang dapat dilakukan untuk memperbaiki citra dan komunikasi. Salah satu langkah yang dapat diambil adalah dengan melakukan klarifikasi secara terbuka kepada media mengenai informasi yang salah atau terdistorsi. Selain itu, juga diperlukan upaya untuk memberikan penyuluhan kepada media mengenai proses kerja bea cukai dan pentingnya akurasi dalam memberitakan informasi terkait. Selain itu, membangun hubungan yang baik dengan media melalui kegiatan-kegiatan seperti konferensi pers, pertemuan informal, dan kunjungan ke redaksi media dapat membantu dalam memperbaiki hubungan dan memastikan penyampaian informasi yang akurat. Dalam upaya memperbaiki citra dan menjaga komunikasi yang baik, bea cukai juga perlu memperhatikan media sosial. Menyebarkan informasi yang akurat dan menjawab pertanyaan dari masyarakat melalui platform media sosial adalah langkah penting dalam

memastikan informasi yang benar sampai kepada publik. Selain itu, penting juga untuk terus memantau pemberitaan media dan tanggapan masyarakat terhadap informasi yang disampaikan, sehingga dapat segera mengambil tindakan koreksi atau memberikan penjelasan lebih lanjut jika diperlukan. Dengan kesadaran akan peran media dan komunikasi yang efektif, bea cukai dapat memperbaiki citra dan memastikan pemberitaan yang akurat mengenai lembaga mereka. Setelah langkah-langkah penyusunan agenda setting dan kultivasi dilakukan, perlu juga untuk terus memantau dan mengevaluasi dampak dari upaya-upaya yang telah dilakukan. Evaluasi ini dapat dilakukan dengan mengukur perubahan persepsi masyarakat terhadap bea cukai, serta memantau apakah pemberitaan media mengenai lembaga tersebut telah menjadi lebih akurat dan positif.

Selain itu, penting untuk terus menjaga hubungan baik dengan media dan memperkuat kerjasama melalui pelibatan dalam kegiatan-kegiatan yang dapat meningkatkan pemahaman tentang bea cukai. Hal ini dapat dilakukan melalui penyediaan sumber daya, akses ke narasumber, serta kerjasama dalam penyelenggaraan acara yang relevan. Selanjutnya, dalam menyusun agenda setting, perlu juga untuk memperhatikan isu-isu terkini dan perubahan dalam lingkungan media dan masyarakat. Dengan memperhatikan dinamika ini, bea cukai dapat lebih responsif dalam mengelola pemberitaan miskomunikasi media dan menjaga citra mereka secara proaktif. Dengan demikian, melalui langkah-langkah penyusunan agenda setting dan kultivasi yang terencana dan berkelanjutan, diharapkan citra dan komunikasi bea cukai dapat terus ditingkatkan dan masyarakat dapat menerima informasi

yang akurat dan berimbang mengenai lembaga tersebut. Setelah langkah-langkah penyusunan agenda setting dan kultivasi dilakukan, bea cukai juga perlu mempersiapkan diri untuk menghadapi kemungkinan adanya pemberitaan negatif di masa depan. Salah satu cara untuk melakukan hal ini adalah dengan membangun tim atau unit khusus yang bertanggung jawab dalam menangani krisis media dan mengelola isu-isu sensitif. Tim ini harus dilengkapi dengan pelatihan dan keterampilan yang diperlukan untuk merespons dengan cepat dan tepat terhadap situasi yang mempengaruhi citra dan reputasi bea cukai.

Selain itu, bea cukai perlu terus meningkatkan transparansi dalam setiap kegiatan dan kebijakan yang dilakukan. Dengan memberikan akses terbuka kepada media dan publik mengenai proses dan keputusan yang diambil, bea cukai dapat memperoleh kepercayaan dari masyarakat dan media. Selanjutnya, penting untuk menjalin kemitraan yang kuat dengan lembaga-lembaga riset dan survey terkait opini publik. Kolaborasi dengan lembaga-lembaga ini akan membantu bea cukai dalam memahami persepsi masyarakat dan mengetahui perubahan tren yang dapat memengaruhi citra mereka. Dengan terus mengikuti perkembangan teknologi dan tren media, bea cukai juga perlu melakukan inovasi dalam penyampaian informasi. Pemanfaatan platform digital dan konten multimedia yang menarik akan membantu bea cukai untuk mencapai audiens yang lebih luas dan memastikan pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat.

Terakhir, untuk menjaga keberlangsungan upaya penyusunan agenda setting dan kultivasi, penting untuk melibatkan berbagai pihak terkait

di dalam dan luar organisasi bea cukai. Dengan melibatkan berbagai stakeholder, termasuk internal seperti karyawan bea cukai dan eksternal seperti mitra bisnis dan masyarakat, upaya memperbaiki citra dan komunikasi bea cukai dapat menjadi lebih holistik dan berkelanjutan. Setelah melakukan langkah-langkah penyusunan agenda setting dan kultivasi, penting untuk mengukur efektivitas dari strategi yang telah dilakukan. Evaluasi secara berkala dapat memberikan gambaran mengenai dampak dari upaya-upaya yang telah dilakukan. Selain itu, bea cukai perlu memperkuat monitoring terhadap pemberitaan media dan respons masyarakat terhadap informasi yang disampaikan. Penggunaan teknologi analitik dapat membantu dalam memantau dan menganalisis sentimen masyarakat terhadap bea cukai, sehingga memungkinkan untuk menyesuaikan strategi komunikasi dan langkah-langkah penyusunan agenda setting secara lebih efektif. Selain itu, dalam menghadapi kemungkinan pemberitaan negatif di masa depan, bea cukai dapat mempertimbangkan untuk memiliki rencana respons krisis yang terstruktur dan terencana. Hal ini melibatkan identifikasi potensi isu-isu sensitif, penyusunan pesan-pesan kunci, serta simulasi untuk merespons situasi kritis dengan cepat dan tepat. Dengan menjaga kerjasama dengan media dan melibatkan seluruh pihak terkait, bea cukai dapat terus memperbaiki citra dan komunikasi mereka dengan masyarakat dan media. Dengan terus memperhatikan dinamika lingkungan media serta respons masyarakat, bea cukai dapat lebih siap menghadapi tantangan dan memastikan informasi yang akurat dan seimbang disampaikan kepada publik.

### Perumusan Strategi Komunikasi

Setelah melakukan analisis mendalam tentang kondisi internal dan eksternal, langkah berikutnya dalam perumusan strategi komunikasi Bea Cukai adalah menetapkan tujuan dan target audiens. Tujuan komunikasi harus jelas dan terukur, sehingga dapat diidentifikasi dengan jelas apakah strategi yang diimplementasikan berhasil atau tidak. Selain itu, pemahaman yang mendalam tentang siapa saja yang menjadi target audiens komunikasi akan membantu dalam menyusun pesan yang sesuai dan memilih saluran komunikasi yang tepat. Dengan demikian, strategi komunikasi yang dirancang dapat lebih efektif dalam mencapai hasil yang diinginkan. Setelah menetapkan tujuan dan target audiens, langkah selanjutnya adalah menyusun pesan yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan dari masing-masing target audiens. Pesan yang kuat dan relevan akan lebih mungkin diterima dan dipahami dengan baik oleh audiens. Setelah itu, pemilihan saluran komunikasi yang tepat juga merupakan hal yang penting. Apakah akan menggunakan media sosial, website resmi, atau bahkan kampanye iklan, semua harus disesuaikan dengan karakteristik serta preferensi dari target audiens.

Strategi melakukan analisis dan riset mandiri untuk menggali informasi atas isu yang akan dikomunikasikan ke publik memerlukan pendekatan sistematis dan terorganisir. Dalam melakukan komunikasi publik, terutama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat, penting bagi Beacukai untuk menguasai kompetensi kehumasan. Kompetensi kehumasan memungkinkan Beacukai untuk memahami cara mengelola informasi dan komunikasi publik yang baik, sehingga dapat mencegah polarisasi di

tengah masyarakat. Kompetensi kehumasan juga berperan penting dalam menjaga reputasi dan citra Beacukai sebagai lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam pengawasan peredaran barang-barang di perbatasan negara.

Oleh karena itu, Beacukai perlu menjaga keseimbangan antara kompetensi kehumasan dan transparansi dalam komunikasi publik. Dalam menjaga keseimbangan tersebut, Beacukai dapat melakukan langkah-langkah berikut:

1. Mengedepankan prinsip-prinsip transparansi dan keterbukaan dalam menyampaikan informasi kepada publik.
2. Mengimplementasikan mekanisme pertanggungjawaban publik yang memungkinkan masyarakat untuk memberikan masukan dan saran terhadap kinerja Beacukai.
3. Mengadakan pertemuan terbuka dengan masyarakat untuk mendengarkan masukan dan keluhan terkait kinerja Beacukai melalui awak media.
4. Menggunakan platform digital dan media sosial sebagai sarana untuk menyebarkan informasi secara transparan dan akurat kepada masyarakat.
5. Mengembangkan kebijakan dan prosedur yang jelas mengenai pengelolaan informasi dan komunikasi public.

Terhadap isu dan pemberitaan negatif yang beredar tentunya Beacukai harus melakukan perumusan Strategi komunikasi dengan membentuk latar belakang strategi komunikasi, analisis situasi . membentuk *timeline* komunikasi, penentuan *speaker person* dalam setiap unit, melakukan manajemen risiko. Dalam menghadapi isu-isu dan berita negatif yang beredar, Beacukai, sebagai



sebuah organisasi, harus merumuskan strategi komunikasi untuk mengatasi tantangan tersebut. Strategi ini harus mencakup beberapa elemen kunci: Penting untuk mengakui kekhawatiran dan kritik dari publik dan mengatasinya dengan transparansi dan akuntabilitas. Namun, ada beberapa kasus di mana isu dan berita negatif mungkin didasarkan pada kesalahpahaman atau informasi yang salah. Dalam kasus seperti itu, sangat penting bagi Beacukai untuk mempertimbangkan potensi dampak dari setiap isu negatif atau laporan berita. Dengan menanggapi setiap berita negatif, ada risiko memberikan perhatian dan kredibilitas yang lebih besar daripada yang seharusnya. Sebaliknya, Beacukai dapat memilih untuk fokus pada inisiatif dan upaya positif yang sedang berlangsung, membiarkan tindakannya berbicara sendiri. Selain itu, Beacukai juga harus memprioritaskan komunikasi proaktif untuk membangun dan mempertahankan kepercayaan publik. Hal ini dapat dicapai melalui pembaruan rutin tentang operasi, pencapaian, dan peningkatan organisasi. Dengan memberikan gambaran yang jelas kepada publik tentang kegiatannya dan menunjukkan komitmen terhadap integritas dan kepatuhan, Beacukai dapat secara efektif melawan persepsi negatif.

Selain itu, berinteraksi dengan publik melalui berbagai saluran komunikasi, seperti media sosial, siaran pers, dan acara-acara publik, dapat membantu memmanusiakan organisasi dan menciptakan rasa transparansi. Transparansi adalah kunci dalam menunjukkan akuntabilitas dan mengatasi kesalahpahaman atau informasi yang salah. Beacukai dapat mempertimbangkan untuk menjalin kemitraan dengan organisasi, pakar, dan tokoh masyarakat yang kredibel untuk

memvalidasi upayanya dan menunjukkan dedikasinya dalam melayani kepentingan publik. Berkolaborasi dengan suara-suara tepercaya dapat membantu Beacukai memperkuat pesannya dan memerangi narasi negatif secara efektif. Dengan mengintegrasikan elemen-elemen ini ke dalam strategi komunikasinya, Beacukai dapat membangun pendekatan yang kuat dan holistik untuk mengelola isu dan berita negatif, yang pada akhirnya membina hubungan yang lebih positif dan konstruktif dengan publik dan pemangku kepentingan.

### **Produksi dan Aktivasi**

Di dunia yang serba cepat dan saling terhubung saat ini, komunikasi yang efektif sangat penting untuk keberhasilan organisasi mana pun. Hal ini terutama berlaku untuk Instansi Beacukai. Strategi komunikasi dalam konteks produksi dan aktivasi beacukai. Dengan menerapkan strategi komunikasi yang tepat, lembaga Beacukai dapat merampingkan operasi mereka, meningkatkan transparansi, dan membina hubungan yang positif dengan para pemangku kepentingan. Hal ini, pada gilirannya, dapat menghasilkan efisiensi yang lebih besar, mengurangi penundaan, dan meningkatkan kepercayaan dalam proses kepebeanaan. Dalam penelitian ini akan membahas berbagai alat dan teknik komunikasi yang dapat digunakan untuk mengoptimalkan proses produksi dan aktivasi Instansi Beacukai. Mulai dari pelibatan pemangku kepentingan secara proaktif hingga memanfaatkan platform komunikasi digital, strategi yang dibahas di sini bertujuan untuk memberdayakan lembaga kepebeanaan agar dapat berkomunikasi secara efektif dalam lanskap perdagangan internasional yang terus berkembang.



Komunikasi yang efektif merupakan inti dari produksi dan aktivasi bea cukai yang sukses. Kemampuan komunikatif yang efektif diutamakan dalam proses untuk mencapai hasil yang baik (Aisyah et al., 2022). Dengan mengadopsi keterlibatan pemangku kepentingan yang proaktif, memanfaatkan platform komunikasi digital, dan merangkul transparansi, agen bea cukai dapat sangat meningkatkan operasi mereka. Komunikasi yang jelas dan efisien tidak hanya menyederhanakan proses tetapi juga menumbuhkan kepercayaan dan kredibilitas dalam komunitas perdagangan internasional. Di era globalisasi yang cepat, sangat penting bagi agen bea cukai untuk terus beradaptasi dan mengoptimalkan strategi komunikasi mereka untuk memenuhi kebutuhan perdagangan internasional yang terus berkembang.

**#Argumen yang Menentang: Pentingnya Peraturan dan Kontrol yang Ketat.**

Meskipun keterlibatan pemangku kepentingan yang proaktif dan komunikasi yang transparan adalah penting, tujuan utama dari badan-badan kepabeanan adalah untuk menjaga integritas perbatasan dan melindungi kepentingan bangsa. Mencapai keseimbangan antara komunikasi yang efektif dan langkah-langkah kontrol yang ketat sangat penting untuk menjaga keamanan nasional sekaligus memfasilitasi perdagangan yang sah. Meskipun komunikasi yang efektif tidak dapat disangkal sangat penting bagi keberhasilan lembaga kepabeanan, penting untuk mengenali argumen yang berlawanan yang menekankan pentingnya peraturan dan kontrol yang ketat dalam perdagangan internasional. Dalam lanskap geopolitik yang kompleks saat ini, keamanan nasional

dan pencegahan kegiatan terlarang lebih diutamakan oleh lembaga kepabeanan.

Meskipun keterlibatan publik itu penting, potensi kerugian dari komunikasi yang meluas tidak boleh diabaikan. Mencapai keseimbangan antara transparansi dan keamanan sangat penting bagi Beacukai untuk melaksanakan tugasnya secara efektif tanpa mengorbankan keselamatan dan integritas. Mengembangkan strategi komunikasi untuk Beacukai membutuhkan pendekatan bernuansa yang secara hati-hati menavigasi keseimbangan antara transparansi dan keamanan. Salah satu cara untuk mengatasi potensi risiko keamanan adalah dengan menerapkan pendekatan berjenjang dalam merilis informasi. Ini berarti bahwa meskipun informasi penting mengenai prosedur dan peraturan bea cukai harus tersedia bagi publik, rincian operasional yang sensitif harus ditangani dengan hati-hati, memastikan strategi komunikasi tidak keliru diinterpretasikan oleh eksekutor. Selain itu, melibatkan publik melalui berbagai saluran komunikasi dapat dilengkapi dengan kampanye edukasi yang menyoroti pentingnya peraturan bea cukai dan potensi konsekuensi dari pelanggaran. Pendekatan ini tidak hanya mendorong transparansi tetapi juga berfungsi sebagai pencegah bagi individu yang berniat jahat. *Creative Brief* untuk merealisasikan taktik-taktik yang tercantum dalam rekomendasi strategi komunikasi. Dengan mengambil langkah-langkah ini, Beacukai dapat menumbuhkan kepercayaan dan pemahaman publik sambil tetap menjaga tingkat keamanan dan integritas yang diperlukan. Menyeimbangkan transparansi dengan keamanan memang merupakan tugas yang kompleks, tetapi dengan menyusun strategi komunikasi yang mendalam dan berpandangan jauh

ke depan, Beacukai dapat secara efektif mengatasi kekhawatiran dan potensi risiko yang terkait dengan saluran komunikasi yang luas.

### Monitoring dan Evaluasi

Setelah mengevaluasi kinerja strategi komunikasi yang saat ini digunakan, tim perlu mempertimbangkan penggunaan platform media sosial untuk meningkatkan visibilitas dan interaksi dengan pemangku kepentingan. Selain itu, perlu juga mempertimbangkan pelatihan staff untuk meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal dan penguasaan bahasa asing guna memperluas jangkauan komunikasi. Selain itu, penggunaan teknologi untuk memantau sentimen dan respons terhadap berbagai inisiatif komunikasi dapat membantu mengevaluasi efektivitas strategi yang sedang dilaksanakan. Langkah-langkah ini diharapkan dapat memperkuat hubungan dengan publik dan memastikan bahwa pesan yang disampaikan memiliki dampak positif sesuai dengan tujuan dari strategi komunikasi bea cukai. Setelah dilakukan evaluasi, tim juga perlu mempertimbangkan untuk melakukan riset lebih mendalam mengenai preferensi pengguna media sosial dan tren yang sedang berlangsung. Hal ini akan memungkinkan tim untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih tepat sasaran dan relevan dengan audiens yang dituju.

Pertimbangan untuk pelatihan staff juga dapat diperluas dengan menjalin kerja sama dengan lembaga atau perorangan yang ahli dalam bidang komunikasi dan penguasaan bahasa. Dengan demikian, peningkatan keterampilan komunikasi interpersonal dan penguasaan bahasa akan lebih

terfokus dan terukur. Selain itu, penggunaan teknologi untuk memantau sentimen dan respons juga dapat dikembangkan lebih lanjut dengan penggunaan alat analitik canggih yang mampu memberikan data yang lebih terperinci dan secara otomatis mampu mengidentifikasi tren yang muncul. Hal ini akan memungkinkan tim untuk merespons dengan lebih cepat dan tepat terhadap perubahan perilaku atau pandangan publik terhadap berbagai inisiatif komunikasi.

Dengan pendekatan yang lebih mendalam pada penggunaan media sosial, pelatihan staff, dan penggunaan teknologi, diharapkan strategi komunikasi bea cukai akan mencapai dampak yang lebih signifikan dan sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. Monitoring strategi komunikasi bea cukai perlu dilakukan melalui beberapa langkah. Monitoring strategi komunikasi bea cukai akan mencakup langkah-langkah berikut:

1. Mengidentifikasi dan memahami audiens target, termasuk preferensi pengguna media sosial dan tren yang sedang berlangsung di platform-platform media sosial tertentu.
2. Melakukan evaluasi terhadap pesan yang telah disampaikan dan mengukur dampak positif dari strategi komunikasi yang sedang berlangsung.
3. Melakukan pemantauan terhadap sentimen dan respons dari publik terhadap pesan yang disampaikan melalui media sosial.
4. Menganalisis data yang diperoleh dari pemantauan dan evaluasi untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan strategi komunikasi yang telah dilakukan.

5. Menggunakan hasil analisis untuk mengembangkan atau memperbaiki strategi komunikasi yang lebih efektif dan efisien dimasa mendatang. Monitoring strategi komunikasi bea cukai melalui langkah-langkah ini akan memungkinkan tim untuk terus memperbaiki dan mengoptimalkan strategi komunikasi bea cukai agar dapat mencapai tujuan yang ditetapkan secara efektif dan efisien. Penekanan pada komunikasi interpersonal dan penguasaan bahasa akan membantu fokus dan pengukuran yang lebih baik dalam strategi komunikasi bea cukai. Untuk itu, perlu adanya kerjasama antara tim strategi komunikasi bea cukai dengan tim teknologi informasi untuk mengembangkan alat atau sistem otomatisasi yang dapat memantau dan menganalisis data secara real-time.

Dengan langkah-langkah tersebut, diharapkan keterbatasan sumber daya manusia di bidang kepabeanaan dalam hal teknik komunikasi dapat diatasi secara bertahap. Salah satu cara untuk mengatasi keterbatasan sumber daya manusia di bidang kepabeanaan dalam hal teknik komunikasi adalah dengan memprioritaskan pelatihan dan pengembangan keterampilan komunikasi. Pelatihan dan pengembangan kemampuan komunikasi merupakan langkah yang sangat penting dalam mengatasi keterbatasan sumber daya manusia di bidang kepabeanaan. Dengan pelatihan yang terarah dan berkesinambungan, petugas bea cukai

dapat memperoleh keterampilan untuk berkomunikasi secara efektif dengan berbagai pihak terkait, termasuk dalam situasi yang kompleks. Selain itu, pemanfaatan teknologi yang tepat juga memainkan peran penting dalam memastikan efisiensi komunikasi di dalam bea cukai. Dengan membangun sistem komunikasi internal yang kuat dan menggunakan teknologi komunikasi eksternal yang terintegrasi, bea cukai dapat meningkatkan koordinasi dan kolaborasi antar tim, bahkan dalam skala yang lebih luas.

Regulasi bea cukai seringkali memunculkan perbedaan persepsi di kalangan masyarakat. Beberapa orang mungkin melihat regulasi ini sebagai langkah yang diperlukan untuk menjaga keadilan dan keamanan dalam perdagangan internasional. Namun, di sisi lain, ada juga yang menganggap regulasi bea cukai sebagai hambatan atau birokrasi yang menghambat kemudahan berbisnis dan perdagangan. Perbedaan ini dapat dipengaruhi oleh latar belakang, pengetahuan, dan pengalaman individu terhadap manfaat dan konsekuensi dari regulasi bea cukai. Maka dari itu, penting untuk terus melakukan sosialisasi dan memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat mengenai tujuan dan kebijakan di balik regulasi bea cukai ini dapat dilakukan melalui kampanye publik, penyuluhan, dan pendidikan yang terfokus untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana regulasi bea cukai dapat memengaruhi berbagai aspek

kehidupan masyarakat. Selain itu, penting juga untuk memberikan contoh konkret mengenai manfaat dari penerapan regulasi bea cukai, seperti perlindungan terhadap industri lokal, pendapatan negara, dan perlindungan terhadap konsumen dari produk ilegal atau berbahaya.

Saat menyosialisasikan regulasi bea cukai, diperlukan juga pendekatan yang inklusif untuk mendengarkan berbagai pandangan dan masukan dari berbagai pihak. Hal ini dapat membantu dalam memahami perbedaan persepsi di kalangan masyarakat, dan juga membantu dalam merancang regulasi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan kepentingan bersama. Kesadaran akan pentingnya regulasi bea cukai dapat ditingkatkan melalui peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi dalam penerapan regulasi tersebut. Dengan demikian, masyarakat akan merasa lebih terlibat dan memiliki pemahaman yang lebih komprehensif tentang regulasi bea cukai, sehingga dapat mengurangi ketidakpastian dan skeptisisme yang sering muncul terkait regulasi ini. Regulasi bea cukai bukanlah hal yang sederhana. Dibalik kebijakan dan implementasinya, terdapat beragam pertimbangan yang perlu dipahami oleh masyarakat. Untuk memahami lebih dalam, penting bagi masyarakat untuk memahami tujuan utama dari regulasi bea cukai, yaitu menjaga keadilan dan keamanan dalam perdagangan internasional. Hal ini melibatkan perlindungan terhadap industri lokal, pendapatan negara, serta perlindungan

terhadap konsumen dari produk ilegal atau berbahaya.

Sosialisasi dan pendidikan yang fokus pada contoh konkret tentang dampak positif regulasi bea cukai bagi masyarakat dapat membantu menyoroti pentingnya keberadaan regulasi tersebut. Misalnya, melalui kampanye publik dan penyuluhan, masyarakat dapat diberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana regulasi bea cukai dapat memengaruhi berbagai aspek kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, mereka dapat memiliki pandangan yang lebih komprehensif dan menyadari manfaat konkret yang diperoleh dari penerapan regulasi bea cukai.

Dengan Menyusun *Agenda Setting* pada Instansi Bea cukai yang disusun secara berkala dan mempublikasikannya ke khalayak masyarakat melalui media sosial adalah tepat untuk menekan isu negative yang berkembang terhadap citra beacukai, *Agenda setting* dalam pemberitaan Bea Cukai dapat terlihat dari pemilihan topik berita yang sering muncul di media massa. Misalnya, jika media massa secara konsisten menyoroti keberhasilan Bea Cukai dalam memberantas penyelundupan barang, hal ini dapat menciptakan citra positif tentang kinerja lembaga tersebut di mata masyarakat. Sebaliknya, jika pemberitaan lebih memfokuskan pada kasus korupsi yang melibatkan petugas Bea Cukai, hal ini dapat merusak citra lembaga tersebut di mata masyarakat.



Penerapan agenda setting dalam pemberitaan Bea Cukai tidak hanya mencakup pilihan topik berita, tetapi juga cara penyajian serta framing yang digunakan dalam mengkomunikasikan informasi kepada masyarakat. Hal ini menunjukkan betapa pentingnya peran media massa dalam membentuk opini dan persepsi masyarakat terhadap suatu lembaga pemerintah seperti Bea Cukai. Pemberitaan yang memengaruhi persepsi masyarakat terhadap Bea Cukai juga dapat memengaruhi dukungan dan kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Oleh karena itu, penting bagi Bea Cukai untuk memahami dinamika penerapan agenda setting dalam pemberitaan dan berusaha untuk membangun hubungan yang baik dengan media massa.

Salah satu strategi yang dapat diterapkan adalah dengan aktif berkomunikasi dan memberikan informasi yang transparan kepada media massa. Dengan demikian, Bea Cukai dapat memastikan bahwa informasi yang disampaikan kepada masyarakat sesuai dengan fakta dan dapat membantu mengarahkan pemberitaan agar mencerminkan berbagai aspek kinerja lembaga secara adil dan akurat. Selain itu, memperkuat kerja sama dengan wartawan dan media massa juga dapat membantu dalam mengontrol pemberitaan yang muncul. Dengan menjalin hubungan yang baik, Bea Cukai dapat memberikan akses yang lebih baik terhadap informasi dan kegiatan yang dilakukan, sehingga dapat

mempengaruhi narasi yang dibentuk oleh media massa.

Pada era informasi yang semakin maju ini, media massa memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk persepsi publik terhadap suatu isu atau lembaga. Begitu juga dalam pemberitaan Bea Cukai, media massa memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk citra dan pemahaman masyarakat mengenai lembaga pemerintah ini. Dalam penerapan *teori komunikasi kultivasi*, peran media massa dalam membentuk persepsi publik menjadi sangat relevan.

*Teori komunikasi kultivasi* menekankan pada bagaimana media massa dapat membentuk realitas sosial dengan cara menekankan pada pola-pola tertentu dan mereduksi kompleksitas sosial. Dalam konteks pemberitaan Bea Cukai, penerapan teori ini dapat dilihat dalam bagaimana media massa cenderung menekankan pada kasus-kasus pelanggaran yang melibatkan Bea Cukai daripada pencapaian atau kontribusi positif yang dilakukan oleh lembaga ini. Hal ini dapat memengaruhi persepsi publik terhadap Bea Cukai secara keseluruhan. Sebagai lembaga pemerintah yang bertanggung jawab dalam mengawasi masuknya barang ke dalam suatu negara, pemberitaan yang hanya menyoroti kasus-kasus pelanggaran dapat menciptakan citra negatif yang tidak seimbang. Oleh karena itu, penting bagi Bea Cukai untuk memahami peran media massa dan penerapan teori komunikasi kultivasi

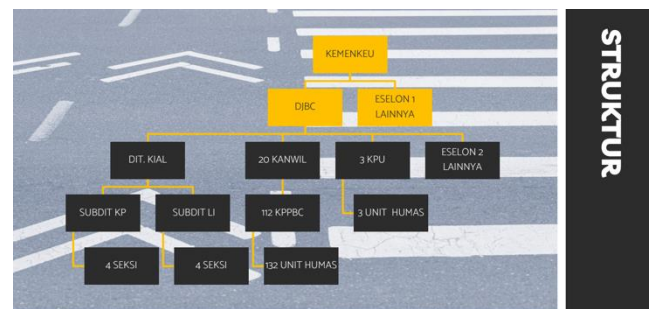


dalam memperbaiki cara mereka diberitakan dan bagaimana mereka dapat lebih proaktif dalam membangun citra positif mereka melalui media massa. Dalam menghadapi pemberitaan yang terkait dengan Bea Cukai, lembaga tersebut dapat melibatkan media massa dalam kegiatan-kegiatan yang positif, seperti mengadakan acara pembinaan masyarakat untuk meningkatkan kesadaran tentang pemberian informasi yang akurat mengenai peran dan fungsi Bea Cukai dalam menjaga keamanan dan keberlangsungan negara. Selain itu, Bea Cukai juga dapat lebih aktif dalam menyebarkan informasi tentang pencapaian-pencapaian positif yang telah mereka raih dalam menegakkan hukum dan melindungi kepentingan negara.

Selain memperbaiki citra melalui kegiatan-kegiatan positif, Bea Cukai juga perlu memahami pentingnya membangun hubungan yang baik dengan media massa. Dengan menjalin kerjasama yang baik, Bea Cukai dapat lebih aktif dalam memberikan informasi yang akurat dan berimbang kepada media massa, sehingga pemberitaan yang diterbitkan akan memberikan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran dan kinerja Bea Cukai. Dalam penerapan teori komunikasi kultivasi, Bea Cukai juga perlu memperhatikan bagaimana pesan-pesan yang disampaikan kepada media massa dapat membentuk pola pikir dan pandangan masyarakat terhadap lembaga tersebut. Oleh karena itu, perlu adanya strategi komunikasi yang lebih

terencana dan terukur dalam menyampaikan informasi kepada media massa, agar pesan yang disampaikan dapat membantu memperbaiki citra Bea Cukai sesuai dengan visi dan misi lembaga.

Dengan demikian, penerapan teori komunikasi dalam pemberitaan Bea Cukai sangat penting untuk memastikan bahwa persepsi publik terhadap lembaga tersebut tidak hanya didasarkan pada pemberitaan negatif semata. Melalui upaya komunikasi yang lebih proaktif dan strategis, Bea Cukai dapat membangun citra yang lebih seimbang dan positif di mata masyarakat melalui media massa.



**Gambar 1.**  
**Struktur Organisasi Komunikasi Bea Cukai (2020)**

**Tabel 1.**  
**Tabel Saluran Aplikasi Komunikasi Mandiri Beacukai**

Saluran Mandiri	Publish Media	Output	Akses
Ketapel	Internal / Eksternal	Laporan	Media Massa

Sekop	Internal	Laporan	Media Beacukai
Kendi	Internal	Laporan	Media Beacukai
Komprom	Internal	Laporan	Media Sosial

hubungan yang baik dengan media dan publik secara keseluruhan. Namun, tidak semua pihak setuju bahwa strategi komunikasi Bea Cukai telah berhasil dalam menjaga citra dan reputasi lembaga. Beberapa kritikus masih merasa bahwa ada kekurangan dalam transparansi dan keterbukaan informasi dari pihak Bea Cukai. Mereka berpendapat bahwa meskipun pihak Bea Cukai memberikan klarifikasi dan informasi kepada media, namun masih terdapat kebijakan dan proses yang tidak cukup terbuka bagi publik.

#### 4. KESIMPULAN

Setelah menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Bea Cukai dalam menghadapi pemberitaan media, dapat disimpulkan bahwa upaya mereka cukup berhasil dalam menjaga citra dan reputasi lembaga. Dengan adanya upaya proaktif untuk memberikan klarifikasi dan informasi yang jelas kepada media, Bea Cukai mampu mengurangi kesalahpahaman publik terhadap kebijakan dan kinerja mereka. Selain itu, keberhasilan mereka juga terlihat dari upaya memanfaatkan media sosial dan platform digital untuk memberikan informasi secara real-time dan merespons cepat terhadap isu-isu yang berkembang.

Selain itu, ada juga yang berpendapat bahwa pemanfaatan media sosial dan platform digital oleh Bea Cukai masih belum optimal. Beberapa isu-isu yang berkembang di media sosial seringkali tidak direspons dengan baik atau tidak ditangani secara efektif. Sebagian pihak juga menilai bahwa respons Bea Cukai terhadap pemberitaan yang kontroversial terlalu lambat, yang menyebabkan citra lembaga tersebut terpengaruh secara negatif. Oleh karena itu, masih diperlukan upaya lebih lanjut dari Bea Cukai untuk meningkatkan transparansi, responsivitas, dan keterbukaan informasi guna memperbaiki citra mereka di mata publik. Setelah mengevaluasi berbagai sudut pandang terkait strategi komunikasi Bea Cukai dalam menghadapi pemberitaan media, dapat dipahami bahwa evaluasi terhadap efektivitas strategi komunikasi ini adalah suatu hal yang kompleks. Meskipun ada peningkatan dalam upaya proaktif untuk memberikan klarifikasi dan informasi

Meskipun demikian, masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam hal transparansi dan keterbukaan informasi, terutama dalam konteks kebijakan dan proses yang berkaitan dengan pemberitaan yang lebih kompleks. Dengan demikian, Bea Cukai dapat terus meningkatkan strategi komunikasi mereka untuk menjaga

yang jelas kepada media, namun masih terdapat perspektif yang menilai bahwa transparansi dan keterbukaan informasi harus ditingkatkan.

## 5. REFERENSI

- Aisyah, Nur Fitrah, A., Alfian Muhaimin, A., Nurhalisa, Wahyuddin, & Nurhakki. (2022). Correlation Between Theory Knowledge And Practical Ability Broadcasting Students KPI IAIN Parepare. *Jourmics*, 1, 1-10.
- Aritonang, D. M. (2017). The Impact of E-Government System on Public Service Quality in Indonesia. *European Scientific Journal, ESJ*, 13(35), 99. <https://doi.org/10.19044/esj.2017.v13n35p99>
- Cukai, A. B. dan. (2023). *Kirim Coklat dari Luar Negeri Kena Pajak Sembilan Juta, Simak Faktanya*. Media Centre Bea Dan Cukai. <https://www.beacukai.go.id/berita/kirim-coklat-dari-luar-negeri-kena-pajak-sembilan-juta-simak-faktanya.html>
- Dermawan, A., Saputra, E., & Hutagalung, J. E. (2022). Peran Masyarakat Dalam Menaati Hukum Dan Mendukung Perkembangan Teknologi Komputer Dalam Bisnis Digital. *Community Development Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 2(3), 569-573. <https://doi.org/10.31004/cdj.v2i3.2542>
- Dharmawan, A., Raharjo, S. T., & Kusumawardhani, A. (2019). Analisis Kinerja Bea Cukai Indonesia Yang Dipengaruhi Oleh Budaya Organisasi, Partisipasi Stakeholder, Teknologi Informasi, Dan Transfer of Knowledge. *Jurnal Bisnis Strategi*, 27(2), 110. <https://doi.org/10.14710/jbs.27.2.110-122>
- Direktorat Jenderal Bea dan Cukai. (2018). Laporan kinerja direktorat jenderal bea dan cukai kementerian keuangan 2018. 16-09-2019, 60-61.
- El Mikati, I. K., Hoteit, R., Harb, T., El Zein, O., Piggott, T., Melki, J., Mustafa, R. A., & Akl, E. A. (2023). Defining Misinformation and Related Terms in Health-Related Literature: Scoping Review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e45731. <https://doi.org/10.2196/45731>
- Fadli, M. R. (2021). Memahami desain metode penelitian kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33-54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1.38075>
- Fardiansyah, H., Bagenda, C., Lutfia, C., Arasy Harwida, G., Sinaga, M., Widuri, R., Fuadi, R., Fadhlia, W., Meutia, R., & Fitriawati, R. (2023). *Kepabeanaan Dan Beacukai*. [www.penerbitwidina.com](http://www.penerbitwidina.com)
- Gusti Prasetyo, A. A. (2022). Pemanfaatan Media Multimedia Sebagai Penyampaian Informasi Jurnalistik di Media Online Kumparan. *Jurnal Jurnalisa*, 8(2), 136-145. <https://doi.org/10.24252/jurnalisa.v8i2.33536>
- Husnia, R. Y., Indra, V., & Nasution, A. (2023). Flexibility Working

- Space di Lingkungan Direktorat Jenderal Bea dan Cukai : Dampak bagi Kinerja Organisasi. *Journal Spirit Publik*, 18, 203–218.
- Mahmud, M. F. (2022). Penguatan Kinerja Melalui Transformasi Digital, Budaya Adaptif, Transfer. *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, December.  
<https://doi.org/10.31092/jpbc.v6i2>
- Melani Rahmadanty, Ernita Arif, A. Z. (2019). Fungsi Public Relations Sebagai Fasilitator Komunikasi Menjembatani Hubungan Antara Pemerintah Dan Masyarakat (Studi Kasus : Fenomena Desain Kaum Illuminati Pada Jam Gadang). *Ilmu Komunikasi*, 9(2), 242–254.
- Nugrahaeni, R., & Tjen, C. (2021). Perception Analysis of the Harmonized System: A Case Study of Tariff Disputes in Indonesia. *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, 5(2), 144–164.  
<https://doi.org/10.31092/jpbc.v5i2.1249>
- Nugroho, S. A., Utari, P., & Rahmanto, A. N. (2020). Politics Media: The Dynamic of Independency and Neutrality for Journalist in Strengthening Resilient Society BT - Proceedings of the 6th International Conference on Social and Political Sciences (ICOSAPS 2020). *Proceedings of the 6th International Conference on Social and Political Sciences (ICOSAPS 2020)*, 194–200.  
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.201219.029>
- Pinem, A. A., Immanuella, I. M., Hidayanto, A. N., & Phusavat, K. (2018). Trust and its impact towards continuance of use in government-to-business online service. *Transforming Government: People, Process and Policy*, 12(3/4), 265–285.  
<https://doi.org/10.1108/TG-02-2018-0008>
- Putra, M. A. R. (2017). Peningkatan Kepercayaan Publik Melalui Pemerintahan Partisipatif. *Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 12(2), 1–9.
- Rachman, A., Yochanan, Ilham, A. S., & Purnomo, H. (2024). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan r&d* (1st ed., Issue January). Saba Jaya Publisher.
- Rahimallah, M. T. A., & Ricky, R. (2023). Keterbukaan Informasi Publik: Holistikasi Dan Akselerasi Good Governance. *Jurnal Ilmiah Wahana Bhakti Praja*, 12(2), 62–75.  
<https://doi.org/10.33701/jiwbp.v12i2.2911>
- Ritonga, E. Y. (2018). Teori Agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. *JURNAL SIMBOLIKA: Research and Learning in Communication Study*, 4(1), 32.  
<https://doi.org/10.31289/simbolika.v4i1.1460>
- Robiyanur, M., Masjaya, & Riady, G. (2017). Analisis Penilaian Masyarakat Terhadap Kinerja Pelayanan Publik Pemerintah Kabupaten Kutai Timur (Studi Kasus Kec. Muara Wahau). *Jurnal Administrative Reform*, Vol. 2,(No. 1), April. 61-73.



- Silalahi, U. (2011). Kepercayaan Publik kepada Pemerintah Daerah Pasca Orde Baru. *Ilmu Akuntansi Negara*, 11(2), 167-179. *Journal of Communication Inquiry*, 01968599241232358. <https://doi.org/10.1177/01968599241232358>
- Sudarmadi, A., Primadista, T., & Dartono, D. (2022). Optimalisasi Peran Sistem Kepabeanan Indonesia Sebagai Upaya Memperkuat Keuangan Negara. *Jurnal Pajak Dan Keuangan Negara (PKN)*, 4(1S), 292-298. <https://doi.org/10.31092/jpkn.v4i1s.1906>
- Sumai, S., Iskandar, & Hilmiyah, M. (2021). Peranan Humas Pemerintahan (Government Public Relations) dalam Menciptakan Reputasi Pemerintahan yang Baik. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(2), 130-140. <https://doi.org/10.30656/lontar.v9i2.4071>
- Tryara Yulia Banobe, L. M. (2023). Village Government Governance Towards Improving Public Services in Kalidawir Village , Tanggulangin. *Balitbang*, 11(3), 323-338.
- Wahyuddin, Ersah, L. F., Aningsih, G., Hidayat, T., & Febri, S. A. (2024). NETWORK ANALYSIS OF ONLINE FRAUD COMMUNICATION THROUGH SOCIAL MEDIA WHATSAPP MESSENGER. *Jurnal Netnografi Komunikasi* Vol.2, 2(2), 33-50.
- Wahyuddin, Farid, M., & Arianto. (2024). Book Review: Beyond Mainstream Media: Alternative Media and the Future of Journalism by Stephen Cushion.