

**Hasil Wawancara dengan Saifuddin, Kepala Humas BKP Semarang,
Wawancara Tanggal 02 April 2013**

P : Selamat siang Bapak....

S : Selamat siang. Masnya dari mana nih?

P : Saya mahasiswa UMY yang ingin wawancara dengan Bapak.
Dijadwalkan hari ini kan Pak.

S : O iya, benar. Silakan duduk mas.

P : Baik, terima kasih Pak.

S : Temanya apa nih mas?

P : Tentang peran humas Balai Karantina Pertanian Semarang dalam
mengkomunikasikan program ekspor tahun 2012.

S : Program Ekspor tahun 2012 di BKP Semarang mulai diberlakukan
pada 8 Maret 2012 oleh BKP Semarang. Program tersebut dibuat
dengan berlandaskan pada PP No.7 Tahun 2004. Program tersebut
menyebutkan pemeriksaan produk ekspor hanya akan dilakukan
hanya akan dilakukan oleh petugas BKP Semarang di lini satu
pelabuhan Tanjung Emas Semarang.

P : Terus tanggapan Bapak bagaimana?

S : Keberadaan program ekspor yang ada di BKP Semarang menurut
pandangan kami dapat memicu kesenjangan antara instansi dengan
konsumen. Hal ini membuat humas segera melakukan nasehat
kepada manajemen instansi. Nasehat yang ada yang pertama adalah
melakukan rapat internal untuk membahas tentang program ekspor
tahun 2012, kedua adalah melakukan strategi untuk
mengkomunikasikan program tersebut.

P : Humas memang harus memperhatikan konsumen ya Pak?

S : Kami tidak mungkin mengabaikan keberadaan konsumen karena

konsumen dapat dikatakan raja bagi instansi ini. Apa yang menjadi keluhan konsumen akan kami coba untuk dengarkan dan pahami sehingga kami dapat memberikan pemahaman kepada instansi tentang apa yang menjadi keinginan konsumen.

P : Konsumen banyak yang belum paham tentang program ekspor 2012 ya Pak?

S : Iya, benar. kami pernah melakukan riset internal di BKP Semarang dengan mengambil konsumen BKP sebagai subjek penelitian hasilnya menunjukkan bahwa 87 % eksportir merasakan kurangnya sosialisasi terhadap program ekspor BKP Semarang. Ketidapahaman eksportir terhadap keberadaan dan alasan dibuatnya program ekspor 2012, dapat menyebabkan eksportir merasa tidak nyaman dan pada akhirnya menganggap program tersebut sebagai beban. Hal ini membutuhkan fasilitator segera.

P : Selanjutnya yang dilakukan apa Pak?

S : Pembentukan team dilakukan dengan tujuan untuk memecahkan masalah yang ada. Adanya team diharapkan dapat menjalin hubungan yang baik kembali antara instansi dengan konsumen. Pengabaian terhadap protes dapat membuat masyarakat memiliki pandangan negatif atau *stereotype* tentang BKP Semarang dan ini dapat merugikan instansi. Kami di sini juga punya bagian *customer relations* mas.

P : Tugasnya Pak?

S : *Customer relations* di bagian pelayanan konsumen harus selalu tanggap terhadap kebutuhan konsumen dan sabar dalam memberikan informasi kepada konsumen. Konsumen biasanya kebutuhannya berbeda-beda, misalnya saja ada yang ingin import ada yang ingin ekspor terong atau bibit dan sebagainya. Nah

prosedurnya kan berbeda-beda jadi bagian ini bertugas memberikan penjelasan sedetail mungkin kepada konsumen. Selain itu juga konsumen yang datang untuk minta perlakuan khusus terhadap hasil pertaniannya dan ia ingin pakai jasa karantina. Nah ini juga harus dijelaskan oleh bagian pelayanan konsumen secara detail. Berkaitan dengan harga biaya yang dibayarkan sesuai dengan peraturan ekspor 2012. Bagian lainnya bagian informasi khusus.

P : Bagaimana dengan tugas bagian tersebut Bapak?

S : Bagian ini bertugas menangani konsumen yang melakukan protes di BKP Semarang. Adanya program ekspor 2012 sering membuat konsumen kurang nyaman dan datang ke kantor dengan cara protes. Hal ini merupakan tugas dari bagian informasi khusus untuk Menanganinya. Kegiatan yang dilakukan di bagian informasi khusus ini memang sangat berat karena harus menangani komplain dari konsumen. Semua informasi dan data yang telah diperoleh berkaitan dengan hal atau permasalahan yang sedang dihadapi disusun dalam suatu rencana kemudian ditindaklanjuti untuk mencari jalan keluarnya atau solusi dari masalah tersebut. Dalam hal ini BKP Semarang melakukan upaya penyelesaian masalah yang diajukan oleh konsumennya dengan cara mengetahui sumber masalahnya terlebih dahulu baru kemudian dicari jalan keluarnya.

P : Kalau untuk sosialisasi programnya media yang digunakan apa Pak?

S : Media yang digunakan untuk melakukan sosialisasi program adalah dengan brosur. BKP Semarang menyediakan brosur yang berguna bagi konsumen agar mengetahui tahapan-tahapan yang harus dilewati sebelum akhirnya mendapatkan surat ekspor.

Demikian yang ada di BKP Semarang tidak hanya brosur mengenai

sistem dan prosedur karantina tumbuhan, namun juga brosur pedoman sertifikasi kemasan kayu, brosur SKIM audit fumigasi. Brosur-brosur yang ada di BKP Semarang dimaksudkan untuk membantu pemahaman konsumen sehingga tidak bingung saat dijelaskan oleh bagian pelayanan konsumen. Brosur tersebut juga membantu *customer relations* dalam menjelaskan sistem dan prosedur yang ada di BKP Semarang.

- P : Hambatan yang humas rasakan berkaitan dengan perannya bagaimana Pak?
- S : Dana mas. Contohnya gini. *Press conference* dianggap mampu untuk menimbulkan saling pemahaman antara instansi dengan konsumen. *Press conference* penting untuk segera dilakukan karena protes itu dipublikasikan media massa dan berarti masyarakat luas telah mengetahuinya. Ini akan berdampak pada citra instansi. Harapan kami saat itu *press conference* keesokannya segera dilakukan agar ada *counter* balik dari pihak instansi. Tapi apa daya yang namanya kegiatan termasuk *press conference* tidak mungkin lepas dari pembiayaan. Nah kami mengalami hambatan disitu. Harus ijin dan prosedural untuk menurunkan dana. Ada lagi yang ingin ditanyakan mas.
- P : Saya rasa sudah cukup Bapak. Terimakasih untuk informasinya. Saya pamit dulu Bapak.
- S : O iya mas sama-sama. Mau kemana lagi ini masnya.
- P : Mau wawancara lagi nanti dengan Bapak Maryanto Pak.
- S : Oww.... Beliau ada koq ditunggu saja diruangannya mas.
- P : Baik Bapak, terima kasih. Saya pamit Pak, permisi...
- S : Baik, silakan mas.

GUIDE INTERVIEW

Gambaran Umum Instansi

1. Apa visi BKP Semarang?
2. Apa misi dari BKP Semarang?
3. Bagaimana struktur di instansi ini?
4. Sejak kapan ada bagian humas di instansi ini?
5. Seberapa penting humas ada dalam instansi ini?
6. Bagian apa yang menangani keluhan pelanggan?
7. Mengapa bagian humas di instansi ini di pisah?
8. Apa tugas dan tanggung jawab dari masing-masing bagian humas?
9. Berapa banyak karyawan humas yang ada?

Keluhan Konsumen

10. Berikan contoh kasus dari penanganan keluhan konsumen yang telah dilakukan bagian humas?
11. Apa strategi dari humas dalam menangani keluhan pelanggan?
12. Mengapa digunakan fasilitas secara verbal dan nonverbal (tertulis) dalam menyalurkan kritik di instansi?

Peran Humas

13. Bagaimana peran humas sebagai penasehat ahli (*expert presciber*)?
14. Apa upaya yang dilakukan humas untuk memberi masukan peningkatan

15. Bagaimana upaya humas dalam memberi masukan kepada *customer service* dalam melayani pengusaha?
16. Bagaimana peran humas sebagai fasilitator komunikasi (*communication fasilitator*)?
17. Apa upaya yang dilakukan humas untuk menginformasikan kepada pengusaha tentang cara untuk melakukan legalitas ekport dan import pertanian?
18. Bagaimana cara humas melakukan sosialisasi dengan berbagai pihak yang terkait?
19. Bagaimana peran humas sebagai fasilitator proses pemecahan masalah (*problem solving process fasilitator*)?
20. Apa upaya humas untuk menyelesaikan *complain* dari konsumen BKP Semarang?
21. Bagaimana peran humas sebagai teknisi komunikasi (*communication technician*)?
22. Bagaimana cara humas menyediakan sarana atau fasilitas untuk menampung saran dan kritik dari konsumen?

Hambatan Humas

23. Apa hambatan yang dirasakan bagian ini?
24. Bagaimana dukungan dari bagian lain?
25. Bagaimana dukungan dari manajemen?