

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

*Public Relations* adalah proses yang berkelanjutan dari usaha manajemen untuk memperoleh jasa baik dan pengertian dari para langganan, pegawai-pegawai, dan publik pada umumnya, ke dalam mengadakan analisa dan koreksi (perbaikan-perbaikan) terhadap diri sendiri, ke luar mengadakan pernyataan-pernyataan yang berarti (menguntungkan).

*Public Relations* juga adalah sebagai kelanjutan dari proses penetapan kebijaksanaan, pelayanan, dan sikap yang disesuaikan dengan kepentingan orang atau golongan agar orang atau lembaga itu memperoleh kepercayaan dan jasa baik dari mereka, sedangkan pelaksanaan kebijaksanaan, pelayanan, dan sikap itu adalah untuk menjamin adanya pengertian dan penghargaan yang sebaik-baiknya.

Menurut Cultip dan Center dalam Soemirat (2010) mengemukakan bahwa: *Public Relations is the communication and interpretation, and the communications and ideas from an institution to its publics, and the communications of information, ideas, and opinions from those publics to the institutions, in a sincere effort to establish mutuality of interest and this achieves the harmonious adjustment of an institution to its community.* Artinya, *Public Relations* adalah suatu kegiatan komunikasi dan penafsiran, serta komunikasi-komunikasi dan gagasan-gagasan dari suatu lembaga kepada publiknya, dan komunikasi informasi, gagasan-gagasan, serta pendapat dari publiknya itu kepada lembaga tadi, dalam usaha yang jujur untuk menumbuhkan kepentingan bersama sehingga dapat tercipta suatu persesuaian yang harmonis dari lembaga itu dengan masyarakatnya.

Menurut definisi Cultip dan Center itu tergambar adanya ciri khas dari *Public Relations*, yaitu suatu kegiatan timbal baik antara lembaga dengan publiknya. Tidak saja melakukan kegiatan kepada publik yang ada di luar lembaga, tetapi juga pihak publiknya melakukan kegiatan terhadap lembaga itu, sehingga terjadilah suatu pengertian bersama dalam meraih kepentingan bersama. Berdasarkan pengertian demikian kita bisa mengetahui adanya sifat komunikasi dua arah dalam *Public Relations*. Didalam proses komunikasinya, *Public Relations* tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menerima

informasi dari publiknya. Sifat timbal baliknya itu bukan hanya memberi, tetapi juga menerima. Jadi, untuk berkomunikasi dengan tiap-tiap publik akan menimbulkan dua jalur penghubung karena itu pula *Public Relations* harus ditulis dan diartikan jamak (dengan menambahkan 's' pada *relation*).

Citra adalah cara bagaimana pihak lain memandang sebuah perusahaan, seseorang, suatu komite, atau suatu aktivitas. Setiap perusahaan mempunyai citra sebanyak jumlah orang yang memandangnya. Berbagai citra perusahaan datang dari pelanggan perusahaan, pelanggan potensial, banker, staf perusahaan, pesaing, distributor, pemasok, asosiasi dagang, dan gerakan pelanggan di sektor perdagangan yang mempunyai pandangan terhadap perusahaan. (Katz, 1994:67-68)

Usaha-usaha untuk membangun citra perusahaan itu sendiri sebaiknya pastikan tujuan perusahaan tersebut terlebih dahulu. Citra adalah bukan sekadar baik dan buruk, citra harus lebih spesifik. Agar tujuannya menjadi lebih jelas. Misalnya jika citra yang spesifik terwujud, apa yang diharapkan dari situ, apakah investor akan datang, penduduk nyaman atau pariwisata menjadi berkembang.

*Public Relations* bekerja dengan kredibilitas, dan tidak mampu untuk melakukan hiperbola satu situasi, dengan begitu perusahaan hendaknya segera melakukan inventarisasi data dan fakta yang mampu mendukung citra tersebut. Didalam inventarisasi sebaiknya juga dipilah mana data kasar dan mana data yang sudah diolah. Pemilahan ini nantinya akan berguna untuk menjadikan data bagi konsumsi publik. Hal yang juga harus diperhatikan adalah sosialisasi data dan fakta tersebut ke dalam beberapa bahasa yang dipahami oleh target audiens. Misalnya, perusahaan hendak membuat *website*, dianjurkan untuk mengakomodasikan beberapa bahasa, seperti Mandarin, Jepang, dan Inggris.

Untuk membangun citra, perusahaan terkadang merasa takut akan mahalannya biaya untuk mempekerjakan seorang konsultan komunikasi. Sambil menunggu strategi yang lebih terarah, lakukan pendekatan dengan wartawan-wartawan yang menjadi perwakilan media nasional, kemudian secara

bergantian ajak mereka ke tempat-tempat yang mendukung tujuan citra perusahaan, lalu memberikan data dan fakta yang sudah diolah hingga mudah dibaca.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Ibu Fitri Firliani, selaku supervisor bagian General Affair Service dan juga merangkap sebagai staff Public Relations PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang bahwa belum adanya karyawan khusus yang ditujukan untuk jabatan staff Public Relations ini dikarenakan belum ada yang cocok di jabatan tersebut. Jadi secara tidak langsung Ibu Fitri Firliani merangkap menjadi supervisor GAS dan staff PR.

Hal ini telah menunjukkan bahwa apabila tidak ada bagian atau divisi khusus yang menangani humas, maka jelas fungsi dan peranan humas tidak akan berjalan sebagaimana mestinya sehingga akan menyebabkan terjadinya tanggung jawab dan tugas yang dilaksanakan kurang maksimal. Setelah melihat secara langsung keadaan humas PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang memiliki aktivitas humas atau peranan humas yang dilakukan dalam kegiatan sehari-harinya seperti adanya penggunaan media humas yang selalu memberikan informasi melalui papan pengumuman kepada karyawannya.

Pemberian informasi untuk internal PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang adalah bagian HRD atau *Industrial Relation* sedangkan pemberian informasi kepada eksternal perusahaan atau yang berhubungan dengan relasi dilakukan oleh bagian *Industrial Relation* dan *Public Relations*.

Setelah mengetahui aktivitas humas di PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang, maka telah terlihat bahwa *job deskripsi* dan wewenang pekerjaan hubungan masyarakat itu belum dilakukan dengan maksimal sebagaimana dengan mestinya. Seperti yang diketahui bahwa seorang *public relations* itu adalah orang pertama yang dikenal oleh masyarakat atau relasi perusahaan untuk menciptakan citra yang baik untuk perusahaan. Dengan adanya keadaan tersebut PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang belum bisa memberikan citra positif bagi perusahaan.

Melihat kondisi humas yang ada di PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang, maka dari itu penulis tertarik mengambil judul: **“Fungsi Hubungan Masyarakat Dalam Membangun Citra Perusahaan Pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang”**

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan data yang ada di PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang, maka penulis dapat menyimpulkan permasalahan yang akan dibahas adalah bagaimana fungsi humas pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang?

## **1.3 Ruang Lingkup Pembahasan**

Sehubungan dengan luasnya permasalahan mengenai humas, untuk menghindari pembahasan yang menyimpang dari topik yang dibahas, maka penulis membatasi pembahasan ini hanya pada fungsi humas pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang.

## **1.4 Tujuan dan Manfaat Penelitian**

Adapun tujuan dan manfaat penulisan laporan akhir ini adalah:

### **1.4.1 Tujuan Penelitian**

Untuk mengetahui fungsi hubungan masyarakat pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Palembang.

### **1.4.2 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang dapat diperoleh dari penyusunan laporan akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, untuk mengetahui dan menambah pengetahuan mengenai fungsi hubungan masyarakat pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk. Palembang.

2. Bagi perusahaan, sebagai masukan dan referensi yang mungkin dapat diterima dengan baik bagi PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang khususnya pada bagian *public relations* untuk memperlancar pekerjaan, guna tercapainya tujuan perusahaan.
3. Bagi akademisi, sebagai pengetahuan dan referensi untuk penulisan Laporan Akhir.

## **1.5 Metode Pengumpulan Data**

Metode Pengumpulan Data merupakan metode yang penulis gunakan untuk memperoleh data-data dalam menunjang penulisan Laporan Akhir ini, yang nantinya berguna bagi penulis dalam memberikan suatu keputusan guna menyelesaikan permasalahan yang ada.

### **1.5.1 Ruang Lingkup Penelitian**

Penulis mengambil objek penelitian penyusunan Laporan akhir ini pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang, HRD yang berlokasi di Jalan HBR Motik Km. 8 Sukarami Palembang.

### **1.5.2 Jenis dan Sumber Data**

1. Data Primer (*primary data*)

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara), yang dalam hal ini penulis menggunakan metode:

- a. Observasi

Hadi, dalam Sugiyono (2013:203) menyatakan bahwa, “observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dan berbagai proses biologis dan psikologis, yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan”. Pada penelitian ini yaitu metode pengumpulan data dengan cara mengamati langsung terhadap fungsi hubungan masyarakat pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang.

b. Wawancara

Hadi, dalam Sugiyono (2013:194) mendefinisikan “wawancara adalah teknik penelitian yang digunakan untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil”. Pada penelitian ini yaitu metode pengumpulan data dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada staf hubungan masyarakat pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang.

2. Data Sekunder (*secondary data*)

Data sekunder yaitu data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah diolah oleh pihak lain. Biasanya sudah dalam bentuk publikasi-publikasi. Pada penelitian ini data sekunder penulis mengumpulkan data berdasarkan buku-buku pedoman *literature* yang disusun oleh para ahli yang berhubungan dengan fungsi hubungan masyarakat dalam membangun citra perusahaan.

## 1.6 Teknik Pengumpulan Data

1. Riset kepustakaan (*library research*)

Riset kepustakaan adalah mencari data atau informasi riset melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan-bahan publikasi yang tersedia di perpustakaan.

2. Riset lapangan (*field research*)

Riset lapangan adalah melakukan penelitian di lapangan untuk memperoleh data atau informasi secara langsung dengan mendatangi responden. Pada penelitian ini yaitu metode pengumpulan data dengan cara wawancara yaitu melakukan tanya jawab secara mendalam kepada staf hubungan masyarakat pada PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang.

## **1.7 Teknik Analisis Data**

Metode analisa data yang digunakan dalam laporan ini adalah data deskriptif kualitatif, penulis memperoleh data yaitu dengan menggunakan observasi dan wawancara yang berhubungan dengan fungsi hubungan masyarakat dalam membangun citra perusahaan. Data yang diperoleh kemudian diolah dan tidak dinyatakan dalam bentuk angka sehingga tidak dapat dihitung dan diukur. Untuk menguatkan data-data yang diperoleh adapun tahap-tahap yang digunakan dalam analisa data ini adalah sebagai berikut.

### **1. Studi Kepustakaan**

Melalui mempelajari buku-buku studi kepustakaan yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas sehingga diharapkan akan memperoleh data akurat dan tepat mengenai permasalahan yang terjadi.

### **2. Reduksi Data**

Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis yang menajamkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang yang tidak perlu, dan mengorganisasi data dengan cara sedemikian rupa hingga kesimpulan-kesimpulan finalnya dapat ditarik dan diverifikasi.

### **3. Kesimpulan**

Data yang diperoleh dari PT Indofood CBP Sukses Makmur Tbk Palembang inilah yang akan menguatkan data-data yang diperoleh dengan cara studi kepustakaan melalui mempelajari buku-buku studi kepustakaan yang ada kaitannya dengan masalah yang dibahas dan menggolongkan, membuang, dan mengorganisasi data tersebut.