

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan semakin berkembangnya teknologi, kebutuhan akan informasi juga semakin meningkat. Di era yang semakin modern ini, masyarakat hidup dalam lingkup dimana mereka membutuhkan suatu informasi seperti membutuhkan makanan untuk kelangsungan hidup mereka. Yakni informasi tersebut dapat menjadi penunjang untuk keberhasilan atau kemajuan bagi perusahaan tersebut. Pihak pihak yang dapat mendukung atau mengolah sarana komunikasi dan informasi adalah praktisi *public relations* atau kehumasan.

*Public relations* atau kehumasan adalah ilmu sosial dalam menganalisa kecenderungan serta memberikan pengarahan kepada pimpinan institusi/lembaga dan melaksanakan program program terencana yang dapat memenuhi kepentingan baik institusi maupun lembaga tersebut dan masyarakat yang terkait. Oleh karena itu, *Public relations* merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik, serta merencanakan dan melakukan suatu program kegiatan untuk meraih pengertian, pemahaman dan dukungan dari publiknya. Orang yang beraktifitas dalam kegiatan *public relations* harus memiliki kemampuan berkomunikasi dan menjalin

hubungan baik dengan semua lapisan masyarakat baik pemerintah, media atau publik publik eksternal lainnya.

*Public Relations* bertujuan untuk menciptakan komunikasi dua arah atau timbal balik, memecahkan konflik kepentingan dan menciptakan pengertian berdasarkan kebenaran, pengetahuan dan informasi yang lengkap. Misi yang diemban oleh seorang praktisi *public relations* adalah memberikan pelayanan informasi kepada masyarakat tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan kebijaksanaan, kegiatan dan tindakan organisasi perusahaan dengan cara menarik ketertarikan media masa untuk mendapatkan publikasi atau publisitas agar dapat terbentuk suatu citra bagi perusahaan yang mana citra yang terbentuk adalah citra baik.

Peran *public relations* sendiri adalah membina hubungan yang harmonis antara badan organisasi atau perusahaan dengan publik-publiknya sebagai khalayak sasaran, mengidentifikasi hal hal yang berkaitan dengan opini, persepsi, dan tanggapan masyarakat terhadap badan atau organisasi yang diwakilinya atau sebaliknya, selain itu *public relations* juga dapat berfungsi melayani keinginan publiknya dan memberikan sumbang saran kepada pimpinan demi tercapainya tujuan dan manfaat bersama.

Grunig dan Hunt dalam Soemirat (2011:87) mengatakan bahwa praktisi *public relations* bertindak berdasarkan apa yang disebut sebagai teoritis organisasional suatu *boundary spanner* yang artinya memainkan

peran di perbatasan (penghubung), mereka berfungsi di suatu perusahaan sebagai penghubung antara perusahaan dengan publik internal dan eksternalnya. Dengan kata lain, para praktisi *public relations* harus meletakkan satu kaki di dalam dan kaki lainnya di luar perusahaan. Sebagai *boundary spanner*, praktisi *public relations* harus dapat mendukung kolega mereka dengan sokongan komunikasi mereka yang lintas organisasional yaitu dapat menjangkau ke dalam dan ke luar perusahaan. Dengan cara ini, para profesional *public relations* harus memiliki pengetahuan yang berguna untuk perencanaan bagi perusahaannya di masa mendatang.

Kedudukan *Public relations* PT. (Persero) Angkasa Pura I Cabang Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo dalam hal ini berada di bawah divisi personalia dan umum. Divisi tersebut membawahi tiga bagian yaitu bagian personalia, bagian hukum dan umum, serta bagian sistem informasi manajemen (SIM), dan *public relations*. Dinas sistem informasimanajemen (SIM) dan humas memiliki tugas membuat rencana kerja, menyelenggarakan dan melaporkan hasil pelaksanaan kegiatan pengelolaan SIM sebagai alat bantu untuk percepatan dan ketepatan pengambilan keputusan manajemen, kegiatan pengumpulan, pengolahan, penyajian data dan laporan, serta hubungan masyarakat guna menciptakan citra positif kantor cabang. Dalam menjalankan tugas, *public relations* memposisikan diri sebagai mediator antara berbagai publik, baik publik

internal maupun eksternal. Secara internal antara perusahaan yang meliputi: pemegang saham, direksi dan para karyawan. Sementara secara eksternal dilakukan dengan pemerintah daerah, Masyarakat/komunitas setempat, pers, investor, para pemilik maskapai, serta para pelanggan/penumpang. Peran *public relations* PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo dalam pelaksanaan komunikasi perusahaan adalah: 1) Publik internal : *public relations* berusaha mengenali dan mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap dan gambaran negatif dalam masyarakat sebelum tindakan atau kebijakan itu dijalankan.

Secara teknis, mengelola berbagai informasi yang berhubungan dengan perusahaan yang dianggap penting untuk diketahui oleh anggota perusahaan. Informasi-informasi tersebut kemudian dikoordinasikan kepada pihak yang terkait untuk diberikan tindak lanjut berupa penanganan. 2) publik eksternal: mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran masyarakat yang positif terhadap segala tindakan dan kebijakan perusahaan. Selain itu, humas berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dengan pihak-pihak luar yang memiliki kepentingan terhadap perusahaan. Adanya *public relations* dalam setiap perusahaan terutama dalam Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo diharapkan dapat menjadi penunjang kemajuan dalam perusahaan tersebut karena peran dari *public relations* sendiri adalah sebagai bagian yang bertanggung jawab atas citra baik perusahaan dan

sebagai komunikator yang baik antara perusahaan dengan masyarakat, *stakeholder* dan dengan media manapun. Pentingnya penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana peran *Public Relations* Bandara Adi Soemarmo dalam meningkatkan citra positif perusahaan, melihat banyaknya persaingan ketat perusahaan di bidang ini maka citra positif perusahaan merupakan aspek terpenting yang diinginkan perusahaan yakni dengan upaya-upaya menjalin kerja sama dengan berbagai pihak, yaitu dengan manajemen hotel, customer, dan media pers. Melakukan kegiatan sosial serta memberikan informasi-informasi yang terkait dengan kegiatan-kegiatan di Bandara Adi Soemarmo melalui media. Berdasarkan uraian yang telah dijabarkan diatas maka penulis tertarik meneliti dan mengangkat judul: *Peran Public Relations* dalam meningkatkan citra positif perusahaan. Studi kasus pada PT Angkasa Pura I (Persero) Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo tahun 2018.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah : Bagaimanakah Peran *public relations* Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo dalam Membangun Citra Positif Perusahaan?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas maka

tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan Peran *public relations* Bandar Udara Internasional Adi Soemarmo dalam Membangun Citra Positif Perusahaan.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

##### 1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan pada perkembangan ilmu komunikasi khususnya dibidang *Public Relation* terutama yang berkaitan dengan peran *Public Relation* dan sebagai referensi penelitian lain yang sejenis.

##### 1.4.2 Manfaat praktis

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi pertimbangan *Public Relation* Bandara Adi Soemarmo dalam membangun citra positif bagi perusahaanya.