

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Keberadaan humas sangat penting dalam sebuah institusi. Pentingnya keberadaan humas ini disebabkan sebuah institusi perlu memperkenalkan dirinya kepada masyarakat. Dengan semakin dikenalnya institusi dimasyarakat, sebuah institusi akan dengan mudah menjalankan tugas, peran dan kepentingannya. Bahkan, eksistensi sebuah institusi juga akan sangat bergantung pada bagaimana humas mampu memperkenalkan keberadaan institusi kepada masyarakat. Dengan kata lain, *branding* sebuah institusi akan sangat bergantung kepada humas. Selain itu, baik dan buruknya citra institusi juga bergantung pada humas. Citra institusi terbentuk dari bagaimana humas mampu membuat citra dari institusi tersebut. Apabila humas mampu menciptakan citra yang baik pada sebuah institusi maka humas mampu menjalankan peran dan fungsinya dengan baik dan sebaliknya jika humas tidak mampu menjaga citra positif dari masyarakat maka humas kurang berhasil dalam menjalankan peran dan fungsinya. Oleh karena itu, humas dalam sebuah institusi dituntut menjaga eksistensi dalam masyarakat.

Selanjutnya, keberadaan dan eksistensi sebuah institusi juga didukung bagaimana komunikasi antara institusi dan masyarakat berjalan. Pada konteks ini, humas berperan sangat penting sebagai pen jembatan komunikasi antara institusi dengan masyarakat sehingga humas berfungsi sebagai fasilitator komunikasi antara institusi dan masyarakat. Dengan demikian, kinerja humas akan sangat berdampak pada kelancaran komunikasi antara institusi dengan masyarakat dan eksistensi institusi dalam masyarakat serta branding dari institusi tersebut.

Humas juga harus mempunyai strategi dalam menjalankan tugasnya. Dengan adanya strategi, tugas dari humas diharapkan menjadi lebih terencana. Seperti definisi yang dikemukakan oleh Coulson (2005:9), dimana *public relations* adalah usaha yang direncanakan secara terus-menerus dengan sengaja, guna membangun dan mempertahankan pengertian timbal balik antara organisasi dan masyarakatnya. Pendapat ini menunjukkan bahwa public relations dianggap sebuah proses atau aktivitas yang bertujuan untuk menjalin komunikasi antara organisasi dan pihak luar organisasi. Disamping itu, strategi humas juga dapat menjadi bahan evaluasi terhadap kinerja yang sudah dilakukan oleh humas. Oleh karena itu, strategi akan membantu humas dalam menjalankan dan mengevaluasi kinerjanya. Salah satu strategi humas yang dapat diambil sebagai contoh adalah *event* yang dilakukan oleh humas seperti bakti sosial, posko lebaran, dan serangkaian kegiatan yang dapat memperkenalkan keberadaan institusi terhadap masyarakat.

Event yang dilaksanakan oleh humas merupakan bentuk penerapan strategi dalam melakukan citra institusi kepada masyarakat sehingga keberlanjutan sebuah *event* turut membantu kesuksesan citra perusahaan di masyarakat. Selain itu, strategi humas dalam memperkenalkan institusi kepada masyarakat juga dapat diamati dari kinerja humas dalam berpartner dengan media atau *media relation*. *Media relation* yaitu merupakan hubungan antara praktisi humas dengan media. Hubungan humas dengan media sangat penting sebab media adalah sarana publikasi, dimana segala informasi tentang perusahaan tersampaikan. Selain itu, media adalah sarana dari pencapaian humas dalam membangun reputasi. Hal ini dapat dilakukan dengan *realse* berita yang terkait dengan perusahaan sehingga

perusahaan akan mendapatkan kepercayaan dari masyarakat sebagai contoh humas menggunakan media dalam *merelease* segala aktifitas dan informasi penunjang kinerja seperti melakukan *press realese* dan pencitraan publik. Agar tujuan dari sebuah perusahaan dapat tercapai sesuai dengan strategi yang sudah direncanakan, humas harus mempunyai *event* rutin yang diselenggarakan agar masyarakat dapat mengenal perusahaan tersebut. Selanjutnya strategi menjadikan sebuah humas menjadi semakin terarah dan dapat dilaksanakan evaluasi dalam menunjang keberhasilan strategi. Oleh karena itu, citra sebuah perusahaan tidak akan luput dari strategi seorang praktisi humas.

Keberhasilan seorang humas bukan hanya dari faktor strategi, tetapi terdapat juga faktor lain yang menjadi kunci keberhasilan yaitu peran. Berbicara tentang keberhasilan strategi tentunya sangat dekat dengan kata peran, dimana peran berjalan selalu beriringan dengan strategi dalam ilmu kehumasan, Oleh karena itu Humas tidak dapat mencapai sebuah tujuan apabila tidak memenuhi adanya faktor tersebut. Sebagai contoh seperti mengelola keadaan dalam kondisi darurat, penting dan kondisi biasa. Penelitian ini sengaja membahas tentang peran dan strategi *public relations* humas PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo karena dalam perkembangan teknologi ini peneliti ingin mengetahui tentang bagaimana humas PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo dalam membuat citra melalui media online ini.

Humas PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo sudah banyak memberikan dampak perubahan dalam perusahaan, dari tahun ke tahun humas PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo menjadi bandara yang lebih unggul dari bandara lainnya, hal ini dibuktikan dari fasilitas pelayanan dan sarana yang

sudah banyak memadai dibandingkan bandara yang lainnya. Keikutsertaan humas dalam hal membangun citra yang sudah terbentuk sangat besar. Hal ini disebabkan strategi dan peran humas yang dimiliki oleh PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo yang berhasil menerapkan strategi dan melakukan peran yang krusial dalam pembentukan citra. Strategi yang dilakukan oleh humas PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo yaitu dengan cara pembentukan citra melalui media online seperti situs Instagram dalam penyebarluasan berita. PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo memilih dunia online dalam pembentukan citra karena kecenderungan masyarakat sudah mengarah ke dalam dunia digital sehingga strategi humas yang dilakukan oleh PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo harus memanfaatkan kecanggihan teknologi

Selanjutnya peran humas yang ada di PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo sudah menjalankan peran dan strateginya dengan selalu aktif dalam pengolahan citra. Skripsi ini berusaha menjelaskan peran dan strateginya humas PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo dalam memanfaatkan media online untuk membentuk citra positif di masyarakat.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka permasalahan pada penelitian ini adalah: Bagaimana strategi dan peran PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo dalam meningkatkan citra positif melalui media online Instagram?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan diatas maka dapat ditetapkan bahwa tujuan Penelitian ini untuk menjelaskan peran dan strategi

Humas PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo dalam memperoleh citra positif melalui media online.

1.4. Manfaat Penelitian

Dalam Penelitian ini diharapkan dapat diperoleh manfaat:

1. Mafaat teoritis

Secara akademis bermanfaat memberikan sumbangan dalam ilmu komunikasi terkait masalah strategi dan peran humas.

2. Manfaat praktis

Berikut manfaat praktis dari penelitian ini, yaitu: Memberikan bahan pertimbangan untuk humas PT. Angkasa Pura 1 (PERSERO) Adi Soemarmo untuk meningkatkan pemanfaatan media online dalam aktivitas humas.