

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pada zaman sekarang ini semakin banyak perusahaan atau Instansi yang berkembang, baik bergerak dibidang profit maupun non-profit. Pihak manajemen berupaya agar perusahaan dapat lebih dikenal oleh khalayak, sehingga memperoleh citra positif seperti harapan yang telah dicanangkan dalam manajemen perusahaan. .

Keberadaan PMI (Palang Merah Indonesia) merupakan hal yang penting bagi rumah sakit dan masyarakat. Kegiatan PMI beragam, mulai dari tanggap darurat bencana, penyediaan transfusi darah, sosial kemasyarakatan, pembinaan P3K (Pertolongan Pertama Pada Kecelakaan), sampai pada pelayanan kesehatan medis. Organisasi non-profit seperti PMI Surakarta ini, sangat menggantungkan operasional kegiatan dari sumbangan donatur, kegiatan pengumpulan dana (*fund raising*) maupun tenaga sukarela. Sangat penting bagi PMI kota Surakarta untuk terus berusaha membangun citra positif yang nantinya diharapkan akan mampu menumbuhkan kepercayaan dan menarik minat masyarakat untuk berpartisipasi dalam kegiatan organisasi tersebut. (Jahardin, 2017).

Pembahasan tentang citra PMI Surakarta muncul berbagai perbedaan tentang citra PMI itu sendiri, baik citra buruk maupun baik. Citra akan terbentuk di benak masyarakat berdasarkan pengalaman pribadi, maupun informasi dari pihak lain. Penilaian positif dari masyarakat dapat berupa munculnya reputasi baik, kepercayaan, rasa hormat dan partisipasi. Sebaliknya, penilaian negatif bisa dilihat dari adanya kajian opini buruk, keengganan hingga cacik dari masyarakat. (Putra, 2018).

Pihak Humas PMI Surakarta berperan yang penting dalam menangani masalah-masalah yang berhubungan dengan keinginan dan perkembangan untuk ke arah yang lebih baik serta dapat membangun kepercayaan publik. Adanya partisipasi dan kepercayaan publik (*public trust*) menciptakan citra positif terhadap kelangsungan hidup PMI Surakarta. Oleh karena itu dalam meningkatkan kinerja PMI Surakarta yang lebih baik, peran humas perlu melaksanakan fungsi strategi yang lebih memanusiakan layanan dari fungsi PMI yang sebenarnya, berupa penilaian sikap dan persepsi atas setiap anggota masyarakat pengguna layanan PMI. Lebih lanjut pihak Humas perlu perencanaan program serta komunikasi terhadap masyarakat untuk memperoleh definisi, penerimaan, minat dan dukungan dari seluruh masyarakat (Annisya, 2016).

Keberadaan Humas dalam sebuah organisasi dapat menjembati serta penghubung antara organisasi – publik. Tujuan humas antara lain untuk menciptakan, memelihara dan membina hubungan yang harmonis antara organisasi – publik, humas berperan dalam upaya penjelasan atau upaya

pembelaan terhadap persepsi negatif dari publik terhadap PMI, dengan cara menyajikan berbagai informasi dan kenyataan yang ada..

PMI tempat pelayanan publik bagi pendonor darah yang ingin berpartisipasi menyumbangkan/mendonorkan darahnya, dilayani oleh paramedis. PMI dikatakan berhasil apabila mampu memberikan pelayanan terbaik. Pelayanan pendonor darah tidak hanya dilakukan oleh dokter saja, tetapi juga pelayanan dari bagian paramedik, penunjang medis, dan non medis. Pada intinya, semua unsur tersebut harus bekerja sama untuk mencapai pelayanan yang optimal.

PMI Surakarta merupakan satu-satunya organisasi yang bergerak dibidang kesehatan dan kemanusiaan yang ada di kota Surakarta. Dalam menjalankan perannya humas PMI Surakarta menggunakan media online untuk meningkatkan citra positif. Hal ini, media sebagai komunikasi persuasif untuk menyampaikan informasi kepada khayalak luas mengenai kegiatan PMI komitmennya sebagai organisasi kemanusiaan yang mandiri, tanggap dan dicintai masyarakat. Selain itu, PMI Kota Surakarta ingin menunjukkan kegiatan sosial yang dimiliki PMI Kota Surakarta seperti: SATGANA (Satuan Siaga Penanggulangan Bencana), Susur Kampung, Dompot Kemanusiaan, Griya PMI Peduli dan Bina Lansia Sehat, Ambulan Crew, Poliklinik, LPK Kesehatan, Pelatihan P3K.

PMI Surakarta sudah diklasifikasikan ke dalam kelompok A “atau utama” dengan kriteria: aktif dalam merespon setiap bencana alam yang

terjadi dan juga buka 24 jam perhari sepanjang tahun. PMI Surakarta sebagai PMI Surakarta tipe utama dengan beberapa keunggulan yaitu :

1. Terletak di pusat Kota Surakarta sehingga mudah dijangkau oleh masyarakat Kota Surakarta dan sekitarnya.
2. Fasilitas peralatan bencana, medis penunjang yang lengkap dan modern.
3. Mempunyai pelayanan yang cukup lengkap.

Untuk melaksanakan tugas dan fungsinya dalam memberikan layanan pada masyarakat Kota Surakarta dan sekitarnya, Pihak manajemen PMI Surakarta berusaha meningkatkan mutu pelayanan yang dapat memenuhi harapan masyarakat sehingga dapat meningkatkan jumlah kunjungan pendonor dan donator dan yang lainnya. (Jayanti, Dwistya. 2014).

PMI kota Surakarta yang menggunakan teknologi *media online* untuk mendokumentasikan berbagai kegiatan seperti: pelayanan pendonor, pelayanan donatur, pelayanan kesehatan dan pelatihan P3K yang menjadi unggulan PMI kota Surakarta, karena dapat kunjungan dan meningkat citra pendonor dari bulan ke bulan. Hal ini disebabkan masyarakat sekarang lebih mudah mengakses *media online* dibandingkan dari mulut ke mulut. Dalam rangka meningkatkan citra positif, PMI kota Surakarta menerapkan Salah satu strategi pembentukan citra adalah dengan menggunakan *media online*. Seiring perkembangan era digital ini media masa berkembang dengan sangat pesat. *Media online* merupakan satu alternatif alat komunikasi yang bisa diandalkan karena memiliki jangkauan luas dan berkemampuan efektif mempengaruhi pendapat publik. Majunya *media online* harus disertai

pemilihan strategi yang tepat dapat berpengaruh terhadap kinerja dan area kerja Humas, terutama dalam berkaitan dengan pemilihan media.

Menurut Breakendridge (2008), perkembangan *media online* harus disertai oleh kemampuan praktisi humas dalam penggunaan *media online* sebagai alat dalam mengkomunikasikan pesan maupun pencitraan produk. Munculnya *media online* baru dengan sistem era digital ini dapat membantu praktisi Humas dalam upaya menciptakan citra individu maupun organisasi. Ada dua media online yang digunakan oleh Humas PMI guna mendukung strategi pencitraan ialah Instagram. *Media online* berperan dalam upaya penciptaan citra organisasi. Praktisi humas perlu memperhatikan kualitas dalam mengunggah informasi yang disampaikan. Semua informasi yang disampaikan harus akurat, tepat waktu, memuat informasi yang lengkap, dan *up to date* serta mampu memberikan pengaruh terhadap persepsi khayalak luas terhadap citra sebuah organisasi. Selain itu, kualitas informasi yang diunggah dalam unggahan Instagram bisa dijadikan sumber informasi terpercaya bagi masyarakat sehingga bisa membantu dalam upaya peningkatan citra positif organisasi. Penggunaan media internet atau media massa digital untuk memproduksi dan menggunakan data yang bisa dengan mudah didapatkan dengan *media online*. Hal ini juga disebabkan oleh masyarakat yang merupakan pengguna internet aktif. Dikatakan demikian karena setiap individu pengguna internet dapat mengamati, memperhatikan dan membuat unggahan pada saat yang bersamaan. Dilain sisi, para pengguna juga dapat mempengaruhi penyebaran informasi dan

pembentukan persepsi dan opini melalui *media social*. Dalam upaya mendukung kegiatan penyampaian informasi kepada publik, pihak manajemen PMI Surakarta memiliki Instagram yang merupakan sarana bagi humas melakukan publikasi kegiatan, maupun kebijakan dan hal-hal yang lainnya. Pengelolaannya menjadi tanggung jawab Humas. (Dianingtyas, Benedeccta Salindri, 2014).

Dari penjelasan di atas pengaruh media terhadap kehidupan masyarakat melanda kehidupan organisasi. Saat ini, sebagian besar organisasi mulai menyusun kembali untuk mengubah kerja mereka yang berbasis *media online*. Humas berinovasi menggunakan *media online* kedalam organisasi, yang dimaksudkan untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi kerja, baik bagi organisasi sendiri maupun bagi masyarakat. Sehingga, pada kenyataannya pengaruh media dalam proses komunikasi sangat besar dalam membentuk opini masyarakat. Kemudian tugas humas mempublikasikan setiap kegiatan-kegiatan yang bersangkutan dengan PMI kota Surakarta (Liliweri, 2014).

1.2 Rumusan Masalah

Dari uraian latar belakang belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: Bagaimana peran humas dalam meningkatkan citra positif PMI kota Surakarta di *media online* Instagram ?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui gambaran pelaksanaan kegiatan media *online* humas PMI Surakarta dalam pembentukan citra positif di media *online* Instagram.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian adalah:

1. Manfaat Teoritis:
 - a. Menambah wawasan keilmuan tentang peran humas.
 - b. Menjadi referensi bagi mahasiswa komunikasi khususnya dalam melakukan penelitian kehumasan.
 - c. Mendapatkan gambaran kegiatan humas di suatu lembaga dalam meningkatkan citra positif.
2. Manfaat Praktis

Hasil penulis ini diharapkan menjadi masukan dan literasi untuk memperdalam pemahaman mengenai peran humas PMI Surakarta dalam mempertahankan citra positif yang sudah ada.