

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hubungan Masyarakat (Humas) berfungsi sebagai jembatan komunikasi antara organisasi dan publik, untuk menyampaikan informasi yang jelas, membangun hubungan baik, serta menciptakan citra positif melalui berbagai peran komunikasi. Fungsi humas sebagai jembatan komunikasi dapat dilihat dari aktifitas humas yang mengharuskan mereka untuk memberikan informasi kepada masyarakat. Selain itu, humas juga bertugas membangun hubungan baik dengan masyarakat yang dapat dilakukan dengan menyelenggarakan berbagai kegiatan baik yang mempunyai tujuan sosial atau untuk keperluan institusi. Selanjutnya, humas juga dituntut untuk menciptakan citra positif kepada masyarakat melalui serangkaian kegiatan *branding* institusi.

Humas juga memiliki peran strategis dalam membentuk dan mempertahankan citra positif sebuah institusi. Citra positif institusi menjadi aset penting yang memengaruhi persepsi publik, tingkat kepercayaan, serta keberlanjutan operasional organisasi. Citra positif tidak hanya mencerminkan reputasi yang baik, tetapi juga memperkuat hubungan dengan para pemangku kepentingan, seperti pelanggan, mitra kerja, investor, hingga media massa (reels instagram & sosial media). Oleh karena itu, humas harus mampu mengelola komunikasi yang efektif, transparan, dan konsisten agar pesan-pesan yang disampaikan mampu membentuk citra positif institusi di masyarakat.

Citra perusahaan adalah aset yang sangat berharga dan perlu dibangun serta dipelihara secara berkelanjutan. Citra perusahaan mencerminkan persepsi atau gambaran yang terbentuk di masyarakat tentang perusahaan tersebut. Citra yang positif dapat meningkatkan kepercayaan masyarakat dan mendorong daya jual produk atau layanan perusahaan. Citra perusahaan

mencerminkan bagaimana pandangan konsumen terhadap kualitas perusahaan. Citra ini terbentuk dari persepsi konsumen yang didasarkan pada informasi yang mereka terima tentang perusahaan. Mengingat pengaruh citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepercayaan dan harga, terdapat beberapa teori yang dapat digunakan untuk memecahkan masalah ini (*Islam.2024*).

Selanjutnya, humas juga memerlukan strategi komunikasi yang tepat dalam menangani krisis untuk meminimalkan dampak negatif terhadap reputasi institusi. Dengan strategi yang terencana dan implementasi strategi yang tepat, humas dapat menciptakan dampak citra positif yang signifikan. Hal ini disebabkan reputasi institusi dapat terjaga karena kepercayaan publik terhadap institusi menjadi tinggi. Hal ini sejalan dengan pendapat *Rahmah (2024)* yang menyatakan komunikasi krisis membantu organisasi memahami pentingnya perencanaan komunikasi yang matang dan penerapan strategi yang tepat dalam merespons krisis, sehingga dapat mengurangi dampak negatif terhadap organisasi dan menjaga kepercayaan publik.

Peran humas sangat penting bagi institusi. Hal ini disebabkan apabila humas tidak menjalankan perannya secara menyeluruh maka humas tidak efektif dalam menjalankan tugasnya. Artinya bahwa humas perlu memperhatikan peran-perannya dalam menjalankan tugasnya dalam melakukan komunikasi yang efektif baik internal maupun eksternal. Hal ini sesuai pernyataan yang dijelaskan *Mania (2017)* humas memiliki peran yang sangat besar dalam perkembangan institusi, sehingga itu kejelian seorang humas untuk mengkomunikasikan dengan baik, cepat dan tepat informasi yang berguna bagi institusi sangat diperlukan. Selain itu, humas sangat menunjang dalam melakukan komunikasi yang efektif baik internal maupun eksternal sehingga seorang humas harus mengetahui bagaimana cara mengembangkan apa yang ada dalam dirinya termasuk jiwa kepemimpinannya.

Keberhasilan humas dalam menjalankan perannya juga turut berkontribusi dalam membentuk citra dan menjaga reputasi institusi pada

masyarakat. Alma (2018) menyatakan bahwa keberhasilan humas dalam menjalankan perannya turut berkontribusi dalam membentuk citra dan menjaga reputasi institusi pada masyarakat. Oleh karena itu humas sebuah institusi harus berhasil dalam menjalankan perannya, yaitu tidak hanya membentuk citra tetapi juga turut menjaga reputasi institusi.

Salah satu institusi bidang transportasi sudah menerapkan peran humas yaitu Terminal Tipe A Tirtonadi antara lain dengan cara melakukan sosialisasi, memberikan fasilitas-fasilitas, dan mengadakan acara yang bersangkutan oleh masyarakat. Peran humas yang dilakukan oleh Terminal Tipe A Tirtonadi dapat dilihat dari unggahan media sosial akun Instagram & Twitter @terminal_tirtonadi_kemenhub dan Twitter @ttatirtonadi yang berisi kegiatan beserta fasilitas-fasilitas terminal.



Gambar I. 1 Contoh gambar akun media sosial Terminal Tipe A Tirtonadi

Gambar di atas menunjukkan akun media sosial terminal Tipe A Tirtonadi mengunggah berbagai kegiatan-kegiatan dan fasilitas-fasilitas yang disediakan humas terminal Tipe A Tirtonadi. Humas Terminal Tipe A Tirtonadi berusaha untuk melakukan terminal dengan cara mengunggah kegiatan dan fasilitas yang sudah disediakan. Humas terminal tipe A

Tirtonadi juga meningkatkan citra masyarakat kepada institusi dan meyakinkan kepada masyarakat bahwa terminal tipe A Tirtonadi mampu memberikan fasilitas-fasilitas, keamanan dan kenyamanan bagi masyarakat.

Peran humas yang dilakukan oleh Humas Terminal tipe A Tirtonadi masih perlu ditingkatkan. Hal ini disebabkan fakta bahwa terminal masih mempunyai *image* sebagai tempat yang kurang nyaman dan kurang aman bagi masyarakat sehingga *stereotip* terhadap terminal harus dapat diubah oleh humas terminal melalui peran humas yang mereka terapkan. Dengan demikian, penelitian ini memaparkan penerapan peran humas Terminal tipe A Tirtonadi dalam aktifitas *branding*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah yang dapat diambil dalam penelitian ini adalah bagaimana peran humas dalam mempromosikan kepada masyarakat ?

1.3 Tujuan penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang tersebut diatas, maka tujuan penelitian ini adalah ”menjelaskan Peran humas terminal Tipe A tirtonadi dalam melaksanakan *branding*.”

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan terkait penelitian humas khususnya peran humas dalam kegiatan *branding* diterminal. Selain itu, penelitian ini juga dapat digunakan sebagai referensi penelitian dengan tema yang sejenis.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan humas terminal tipe A Tirtonadi dalam menerapkan peran humas untuk *branding* institusi.