

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia dalam kehidupan membutuhkan usaha untuk dapat bertahan hidup. Salah satu usaha yang dilakukan manusia yaitu memproduksi suatu produk atau pelayanan jasa. Usaha tersebut bisa dalam bentuk usaha yang kecil atau sederhana sampai kepada bentuk usaha yang besar. Segala bentuk usaha membutuhkan suatu wadah atau tempat maupun fasilitas dalam menjalankan kegiatan produksi. Suatu wadah atau fasilitas kegiatan produksi biasa dikenal dengan istilah perusahaan. Perusahaan merupakan suatu wadah atau fasilitas usaha kegiatan atau bisnis dengan tujuan tertentu seperti menghasilkan produk atau pelayanan jasa. Menurut Molengraaf dalam Asikin dan Suhartana (2016) Perusahaan adalah kumpulan perbuatan atau kegiatan yang dilakukan secara terus menerus dengan menjalin hubungan publik untuk menjual barang atau jasa yang bertujuan untuk mendapatkan penghasilan. Selain itu, perusahaan sebagai tempat organisasi dimana di dalamnya terdapat karyawan dan pimpinan yang saling bekerja sama untuk mencapai tujuan yang telah disepakati bersama dengan cara memproduksi barang dengan kualitas yang optimal dan memberikan pelayanan jasa kepada pelanggan atau konsumen demi terwujudnya kepuasan pelanggan atau konsumennya.

Sebuah perusahaan dapat berjalan dengan adanya aktivitas dan kegiatan dalam perusahaan. Setiap perusahaan memiliki susunan atau pembagian tugas sesuai dengan bidang keahliannya. Hal tersebut biasa dikenal dengan struktur organisasi. Struktur

organisasi merupakan gambaran posisi atau kedudukan serta tugas dalam suatu perusahaan. Struktur organisasi menjadi pembeda dari setiap posisi yang ada dalam organisasi atau perusahaan yang tujuannya membantu dalam melakukan setiap kegiatan operasional di dalam organisasi atau perusahaan. Bentuk posisi dalam suatu perusahaan seperti Direktur, Manajer Humas, SDM dan Umum, Keuangan, Pengadaan Barang dan Jasa dan lain-lain. Semua orang-orang di perusahaan menentukan arah dan keberhasilan suatu perusahaan sehingga mereka harus saling membantu demi mencapai tujuan perusahaan.

Komunikasi dan interaksi merupakan suatu hal yang harus terjalin dengan baik dalam suatu perusahaan. Komunikasi dalam perusahaan bisa terjadi antara karyawan maupun antara perusahaan dengan masyarakat luar atau konsumen. Segala sesuatu bisa disampaikan dengan baik melalui perantara komunikasi dan interaksi. Bahasa merupakan alat atau media dalam berkomunikasi. Bahasa tersebut bisa berupa verbal maupun non verbal atau bisa berbentuk ucapan, tulisan maupun gerak tubuh atau bahasa tubuh. Bentuk komunikasi bisa secara langsung, maupun secara tidak langsung seperti melalui surat, pengumuman maupun melalui sosial media.

Salah satu posisi yang sangat penting dalam suatu perusahaan adalah Humas. Humas sangat erat kaitannya dengan komunikasi. Segala sesuatu kegiatan humas sangat berpengaruh terhadap suatu perusahaan. Humas mendukung keberhasilan atau kesuksesan dalam perusahaan dengan membina hubungan yang baik kepada publik atau masyarakat luar yang menimbulkan adanya rasa percaya oleh publik. Selain itu, humas juga harus mampu mempertahankan reputasi dan citra yang sudah ada dengan cara meningkatkan

atau mempertahankan kualitas produk yang dihasilkan atau layanan jasa yang disediakan oleh suatu perusahaan. Oleh karena itu, keberhasilan atau kegagalan suatu perusahaan ditentukan oleh kinerja Humas dalam menjalankan tugas dan fungsinya dalam perusahaan. Bentuk kesuksesan Humas ditandai dengan adanya kepercayaan, citra positif dan reputasi yang baik dalam pandangan publik.

Salah satu tujuan dari peningkatan kinerja humas yaitu untuk meningkatkan citra perusahaan dalam pandangan publik. Menurut Polii (2013) Humas atau Public Relation adalah pelaksanaan dari fungsi manajemen yang bertujuan menciptakan hubungan yang baik kepada publik serta membangun citra perusahaan. Semakin positif citra suatu perusahaan maka akan semakin dipercaya atau semakin banyak konsumen dari perusahaan tersebut. Citra perusahaan adalah suatu pandangan atau persepsi dan penilaian yang muncul dari publik terhadap apa yang didapatkan atau apa yang dilihat pada suatu perusahaan atau organisasi. Pandangan tersebut biasanya disimpulkan publik melalui kegiatan Humas seperti sosialisasi tentang perusahaan atau informasi tentang perusahaan.

Berdasarkan observasi ditemukan bahwa pada PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat bentuk kegiatan Humas yang sudah terlaksana seperti sosialisasi ke sekolah-sekolah tentang bentuk keselamatan di perlintasan kereta api, bantuan pembangunan masjid, penyampaian informasi dan lain-lain. Namun penulis belum mengetahui apakah divisi Humas PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat sudah menjalankan perannya secara optimal terutama untuk meningkatkan citra perusahaan. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk mengetahui bagaimana Peranan dan Aktivitas Humas pada PT Kereta Api Indonesia

(Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat. Untuk memenuhi rasa keingintahuan penulis dan memenuhi tugas akhir, maka penulis mengangkat topik yang berjudul **“Peranan dan Aktivitas HUMAS dalam Meningkatkan Citra Perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, adapun permasalahan yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana peranan dan aktivitas Humas dalam meningkatkan citra perusahaan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat?
2. Apa kendala yang dihadapi Humas dalam menjalankan peranan dan aktivitas Humas dalam meningkatkan citra perusahaan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat?

1.3 Tujuan Magang

Adapun tujuan yang ingin dicapai dari laporan tugas akhir ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui peranan dan aktivitas Humas dalam meningkatkan citra perusahaan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat
2. Untuk mengetahui kendala yang dihadapi Humas dalam menjalankan peranan dan aktivitas Humas dalam meningkatkan citra perusahaan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat

1.4 Manfaat Magang

Manfaat yang dapat diperoleh dari kegiatan magang ini, adalah:

a. Bagi Dunia Pendidikan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi pengetahuan dan wawasan bagi dunia pendidikan dengan memberikan informasi dan menambah pengetahuan para pembacanya mengenai bagaimana peranan dan aktivitas Humas dalam meningkatkan citra perusahaan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat.

b. Bagi Kantor

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan menjadi bahan masukan bagi organisasi mengenai bagaimana peranan dan aktivitas Humas dalam meningkatkan citra perusahaan

1.5 Tempat dan Waktu Magang

Aktivitas magang akan dilaksanakan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat pada 23 Desember 2019. PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat dipilih karena sesuai dengan latar belakang dan masalah yang akan dibahas.

1.6 Metode Pengumpulan dan Analisis Data

Untuk memperoleh hasil dari apa yang penulis harapkan dan menuju kesempurnaan dalam penulisan tugas akhir ini, maka sesuai dengan permasalahan yang telah ditetapkan, penulis

menggunakan berbagai macam metode guna mendapatkan data-data yang penulis perlukan yang terdiri dari:

1. Penelitian lapangan (observasi dan wawancara)

Dalam hal ini penulis melakukan penelitian secara langsung ke lapangan dalam bentuk praktek kerja lapangan/magang, guna memperoleh data yang akurat dengan meneliti keadaan yang sebenarnya serta melakukan wawancara dengan pihak-pihak yang terkait dengan proses pengolahan data pada PT Kereta Api Indonesia Divisi Regional II Sumatera Barat

2. Penelitian Kepustakaan

Menggunakan buku-buku sebagai referensi dalam menganalisa hal-hal yang dibahas dalam tulisan ini, sehingga diperoleh perbandingan yang sebenarnya dengan teori-teori yang ada dan juga memperkuat dasar-dasar pembahasan.

1.7 Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh gambaran dalam penulisan laporan ini, maka berikut sistematika pembahasannya.

BAB I PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis mengemukakan secara umum yang terdiri dari latar belakang, pemilihan judul, perumusan masalah, tujuan perumusan masalah, manfaat penelitian, metode penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Dalam bab ini membahas yang berhubungan mengenai peranan dan aktivitas humas, citra perusahaan di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat.

BAB III GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

Dalam bab ini membahas mengenai sejarah berdirinya instansi, visi misi, sasaran serta tugas pokok dan fungsi yang digunakan oleh instansi tersebut.

BAB IV PEMBAHASAN

Dalam bab ini membahas tentang peranan dan aktivitas humas dalam membentuk citra perusahaan PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat, serta kendala dalam melakukan pelaksanaan administrasi pada unit HUMAS di PT Kereta Api Indonesia (Persero) Divisi Regional II Sumatera Barat.

BAB V KESIMPULAN & SARAN

Bab ini merupakan penutupan dan menyimpulkan secara ringkas mengenai topik yang dibahas dan dilanjutkan dengan saran-saran yang ditujukan untuk memperbaiki kondisi perusahaan di masa yang akan datang.