



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Humas merupakan suatu kegiatan komunikasi dengan tujuan untuk menciptakan hubungan kerjasama yang baik, dengan pihak luar atau khalayak agar mencapai tujuan yang direncanakan (Mulyadi 2019). Menurut *Internasional Public Relations Association* (2022) humas adalah praktik manajemen pengambilan keputusan yang bertugas membangun hubungan dan kepentingan antara organisasi dan publiknya berdasarkan penyampaian informasi melalui metode komunikasi yang tepercaya dan etis. Yolanda *et al.* (2021) mengatakan bahwa Humas memiliki tugas untuk mengelola penyampaian dan penyebaran informasi perusahaan demi mempertahankan citra yang baik. Citra adalah tujuan utama sekaligus reputasi dan prestasi yang harus dicapai oleh humas. Citra perusahaan dapat dibentuk oleh humas dengan melaksanakan kegiatan positif seperti kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan dan lingkungan. Namun, Humas juga dapat membangun citra organisasi tersebut dengan menyediakan informasi kepada khalayak.

Penyampaian informasi perusahaan membutuhkan peran media agar informasi tersebut dapat tersampaikan kepada khalayak luas. Media yang dimaksud adalah media massa atau pers. Media massa memiliki keunggulan dalam penyampaian informasi kepada khalayak luas. Suprawoto (2018) mengatakan bahwa media mempunyai keunggulan dan efektif dalam menyebarkan informasi dengan cakupan yang cukup luas sesuai peredaran dan jangkauan media itu sendiri. Keunggulan media ini juga termasuk dalam keunggulan media massa.

Saat ini media massa yang digunakan bukan hanya media konvensional, seperti majalah, koran, televisi dan radio saja, melainkan terdapat media baru seperti media *online*. Media *online* merupakan media massa yang tersaji secara *online* di situs *website* internet (Antow 2016). Pemanfaatan media konvensional dalam aktivitas kehumasan bukan lagi menjadi saluran komunikasi utama dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat (Khotimah 2021). Hal ini membuat humas perusahaan memahami bahwa media massa dapat dimanfaatkan perusahaan untuk penyebaran informasi.

Informasi yang diberikan oleh humas kepada media massa disebut dengan *press release*. Menurut Bairizki (2021) *Press release* adalah informasi yang dibuat oleh pejabat humas sebagai berita resmi organisasinya yang kemudian disampaikan kepada pengelola media untuk dipublikasikan. *Press release* bukan hanya suatu berita promosi, tetapi harus mengandung informasi yang memiliki nilai berita (news value) terkait perusahaan. Humas harus terampil dalam menulis dan memilih informasi yang akan dibuatkan *press release*. Hal ini dikarenakan informasi tersebut dapat membentuk representasi masyarakat terhadap perusahaan.

Press release di PT Kilang Pertamina Internasional (KPI) Refinery Unit (RU) III Plaju tidak hanya disampaikan kepada masyarakat melalui media massa, melainkan diunggah sendiri oleh humas PT KPI RU III Plaju ke dalam portal intranet perusahaan sebagai informasi untuk khalayak internal. Hal ini dilakukan karena Humas PT KPI RU III Plaju memiliki dua ruang lingkup tugas yaitu publik internal dan publik eksternal. Humas PT KPI RU III Plaju disebut dengan *Communication, Relation, & Corporate Social Responsibility* (Comm, Rel, & CSR) RU III Plaju. Kegiatan *press release* dijalankan oleh fungsi *Comm, Rel, & CSR* RU III Plaju.

Comm, Rel, & CSR RU III Plaju dalam penulisan *press release* memberikan informasi yang benar dan tepat. *Press release* PT KPI RU III Plaju ditulis berdasarkan fakta yang ada, sesuai dengan yang terjadi di lapangan. Namun, informasi yang disajikan dalam *press release* merupakan informasi positif perusahaan saja.

Penyajian informasi melalui *press release* merupakan kegiatan rutin yang dilakukan oleh *Comm, Rel & CSR* RU III Plaju. *Press release* merupakan ruang bagi PT KPI RU III Plaju untuk memberikan informasi seputar aktivitasnya melalui media. Berita-berita positif yang diberikan akan berdampak pada tingkat kepercayaan dari masyarakat maupun *stakeholder* lainnya terhadap perusahaan.

Penulisan *press release* tidak sama dengan penulisan cerpen atau cerita dongeng pada umumnya. Penulisan *press release* harus menyisipkan informasi yang penting sehingga media tertarik untuk memuatnya (Fikri, 2018).

Humas PT KPI RU III Plaju memiliki peran penting dalam penulisan *press release* perusahaan. Penulisan *press release* termasuk ke dalam kinerja pemberitaan *Comm, Rel & CSR* RU III Plaju. Tahun 2021, fungsi *Comm, Rel & CSR* RU III Plaju sudah merilis berita sebanyak 81 berita dengan rata-rata berita setiap bulannya adalah tujuh berita per bulan. Sedangkan dalam pemberitaan, fungsi *Comm, Rel, CSR* RU III Plaju sudah melakukan pemberitaan dengan total 144 pemberitaan dengan rata-rata setiap bulannya adalah 12 pemberitaan per bulan. Hal ini menunjukkan bahwa kinerja pemberitaan PT KPI RU III Plaju memiliki kinerja yang baik. Maka dari itu penting untuk mengetahui peran dari Humas PT KPI RU III Plaju dalam penulisan *press release*.

Berdasarkan penjelasan di atas, laporan akhir ini membahas tentang peran Humas PT KPI RU III Plaju dalam penulisan *press release* dan juga membahas tentang hambatan yang dihadapi serta mencari solusi yang tepat agar dapat menangani hambatan-hambatan yang terjadi.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah yang dibahas dalam laporan tugas akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana peran Humas PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam penulisan *press release*?
- 2) Bagaimana hambatan dan solusi Humas PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam penulisan *press release*?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan yang dibahas pada Makalah Seminar ini meliputi:

- 1) Untuk mengetahui peran Humas PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam penulisan *press release*.
- 2) Untuk mengetahui hambatan dan solusi Humas PT Kilang Pertamina Internasional Refinery Unit III Plaju dalam penulisan *press release*.