



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan atau informasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk menimbulkan timbal balik atau *feedback*. Komunikasi merupakan bagian penting yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia. Di zaman globalisasi saat ini telah memberikan perubahan pada masyarakat dalam menerima pesan atau informasi. Kebutuhan masyarakat akan informasi yang cepat dan luas menjadikan media massa sebagai sumber informasi. Dengan media massa kita dapat memperoleh informasi darimana saja tanpa bertemu secara langsung. Menurut Nugroho dan Santoso (2019:63) media massa adalah *channel*, media/medium, saluran, sarana atau alat yang dipergunakan dalam proses komunikasi massa yakni komunikasi yang diarahkan kepada banyak orang.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih telah memunculkan media baru yaitu media yang berbasis internet. Kemajuan internet merupakan salah satu faktor perkembangan media massa yang melahirkan media *online*. Media *online* menjadi pilihan masyarakat dalam kebutuhan informasi dan berita karena penyebaran informasi yang cepat dan luas menjadikan masyarakat dapat mengakses berbagai informasi terbaru dengan cepat. Penyebaran informasi yang cepat dan luas dapat mempengaruhi masyarakat dengan mudah mengarahkan opininya. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk mengetahui dan peduli terhadap pemberitaan di media *online* terkait perusahaannya agar mendapatkan citra baik di mata masyarakat termasuk pemberitaan PT Industri Kereta Api (Persero).

PT Industri Kereta Api atau PT INKA (Persero) merupakan sebuah Badan Usaha Milik Negara (BUMN) pada bidang manufaktur kereta api yang terintegrasi pertama di Asia Tenggara sebagai insutri kereta api. Sampai pada titik ini merupakan suatu yang tidak mudah bagi PT INKA (Persero) dalam mempertahankan performanya di dunia bisnis. PT INKA (Persero) sebagai perusahaan menyadari pentingnya informasi dari media *online* karena dapat memperkenalkan perusahaan, mempengaruhi dan mengubah perilaku masyarakat terkait perusahaannya yang bergerak pada bisnis kereta api. PT INKA (Persero) juga dapat mengetahui perkembangan dan pelayanan yang telah diberikan kepada masyarakat, hal tersebut dapat memelihara keamanan dan keselamatan sehingga dapat memberikan kepuasan masyarakat dalam menggunakan transportasi kereta api. Media *online* merupakan sarana pendukung untuk kegiatan pemantauan berita melalui media karena penyebaran informasi yang cepat, luas dan *update*. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan memiliki divisi yang dapat memantau dan mengontrol penyebaran informasi terkait perusahaan tersebut. Divisi yang bertugas yaitu divisi hubungan masyarakat dengan melakukan media *monitoring* untuk membangun dan mempertahankan citra perusahaan.

Media *monitoring* merupakan cara untuk mengetahui pemberitaan yang terjadi di berbagai media berkaitan dengan PT INKA (Persero). Berita yang beredar di media merupakan salah satu acuan keberhasilan perusahaan untuk membangun citra yang baik di masyarakat jika sumber berasal dari sumber

terpercaya. Oleh karena itu, humas PT INKA (Persero) akan melakukan media *monitoring* pada portal berita, media cetak dan media sosial (*Instagram, facebook, youtube dan twitter*). Kegiatan media *monitoring* bertujuan untuk mengetahui berita atau isu yang sedang berkembang di masyarakat.

Berdasarkan uraian diatas maka diperlukan pembahasan mengenai peran media *monitoring*, pores media *monitoring* beserta hambatan yang dialami oleh staaf humas PT INKA (Persero) dalam menjalankan kegiatan kehumasan di PT INKA (Persero).

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan dibahas pada laporan Akhir ini, yaitu:

- 1) Bagaimana peran media *monitoring* dalam kegiatan humas di PT INKA?
- 2) Bagaimana proses media *monitoring* oleh staf humas PT INKA dalam membangun citra perusahaan?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi staf humas PT INKA dalam proses media *monitoring*?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, adapun tujuan dari penulisan laporan Akhir ini sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan peran media *monitoring* dalam kegiatan humas di PT INKA.
- 2) Menjelaskan proses media *monitoring* oleh staf humas PT INKA dalam membangun citra perusahaan.
- 3) Menjelaskan hambatan yang dihadapi dan solusi yang dilakukan oleh staf humas PT INKA dalam proses media *monitoring*.

METODE

Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data dan informasi dilakukan selama kegiatan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Divisi Sekretaris Perusahaan unit humas PT INKA (Persero) yang beralamat di Jalan Yos Sudarso Nomor 71 Madiun, Jawa Timur. Waktu untuk pengumpulan data penyusunan Laporan Akhir ini dilaksanakan selama dua bulan, terhitung mulai tanggal 03 Februari sampai dengan 01 April 2022 dengan durasi kerja mulai pukul 07.30-17.00 WIB.

Data dan Instrumen

Data dan instrumen merupakan hal penting yang digunakan untuk menjawab permasalahan yang ada. Data merupakan simbol yang berisikan fakta yang dapat dijadikan sumber untuk menjawab permasalahan, sedangkan instrument merupakan alat yang digunakan untuk mengumpulkan data. Jenis data dan instrument yang digunakan untuk Laporan Akhir ini adalah: