



1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal penting yang dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Kegiatan berkomunikasi merupakan aktivitas yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, gagasan atau pesan dari satu pihak ke pihak lain. Ada banyak bentuk komunikasi. Beberapa contoh komunikasi yang sering di terapkan sehari-hari adalah komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi organisasi, komunikasi massa dan masih banyak lain nya.

Proses komunikasi merupakan hal yang dapat memengaruhi pola pikir, tingkah laku, dan keadaan lingkungan, serta dapat membentuk sebuah opini publik. Opini publik menurut Hendri (2018:91) adalah kegiatan berpendapat yang diartikan sebagai "pendapat umum," sebagian lagi menyebut dengan "pendapat publik". Perbedaan pendapat yang paling mendasar dari kedua istilah tersebut terletak pada kata "publik" yang oleh banyak kalangan tidak sama dengan "umum." Kata 'publik' diartikan sebagai sekelompok orang dengan kepentingan dan pendapat yang sama mengenai suatu persoalan yang menimbulkan pertentangan atau bersifat kontroversia. Publik adalah kelompok yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Opini publik dari sebuah kelompok atau organisasi dapat memengaruhi suatu kelompok dan organisasi lain karena opini terbentuk berdasarkan sekumpulan pandangan individu terhadap isu yang sedang berlangsung dalam sebuah hubungan kelompok atau organisasi tersebut.

Opini publik yang terbentuk dapat berupa opini positif ataupun opini negatif. Opini positif dapat menguntungkan sebuah perusahaan atau lembaga dan sebaliknya opini positif dapat membentuk sebuah citra yang baik. Citra merupakan suatu hal yang dibutuhkan oleh sebuah perusahaan atau lembaga untuk menjaga eksistensinya. Pembentukan citra merupakan tanggung jawab dari kinerja hubungan masyarakat (humas) sebuah perusahaan atau lembaga. Humas berperan aktif dalam membentuk dan menjaga citra perusahaan untuk membentuk *image* perusahaan yang baik di lingkungan internal maupun eksternal. Beberapa kegiatan dilakukan oleh humas untuk meningkatkan kualitas lingkungan sekitar dan menjadikan perusahaan dianggap baik keberadaannya oleh banyak pihak.

Humas merupakan jembatan antara publik dan perusahaan. Kegiatan mengolah opini publik, humas bertugas untuk membangun hubungan yang harmonis melalui tahapan *mutual understanding*, *mutual trust & confidence* dan *image* yang baik. Di dalam sebuah perusahaan atau lembaga humas biasanya terbagi kedalam sub divisi untuk menangani aspek yang berbeda. Humas PT Indonesia Power Unit Pembangkit Suralaya membagi Divisi Humas ke dalam dua sub divisi yaitu Sub Divisi Protokoler dan Sub Divisi *Corporate Social Responsibility* (CSR). Protokoler bertugas dalam menangani kegiatan publikasi dan acara internal perusahaan, sedangkan CSR bertugas untuk menangani kegiatan sosial atau community development (CD) yang menghasilkan dampak langsung kepada, masyarakat. Humas dalam menjalankan tugasnya tidak hanya memerhatikan kepentingan publik eksternal tetapi juga memperhatikan publik internal. Demi mencapai tujuan humas dalam mempertahankan citra perusahaan yang baik, kedua sub divisi humas harus saling berkoordinasi dan menjalankan

tugasnya dengan maksimal. Peran menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah tugas, hal yang diperbuat atau perbuatan, sehingga peran humas yang dibahas adalah tugas dan hal yang diperbuat oleh seorang humas untuk menjaga citra perusahaan.

Kegiatan dan program yang dilakukan Humas PT Indonesia Power Up Suralaya beragam. Kegiatan tersebut adalah kegiatan internal yang bertujuan untuk menjalin komunikasi yang baik secara vertikal dan horizontal dalam perusahaan. Kegiatan eksternal melalui program mitra binaan yang dilakukan untuk memenuhi tujuan akhir dari humas yaitu menjaga dan meningkatkan citra positif perusahaan. Kegiatan dan program yang dilakukan membutuhkan publikasi untuk disimpan ke dalam arsip perusahaan dan media komunikasi eksternal untuk membentuk opini publik. Hal inilah yang melatarbelakangi laporan akhir dengan tema peran Humas PT Indonesia Power Unit Pembangkit Suralaya dalam menjaga citra perusahaan di lingkungan internal dan eksternal perusahaan.

1.2 Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dari tugas akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana peran humas PT Indonesia Power UP Suralaya dalam menjaga citra perusahaan di lingkungan internal dan eksternal?
- 2) Apa saja hambatan dan solusi humas PT Indonesia Power UP Suralaya dalam menjaga citra perusahaan?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah, tujuan dari tugas akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan peran humas PT Indonesia Power Unit Pembangkit Suralaya dalam menjaga citra perusahaan di lingkungan internal dan eksternal.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi humas di PT Indonesia Power UP Suralaya.

2. METODE

2.1 Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data dilakukan pada saat praktik kerja lapang (PKL) di PT Indonesia Power Unit Pembangkit Suralaya yang berlokasi di Jl. Suralaya, Kec Pulo Mekar, Kota Cilegon, Banten, Indonesia. PKL berlangsung dari tanggal 17 Juni 2009 setiap dengan tanggal 9 Agustus dari Senin hingga Jumat, mulai jam 07.00 - 16.00 WIB.

2.2 Data dan Instrumen

Data yang dikumpulkan terdiri atas data primer dan data sekunder:

- 1) Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari sumbernya pada saat melaksanakan kegiatan PKL yang didasarkan pada pengamatan langsung mengenai keadaan umum instansi, wawancara dengan staf yang bekerja di

