



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Aspek komunikasi menjadi salah satu unsur terpenting dalam keseharian individu dalam menjalankan aktivitasnya di tengah masyarakat, baik untuk berinteraksi, mencari dan memberi informasi, maupun memperoleh kebahagiaan. Menurut Wenburg dan Wilmot dalam Mulyana (2016:17), komunikasi akan sangat dibutuhkan untuk memperoleh dan memberi informasi yang dibutuhkan, untuk membujuk atau mempengaruhi orang lain, mempertimbangkan solusi alternatif atas masalah dan mengambil keputusan, dan tujuan-tujuan sosial serta hiburan.

Saat ini kebutuhan akan informasi semakin penting dan komunikasi adalah kunci utama di dalamnya. Informasi memiliki peran penting dan menjadi sangat berharga terhadap keberadaan suatu lembaga baik pemerintah maupun swasta. Komunikasi dan informasi merupakan dua hal yang berbeda namun keduanya memiliki keterkaitan satu sama lain yang tidak dapat dipisahkan.

Perkembangan teknologi sangat mempengaruhi adanya kebutuhan informasi dan mempermudah dalam berkomunikasi. Hal ini ditandai dengan munculnya berbagai *platform* media sosial yang mempengaruhi jalannya komunikasi yang dilakukan antar individu, kelompok maupun organisasi antara lain *Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, Website*, dan lain sebagainya sebagai media untuk berkomunikasi dan pemberian informasi.

Seiring dengan perkembangan teknologi dalam bentuk informasi, media sosial turut mengalami perkembangan yang signifikan. Hal ini dapat dilihat dari penyebaran informasi yang cepat diterima khalayak luas dan tidak ada batasan. Di masa pandemi Covid-19 saat ini pengguna media sosial terus bertambah secara signifikan dan semakin aktif turut serta bersosialisasi dan bertukar informasi melalui media sosial. Melalui media sosial setiap orang memiliki akses informasi yang tidak terbatas, *borderless*, dan mampu membangun jejaring dengan masyarakat yang berasal dari negara manapun.

Seperti halnya media sosial yang terus memperkuat lahirnya era digital di tengah masyarakat, telah mampu mengubah gaya hidup dan cara berinteraksi yang turut mempengaruhi cara suatu instansi atau perusahaan untuk membangun citra dan reputasinya yang semula bersifat konvensional berubah melalui transformasi digital. Penggunaan media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat akan mempermudah sebuah perusahaan untuk dapat masuk ke dalam kehidupan masyarakat yang ditujunya dan dapat mengurangi biaya yang harus dikeluarkan oleh perusahaan untuk dapat menyebarkan sebuah informasi maupun promosi terkait pencapaian perusahaan. Menurut Saleh (2018:6) secara etimologis istilah informasi adalah kata benda yang dibentuk dari kata kerja untuk menginformasikan, yang dipinjam pada abad ke-19 dari kata lain *informare*, yang berarti *to give inform to, to shape*, atau *to form*. Informasi yang dapat disampaikan harus aktual dan faktual.



Pada perusahaan umumnya penyampaian informasi melalui berbagai media yang ditujukan kepada khalayak luas dilakukan oleh seorang humas. Penyampaian informasi oleh PT WIKA Industri Manufaktur (WIMA) dilakukan secara khusus melalui bagian Humas. Informasi yang dipublikasikan oleh Humas meliputi publikasi kegiatan internal maupun eksternal yang berlangsung di PT WIKA Industri Manufaktur.

Menurut Silviani (2020:8) Hubungan Masyarakat merupakan pengembangan dari *publicity* dimana *publicity* dalam konsep hubungan masyarakat merupakan komponen utama dari kegiatannya. Humas merupakan bagian dari suatu perusahaan yang mempunyai tugas memahami dan mengevaluasi berbagai opini publik atau isu publik yang beredar terhadap suatu perusahaan yang digunakan sebagai saran atau masukan terhadap berbagai kebijakan agar tercipta keharmonisan antara suatu perusahaan dengan publik sebagai tujuan akhir.

Melalui kegiatan humas, masyarakat akan mengetahui keberadaan perusahaan dan diharapkan masyarakat akan memiliki pandangan yang positif mengenai perusahaan, sehingga mereka bersedia mendukung kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan tersebut. Selain itu humas juga harus mengetahui segala sesuatu yang terjadi di dalam masyarakat baik itu mengenai permasalahan di dalam perusahaan maupun keluhan masyarakat terhadap pelayanan dari perusahaan, sehingga perusahaan dapat memberikan penyelesaian masalah yang ada ataupun memberikan bantuan kepada masyarakat sebagai tanda kepedulian perusahaan terhadap masyarakat. Komunikasi dalam satu perusahaan tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya peran humas di dalamnya, humas juga sering diibaratkan sebagai tulang punggung perusahaan.

Menurut Kriyantono (2014:83) secara teoritis kemampuan seorang humas dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu kemampuan manajerial adalah kemampuan mengidentifikasi isu dan masalah (*expert public relation presciber*), mediator atau memfasilitasi komunikasi dua arah timbal balik antara lembaga dan publik (*communication fasilitator*), dan *public relations problem solving fasilitator*, yaitu membantu pimpinan dalam memecahkan masalah serta mengawal implementasi pemecahan masalah itu. Kemampuan teknis komunikasi, adalah kemampuan dalam Teknik-teknik komunikasi seperti menulis *public relations press release*, menulis naskah pidato, *public speaking* atau desain grafis. Berdasarkan penjelasan sebelumnya, maka peran *public relations* terbagi menjadi peran manajerial dan peran teknis.

Informasi yang disebarkan kepada publik adalah informasi yang bersifat aktual yaitu informasi terkini sedang hangat dibicarakan dan faktual yaitu informasi yang didukung fakta sehingga terjamin kebenarannya. Komunikasi yang baik dan media yang tepat akan mempermudah pihak perusahaan dalam merangkul masyarakat. Maka dari itu, peran dan tugas humas diperlukan agar sasaran bisa terjangkau secara menyeluruh dengan memanfaatkan media untuk berkomunikasi, penyebaran informasi, dan penerangan terhadap masyarakat ataupun khalayak.

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis memilih judul peran divisi humas dalam penyampaian informasi di PT WIKA Industri Manufaktur.

Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

1. Bagaimana proses penyampaian informasi di PT WIKA Industri Manufaktur?
2. Apa saja jenis informasi yang disampaikan dan media yang digunakan oleh Humas di PT WIKA Industri Manufaktur?
3. Apa saja hambatan dan solusi yang dihadapi dalam penyampaian informasi di PT WIKA Industri Manufaktur?

Tujuan

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini memiliki tujuan diantaranya:

1. Menjelaskan proses penyampaian informasi di PT WIKA Industri Manufaktur.
2. Menjelaskan informasi yang disampaikan dan media yang digunakan oleh Humas di PT WIKA Industri Manufaktur.
3. Menjelaskan hambatan dan solusi yang diambil oleh Divisi humas dalam penyampaian informasi di PT WIKA Industri Manufaktur.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun Laporan Akhir ini didapatkan pada saat melakukan kegiatan Praktik Kerja Lapangan di Kantor PT. WIKA Industri Manufaktur yang beralamat di Tamansari Hive Office Jl. DI. Panjaitan No.Kav. 2, RT.11/RW.11, Cipinang Cempedak, Kecamatan Jatinegara, Kota Jakarta Timur, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 13340. Waktu pengumpulan data dilaksanakan 40 hari kerja, terhitung sejak 1 Maret dan berakhir pada 30 April 2021 dengan waktu kerja lima hari dalam seminggu yaitu Senin sampai dengan Jumat

Data dan Instrumen

Data merupakan bahan penting yang digunakan untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan dan menjawab permasalahan yang diangkat dalam penyusunan Laporan Akhir ini. Jenis data yang digunakan dalam pengumpulan data untuk Laporan Akhir adalah:

1. Data primer
Data primer adalah data atau informasi yang dikumpulkan secara langsung dari sumbernya. Data ini diperoleh dari dengan cara wawancara, diskusi, dan turut serta mengikuti secara langsung kegiatan yang diadakan oleh PT WIKA Industri Manufaktur.
2. Data sekunder

