



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Saat ini, kita telah berada dalam sebuah era yang erat dengan teknologi komunikasi dan informasi. Kemajuan teknologi pada saat ini telah memberikan sumber informasi dan komunikasi yang sangat luas. Meskipun peranan informasi dan komunikasi dalam beberapa tahun kebelakang kurang mendapatkan perhatian masyarakat, namun sebenarnya kebutuhan akan informasi dan komunikasi itu merupakan hal yang tidak kalah pentingnya dari kebutuhan manusia. Teknologi Komunikasi menurut (Roger, 1986;2) adalah perangkat keras dalam struktur organisasi yang mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses dan saling tukar informasi dengan individu lain.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan atau berita antara dua orang atau lebih, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Selain berperan untuk berkomunikasi antar individu, komunikasi pun sangat berperan penting dalam sebuah perusahaan. Komunikasi yang dijalankan merupakan komunikasi dua arah (*two way traffic*) yang bersifat timbal balik sehingga dapat melihat *feedback* yang diberikan oleh masyarakat. Dalam perusahaan penyampaian informasi tidak terjadi dengan sendirinya, dalam suatu instansi divisi yang bertanggung jawab untuk mengelola dan menyampaikan informasi kepada masyarakat biasanya dilakukan oleh Humas.

Humas menurut Rahmadi, (1992:7) adalah usaha untuk menciptakan hubungan yang harmonis antara suatu badan atau organisasi dengan masyarakat melalui suatu proses komunikasi timbal balik atau dua arah. Hubungan yang harmonis ini timbul dari adanya *mutual understanding*, *mutual confidence* dan *image* yang baik. Ini semua merupakan Langkah-langkah yang harus ditempuh oleh Humas untuk mencapai hubungan yang harmonis. Seorang Humas harus mampu menjalin hubungan yang baik dengan khalayak, khususnya masyarakat pada umumnya. Strategi yang tepat digunakan oleh seorang Humas dalam menciptakan dan membangun citra positif di mata masyarakat salah satunya adalah melalui media sosial.

Media Sosial sendiri didefinisikan sebagai media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan juga berbagi. Media sosial adalah media *online* yang mendukung interaksi sosial. Media Sosial menggunakan teknologi berbasis web yang mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Beberapa Media Sosial yang sedang populer saat ini antara lain *Instagram*, *Twitter*, *Facebok*, *Blog*, dan *TikTok*.

Dalam instansi perusahaan tujuan dari Humas adalah untuk mempublikasikan dan membantu keberhasilan dalam melaksanakan berbagai program dengan tujuan untuk membentuk citra, meningkatkan citra, memelihara citra positif dan reputasi yang baik agar dapat memperoleh opini masyarakat yang positif, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dan isu yang dapat merugikan perusahaan.

Di Indonesia sendiri Humas telah berkembang sangatlah pesat, baik sebagai ilmu maupun profesi. Perkembangannya sejalan dengan industry, perbankan dan manajemen serta kegiatan politik / pemerintah, yang membutuhkan jasa-jasa informasi dan komunikasi. Selain karena itu pun, keberadaan Humas itu sendiri kini dibutuhkan diberbagai instansi perusahaan. Contohnya dalam instansi perusahaan, Humas merupakan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi. Di era keterbukaan sekarang banyak perusahaan atau organisasi yang membutuhkan peran Humas dalam memperkenalkan perusahaan atau organisasi baik dalam lingkup lokal, nasional maupun internasional. Perusahaan atau organisasi di era keterbukaan memiliki tantangan agar berkembang dengan baik karena masyarakat sekarang lebih cerdas dan kritis. Peran Humas sebagai komunikator dan sekaligus mediator antara perusahaan atau organisasi dengan masyarakat berupaya membentuk sikap dan pendapat yang positif dari masyarakat. Peran Humas sangat penting dan strategis untuk sebuah instansi besar, baik swasta maupun pemerintahan. Sebab, fungsi Humas sebagai jembatan atau juru bicara untuk menyampaikan informasi kepada publik. Kredibilitas sebuah perusahaan atau organisasi besar sangat tergantung dari pesan atau informasi yang disampaikan kepada masyarakat, di sinilah peran Humas menentukan.

Komunikasi yang baik dan media yang tepat akan memudahkan pihak Divisi Humas Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno dalam merangkul masyarakat. Oleh Karena itu, peran dari Divisi Humas PPKGBK diperlukan agar sasaran ke masyarakat dapat terjangkau secara menyeluruh dengan memanfaatkan media sosial yang bersifat cepat dan meluas dalam menyampaikan informasi dan edukasi. Pemanfaatan media sosial ini dapat membantu Divisi Humas PPKGBK dalam menyelesaikan permasalahan-permasalahan yang ada di masyarakat.

Salah satu perusahaan yang membangun citra positif melalui media sosial terutama pada Divisi Humas adalah Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno (PPKGBK) yang merupakan salah satu badan umum yang dikelola berada di bawah Kementerian Sekretariat Negara Republik Indonesia yang bergerak mengelola dan memanfaatkan aset-aset Negara, khususnya dibidang menunjang fasilitas kegiatan olahraga dan non olahraga. Perusahaan besar seperti Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno (PPKGBK) ini tentu mengandalkan seseorang di bagian Humas untuk membangun citra yang positif di masyarakat melalui media sosial.

Dengan begitu, peran Hubungan Masyarakat di Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno (PPKGBK) merupakan satu kesatuan unsur yang penting untuk memperoleh pelayanan masyarakat yang baik. Oleh karena itu, dibutuhkannya keterampilan untuk menjalankan komunikasi yang baik oleh seorang Hubungan Masyarakat untuk dapat menjalankan fungsi dan peran sebaik mungkin. Berdasarkan latar belakang ini maka disusun laporan akhir berjudul; “PERAN HUMAS PUSAT PENGELOLAAN KOMPLEK GELORA BUNG KARNO DALAM MEMBANGUN CITRA POSITIF MELALUI MEDIA SOSIAL”.



Rumusan Masalah

Laporan Akhir berjudul Peran Divisi Humas Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno dalam membangun Citra Positif melalui Media Sosial ini mengangkat beberapa rumusan masalah. Melalui rumusan masalah inilah akan timbul pertanyaan yang kemudian akan dicarikan jawabannya. Berdasarkan latar belakang yang ada, maka rumusan masalah yang akan dibahas dalam tugas akhir ini, adalah:

1. Bagaimana peran Divisi Humas dalam membangun citra positif melalui media sosial di Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno?
2. Apa saja jenis informasi yang disampaikan oleh Divisi Humas di PPKGBK?
3. Apa saja hambatan yang dihadapi oleh Divisi Humas dalam membangun citra positif melalui media sosial di Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah diuraikan, adapun tujuan penulisan tugas akhir ini adalah:

1. Menjelaskan peran Divisi Humas dalam membangun citra positif melalui media sosial di Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno.
2. Mengidentifikasi jenis informasi yang disampaikan oleh Divisi Humas di PPKGBK.
3. Menjelaskan hambatan dan solusi yang tepat yang dialami Divisi Humas dalam membangun citra positif melalui media sosial di Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno.

METODE

Lokasi dan Waktu Praktik Kerja Lapangan (PKL)

Praktik Kerja Lapang (PKL) dilaksanakan selama 60 hari kerja, terhitung sejak tanggal 01 Maret 2021 dan berakhir pada tanggal 04 2021. Namun penulis diminta diperpanjang Praktik Kerja Lapang (PKL) sampai tanggal 04 Juni 2021. PPKGBK saat penulis melaksanakan Praktik Kerja Lapang (PKL) tetap menerapkan *Work from Office (WFO)* dengan Protokol Kesehatan. Jam kerja dimulai pukul 08.00 sampai dengan 16.00 WIB pada hari Senin-Kamis, sedangkan untuk hari Jumat dimulai pukul 08.00 sampai dengan 16.30 WIB. Tempat pelaksanaan PKL di Pusat Pengelolaan Komplek Gelora Bung Karno Divisi Humas yang beralamat di Jl. Pintu Satu Senayan RT 01/03, Gelora, Kecamatan Tanah Abang, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 10270.

