

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Komunikasi merupakan hal yang sangat sering dilakukan oleh manusia dalam berinteraksi. Menurut Mulyana (2015), komunikasi merupakan proses penyampaian informasi, gagasan emosi, keterampilan dan lainnya menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan atau grafis. Mulyana (2015:5) menyatakan bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep-diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, antara lain lewat komunikasi yang menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain. Cangara (2014:25) menyatakan komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain dengan tujuan untuk mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Komunikasi merupakan sarana untuk mendapat informasi.

Komunikasi yang dilakukan secara individu dan kelompok dalam organisasi merupakan bagian penting dari proses organisasi yang berlangsung terus menerus *ongoing organizing process*. Cara seorang karyawan memberikan tanggapan atau respons kepada atasannya akan menghasilkan suatu hubungan dengan kualitas tertentu yang memberikan kontribusi terhadap sifat organisasi. Komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, mengoordinasikan aktivitas organisasi, dan ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi yang relevan (Romli 2014:7).

Citra perusahaan merupakan tujuan sebuah perusahaan untuk menarik daya jual suatu produk dan kepercayaan kepada masyarakat. Terciptanya sebuah citra perusahaan yang baik dimaya khalayak/publik akan banyak menguntungkan. Bagi suatu perusahaan, reputasi dan citra perusahaan merupakan aset yang paling utama dan tak ternilai harganya, oleh karena itu segala upaya, daya dan biaya digunakan untuk memupuk, merawat dan mengembangkannya. Proses terbentuknya citra perusahaan diantaranya adalah objek mengetahui (melihat atau mendengar) upaya yang dilakukan perusahaan dalam membentuk citra perusahaan, memperhatikan upaya perusahaan tersebut, setelah adanya perhatian, objek mencoba memahami semuanya yang ada pada upaya perusahaan, terbentuknya citra perusahaan pada objek yang kemudian tahap kelima citra perusahaan yang terbentuk akan menentukan perilaku objek sasaran dalam hubungan dengan perusahaan.

Eksistensi citra perusahaan akan timbul dari persepsi seseorang ketika mengalami suatu perasaan dimana merasa puas dalam diri seorang tersebut, biasanya akan timbul pada tahapan kesan yang dilakukan pada saat pertama, pengalaman yang dijadikan sebuah sandaran pertama dalam pemikiran seseorang akan menimbulkan positif atau tidaknya seseorang atau puas atau tidaknya seseorang dalam mendapatkan sesuatu yang diinginkan.

Citra perusahaan bukan hanya berasal dari *brand* atau *distinctive capability* tetapi juga timbul pada bagaimana sejarah dan riwayat hidup perusahaan itu sendiri ataupun pada sistem manajemen yang diterapkan pada perusahaan tersebut. Beberapa kejadian yang membuat citra baik perusahaan menurun akan membuat masyarakat atau nasabah bank merasa dirugikan, bahkan tidak sedikit



yang termakan berita bohong atau *hoax*, untuk itu citra mempunyai pengaruh yang sangat besar untuk kepercayaan masyarakat. Kepercayaan publik menurut Mowen dan Minor dalam Donni Juni (2017,p.116) Kepercayaan adalah semua pengetahuan yang dimiliki oleh konsumen dan semua kesimpulan yang dibuat oleh konsumen/publik tentang objek, dan manfaatnya. Menurut Rousseau et al dalam Donni Juni (2017,p.116) kepercayaan adalah sebuah perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain.

Berdasarkan uraian di atas, penulis berinisiatif membahas Tugas Akhir ini mengenai “Peran Pelaksana Umum dalam Membangun Citra Baik Kepada Masyarakat di Bank Pembangunan Daerah Jambi”

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas maka rumusan masalah dalam laporan akhir ini adalah :

1. Apa peran yang dilakukan oleh pelaksana umum dalam mendukung kegiatan promosi untuk membangun citra baik kepada masyarakat ?
2. Apa saja hambatan yang di hadapi oleh pelaksana umum saat mendukung kegiatan promosi untuk membangun citra baik kepada masyarakat?



**Tujuan**  
**Sekolah Vokasi**  
College of Vocational Studies

Adapun tujuan dari masalah yang akan di bahas dalam laporan akhir ini adalah :

1. Menjelaskan peran pelaksana umum pada kegiatan promosi dalam membangun citra baik kepada masyarakat.
2. Menjelaskan hambatan yang di hadapi oleh pelaksana umum saat melaksanakan peran dalam membangun citra baik kepada masyarakat.