

1 PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial, yaitu tidak dapat hidup sendiri juga tidak pernah terlepas dari kegiatan komunikasi. Komunikasi atau berkomunikasi berarti suatu upaya bersama orang lain atau membangun kebersamaan dengan orang lain dengan membentuk perhubungan. Lebih tegas lagi, Panuju (2018:39) dalam bukunya mengatakan bahwa komunikasi merupakan proses sebuah kegiatan yang bersifat kontinu.

Kata lain yang mirip dengan komunikasi adalah komunitas (*community*) yang juga menekankan kesamaan atau kebersamaan. Komunitas adalah sekelompok orang yang berkumpul atau hidup bersama untuk mencapai tujuan tertentu, mereka berbagi makna dan sikap. Tanpa komunikasi tidak akan terbentuk sebuah komunitas. Komunitas bergantung pada pengalaman dan emosi bersama, dan komunikasi berperan menjelaskan kebersamaan itu. (Mulyana 2011:46)

Di era modern ini, banyak bermunculan profesi di bidang komunikasi seperti; penyiar, wartawan, penyunting, *photographer* dan *public relations*. *Public relations* atau istilah lebih populernya hubungan masyarakat adalah salah satu bidang spesialisasi dalam ilmu komunikasi yang menitikberatkan kepada usaha menumbuhkan saling pengertian dan kerja sama antara instansi dan publiknya. Keberadaan *public relations* (PR) telah menjadi faktor penentu dalam mempengaruhi seluruh perilaku publik untuk menerima serta mengenal jasa maupun gagasan dari sebuah lembaga, instansi atau perusahaan.

Public relations sebagai suatu aktivitas merupakan aktivitas komunikasi dua arah dengan publik (internal/eksternal), yang bertujuan untuk menumbuhkan saling pengertian, saling percaya, dan saling membantu/kerja sama. PR termasuk ke dalam golongan *applied science* yang *teleological* atau ilmu pengetahuan terapan bertujuan, serta telah mempunyai cara, teknik, metode, prosedur, prinsip, dan teori yang tersusun sebagai suatu sistem. *Public relations* adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada organisasi dalam melaksanakan fungsi manajemen. (Sari 2017:8)

Dalam praktiknya, PR bertujuan untuk mencari serta mendapat dukungan dari publik yang berada di dalam maupun luar instansi tersebut. Oleh sebab itu, seorang PR harus mampu mengaplikasikan metode persuasi terhadap publiknya. Istilah persuasi itu sendiri dalam arti ilmu komunikasi merupakan suatu cara/teknik untuk mempengaruhi seseorang melalui mekanisme psikologi, yang dapat membangkitkan kesadaran individu yang menjadi sasaran komunikasi. (Danandjadja 2011:56)

Divisi Humas TNI Angkatan Udara disebut juga dengan Dinas Penerangan TNI Angkatan Udara (Dispenau) merupakan satuan kerja yang dapat menjembatani informasi dari dalam instansi dengan masyarakat luas saat menghadapi segala permasalahan yang berhubungan dengan komunikasi. Dispenau bertugas membina dan melaksanakan fungsi penerangan yang meliputi

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan atau memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

Penerangan Pasukan, Penerangan Perpustakaan TNI Angkatan Udara dan Penerangan Umum.

Seperti yang dikemukakan Sari (2017:13), dalam praktiknya, seorang PR harus mengetahui siapa publiknya, hal tersebut diperlukan guna mengidentifikasi segmen khalayak yang tepat untuk dijadikan sasaran, menciptakan skala prioritas yang berkaitan dengan anggaran dan sumber daya lainnya, memilih media dan teknik PR yang paling sesuai dengan target *audience* yang dituju, serta guna mempersiapkan pesan-pesan sedemikian rupa agar efektif dan mudah diterima. Penerangan Umum atau *external public relations* TNI Angkatan Udara merupakan subdinas yang bertujuan untuk meningkatkan pengetahuan tentang TNI Angkatan Udara serta menjalin saling pengertian dengan media dan masyarakat guna menciptakan citra positif dan kepercayaan publik kepada TNI Angkatan Udara.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, rumusan masalah yang akan dibahas yaitu:

- 1) Apa saja tugas pokok dan tujuan Subdinas Penerangan Umum Dispenau?
- 2) Bagaimana strategi Subdinas Penerangan Umum Dispenau sebagai *external public relations* TNI Angkatan Udara?
- 3) Apa saja hambatan yang dihadapi dan solusi Subdinas Penerangan Umum Dispenau sebagai *external public relations* TNI Angkatan Udara?



Sekolah Vokasi
College of Vocational Studies

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang diangkat, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penulisan Laporan Akhir ini adalah :

- 1) Menguraikan tugas pokok dan tujuan Subdinas Penerangan Umum Dispenau.
- 2) Menguraikan strategi Subdinas Penerangan Umum Dispenau sebagai *external public relations* TNI Angkatan Udara.
- 3) Menguraikan hambatan yang dihadapi dan solusi Subdinas Penerangan Umum Dispenau sebagai *external public relations* TNI Angkatan Udara.

2 METODE

2.1 Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data untuk melengkapi Laporan Akhir ini dilakukan di Kantor Mabesau yang berlokasi di Jalan Mabes TNI Gedung B1 lantai 01, Cilandak, Cipayung, Jakarta Timur. Waktu pengumpulan data dilakukan selama 42 hari terhitung sejak tanggal 12 Juni 2019 sampai tanggal 9 Agustus 2019. Jam kerja yang berlaku selama aktivitas kegiatan PKL yaitu dimulai pukul 07.00 WIB hingga pukul 15.00 WIB.