



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Setiap perusahaan swasta maupun instansi pemerintah, pasti memerlukan sebuah citra perusahaan yang baik. Citra merupakan tujuan pokok bagi suatu organisasi atau perusahaan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) citra adalah pemahaman kesan yang timbul karena pemahaman suatu kenyataan, sedangkan pengertian lain menurut Sujanto (2019:121) citra adalah hal penting dari suatu perusahaan atau organisasi yang bisa dirasakan melalui penilaian baik atau buruk, hanya ada dalam pikiran dan tidak bisa digambarkan secara fisik. Berdasarkan dua pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa citra merupakan kesan yang sengaja dibentuk oleh suatu organisasi atau perusahaan untuk disampaikan kepada masyarakat atau khalayak hingga terbentuk opini yang baik. Pada hakikatnya, proses penyampaian citra oleh suatu perusahaan memerlukan media sebagai elemen dalam penampaiannya kepada khalayak yang dituju.

Di zaman ini manusia sering kali menggunakan plastik sebagai alat untuk membantu kehidupan sehari-hari, karena sifatnya yang kuat menahan beban, harganya yang murah, dan mudah didapat, penggunaan kantong plastik di Indonesia telah berkembang pesat. Seiring berkembangnya penggunaan kantong plastik di Indonesia, muncul permasalahan yang membuat pemerintah untuk melakukan suatu tindakan untuk mengurangi penggunaan bahan baku plastik di Indonesia, yaitu dengan menggunakan tarif biaya cukai plastik.

Suatu instansi sangat mudah merasakan dampak dari pengaruh media massa, hanya dengan hitungan detik informasi yang disebar oleh media massa akan cepat diterima oleh khalayak. Ketika suatu berita positif disampaikan oleh media massa, hal ini akan sangat menguntungkan bagi instansi yang terlibat. Tetapi, jika suatu berita negative disampaikan oleh media massa, hal ini akan merugikan instansi yang terlibat. Dalam hal ini peran humas sangat diperlukan.

Kementerian Perindustrian adalah kementerian dalam pemerintah Indonesia yang membidangi urusan Industri negara. Humas Kementerian Perindustrian ini termasuk ke dalam humas pemerintah, hal ini dikarenakan Kementerian Perindustrian merupakan Lembaga pemerintah yang mana anggaran didapat dari anggaran pendapatan dan belanja negara (APBN). Humas pemerintah tentu memiliki perbedaan dengan humas yang berada di Lembaga non pemerintah. Perbedaan tersebut jelas terlihat pada tujuan yang dilakukan dari kegiatan humas pada Lembaga ini. Tujuan kegiatan humas pemerintah merupakan badan publik yang menyediakan informasi yang berorientasi pada hal-hal yang dibutuhkan untuk memenuhi kebutuhan publik.

Kementerian Perindustrian dalam menjaga citra positif tentu memerlukan praktisi humas. Fungsi humas Kementerian Perindustrian salah satunya adalah memperoleh kepercayaan, dan citra baik dari publik. Untuk mendapatkan citra baik tersebut Humas Kementerian Perindustrian perlu strategi komunikasi sebelum informasi sampai kepada publik. Strategi komunikasi ini perlu digunakan agar mampu untuk mencapai suatu tujuan bagi Kementerian Perindustrian.

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh humas Kementerian Perindustrian adalah memantau topik yang sedang berkembang di media massa, mengumpulkan informasi sebanyak mungkin terkait permasalahan yang sedang ditangani,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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 dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
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 mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

mengumpulkan stakeholder, menganalisis informasi yang sudah dikumpulkan, membuat rekomendasi jangka panjang dan jangka pendek terkait solusi dari permasalahan yang sedang ditangani.

Tema yang diterapkan dalam Laporan Akhir ini ditujukan agar para khalayak atau pembaca dapat memahami sepenuhnya profesi seorang humas dengan baik. Tema ini juga sengaja dipilih untuk memberi gambaran mengenai humas pemerintah, terutama humas di Kementerian Perindustrian.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan, berikut beberapa rumusan masalah yang akan dibahas pada Laporan Akhir ini:

- 1) Apa strategi komunikasi yang digunakan humas Kementerian Perindustrian dalam publikasi cukai plastik?
- 2) Apa saja hambatan strategi humas yang pernah terjadi dalam publikasi cukai plastik dan bagaimana cara mengatasinya?

Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, tujuan dalam Laporan Akhir ini adalah sebagai berikut:

- 1) Menjelaskan strategi komunikasi yang digunakan humas Kementerian Perindustrian dalam publikasi cukai plastik di media massa.
- 2) Menjelaskan hambatan dan solusi yang dialami humas Kementerian Perindustrian dalam publikasi cukai plastik di media massa.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data Laporan Akhir ini dilaksanakan di Bagian Hubungan Masyarakat yang bertempat di Kementerian Perindustrian lantai 6, Jl. Gatot Subroto Kav. 52-53 Jakarta Selatan 12950. Telp (021) 5255509 ext 2737, fax (021) 5255509, email humas@kemenperin.go.id, website www.kemenperin.go.id Waktu Pengumpulan data dilaksanakan selama Praktik Kerja Lapangan (PKL) selama tiga bulan terhitung 17 Juni sampai dengan 9 Agustus 2019. Pengumpulan data dilakukan selama jam kerja di bagian hubungan masyarakat Kementerian Perindustrian yaitu mulai pukul 08.00 hingga 16.00 WIB pada hari Senin hingga Jumat.

Data dan Instrumen

Data yang digunakan dalam penyusunan Laporan Akhir ini adalah data primer dan data sekunder. Adapun yang dimaksud data primer dan data sekunder adalah:

- 1) Data Primer

Data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi atas suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian. Data primer didapat ketika melaksanakan Praktik Kerja Lapangan