

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dewasa ini, persaingan dalam berbagai bidang semakin nyata serta era globalisasi menjadikan masyarakat lebih bijak dan kritis dalam memberikan penilaian terhadap kinerja dari suatu perusahaan. Hal ini tentu berkaitan dengan *Public relation* atau yang biasa dikenal dengan Hubungan Masyarakat (Humas) sebagai suatu hal yang memiliki peran penting dalam sebuah organisasi atau perusahaan yang berhubungan dengan publik guna menciptakan maupun mempertahankan nilai positif suatu perusahaan.

Public relation secara umum adalah sebuah aktivitas yang dilakukan suatu industri, periklanan, perusahaan, perhimpunan jawatan pemerintah, ataupun organisasi lainnya untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang sehat dan bermanfaat dengan masyarakat tertentu serta masyarakat pada umumnya. (Sujanto:2019)

Pada suatu perusahaan umumnya terdapat divisi Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public relation* dengan tugas dan kebijakan yang berhubungan dalam menciptakan citra positif perusahaan, menyebarkan informasi kepada khalayak, pembuatan konten serta mempersiapkan kegiatan yang berhubungan dengan perusahaan guna tercapainya suatu tujuan yang diinginkan. Tujuan hubungan masyarakat adalah untuk menciptakan, membina dan memelihara sikap budi yang menyenangkan bagi Lembaga atau organisasi di satu pihak dan sengan publik di lain lain dengan komunikasi yang harmonis dan timbal balik (Widjaja, 2010:55)

Peran humas dalam sebuah lembaga atau organisasi sangat penting, karena disetiap lembaga atau organisasi membutuhkan kerja seorang humas untuk membantu jalannya program kerja, dan juga humas dapat mempertahankan citra Lembaga atau organisasi tersebut (Rini *et al.*:2017)

Humas dalam perusahaan menjalankan perannya sebagai ujung tombak keberhasilan suatu perusahaan yang diwakilinya dalam menghadapi masyarakat yang kompleks. Humas dalam melaksanakan peranannya merupakan salah satu kegiatan komunikasi yang dilakukan ke dalam maupun ke luar organisasi. Menurut Widjaja (2010:52) peran yang dilaksanakan oleh humas merupakan wahana komunikasi ke dalam yaitu berusaha menyelenggarakan komunikasi ke dalam tubuh organisasi, dan ke luar yang berfungsi menyaring (filterisasi), mengelola, dan menyajikan informasi yang diperlukan sehingga sesuai kebutuhan komunikasi dari kelompok sasaran yang dituju. Artinya humas memiliki peranan penting dalam menanggulangi masalah-masalah komunikasi yang dimiliki oleh organisasi guna untuk memberikan informasi kepada khalayak yang dituju. Ditambah dengan adanya perkembangan teknologi serta informasi yang cukup pesat, sehingga membutuhkan profesionalisme dalam melakukan pengelolaan terhadap suatu sistem komunikasi dan informasi

Humas termasuk dalam sistem komunikasi organisasi. Oleh karena itu, untuk menjadikan komunikasi mampu berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan oleh organisasi, maka *Public relation* harus dapat mengendalikan jalannya informasi yang masuk dan keluar organisasi (Aswad Ishak, 2012:378).



Humas diharapkan dapat mengikuti perkembangan zaman “*up to date*” serta aktif guna mempermudah pelaksanaan perannya sebagai humas dan mudal dalam menyebarkan informasi kepada khalayak yang dituju. Hal tersebut tentu berkaitan dengan peran humas yang secara langsung berperan aktif dalam seluruh kegiatan penting yang memiliki tujuan untuk keberlangsungan serta kelancaran suatu organisasi maupun perusahaan

PT Industri Kereta Api (Persero) merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang manufaktur kereta api terintegrasi pertama di Asia Tenggara dan menjadi industri yang terus mengalami pengembangan dengan cukup pesat. Selain bergerak dalam mengembangkan bisnis kereta api, PT INKA Persero juga terus berupaya dalam meningkatkan beberapa produk pengembangan lain guna memenuhi kebutuhan pasar seperti Kereta berpengerak, Lokomotif, Kereta Kedinasan, dan *Articulated bus*.

Seiring berkembangnya PT INKA Persero dalam memproduksi kebutuhan baru yang ditandai dengan berhasilnya melakukan ekspor produk ke berbagai perantau Asia, hal tersebut tentu tidak lepas dari peran sebuah unit yang berada di perusahaan yaitu Humas PT INKA Persero dalam mempublikasikan, dan mengenalkan perusahaan baik didalam negeri maupun luar negeri.

Humas PT INKA Persero dalam kegiatannya memiliki peran penting dalam memberikan informasi kepada khalayak yang tidak semata hanya untuk meningkatkan penjualan, namun juga sebagai pembangun citra perusahaan dengan melakukan berbagai kegiatan serta inovasi seperti, publikasi, konferensi pers, penghubung antara pihak internal dengan eksternal, hingga melakukan pameran produk. Hal ini yang mendasari ketertarikan penulis dalam mengambil judul “Peran Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero” sebagai Laporan Akhir.

Rumusan Masalah

Berdasarkan pada uraian di latar belakang, maka rumusan masalah dari Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana peran Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero?
- 2) Bagaimana bentuk aktivitas Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero?
- 3) Bagaimana hambatan dan solusi pada kegiatan Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan dari penulisan Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan peran Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero
- 2) Menjelaskan bentuk aktivitas Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero
- 3) Menjelaskan hambatan yang dihadapi dan solusi yang dilakukan pada kegiatan Humas PT Industri Kereta Api (INKA) Persero