

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Strategi humas merupakan perencanaan yang dilakukan oleh pihak humas sebuah perusahaan sebelum melakukan suatu kegiatan, dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui strategi humas yang di terapkan oleh humas Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung yang merupakan salah satu unit pelaksana teknis di lingkungan Kementerian Perhubungan dan berada di bawah juga bertanggung jawab kepada Direktur Jenderal Perhubungan Darat yang melaksanakan pengelolaan transportasi darat pada wilayah dengan karakteristik daratan yang terdapat pelayanan transportasi jalan, serta pelabuhan sungai, danau, dan penyeberangan komersial dan perintis. Berdiri sejak 2 tahun lalu yang sebelumnya terpisah dalam 2 Satuan Kerja Perhubungan Darat Provinsi Bengkulu dan Satuan Kerja Perhubungan Darat Provinsi Lampung, menariknya Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung lebih memilih mendahulukan Instagram sebagai media yang digunakan untuk menjangkau masyarakat di bandingkan dengan membuat website pribadi.

Instagram menjadi media yang banyak digunakan lembaga dan perusahaan dalam memperkenalkan sebuah produknya atau sekedar sebagai cara memperkenalkan lembaga dan perusahaan itu sendiri, hal tersebut pula yang dilakukan oleh humas Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung dengan akun *bptdbengkulu_lampung* untuk menjangkau masyarakat dalam pemberian informasi lalu lintas, beberapa *feed* yang telah di publikasi

adalah mengenai reportase kabar lalulintas terkini dan *trivia*, reportase yang dipublikasikan kebanyakan hanya disaat momen mudik tiba, dan trivia yang diberikan pun mengenai singgungan terhadap pengguna lalu lintas agar tertib sesuai peraturan, dengan sedikit tambahan mengenai informasi kegiatan yang dilakukan seperti apel posko natal dan sejenisnya telah menjadi *feed* yang selama ini di publikasikan di akun Instagram *bptdbengkulu_lampung* untuk menjangkau.

Lebih dari 250 Ribu jiwa per bulan nya telah menggunakan transportasi umum yang terbagi dari dua alat transportasi yaitu angkutan kota, dan kapal ferry. Sebagian besar diantaranya adalah pengguna transportasi umum yang rutin melakukan perjalanan lintas pulau melalui pelabuhan bakauheni ke pulau jawa. Maka dari itu pengelolaan terhadap kualitas di lapangan harus terjamin, demi menjaga kenyamanan pengguna transportasi tersebut, sebagaimana yang telah peneliti dapatkan dari Web Badan Pusat Statistik Provinsi Lampung (www.lampung.bps.go.id) dan wawancara via telepon genggam bahwa dengan lebih dari 3 Juta jiwa pertahun, aktifitas pengelolaan perlu dilakukan secara intens agar terlepas dari kelalaian yang dapat merugikan citra balai dan pengguna transportasi umum.

Peneliti merasa penasaran mengenai cara humas balai dalam memberikan informasi terkait dengan kondisi terkini dari lalulintas yang kemungkinan memiliki masalah, seperti yang dijelaskan oleh humas mengenai pemberian informasi melalui media Instagram, bahwa mereka sebagai humas melakukan dokumentasi dan publikasi kegiatan balai, seperti kegiatan harian mengenai kondisi lalulintas yang menjadi tanggungan balai dan kegiatan angkutan natal dan

tahun baru termasuk angkutan lebaran, dalam kegiatan angkutan tersebut pihak humas melakukan monitoring berkala mengenai kondisi lapangan di titik yang menjadi tanggungan balai seperti di Rajabasa dan Bakauheni selama kegiatan natal, tahun baru dan lebaran berlangsung hingga selesai.

Setelah peneliti mengetahui beberapa hal kegiatan humas balai dalam melakukan kegiatan strategi humasnya, peneliti berasumsi bagaimana cara humas balai melihat bahwa strategi tersebut berhasil dilaksanakan dan berhasil menjaga citranya sebagai balai pengelola transportasi darat dalam memberikan informasi terkait kebutuhan pengetahuan dari pengguna transportasi umum, terlebih lagi balai pengelola transportasi darat yang berada di Lampung ini adalah gabungan dari dua satuan kerja yang berbeda yaitu satuan kerja perhubungan darat Bengkulu dan satuan kerja perhubungan darat Lampung yang saat ini digabungkan menjadi Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung dan baru berdiri sekitar 2 tahun, maka dari itu peneliti tertarik untuk meneliti mengenai bagaimana cara humas balai dalam menyatukan pemikiran dan kesepakatan dalam strategi humas untuk sebuah kegiatan pemberian informasi terhadap publiknya yang berarti berasal dari Bengkulu dan Lampung.

Penelitian ini dilakukan peneliti agar dapat menemukan sebuah jawaban mengenai fakta yang mungkin dilewatkan oleh humas balai dalam menyusun strategi humas yang nantinya hasil dari penelitian ini dapat membantu untuk memperbaiki dan menjadikan kegiatan pemberian informasinya lebih sempurna dari yang sebelumnya di laksanakan dan terapkan pada kegiatan humas balai.

Publikasi yang dilakukan humas balai secara tidak langsung telah menjadikan humas balai memiliki predikat sebagai sumber informasi, dan suatu sumber informasi sebenarnya digunakan untuk memenuhi segala bentuk kebutuhan manusia akan kebutuhan informasi, dan definisi dari sebuah informasi pada haikakatnya dapat mengurangi suatu ketidakpastian terhadap sesuatu seperti yang di ungkapkan oleh Claude Shannon dan Warren Weaver dalam bukunya “The Mathematical theory of communication” sebagaimana dikutip oleh Krisyantono bahwa informasi adalah : ”Jumlah ketidakpastian yang dapat diukur dengan cara mereduksi sejumlah alternatif pilihan yang tersedia. Informasi berkaitan dengan situasi yang tidak pasti”. (Krisyantono, 2006 : 378) maka apakah publikasi yang dilakukan humas balai telah sesuai dengan kaidah dalam membuat sebuah strategi dalam menjagkau publiknya melalui Instagram.

Kebutuhan akan informasi merupakan hak dari setiap manusia dimana setiap manusia mempunyai hak dengan bebas untuk mencari, mendapatkan hingga menyebarkan informasi sesuai dengan kebutuhannya, sama hal nya dengan sebuah perusahaan dimana kebutuhan akan mencari, mendapatkan hingga menyebarkan informasi itu sangat penting dan hal tersebut sudah menjadi salah satu tugas wajib bagi seorang humas (hubungan masyarakat) didalam sebuah perusahaan. Oleh sebab itu, dalam memberikan informasi kepada masyarakat, humas memiliki tugas yaitu memperkenalkan ide-ide, menambah wawasan mengenai sesuatu yang berhubungan dengan perusahaan sehingga dapat memenuhi kebutuhan informasi yang baik untuk perusahaan, hal ini mengingat bahwa perusahaan tidak bisa

terlepas dari masyarakat/konsumen yang telah mendukung keberhasilan perusahaan tersebut.

Penanganan masalah komunikasi dalam hal ini, para perencana dihadapkan pada sejumlah persoalan, terutama dalam kaitannya dengan strategi penggunaan sumber daya komunikasi yang tersedia untuk mencapai tujuan yang ingin dicapai. Rogers (1982) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia.

Seorang pakar perencanaan komunikasi, Middleton (1980) menyatakan, “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. (Cangara, 2013 : 61)

Strategi humas atau aspek-aspek pendekatan humas atau PRO dalam menjalankan tanggung jawab dan fungsinya untuk menciptakan iklim yang kondusif antara perusahaan dengan publiknya untuk tujuan bersama adalah sebagai berikut :

1. Strategi Operasional

Melalui pelaksanaan program humas yang dilakukan dengan program kemasyarakatan (sociologi approach), melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat terekam pada setiap berita atau surat pembaca dan lain sebagainya yang dimuat di berbagai media masa. Artinya pihak humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (listening), dan bujan hanya sekedar mendengar (hear)

mengenai aspirasi yang ada di dalam masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.

2. Pendekatan persuasif dan edukatif

Fungsi humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan menggunakan pendekatan persuasif, agar tercipta saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan sebagainya.

3. Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menumbukan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan ditujukan untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sarasanya (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

4. Pendekatan kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan kedalam (internal relations) maupun hubungan keluar (eksternal relations) untuk meningkatkan kerjasama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilkannya agar diterima aatau mendapat dukungan dari masyarakat (publik sarasanya). Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (community relations), dan untuk memperoleh opini publik sert perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak.

5. Pendekatan koordinatif dan integrative

Untuk memperluas peranan PR di masyarakat, maka fungsi humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga atau institusinya. Tetapi peranannya yang lebih luas adalah berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan keetahanan nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya (Poleksosbud) dan Hamkamnas. (Ruslan, 2014:143-144).

Strategi humas bukan hal yang mudah untuk dilakukan oleh siapapun. Beragamnya strategi humas yang dapat dilakukan baik itu secara langsung atau melalui media publikasi yang pada saat ini sudah dengan mudah dapat digunakan dimanapun dan kapanpun, mengharuskan perusahaan menentukan strategi humas yang tepat untuk membuat sebuah komunikasi yang efektif.

Berdasarkan uraian diatas dirasa perlu oleh peneliti menggunakan sebuah strategi humas karena berhasil tidaknya kegiatan secara efektif banyak ditentukan oleh strategi humas khususnya untuk memenuhi kebutuhan informasi untuk masyarakat secara maksimal, strategi pada hakikatnya adalah manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan, oleh sebab itu peneliti sangat tertarik untuk membahas mengenai strategi humas yang dilakukan oleh Balai Pengelola Transportasi Darat yang berada di Lampung dengan judul penelitian “Strategi Humas Dalam Pemberian Informasi Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Melalui Instagram Dalam Meningkatkan Citra Di Kalangan Pengguna Transportasi Umum”.

Dari perspektif yang berbeda menyatakan PR sebagai fungsi strategi dalam manajemen yang melakukan komunikasi guna melahirkan pemahaman dan penerimaan publik. (Kasali 2003 : 5)

Tetapi untuk mencapai suatu tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi humas merupakan perpaduan antara perencanaan dengan manajemen. Ahmad S. Adnanputra, M.A., M.S., pakar humas dalam naskah workshop berjudul PR Strategy (1990), mengatakan bahwa arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (plan), sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan (planning), yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. (Ruslan, 2014:133)

1.2. Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan dari latar belakang masalah yang ada diatas maka peneliti mengambil perumusan masalah makro dari penelitian ini adalah: **Bagaimana Strategi Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas?**

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Menurut Rhenald Kasali dalam buku yang berjudul “Manajemen *Public Relations*”. Strategi mempunyai pengertian yang terkait dengan hal-hal seperti, kemenangan, kehidupan, atau daya juang. Artinya, menyangkut hal-hal yang

berkaitan dengan mampu atau tidaknya perusahaan atau organisasi menghadapi tekanan yang muncul dari dalam maupun dari luar”. (Kasali, 2005).

Selain itu menurut Cutlip dan Center yang dikutip oleh Rhenald Kasali dalam bukunya Manajemen *Public Relations*, strategi *Public Relations* selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian. Berikut langkah-langkah yang dilakukan dalam strategi *Public Relations*:

1. Mendefinisikan Permasalahan : Seorang praktisi Humas harus dapat mengenal lingkungan dan penyebabnya serta perlu melibatkan dirinya dalam penelitian dan pengumpulan fakta. Selain itu juga seorang Humas perlu memantau dan melihat keadaan perusahaan. Langkah ini dilakukan setiap saat secara berulang.
2. Perencanaan dan *Program* : Pada tahap ini seorang praktisi Humas sudah menemukan penyebab timbulnya permasalahan dan sudah siap dengan langkah-langkah pemecahan atau pencegahan. Langkah-langkah ini dirumuskan dalam bentuk rencana dan program yang berupa *consensus* yang disepakati bersama. Tercakup dalam tahap ini adalah *objective*, prosedur, strategi yang di arahkan pada masing-masing khalayak sasaran.
3. Aksi dan Komunikasi : Dalam tahap ini dihubungkan dengan *objective* dan tujuan yang spesifik, jadi Humas harus mengkomunikasikan pelaksanaan program sehingga mampu mempengaruhi sikap publiknya yang mendorong mereka untuk mendukung pelaksanaan program tersebut.
4. Evaluasi *Program* : Strategi Humas selalu dimulai dari mendefinisikan permasalahan dan diakhiri pula dengan mendefinisikan permasalahan.

Tahap ini akan melibatkan pengukuran atas hasil tindakan dimasa lalu. Penyesuaian dapat dbuat dalam program yang sama atau setelah suatu masa berakhir. (Kasali, 2005)

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka dapat diangkat pertanyaan mikro sebagai berikut:

1. Bagaimana tahap **Mendefinisikan Masalah** yang dilakukan oleh Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas?
2. Bagaimana **Perencanaan Program** yang dilakukan oleh Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas?
3. Bagaimana **Aksi dan Komunikasi** yang dilakukan oleh Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas?
4. Bagaimana **Evaluasi** yang dilakukan oleh Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas?

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Adapun maksud dan tujuan penelitian yang dirumuskan oleh peneliti mengenai “**Strategi Humas Badan Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas.**” adalah sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini dilakukan adalah untuk dapat mendeskripsikan, menggambarkan, menjelaskan, menceritakan, dan merumuskan persoalan yang peneliti teliti tentang Strategi Humas Badan Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas Melalui Reportase.

1.3.2 Tujuan penelitian

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah dibuat dalam penelitian ini peneliti memiliki beberapa tujuan yang ingin peneliti capai. Tujuan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana tahapan **Identifikasi Masalah** Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas.
2. Untuk mengetahui **Perencanaan Program** Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas.
3. Untuk mengetahui **Aksi Komunikasi Humas** Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas.
4. Untuk mengetahui **Evaluasi Program** Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas.

1.4. Kegunaan Penelitian

1.4.1. Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penelitian ini berguna untuk mengembangkan ilmu komunikasi secara umum, khususnya tentang komunikasi organisasi dalam perencanaan strategi humas. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai bahan perbandingan maupun acuan dalam mengembangkan penelitian selanjutnya di bidang komunikasi dan diharapkan penelitian ini juga dapat menjadi literatur pustaka untuk penelitian yang serupa.

1.4.2. Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Menambah berbagai ilmu dan pengetahuan serta pengalaman bagi peneliti juga sebagai pengaplikasian ilmu tentang komunikasi yang selama ini peneliti pelajari khususnya tentang komunikasi organisasi dan strategi humas.

2. Bagi Akademik

Penelitian ini dapat memberikan sumbangsih informasi serta dijadikan literatur bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dalam kajian yang sama.

3. Bagi Balai Pengelola Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung

Hasil dari penelitian ini dapat berguna sebagai rujukan, masukan, informasi, serta evaluasi bagi Humas Balai Pengelolaan Transportasi Darat Wilayah VI Bengkulu-Lampung Dalam Pemberian Informasi Lalu Lintas.