

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi dalam perusahaan sangat diperlukan agar langkah-langkah yang akan dilakukan demi kepentingan perusahaan lebih terarah dan mencapai hasil yang diinginkan. Kebijakan maupun program-program yang dimiliki perusahaan harus terealisasikan dengan baik sehingga bisa sampai dan diketahui oleh karyawannya. Maka dari itu sangatlah penting bagi perusahaan dalam menyusun strategi, supaya tujuan tersebut bisa tercapai dengan baik dan maksimal oleh perusahaan tersebut.

Baik dalam suatu perusahaan ataupun instansi pemerintah, dalam melaksanakan tugas dan fungsinya tidak dapat terlepas dari dukungan manajemen yang di dalamnya termasuk seorang praktisi Hubungan Masyarakat (Humas). Untuk mendukung pelaksanaan tugas dan fungsinya, perusahaan Len dibantu oleh humas untuk dapat memberikan dampak yang positif bagi perusahaan.

Definisi PR atau Humas menurut Frank Jefkins dalam bukunya *Public Relations*.

“PR adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”. (Jefkins, 1998:10).

Dalam sebuah perusahaan keberhasilan juga ditentukan oleh seorang Humas, karena humas merupakan fungsi yang sangat strategis dalam manajemen

perusahaan dan juga bertanggungjawab dalam menghadapi, membendung, menanggulangi, dan mengatasinya. Hal tersebut juga merupakan dari tugas praktisi humas. Seperti dikatakan diatas bahwa Humas adalah bagian fungsi dari manajemen maka dari itu seorang Humas harus menyusun startegi untuk mencapai tujuan perusahaan.

Strategi humas sangat berpengaruh dan berperan penting bagi perusahaan karena dalam strategi humas melalui program-program yang dilakukan oleh praktisi humas akan mendukung berjalannya suatu perusahaan dan juga dalam program yang dilakukan oleh humas dapat memberikan keuntungan bagi pihak perusahaan sebagai tujuan manajemen.

Sebagai perusahaan BUMN, LEN Industri Persero memperoleh perlakuan yang sama seperti entitas bisnis lainnya. LEN harus mampu berdiri sendiri dan memberikan manfaat bagi Negara. Penerapan standar-standar Internasional untuk pelaporan, produksi, perawatan dan pengolahan data merupakan bagian dari usaha yang tak kenal lelah untk menjadikan LEN sebagai pemain atau perusahaan global. Dalam menjalankan bisnisnya, LEN juga menerapkan strategi-strategi perusahaan dengan menerapkan teknologi kelas dunia sehingga mampu bersaing dengan perusahaan lainnya.

“Strategi adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian juga dengan strategi komunikasi yang merupakanpaduan perencanaan komunikasi

(communication planning) dengan manajemen komunikasi (communication management) untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan”. (Effendy, 2013:32).

Peneliti melihat bahwa Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung perlu melakukan strategi melalui program kerja yang diterapkan oleh humas dengan menggunakan teknologi melalui media sosial tentu akan melayani karyawan dengan komunikasi dan dapat memberikan informasi juga, karena dalam menerapkan strategi humas dengan menggunakan teknologi tentunya dapat meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan.

Program yang dapat menunjang untuk meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan, bagian dari Komunikasi Korporasi/Humas PT. Len Industri (Persero) membagi program kerja ke dalam 5 sektor, dan sektor yang paling berpengaruh untuk meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan yaitu program *News, Information, & Media Social* melalui media internal. Hal ini juga disampaikan oleh **Rastina Anggraeni** selaku Manager Komunikasi Korporasi/Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung pra melalui wawancara dengan peneliti, beliau menyampaikan bahwa :

“*News, Information, & Media Social*, juga merupakan bukti keterbukaan informasi publik Len sebagai BUMN kepada karyawan. Dengan rutin menyediakan informasi dan data maka akan semakin baik pula keterbukaannya juga kepada karyawan. Sektor *News, Information, & Media Social* punya peranan penting terhadap nama baik perusahaan, karena kaitannya dengan sentimen positif maupun negatif perusahaan” (Wawancara dengan Rastina Anggraeni 2020)

Dalam strategi humas PT. Len Industri program *News, Information, & Media Social* Melalui Media Internal ini menjadi nilai yang akan dicari dan dipaparkan dalam penelitian ini, karena dalam strategi humas tersebut akan menunjukkan hasil

akhir yang didapat dari program *news, information, & media social* yang akan direncanakan dan dijalankan untuk kedepannya.

Program *News, Information, & Media Social*, merupakan program kerja yang diterapkan oleh humas PT. Len Industri Persero, karena program ini dilakukan sesuai dengan visi dan misi Len dan bertujuan untuk menjadikan bagian humas Len menjadi lebih strategis dan lebih tepat sasaran untuk meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan yang dampaknya akan menaikkan profit, dan menjadikan perusahaan teknologi kelas dunia yang terpercaya, menjadi perusahaan solusi total berbasis teknologi elektronika dan informasi. Maka dari itu humas Len menerapkan strategi tersebut agar dapat memberikan suatu dampak yang positif bagi perusahaan terkait mengenai suatu informasi, berita, dengan menggunakan teknologi yang sehingga dalam strategi tersebut humas PT. Len akan terus memberikan kontribusi dan dampak baik guna meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan. Dalam program yang sudah disebutkan diatas bahwa program tersebut terdapat bagian-bagiannya seperti *Annual Report, Media Monitoring, Wires Services (Len Global), Content, Integration System, Millenial Influencer Program, Revitalisasi Website (More Mobile Friendly)*. (Rastina Anggraeni 2020)

Program *news, information, & social media* yang dilakukan oleh humas Len merupakan program yang mempunyai kesempatan untuk menunjukan dari segi keunggulan perusahaan tersebut dibandingkan dengan perusahaan lainnya, dan juga dari program tersebut dapat memberikan atau menghasilkan inovasi-inovasi yang terbaru melalui program yang sudah dicanangkan oleh humas Len Industri.

Program ini sudah direncanakan oleh humas Len dari tahun 2019, dan sudah bisa terelasisasikan diawal tahun 2020 ini, yang sudah diterapkan oleh bagian Humas PT. Len Industri hingga sekarang. Program tersebut dilakukan karena sangat berperan penting bagi humas dan perusahaan untuk tetap meningkatkan dan menjaga nama baik dari perusahaan tersebut.

Humas PT. Len menyadari bahwa dalam meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan yang semakin sulit di era *disuprtion* (distrupsi) menjadikan kepercayaan dan hubungan antara karyawan dan perusahaan menjadi renggang. Humas PT. Len harus lebih melakukan langkah strategis untuk perusahaan, dan Humas juga harus memikirkan strategi baru yang dapat memberikan dampak baik kepada reputasi perusahaan dengan menjaga hubungan dan kepercayaan dari para karyawan.

Dengan adanya hal tersebut, Humas Len mengambil langkah penerapan strategi humas 4.0 melalui program *news, information, & media social* dan senantiasa mengevaluasi setiap langkah yang telah dilakukan tersebut. Jika terbukti membawa hasil yang signifikan, efektif, dan efisien, maka program tersebut akan diperpanjang hingga 2021.

Pada perkembangan zaman yang sekarang ini, kita bisa melihat bahwa era digital yang sekarang semakin berkembang dan semakin maju, banyak hal-hal yang harus kita ketahui dengan menggunakan teknologi dan media sosial, dalam dunia bisnis tentunya teknologi sangat berperan penting. Dalam era digital saat ini perusahaan-perusahaan yang sudah mulai berevolusi dari yang sebelumnya belum dapat memaksimalkan atau memanfaatkan teknologi hingga sekarang perusahaan sudah memulai dengan memanfaatkan teknologi yang semakin canggih. Sehingga

dalam memanfaatkan teknologi tersebut, tentunya perusahaan dapat meningkatkan reputasinya di era industri 4.0.

Untuk praktisi Humas tentu hal tersebut sangat berpengaruh dengan menggunakan teknologi yang semakin canggih, seorang Humas dapat melayani dengan komunikasi dan memberikan informasi kepada karyawan dengan memanfaatkan teknologi internet melalui *platform* media sosial seperti *Twitter*, *Facebook*, *Instagram*, dan *Whatsapp* dengan menggunakan media yang berbasis internet dimana *website* sendiri sebagai *platform* dasarnya dan media sosial sebagai instrument utamanya, yang bersifat interaktif, kolaboratif, dan ikatan sosial.

Media sosial merupakan bentuk dari sebuah penggambaran perkembangan teknologi yang memungkinkan terjadinya kegiatan pertukaran berbagai konten informasi baik dapat berupa opini-opini, wawasan, pengalaman, pandangan baik yang bersifat, audio, visual bahkan audio visual. Hal ini tentu saja dapat dimanfaatkan oleh Humas Len dalam menerapkan program *news*, *information*, & *social media*.

Secara umum program ini sangat baik dilakukan karena karyawan dapat mengakses *website* tersebut disaat ia ingin mencari suatu informasi. Media sosial menjadi sangat populer belakangan ini. Hampir semua karyawan aktif menggunakan sosial media. Karena dengan seiringnya perkembangan zaman yang sekarang sudah menggunakan digital atau teknologi jadi dapat mempermudah cara berkomunikasi satu sama lain.

Sosial media pun sangat positif, namun tidak menutup kemungkinan juga dari hal yang negatif. Lalu media sosial juga bisa menjadi media untuk penyebaran hoax, fitnah atau penyebar kebencian. Hal ini menjadi sisi gelap bagi media sosial tersebut. Untuk itu, dalam memanfaatkan media sosial, seorang Humas wajib kreatif dan interaktif. Cara kerja humas di era digital khususnya terkait dengan memanfaatkan media sosial seperti *instagram*, *facebook*, *Linkedin*, *twitter* selain dari situs resmi yang disediakan. Menilai humas bertanggung jawab dalam hal memberikan informasi yang disampaikan kepada karyawan wajib valid.

Sosial media dapat mendukung dalam program Humas PT LEN ini karena dapat dimanfaatkan dalam pengambilan keputusan kebijakan dengan memonitoring dan mengevaluasi hal-hal yang diperlukan dengan melihat pada interaksi yang terjadi pada karyawan. Selain menggunakan media sosial, tentu menggunakan media lainnya seperti media *monitoring*, media *relation*, dan media *distribution* (penyebaran rilis) yang dapat dimanfaatkan oleh humas Len untuk menyebarluaskan misi dan nilai yang dilaksanakan Humas Len untuk dapat meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan.

Beberapa kendala juga dialami oleh seorang humas dalam mengelola media, disebabkan oleh media sosial yang merupakan salah satu perkembangan teknologi komunikasi di era baru dan masih perlu banyak usaha untuk mendalaminya.

Strategi Humas ini dapat mempertahankan identitas perusahaan, kesempatan dalam membangun hubungan, kemampuan mengontrol manajemen isu dan kesempatan mempromosikan ide ide, menciptakan dan memelihara identitas organisasi yang kuat dimata karyawan.

Untuk itu program tersebut akan lebih efektif dan efisien dalam menyampaikan sebuah informasi kepada karyawan, dan humas sendiri dapat memungkinkan untuk berbicara melalui media sosial, selain manfaat ekonomis juga dapat mendeteksi isu, merespon isu lebih dini sehingga mencegah krisis, menyebarluaskan konten kepada karyawan, sehingga kesadaran dapat meningkat.

Dari uraian latar belakang masalah tersebut, maka dapat dirumuskan judul penelitian yaitu, **“Strategi Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, Information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan”**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan kepada latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah. “Bagaimana Strategi Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan”. Untuk lebih jelasnya masalah tersebut dilatasi dalam menentukan masalah, perencanaan dan penyusunan program, melakukan tindakan, evaluasi program yang demikian dijadikan rumusan masalah mikro berikut dibawah ini.

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Berikut rumusan masalah mikro yang telah dirumuskan oleh peneliti secara lebih spesifik :

1. Bagaimana dalam **Menentukan Masalah** yang dilakukan Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, Information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan ?
2. Bagaimana **Perencanaan dan Penyusunan Program** Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, Information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan ?
3. Bagaimana dalam **Melakukan Tindakan** yang dilakukan Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, Information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan ?
4. Bagaimana **Evaluasi Program** Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, Information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan ?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana “Strategi Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan”

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan peneliti melakukan penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Menentukan Masalah yang dilakukan Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung program *news, information, & media social* melalui media internal dalam meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan
2. Untuk Mengetahui Perencanaan dan Penyusunan Program Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung program *news, information, & media social* melalui media internal dalam meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan
3. Untuk Mengetahui Melakukan Tindakan yang dilakukan Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung program *news, information, & media social* melalui media internal dalam meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan
4. Untuk Mengetahui Evaluasi Program Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung program *news, information, & media social* melalui media internal dalam meningkatkan reputasi perusahaan di kalangan karyawan

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Kegunaan secara teoritis dari penelitian yang dilaksanakan, tentang Strategi Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, information, & Media*

Social Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan.

1.4.2 Kegunaan Praktisi

Pada prinsipnya penelitian merupakan suatu penerapan dari teori menjadi praktek, maka dibawah ini akan diuraikan kegunaan penelitian, untuk Akademis atau Perguruan Tinggi dan untuk Perusahaan.

1. Untuk Peneliti

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan peneliti dibidang ilmu komunikasi khususnya humas, dan mengetahui Strategi Humas PT. Len Industri (Persero) Bandung Program *News, information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi Perusahaan di Kalangan Karyawan, serta bermanfaat dan berguna bagi penulis dalam mengaplikasikan keilmuan yang selama ini diterima secara teori.

2. Untuk Akademisi

Hasil penelitian ini berguna bagi Program Ilmu Komunikasi, dan mahasiswa Universitas Komputer Indonesia dan mahasiswa *Public relations* secara khusus sebagai referensi atau literatur bagi mahasiswa yang akan melaksanakan penelitian pada kajian yang sama.

3. Untuk PT. Len Industri (Persero)

Hasil penelitian ini berguna bagi perusahaan Len Industri untuk masukan dan evaluasi dalam Program *News, information, & Media Social* Melalui Media Internal Dalam Meningkatkan Reputasi

Perusahaan di Kalangan Karyawan, sehingga dari program tersebut bisa dimaksimalkan lagi dan menjadi lebih baik untuk kedepannya.