BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Humas PT Indonesia *Comnets Plus* memiliki rencana-rencana dalam tahapan proses Humas. Seorang Humas tidak cukup dibekali dengan kemampuan berkomunikasi untuk menyebarkan informasi dan menerima informasi, tapi juga harus mampu mencari solusi pemecahan setiap permasalahan yang timbul akibat dari kecenderungan maupun kebijakan organisasi terhadap publik-publiknya. Jika dianalisis, komunikasi mengacu pada tindakan, oleh satu orang atau lebih, yang mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan *(noise),* terjadi dalam suatu konteks tertentu, mempunyai pengaruh tertentu, dan ada kesempatan untuk melakukan umpan balik. Oleh sebab itu, Humas harus memahami fungsi dan proses Humas.

Proses yang dilakukan oleh Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+* yang merupakan salah satu kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* dalam tanggungjawab sosial di bidang pendidikan dan menjalin hubungan baik dengan khalayak, adalah *Campus Goes To ICON+*. Perusahaan yang bergerak di bidang jaringan, jasa dan bidang telekomunikasi ini tak lepas dari citra positif di mata pelanggan dan khalayak umum. Bentuk

apresiasi *Corporate Social Responsibility* (CSR) PT Indonesia *Comnets Plus* ini adalah dengan mengundang dan membuka kesempatan untuk anak bangsa dari berbagai SMK, SMA, Universitas dan Sekolah Tinggi untuk melihat secara langsung dapur telekomunikasi PT Indonesia *Comnets Plus*.

Kegiatan *Campus Goes To ICON+* mencakupi presentasi sekilas perusahaan, kunjungan dapur telekomunikasi di berbagai divisi Teknologi Informasi Komunikasi, praktek alat perusahaan. Dalam kegiatan *Campus Goes To ICON+* ini tentunya proses Humas menjadi penting bagi berlangsungnya kegiatan-kegiatan di perusahaan. Humas PT Indonesia *Comnets Plus* sendiri tiap tahunnya mengundang berbagai Universitas di Indonesia yang mana kegiatan tersebut bertujuan untuk ditujukan untuk memperlihatkan kepada khalayak terpelajar khususnya kalangan mahasiswa tentang bagaimana kinerja PT Indonesia *Comnets Plus* sebagai perusahaan penyedia perangkat telekomunikasi TIK Indonesia sebagai anak perusahaan PT PLN (Persero) Indonesia sekaligus mempersuasi mereka bagaimana suasana kerja di PT Indonesia *Comnets Plus*, sehingga diharapkan para peserta kunjungan tersebut memahami dan juga dapat membuka wawasan mereka terhadap lingkup kerja di PT Indonesia *Comnets Plus*. Selain itu, PT Indonesia *Comnets Plus* juga membuka peluang sebesar-besarnya untuk para mahasiswa terbaik dan memiliki kompeten di dunia Teknologi Informasi Komunikasi (TIK).

Humas, dalam hal ini berkapabilitas mencanangkan proses-proses Humas untuk membangun citra di kalangan terpelajar khususnya mahasiswa.

Proses Humas pun sangat menjadi menarik untuk diteliti karena dari proses itulah peneliti tahu bagaimana PT Indonesia *Comnets Plus* berproses membangun citra perusahaan khususnya di dunia pendidikan dan kalangan terpelajar yaitu mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+*.

Peneliti tertarik untuk meneliti penelitian ini didasarkan pada asumsi dimana perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus* dalam membangun citra perusahaan melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+* menarik. Tidak semata-mata hanya untuk mendapatkan citra yang baik di kalangan mahasiswa, namun perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus* berusaha menambah pengetahuan dan pengalaman para mahasiswa informatika STT PLN Jakarta. Melalui kegiatan *Campus Goes To ICON+* ini, mahasiswa bisa mendapatkan pengalaman langsung mengenai lingkup kerja yang berkaitan dengan pendidikan yang sedang para mahasiswa informatika STT PLN Jakarta tempuh.

Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta dipilih berdasarkan konsentrasi studi yang sesuai dengan kinerja di PT Indonesia *Comnets Plus* yang mengedepankan informasi dan teknologi. Program studi mahasiswa Informatika STT PLN memerlukan praktik langsung di dunia kerja nyata. PT Indonesia *Comnets Plus* yang merupakan perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi divisi Teknologi Informasi Komunikasi yang nantinya dapat menjadi adah tersalurnya bakat-bakat mahasiswa informatika di industrial Indonesia.

Seiring dengan Proses Humas menemukan bibit-bibit unggul di dunia Teknologi dan Informatika Indonesia, maka Humas PT Indonesia *Comnets Plus* mengadakan kegiatan *Campus Goes To ICON+* yang sasaran utamanya adalah mahasiswa Teknologi Informatika. Proses itu akan tercapai apabila penyusunan suatu strategi terlaksana dengan benar karena akan memberikan efek jangka panjang sehingga Humas PT Indonesia *Comnets Plus* harus berfokus pada tujuan proses Humas yang dilaksanakan.

Khalayak atau batasan publik untuk suatu organisasi merupakan suatu hal yang penting sebagai upaya mengenali dan membatasi khalayak sasarannya. Sebesar apapun suatu organisasi tidak mungkin menjangkau semua orang. Ia harus menentukan sebagian di antaranya yang sekiranya paling sesuai atau yang paling dibutuhkan, dalam persoalan ini merupakan mahasiswa. Dengan jenis dan jumlah khalayak yang lebih terbatas, suatu organisasi akan lebih efisien dalam menggarapnya, apalagi jika ini dikaitkan dengan kelangkaan sumber daya manusia.

Kasali menegaskan bahwa:

> "Proses Public Relations memperlihatkan dengan jelas pelaksanaan tugas Public Relations bukan semata-mata melakukan aksi, melainkan membutuhkan rencana-rencana dan diikuti langkah-langkah pengendalian melalui proses evaluasi". (Kasali, 1994 : 33)

Karena bidang *Public Relations* adalah suatu studi yang menyangkut sikap manusia, dibutuhkan ketajaman dan kepekaan analisis, Public Relations dapat mengubah sikap manusia atau kelompok manusia secara efektif kecuali

kalau ia mengetahui bagaimana sesungguhnya perasaan dan sikap itu sekarang. Proses Humas selalu dimulai dan diakhiri dengan penelitian.

Humas PT Indonesia *Comnets Plus* mengadakan kegiatan *Campus Goes To ICON+* yaitu untuk membangun citra positif di mahasiswa informatika STT PLN Jakarta. Dimana tujuan *Public Relations* adalah membuat berbagai kegiatan perusahaan yang dapat membangun, meningkatkan dan memelihara citra positif dan reputasi baik agar dapat memperoleh opini publik yang menguntungkan, serta dukungan daan simpati khalayak. Selain itu, kegiatan *Public Relations* harus mengemban fungsi yang dikemukakan Canfield, yaitu:

> "(1) Mengabdi kepada kepentingan umum (*it should server the public's interest*), (2) Memelihara komunikasi yang baik (*maintain a good communication*), (3) Menitikberatkan pada moral dan tingkah laku yang baik (*to stree a good morals and manners*)". (Ardianto, 2011:241)

Jika dirunut lebih dekat, Departemen Kehumasan pun harus mampu bertindak sebagai *Public Information, Public Affair, Public Communication* dalam upaya penyebarluasan atau mempublikasikan kegiatan dan program kerja pembangunan pada instansi bersangkutan, baik ditujukan kepada kepada publik internal, maupun publik eksternal pada umumnya.

Proses membina kebijaksanaan umum, menjamin pelaksanaan berbagai kebijaksanaan, dan komunikasi mengenai kebijaksanaan kepada publik, sehingga menghasilkan pertukaran gagasan formal secara dua arah antara sebuah organisasi dengan publiknya, pencerminan fungsi Hubungan

Masyarakat (Humas). Penekanan pada pengkajian dan perencanaan manajemen, bersama-sama dengan penilaian terhadap keluaran (*output*) secara subjektif dan berkesinambungan dalam pertukaran ini, membedakan hubungan masyarakat dari publisitas. Sebuah perusahaan memiliki identitas yang dapat dideskripsikan sebagai sebuah citra perusahaan yang ideal. Maksud dari citra diri yang ideal adalah citra pada benak publik yang sesuai dengan keinginan perusahaan. *Corporate identity* adalah karakteristik pada *corporate personality* yang dipilih secara hati-hati yang ditampilkan kepada publik sebagai upaya untuk mempengaruhi persepsi publik terhadap perusahaan.

Sedangkan citra perusahaan merupakan respon yang diberikan oleh konsumen atau pihak eksternal perusahaan terhadap upaya perusahaan mengkomunikasikan tentang perusahaan tersebut. Penciptaan opini dan citra positif di publik eksternal adalah tujuan utama Humas (Hubungan Masyarakat). Dengan demikian, menjadi jelaslah sifat dan bentuk citra, faktor-faktor yang mempengaruhinya, dan peranan pemuka pendapat. Pengorganisasian hubungan masyarakat dan lembaga-lembaga konseling serta peranan yang dimainkan masing-masing didiskusikan untuk menunjukkan persyaratan petugas mencapai fungsi hubungan masyarakat untuk menciptakan citra positif di publik eksternal khususnya mahasiswa dalam persoalan ini.

Public Relations harus senantiasa memberikan pelayanan yang baik kepada khalayak dalam hal ini informasi yang diberikan oleh Humas kepada

publik eksternal khususnya mahasiswa. Proses pelayanan yang dilakukan Humas Perusahaan dapat menjadi tolak ukur baik buruknya perusahaan beserta kinerja anggota perusahaan dimana Humas itu bekerja.

Meskipun Humas telah mengalami suatu pertumbuhan dalam dua dekade terakhir, perkembangan baru dengan jangkauan jauh di masa mendatang menyebabkan *Public Relations* menjadi suatu kekuatan yang bahkan lebih vital dalam operasi lembaga-lembaga bisnis, profesional, pemerintahan dan pendidikan khususnya dunia profesional.

Kaitannya dengan komunikasi eksternal, manajemen Humas memiliki berbagai jenis publik yang menunjukkan problema yang sama. Pertambahan penduduk telah meningkatkan ukuran kebanyakan kelompok yang pada gilirannya meningkatkan problema komunikasi pula. Terlepas dari hambatan terhadap arus komunikasi yang bebas ini, komunikasi dengan publik eksternal sedang ditingkatkan dalam volume proses keefektifannnya.

Dari latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: "Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta".

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan latar belakang di atas, maka Rumusan Masalah Makro yang diangkat oleh peneliti adalah sebagai berikut: "Bagaimana Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan Di Kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta?"

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Pada penelitian ini, peneliti merinci rumusan masalah mikro, sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengumpulan Fakta yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta?
2. Bagaimana Definisi Permasalahan yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta?

3. Bagaimana Perencanaan dan Program Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta?
4. Bagaimana Aksi dan Komunikasi Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta?
5. Bagaimana Evaluasi Humas PT Indonesia *Comnets Plus* Melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* Dalam Membangun Citra Perusahaan di kalangan Mahasiswa STT PLN Jakarta?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menggambarkan bagaimana proses yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang diharapkan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui antara lain sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui Pengumpulan Fakta yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika Universitas STT PLN Jakarta.
2. Untuk mengetahui Definisi Permasalahan yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.
3. Untuk mengetahui Perencanaan dan Program yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.
4. Untuk mengetahui Aksi dan Komunikasi yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* dalam membangun citra

perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

5. Untuk mengetahui Evaluasi yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

6. Untuk mengetahui Proses Humas yang dilakukan Humas PT Indonesia *Comnets Plus* melalui Kegiatan *Campus Goes To ICON+* dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, serta mengenai Proses Humas PT Indonesia *Comnets Plus* dalam membangun citra perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan untuk Peneliti

   Kegunaan penelitian ini untuk peneliti yakni memberikan wawasan baru bagi peneliti mengenai Ilmu Komunikasi terutama Humas melalui penerapan ilmu dan teori yang telah diperoleh selama masa perkuliahan serta membandingkannya dengan fakta dan kondisi realita yang terjadi di lapangan.

2. Kegunaan untuk Universitas dan Program Studi

   Penelitian ini dapat berguna bagi Mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan program studi Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai bahan literatur terutama bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian pada bahan kajian penelitian yang sama.

3. Kegunaan untuk Perusahaan

   Kegunaan penelitian ini dapat berguna bagi perusahaan PT Indonesia *Comnets Plus* yakni, mampu memberikan masukan untuk kegiatan yang berhubungan dengan pencitraan perusahaan di kalangan Mahasiswa Informatika STT PLN Jakarta.