

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Konteks Penelitian**

Berbicara tentang komunikasi kita pasti sudah tidak asing lagi, karena manusia merupakan makhluk sosial, dimana setiap harinya dan setiap waktu selalu berkomunikasi kapanpun dan dimanapun. Dalam sebuah organisasi juga komunikasi sangat diperhatikan dalam keberlangsungan perusahaan, dengan komunikasi yang baik akan menciptakan sebuah iklim yang baik.

Secara tidak langsung komunikasi juga sangat berperan penting dalam melaksanakan program-program yang dijalankan oleh perusahaan baik untuk internal maupun eksternal. Perusahaan merupakan bagian dari masyarakat, oleh karena itu perusahaan memiliki tanggung jawab layaknya warga negara lainnya. Perusahaan selain memiliki kewajiban membayar pajak kepada Negara, juga memiliki tanggung jawab sosial terhadap, internal perusahaan, lingkungan serta pemberdayaan masyarakat.

Dalam suatu institusi/perusahaan terdapat divisi atau departemen yang menangani kegiatan yang diadakan oleh perusahaan. Salah satu departemen/divisi yang berperan penting dalam perusahaan adalah departemen/divisi Hubungan Masyarakat (Humas)/Public Relations.

Istilah Public Relations di Indonesia sekarang ini sudah semakin dikenal. Berbeda misalnya pada masa tahun tujuh puluhan bahkan pada tahun delapan puluhan pun masih banyak masyarakat kita yang belum mengenal istilah public relations. Pada waktu itu banyak orang termasuk golongan terpelajar yang masih bertanya-tanya dan meragukan fungsi dan kegunaan Public Relations.

Sekarang ini keadaannya menjadi lain. Jika kita membicarakan Public Relations di depan seseorang atau sekelompok orang, umumnya mereka sudah menunjukkan pengertian yang positif, bahkan di instansi-instansi pemerintahan, perusahaan-perusahaan BUMN maupun swasta, badan-badan, organisasi-organisasi, baik besar maupun kecil, selalu terdapat dinas khusus yang mengurus Public Relations, walaupun mungkin posisi dan fungsinya tampak masih dalam taraf yang belum memuaskan.

Kepesatan perkembangan Public Relations (Selanjutnya PR), menuntut profesionalisme dan optimalisasi kinerja para praktisi PR. Tetapi harus sanggup membangun komunikasi yang efektif dengan seluruh publiknya baik publik internal dan terutama eksternal. Upaya membangun komunikasi efektif antara organisasi yang diwakili oleh seorang PR dengan publik potensialnya dilakukan dengan cara membangun *relationship intergration*. artinya PR mempunyai tugas mengelola seluruh kontak-kontak komunikasi yang terdapat dalam organisasinya untuk menciptakan dan melindungi reputasi/citra organisasi.

Untuk dapat mencapai semua diatas PR seyogyanya bekerja berdasarkan input yang akurat dalam merencanakan program-program kerjanya, karena dengan input yang akurat PR dapat mengetahui *needs* (kebutuhan) yang ada pada para publiknya. Input yang akurat ini dapat diperoleh PR dengan cara melakukan riset, dimana salah satu jenis riset dalam PR dikenal dengan sebutan Audit PR.

Batasan pengertian dan tujuan audit yang dikemukakan banyak oleh para ahli yang berkaitan dengan kajian posisi PR/Humas dalam struktur organisasi dan opini publik, dan mampu untuk merancang program-program komunikasi yang meliputi ruang lingkup kegiatannya.

Salah satu program yang wajib di audit adalah publikasi dan dokumentasi, karena dua kegiatan ini merupakan hal yang penting dilakukan dan dievaluasi oleh praktisi PR, merujuk kepada tugas dan fungsi PR.

Berdasarkan fungsinya dokumentasi berperan sangat penting dalam membantu menjalankan roda perusahaan melalui sisi pembentukan citra masyarakat terhadap perusahaan. Begitu pula halnya dengan publikasi, menjadi tidak bermanfaat bila hasil dari dokumentasi tidak di publikasikan kepada publik luas, terutama publik eksternal dan khususnya publik internal.

Setiap fungsi dan tugas *public relations* adalah menyelenggarakan publikasi atau menyebarluaskan informasi melalui berbagai media tentang kegiatan perusahaan/organisasi,

yang pantas untuk diketahui oleh publik. Setelah itu, PR juga menghasilkan publisitas untuk memperoleh tanggapan positif secara lebih luas dari masyarakat. Dalam hal ini, tugas *Public Relations Officers* (PRO) adalah menciptakan berita untuk mencari publisitas melalui kerjasama dengan pihak pers/wartawan dengan tujuan menguntungkan citra lembaga atau organisasi yang diwakilinya.

Bukan hal yang asing lagi setiap perusahaan termasuk perusahaan industri pembuatan pesawat terbang juga ingin memperoleh eksistensi dan citra yang positif di mata masyarakat. Maka dari itu hal yang bisa dilakukan oleh pr di dalam perusahaan harus dapat mempublikasikan informasi-informasi agar publik perusahaan baik internal maupun eksternal dapat mengetahui perkembangan perusahaan sehingga terbentuknya opini dari publik perusahaan.

Data yang diolah dalam publikasi dapat merupakan bahan yang didapat dari hasil dokumentasi. Data diolah sedemikian rupa untuk menghasilkan publisitas yang bertujuan untuk meningkatkan citra perusahaan sebagaimana tujuan utama kerja seorang PR.

Dengan itu pula sudah pasti publikasi dan dokumentasi merupakan hal terpenting yang menjadi titik fokus publisitas yang dilakukan oleh salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu PT. Dirgantara Indonesia (Persero) (selanjutnya PTDI). PTDI merupakan perusahaan besar yang bergerak dalam industri pesawat terbang, sehingga semua kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan ini mendapat sorotan publik, terutama publik eksternal.

Divisi Humas PTDI bekerja dalam pantauan menejer Hukum dan Humas dibawah pantauan Sekretaris Perusahaan, dimana Sekretaris Perusahaan menjadi kekuasaan tertinggi yang menaungi Divisi Humas. Berdasarkan tugasnya divisi hukum dan humas melalui divisi humas menjalankan tugasnya dalam mengembangkan dan mempertahankan citra perusahaan melalui kehumasan yang efektif, sesuai dengan tugas dari divisi humas yang tertera dalam job deskripsi perusahaan.

PT. Dirgantara Indonesia (Persero) merupakan salah satu perusahaan pembuat pesawat terbang milik Indonesia dan pertama di Asia Tenggara. Sejak tahun 1976, perusahaan dirgantara indonesia telah mengembangkan kemampuannya dalam industri kedirgantaraan. PTDI bukan hanya bergerak dalam pembuatan produk pesawat terbang, namun juga bergerak dalam bidang teknologi informasi, otomotif, maritim, teknologi simulasi, dan militer.

Sejak krisis moneter melanda Indonesia pada tahun 1998, manajemen PTDI bersusah payah mempertahankan eksistensi perusahaan kebanggaan anak bangsa ini, karena di perusahaan inilah bangsa Indonesia bisa menunjukkan kehebatannya dalam menciptakan teknologi pesawat terbang. Seperti kita ketahui PTDI saat ini sedang merangkak dari keterpurukan yang hampir membuat perusahaan ini dinyatakan bangkrut. Berkaca dari kondisi ini mau tidak mau perusahaan harus mengambil langkah besar untuk perusahaan atau organisasi, demi kelangsungan hidup dan eksistensi perusahaan. Konflik internal yang melanda karyawan dan pihak manajemen juga sempat membuat perusahaan ini semakin

terombang ambing, timbulnya rasa tidak aman dan nyaman para karyawan, kinerja karyawan menjadi menurun, sehingga ikut mengakibatkan produktivitas perusahaan ikut menurun dimana pada pesanan juga sempat ikut membuat turun nama baik Negara dan pastinya PTDI sendiri.

Namun berlahan tapi pasti, kini kontrak kerjasama yang diraih oleh PT. Dirgantara Indonesia semakin meningkat. Kini PT. Dirgantara Indonesia juga mengembangkan dan mulai merancang bangun pesawat terbaru buatan asli PT. Dirgantara Indonesia yaitu pesawat muatan kecil N-219.

Hal ini disampaikan oleh pernyataan Bapak Rakhendi Triatna selaku karyawan senior di humas PTDI. Beliau mengatakan bahwa bukan pekerjaan mudah yang emban oleh praktisi PR untuk membangun kembali sebuah eksistensi, apalagi jika berkaca dengan kasus yang terjadi kepada PTDI, dimana banyak publik yang masih meragukan eksistensi PTDI. Humas PTDI juga memiliki tugas utama yang umum dimiliki oleh para praktisi PR di seluruh perusahaan dan juga memiliki tanggung jawab yang sama. Dalam hal ini juga tidak terkecuali mendokumentasi setiap kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan dan selanjutnya mempublikasikan hasil dokumentasi tersebut ke khalayak internal dan eksternal.

Bangkitnya PTDI dari krisis yang pernah terjadi setelah krisis moneter tidak lepas dari aktivitas pr yang terus berusaha membangun eksistensi PTDI. Buktinya dalam satu tahun PTDI pernah mempublikasikan kegiatan perusahaan sebanyak lebih dari 300 berita dalam setahun. Itu terjadi pada tahun 2011 ketika PTDI bekerja sama dengan media cetak

AntaraNews. Hal ini untuk membangkitkan kembali eksistensi dan kepercayaan masyarakat terhadap PTDI setelah dinyatakan pailit oleh Mahkamah Agung.

Dilihat dari aktivitas yang dijalankan sekarang, sejauh ini program publikasi dan dokumentasi di PTDI masih belum berjalan sebagaimana mestinya. Banyak hal yang mempengaruhi kurangnya kinerja praktisi humas PTDI dalam program publikasi dan dokumentasi sekarang ini, mulai dari kurangnya sumber daya manusia (sdm) hingga biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan.

Hal ini sedikit banyaknya menghambat kegiatan dari publikasi dan dokumentasi sendiri. Seperti yang kita ketahui, dimata masyarakat luas kini keberadaan dan eksistensi PTDI sering dipertanyakan, terutama berita-berita miring mengenai keterpurukan PTDI pasca krisis moneter yang hampir membuat badan usaha milik negara ini sempat dinyatakan pailit.

Dari uraian latar belakang masalah ini, maka penulis tertarik untuk menjadikannya sebuah penelitian yang berjudul “ Model Audit Public Relations Program Publikasi dan Dokumentasi Guna Membangun Eksistensi Perusahaan ( Studi Kasus Pada PT. Dirgantara Indonesia (Persero) di Bandung).

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan latarbelakang yang telah dijelaskan diatas, maka penelitian ini dapat diidentifikasi sebagai berikut: “Bagaimana Model Public Relations Program Publikasi dan Dokumentasi Guna Membangun Eksistensi Perusahaan?”

### **1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Adapun identifikasi masalah yang akan dibahas oleh peneliti sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi model audit pr (Preparation, Implementation, Impact) pada program publikasi dan dokumentasi guna membangun eksistensi perusahaan?
2. Mengapa eksistensi PT. Dirgantara Indonesia masih diragukan dimata masyarakat?
3. Bagaimana langkah PT. Dirgantara Indonesia dalam membangun eksistensi perusahaan melalui program publikasi dan dokumentasi?
4. Bagaimana hambatan PT. Dirgantara Indonesia dalam membangun eksistensi perusahaan melalui program publikasi dan dokumentasi?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Agar penelitian ini tercapai hasil yang optimal maka terlebih dahulu perlu merumuskan tujuan terarah dari penelitian ini.

Berikut adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui implementasi model audit pr pada program publikasi dan dokumentasi guna membangun eksistensi perusahaan.
2. Untuk mengetahui mengapa eksistensi PT. Dirgantara Indonesia masih diragukan dimata masyarakat.
3. Untuk mengetahui langkah PT. Dirgantara Indonesia dalam membangun eksistensi perusahaan melalui program publikasi dan dokumentasi.
4. Untuk mengetahui hambatan PT. Dirgantara Indonesia dalam membangun eksistensi perusahaan melalui program publikasi dan dokumentasi.

#### **1.4 Kegunaan Penelitian**

##### **1.4.1 Kegunaan Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dalam perkembangan ilmu komunikasi, khususnya public relations dan bidang publikasi dan dokumentasi, dalam konteks penelitian audit public relations, serta dapat menjadi bahan referensi bagi penelitian berikutnya terkait dengan model audit public relations.

##### **1.4.2 Kegunaan Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan yang bermanfaat bagi PT. Dirgantara Indonesia (Persero) yang mungkin tertarik untuk melakukan audit public relations program publikasi dan dokumentasi.

### **1.5 Setting Penelitian**

Untuk mempermudah ruang lingkup dalam penelitian ini agar terarah kepada tujuannya, maka perlu peneliti melakukan pembatasan masalah. Adapun hal yang perlu dibatasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Penelitian ini hanya difokuskan kepada audit public relations program publikasi dan dokumentasi disatu perusahaan yaitu PT. Dirgantara Indonesia. Dimana program ini difokuskan kembali dengan menggunakan model audit public relations.

### **1.6 Kerangka Pemikiran**

Dalam kerangka pemikiran ini akan dijabarkan bahwa kebijakan publikasi dan dokumentasi PT. Dirgantara Indonesia dapat mempengaruhi nilai-nilai eksistensi perusahaan dimata masyarakat.

Terkait dengan penelitian ini sudah pasti adanya pengaruh besar dari komunikasi didalamnya. Komunikasi sangat berperan penting dalam penyebaran informasi dalam proses publikasi dan dokumentasi.

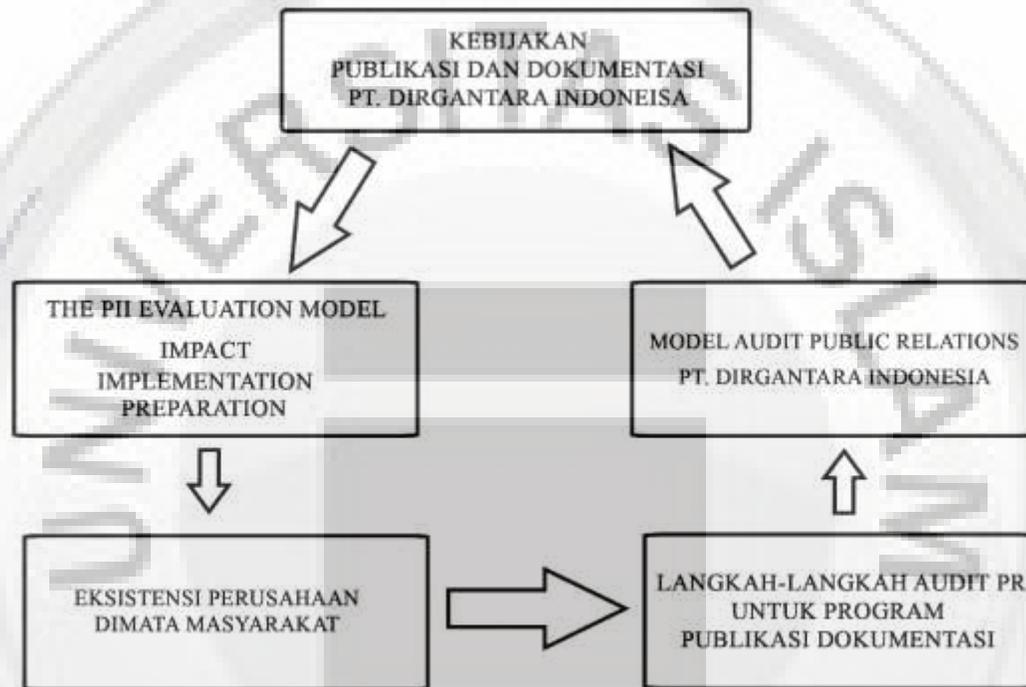
Berbicara tentang eksistensi perusahaan, praktisi pr harus terlebih dahulu mendefinisikan problem yang ada. Pada intinya mendefinisikan problem, mencakup penyelidikan opini, sikap, dan perilaku pihak-pihak yang terkait dengan tindakan dan kebijakan organisasi/perusahaan. Fungsi ini menjadi untuk semua langkah dalam proses pemecahan problem dan menentukan “apa yang terjadi saat ini”?

Langkah-langkah audit pr untuk program publikasi dan dokumentasi pada dasarnya akan dilakukan sejalan dengan perencanaan dan pemograman perusahaan. Setelah problem atau peluang PR didefinisikan melalui riset dan analisis, praktisi harus menyusun sebuah strategi untuk mengatasi problem atau memperbesar peluang tersebut. Hal ini untuk menentukan langkah apa yang akan dilakukan dalam rangka mengantisipasi problem atau peluang.

Selanjutnya manajemen mengarahkan program kedalam penerapan di lapangan guna mencapai tujuan spesifik untuk publik dalam rangka mencapai tujuan dari program publikasi dan dokumentasi itu sendiri.

Mungkin akan menjadi tidak bermanfaat jika langkah-langkah yang dilakukan para praktisi humas pada akhirnya tidak di evaluasi. Proses evaluasi program berupa penilaian atas hasil dari mengidentifikasi problem, perencanaan program, sampai ke pelaksanaan program publikasi dan dokumentasi.

Dengan serangkaian langkah-langkah tersebut akan diketahui apakah yang membuat eksistensi perusahaan masih ada yang meragukan di masyarakat, sehingga dapat memberikan masukan untuk kebijakan-kebijakan berikutnya yang ada di PT. Dirgantara Indonesia.



Gambar 1.7  
Kerangka Pemikiran  
Sumber: Peneliti