

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Strategi ialah suatu pendekatan untuk mencapai tujuan, di mana para pimpinan organisasi menentukan rencana jangka panjang dan mengembangkan metode untuk mencapai tujuan tersebut. Strategi digunakan dalam segala situasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, dan tindakan yang diambil biasanya didasarkan pada strategi yang telah dirancang. Dalam hal pemasaran, strategi yang tepat dapat membantu perusahaan menghindari kerugian akibat iklan yang tidak efektif, serta menerapkan konsep bauran komunikasi pemasaran dengan baik (Komunikasi Pemasaran). (Kennedy & Soemanagara, 2009).

Humas ialah solusi bagi perusahaan atau institusi untuk membentuk sebuah citra sosialnya. Humas mampu membentuk opini publik, menciptakan citra positif dan mengelola berbagai diskusi dimasyarakat. Humas ialah fungsi manajemen yang akan membantu memelihara komunikasi timbal balik, pemahaman, dukungan dan kerjasama antara organisasi atau bisnis dan masyarakatnya dan menangani permasalahan atau permasalahan manajemen. Tugas utama Humas ialah menciptakan opini baik tentang perusahaan, organisasi atau lembaga di mata masyarakat ketika terjadi situasi krisis yang mengancam kepercayaan (Soemirat & Ardianto, 2010).

Dalam manajemen reputasi, humas memerlukan perencanaan atau strategi untuk melaksanakan fungsi humas. Untuk bisa mengembangkan strategi yang efektif, diperlukan tujuan yang sesuai dengan kemampuan perusahaan baik dari sisi keuangan maupun faktor internal dan eksternal. Strategi yang tepat ialah menggunakan apa yang di miliki perusahaan seefisien mungkin auntuk mencapai hasil yang optimal. Sehingga diperlukan rencana yang matang guna menentukan strategi yang tepat agar visi dan misi perusahaan dapat tercapai

Berdasarkan hal tersebut dapat diketahui bahwa humas merupakan bagian yang cukup penting dalam sistem organisasi perusahaan. Humas harus mampu menciptakan poin positif yang akan meningkatkan citra positif di mata publik. Humas merupakan solusi bagi perusahaan agar dapat membangun citra di lingkup masyarakat. Citra positif sebuah perusahaan dapat menumbuhkan sikap loyal pelanggan terhadap perusahaan dalam bentuk kesediaan pelanggan untuk kembali menggunakan jasa atau produk perusahaan tersebut.

Citra adalah yang menggambarkan gabungan antara aspek fungsional dan emosional perusahaan, di mana pengalaman masa lalu antara konsumen dan perusahaan digabungkan untuk mempengaruhi pikiran pelanggan. Hal ini dicapai melalui berbagai metode, seperti periklanan, hubungan masyarakat, bentuk fisik, serta pengalaman dunia nyata dalam menggunakan produk dan jasa perusahaan. Reputasi perusahaan menjadi aset penting yang harus diperhatikan dan dijaga, karena reputasi yang baik bukan hanya menarik pelanggan secara visual, tetapi juga meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.

Humas dari perusahaan PT. PGAS Solution merupakan salah satu bagian yang berperan membangun citra positif perusahaan. Dalam hal ini, Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk, yang dikenal sebagai PT. PGAS Solution, sebagai bagian integral dari industri energi di Indonesia, memiliki sebuah peran penting dalam menjaga dan mempertahankan reputasi perusahaan. Berdasarkan hal tersebut diketahui bahwa citra positif bagi PT. PGAS Solution sangatlah penting karena dapat menentukan keberhasilan perusahaan dalam mencapai visi dan misi yang telah ditentukan.

PT. PGAS Solution sebagai salah satu anak perusahaan dari Perusahaan Gas Negara (Persero) Tbk, tidak hanya untuk menghadapi persaingan dalam konteks industri energi yang semakin ketat, tetapi juga berada dalam publik yang lebih tajam. Keputusan, tindakan, dan komunikasi perusahaan dapat dengan cepat mempengaruhi persepsi publik terhadap reputasinya. Oleh karena itu, strategi Humas (Hubungan Masyarakat) menjadi sebuah aspek yang sangat krusial dalam menjaga dan mempertahankan reputasi atau citra positif PT. PGAS Solution.

Berdasarkan hasil pengamatan yang telah penulis lakukan terhadap aktivitas sosial media humas PT. PGAS Solution diketahui bahwa pada tanggal 25 September 2023 PT. PGAS Solution memberikan berita pada masyarakat melalui account media sosial instagram nya @pgn_solution terkait adanya penipuan lowongan pekerjaan yang mengatas namakan PGN Solution atau PGN Group. Berlandaskan studi literatur diketahui bahwa tujuan humas PT. PGAS Solution menginformasikan hal tersebut adalah untuk menciptakan dan mempertahankan citra perusahaan melalui strategi komunikasi.

Berdasarkan hal tersebut penelitian ini penting untuk dilakukan untuk mendalami bagaimana strategi komunikasi tim Humas yang telah diterapkan oleh PT. PGAS Solution dalam konteks menjaga dan mempertahankan citra positif perusahaan. Dengan melihat strategi - strategi yang telah diimplementasikan, penelitian ini akan mengevaluasi efektivitasnya dalam mencapai tujuan ini dan memberikan kontribusi berharga untuk pemahaman pada praktis dan akademis dalam bidang Humas perusahaan. Berdasarkan Hal Tersebut Penulis Memutuskan Untuk Melakukan Penelitian Dengan Judul **“STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS PT.PGAS SOLUTION DALAM MEMPERTAHANKAN CITRA POSITIF”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti memusatkan perhatian pada Strategi Humas PT. PGAS Solution Dalam Mempertahankan Citra Positif. Oleh karena itu, peneliti membuat rumusan masalah:

“Bagaimana strategi komunikasi humas PT. PGAS Solution dalam mempertahankan citra positif?”

1.3 Tujuan Penelitian

Studi ini bertujuan untuk memahami dan menjelaskan dengan detail tentang Strategi Humas PT. PGAS Solution Dalam Mempertahankan Citra Positif.

“Untuk mengetahui strategi komunikasi humas PT. PGAS Solution dalam mempertahankan citra positif”

1.4 Manfaat Penelitian

Berbicara tentang manfaat dari studi yang dilakukan tentang “Strategis Humas PT.PGAS Solutions Dalam Mempertahankan Citra Positif” ini diantaranya :

1.4.1 Manfaat Teoritis /Akademis

1. Kontribusi terhadap teori humas:

Penelitian ini dapat mengembangkan pemahaman teoritis tentang bagaimana praktik humas dapat digunakan untuk mempertahankan reputasi atau citra positif perusahaan dalam konteks industri energi atau teknologi.

2. Pembelajaran bagi akademis:

Hasil penelitian ini bisa menjadi pedoman penting bagi akademis yang akan mempelajari ilmu humas, komunikasi perusahaan, dan manajemen reputasi, membantu mereka memahami strategi yang efektif dalam konteks perusahaan teknologi.

1.4.2 Manfaat Sosial/Praktis

1. Mempertahankan Citra perusahaan: Melalui pengembangan strategi humas yang efektif, penelitian ini dapat membantu PT. PGAS Solution mempertahankan citra positifnya di mata masyarakat dan pemangku kepentingan, yang dapat berdampak positif pada keberlanjutan perusahaan.

2. Dampak ekonomi: Reputasi atau Citra positif yang ditingkatkan dapat membantu perusahaan dalam menjalin kemitraan bisnis yang lebih kuat atau baik, menarik investasi, dan menghadapi persaingan yang lebih baik di pasar, yang pada gilirannya dapat berdampak positif pada pertumbuhan ekonomi perusahaan.

3. Keberlanjutan lingkungan: Jika strategi humas juga mencakup komunikasi tentang inisiatif berkelanjutan dan praktik ramah lingkungan PT. PGAS Solution, penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang tanggung jawab sosial dan lingkungan perusahaan.

Secara keseluruhan, penelitian ini memiliki potensi untuk memberikan manfaat teoritis dalam pemahaman praktik humas dan dampak sosial yang positif

bagi PT. PGAS Solution dan masyarakat secara luas melalui mempertahankan citra positif perusahaan.

1.5 Sistematika Penulisan

Agar penyusunan skripsi ini lebih terstruktur, dirancanglah suatu kerangka penulisan yang terdiri dari beberapa bab dan setiap bab tersebut memuat beberapa sub-bab ialah:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bagian pendahuluan, terdapat penjelasan tentang konteks masalah yang dihadapi, perumusan masalah, tujuan dari penelitian, manfaat dari penelitian tersebut, serta rancangan penulisan yang akan digunakan.

BAB II LANDASAN TEORI

Landasan teori membahas mengenai Peneliti terdahulu yang relevan, humas dan ruang lingkungnya yang meliputi pengertian, sejarah, dan perkembangan, Tugas humas, fungsi Humas, dan tujuan humas. Selanjutnya membahas mengenai strategi humas dan ruanglingkungnya yang meliputi definisi, strategi humas, berikutnya pembahasan mengenai citra dan ruang lingkungnya yang berisikan tentang pengertian, jenis, serta membangun citra positif.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai sebuah gambaran umum Sejarah PT. PGAS Solution, Gambaran umum humas PT. PGAS Solution, strategi Humas pada PT. PGAS Solution, lokasi penelitian, teknik pengumpulan data.

BAB IV DATA DAN PENEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini membahas mengenai hasil data peneliti yang ditelah melakukan penelitian di PT. PGAS Solution, pada bab ini akan mencakup mengenai profil Perusahaan, visi dan misi Perusahaan, Budaya Perusahaan, Struktur humas Perusahaan, Logo Perusahaan, Strategi humas Perusahaan, Peran humas Perusahaan, Penghargaan humas Perusahaan.

BAB V KESIMPULAN

Pada bab ini membahas kesimpulan dan kesimpulan dari hasil peneliti yang telah melakukan penelitian di PT. PGAS Solution mengenai strategi humas yang digunakan oleh PT. PGAS Solution.

