**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Konteks Penelitian**

Media relations merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan untuk menjaga hubungan baik dengan pihak media massa atau pers. Pada kegiatan media relations selalu ada tujuan yang hendak dicapai, pencapaian tujuan tersebut tidak dapat dilakukan melalui tindakan yang sekenanya saja melainkan harus didasari pengorganisasian tindakan secara sistematis dan strategis.

Membangun hubungan pers (Press relations atau media relations) merupakan tolak ukur keberhasilan suatu fungsi atau tugas Public Relations, yakni untuk menilai efektivitas suatu pekerjaan Public Relations pada sebuah lembaga atau institusi.

Keterangan di atas dapat dikatakan bahwa hubungan pers itu merupakan salah satu bagian dari kegiatan Public Relations atau Hubungan Masayarakat. Jadi, apa yang menjadi tujuan humas juga menjadi tujuan hubungan pers juga. Bahkan bisa dikatakan bahwa hubungan pers menjadi factor penentu utama “hidup-matinya” humas. Bisa dikatakan juga, tujuan media relations tidak sekedar memberikan informasi semata, tetapi menciptakan citra positif bagi perusahaan yang bersangkutan. Semakin baik media relations yang dilakukan, semakin baik pula citra perusahaan. Demikian juga sebaliknya, betapa banyak perusahaan yang ditimpa musibah justru menutup diri dari pers yang mengakibatkan citra buruk itu selamanya akan tertanam dalam benak masyarakat.

Public Relations merupakan suatu profesi yang menghubungkan antara lembaga atau organisasi dengan publiknya yang ikut menentukan kelangsungan hidup dan citra positif lembaga tersebut. Humas bertugas untuk menyampaikan kebijakan, tujuan atau informasi mengenai manajemen perusahaan/organisasi yang diwakilinya kepada publik. Karena itu PR berfungsi menumbuhkan hubungan baik antara segenap komponen, memberikan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi. PR pada dasarnya menciptakan kerjasama berdasarkan hubungan baik dengan publik. Dalam PR dibedakan dua macam publik yang menjadi sasaran yakni publik internal dan eksternal.

Komunikasi merupakan kegiatan mutlak yang dilakukan seluruh makhluk hidup di dunia ini. Manusia merupakan makhluk sosial yang perlu saling berinteraksi. Komunikasi dilakukan dengan harapan orang tersebut memiliki preseps yang sama dengan kita, dengan kata lain, komunikasi merupakan kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan.

Salah satu profesi yang tidak lepas dari komunikasi ialah Public Relations. Keberadaan Public Relations dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dengan publiknya. Pada dasarnya tujuan Public Relations adalah untuk menciptakan, memelihara dan membina suatu hubungan harmonis antara kedua belah pihak yakni lembaga dan publiknya.

Perkembangan Humas atau Public Relations sekarang ini sudah mulai maju. Mereka sangat diperlukan di dalam suatu perusahaan sebagai salah satu ujung tombak perusahaan, karena hidup matinya perusahaan tergantung dari keahlian dan kemampuan para praktisi Public Relations dalam membentuk citra yang pada akhirnya adalah mengelola reputasi. Public Relations juga merupakan fungsi manajemen yang menilai sikap publik, mengidentifikasikan kebijaksanaan dan tata cara seseorang atau organisasi demi kepentingan publik.

PT Pelat Timah Nusantara atau yang disingkat PT Latinusa, Tbk., merupakan satu – satunya perusahaan industri bahan baku pembuatan kaleng, yakni pelat yang dilapisi dengan timah atau lebih populer disebut tinplate.

Seiring dengan berjalan waktu media massa terus bertambah dan berkembang. Munculnya berbagai media cetak dan elektronik, membuat PT Latinusa, Tbk., harus melakukan hubungan dengan media. Karena dengan melakukan hubungan dengan media, masyarakat menjadi tau informasi mengenai perusahaan.

Strategi Public Relations merupakan bagian terpadu dari suatu rencana, sedangkan rencana merupakan produk dari suatu perencanaan yang akhirnya perencanaan itu menjadi salah satu fungsi dasar dari proses manajemen. Kemudian dari pertahapan fungsi-fungsi manajemen tersebut harus terlebih dahulu diperhatikan tujuan yang hendak diraih, yaitu pada posisi tertentu atau dimensi yang hendak ingin dicapai sesuai dengan perencanaan yang hendak diperhitungkan dengan baik oleh pihak yang terlibat dalam manajemen suatu organisasi yang bersangkutan yaitu strategi “apa dan bagaimana” yang dipergunakan untuk pencapaian suatu tujuan.

Membangun citra yang baik untuk memperoleh saling pengertian merupakan hal yang tak bisa dihindarkan dan menjadi fungsi strategis Public Relations. Citra sangat erat hubungannya dengan kepercayaan publik terhadap perusahaannya, jadi untuk menjaga citra perusahaan maka Public Relations harus mempertahankan kepercayaan publik terhadap perusahaan dengan selalu menjaga persepsi masyarakat yang positif terhadap perusahaan.

Ketidakpercayaan publik terhadap perusahaan bisa menempatkan perusahaan pada posisi yang sulit, karena publik merupakan salah satu unsur penting yang sangat mempengaruhi produktivitas pekerja perusahaan baik itu publik internal maupun publik eksternal.

Salah satu strategi Public Relations adalah bagaimana caranya untuk membangun hubungan yang baik dengan pihak media. Untuk itu dalam mengatasi hal tersebut maka dibutuhkan suatu strategi manajemen yang dilakukan oleh Public Relations perusahaan tersebut agar citra perusahaan tetap terjaga. Sudah tentu manajemen dalam menghadapi masalah ini harus mengambil keputusan untuk bisa mencapai tujuan dari organisasi atau perusahaan agar perusahaan dapat terus maju dan berkembang.

Begitu pula yang dijalankan humas perusahaan dalam menjaga reputasinya, penelitian ini mengacu pada strategi media relations humas PT Latinusa, Tbk., dalam menjalin hubungan dengan media massa. Humas PT Latinusa, Tbk., dalam menjalankan fungsinya lebih memposisikan diri sebagai gerbang informasi bagi masyarakat dan media. Sehingga wajar bila dinyatakan bahwa pada dasarnya kegiatan humas merupakan kegaiatan media.

Dengan menyadari dan mengetahui pentingnya posisi media dalam program dan kegiatan di humas PT Latinusa, Tbk., maka penelitian ini di tujukan untuk mengungkapkan dan menjelaskan bagaimana aktivitas humas dalam menjalankan media relations.

**1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

**1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks penelitian, maka fokus penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

**“Bagaimana Strategi Media Relations PT Latinusa, Tbk., Melalui Media Massa?”**

**1.2.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan Konteks Penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Bagaimana cara PT Latinusa, Tbk., mengelola relasi melalui media massa?
2. Bagaimana cara mengembangkan strategi media relations yang dilakukan PT Latinusa, Tbk?
3. Bagaimana cara mengembangkan jaringan dalam media relations PT Latinusa, Tbk?

**1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini sebagai syarat ujian sidang strata satu (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pasundan Bandung, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Humas dan tujuan lain penelitian ini yaitu sebagai berikut :

1. Mengetahui cara PT Latinusa, Tbk., mengelola relasi melalui media massa.
2. Mengetahui cara mengembangkan strategi media relations yang dilakukan PT Latinusa, Tbk.
3. Mengetahui cara mengembangkan jaringan dalam media relations yang dilakukan PT Latinusa, Tbk.

**1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya pada bidang Public Relations.

**1.4.1 Secara Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan berguna bagi pengembangan Ilmu Komunikasi secara umum, sedangkan kegunaan teoritis secara khusus diharapkan dapat meningkatkan pemahaman yang berkaitan tentang kajian Ilmu Public Relations.

Kegunaan penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Pasundan secara umum, mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas secara khusus sekaligus menerapkan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas langsung dilapangan dan sebagai literatur bagi yang akan melaksanakan penelitian yang sama. Bagi instansi terkait, secara umum hasil penelitian ini sebagai referensi, masukan dan evaluasi mengenai kegiatan Public Relations. Secara tidak langsung penelitian ini juga bertujuan menjadi sarana promosi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang dibuat oleh objek instansi.

**1.4.2 Secara Praktis**

**1. Peneliti**

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti adalah sebagai suatu pengaplikasian ilmu dan suatu pembelajaran serta pengalaman mengenai masalah penelitian.

**2. Universitas**

Kegunaan penelitian ini berguna bagi mahasiswa Universitas Pasundan secara umum, mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas secara khusus, dan sebagai literatur bagi yang akan melaksanakan penelitian yang sama.

**3. Instansi**

Bagi instansi terkait, hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan salah satu sumber pengetahuan dan bahan masukan serta pemikiran yang menambah wawasan bagi PT Latinusa, Tbk., mengenai strategi media relations PT Latinusa, Tbk., dalam membangun hubungan dengan media massa.