

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Penelitian

Kejar Mimpi adalah gerakan sosial yang diinisiasi oleh CIMB Niaga, yang memiliki visi untuk membentuk generasi muda Indonesia yang positif dalam menerapkan nilai hidup melalui pengembangan dan motivasi diri yang baik, sehingga mampu memberikan nilai baru yang dapat memajukan Indonesia. Gerakan sosial #Kejar Mimpi merupakan perpanjangan konsep dari brand promise CIMB Niaga yaitu “Forward”, dimana CIMB Niaga ingin fokus pada peranan untuk selalu mendukung masyarakat Indonesia dalam berkembang di berbagai aspek dan dalam setiap jenjang kehidupan, serta untuk terus maju dalam mencapai keinginan dan mimpi-mimpinya. Kejar Mimpi tersebar diseluruh Kota di Indonesia, program-program yang difokuskan oleh Kejar Mimpi terdapat empat program yaitu Pendidikan, lingkungan, filantropi, pembangunan ekonomi sosial.

Kejar Mimpi Bogor memiliki beberapa bidang divisi diantaranya Humas, Departemen Sumber Daya Manusia, Program, Sekretaris, Sosial media dan desain. Divisi humas sendiri terbentuk semenjak Kejar Mimpi Bogor didirikan, humas kejar mimpi Bogor memiliki peran penting dalam proses pengembangan dan berjalan organisasi hal ini dikarenakan tupoksi kerja humas yang membangun citra, relasi dan juga hubungan antara kejar mimpi Bogor dengan pihak lain, tidak hanya pihak luar tetapi humas juga berperan penting dalam menja komunikasi antara anggota internal.

Hubungan masyarakat atau Public Relation hadir untuk membentuk citra positif baik dalam perusahaan atau dalam Lembaga. Beberapa pakar menyatakan bahwa antara Humas dan Public Relation berbeda, hal ini terjadi karena perbedaan redaksi namun tetap memiliki prinsip dan pengertian yang sama. Jadi, dalam pembahasan karya ilmiah yang peneliti lakukan, Humas dan Public Relation tidak dibedakan sama sekali agar pembahasan menjadi satu tujuan.

Kehumasan adalah salah satu bidang ilmu komunikasi praktis, yaitu penerapan ilmu komunikasi pada lembaga ataupun instansi. Secara struktural, Humas adalah bagian integral dalam suatu Lembaga dan bukan merupakan suatu fungsi yang berdiri sendiri karena humas (research), Perencanaan (planning), Tindakan (action), evaluasi (evaluation) merupakan penyelenggara komunikasi timbal balik baik antara publik eksternal maupun publik internal. Oleh karena itu humas juga diperlukan untuk menjalin komunikasi, Adapun beberapa proses-proses didalam humas yang dapat di deskripsikan sebagai Penelitian). Dalam sejarahnya, humas merupakan teknik menguat dengan adanya kegiatan yang di pelopori oleh Ivy L.Lee di tahun 1906 yang berhasil menanggulangi kelumpuhan industri batu bara di Amerika dan karena itu juga kemudian beliau di juluki “The Father Of Public Relations”. Sementara itu menurut Effendy (1990) Humas dibedakan menjadi dua pengertian yaitu sebagai Teknik komunikasi dan metode komunikasi. Humas sebagai teknik komunikasi dapat dimaksudkan bahwa humas dilakukan sendiri oleh pimpinan organisasi. Sementara itu, Humas sebagai metode komunikasi diartikan bahwa humas dilakukan secara melembaga (public relation

of being) dimana wahana humas ditekankan adalah berupa biro, bagian, seksi, urusan bidang dan lain sebagainya.

Humas sangat penting keberadaannya dalam suatu organisasi karena memiliki fungsi vital dalam penyampaian pesan kepada publik internal maupun eksternal. Scott M. Cutlip dan Allen H. Center merumuskan bahwa humas dapat menunjang dan membantu manajemen dalam mewujudkan tujuan Bersama, membangun hubungan baik antara badan/organisasi dengan publik yang merupakan khalayak sasaran. mengidentifikasi segala sesuatu yang berkaitan menyangkut opini, persepsi dan tanggapan masyarakat terhadap badan/organisasi ataupun sebaliknya, melayani keinginan publik dan memberikan saran dan masukan kepada pimpinan demi tujuan dan manfaat bersama, mengatur komunikasi dua arah dengan adanya timbal balik serta mengatur informasi, publikasi serta pesan dari badan/organisasi ke publik ataupun sebaliknya demi terciptanya citra positif bagi kedua belah pihak.

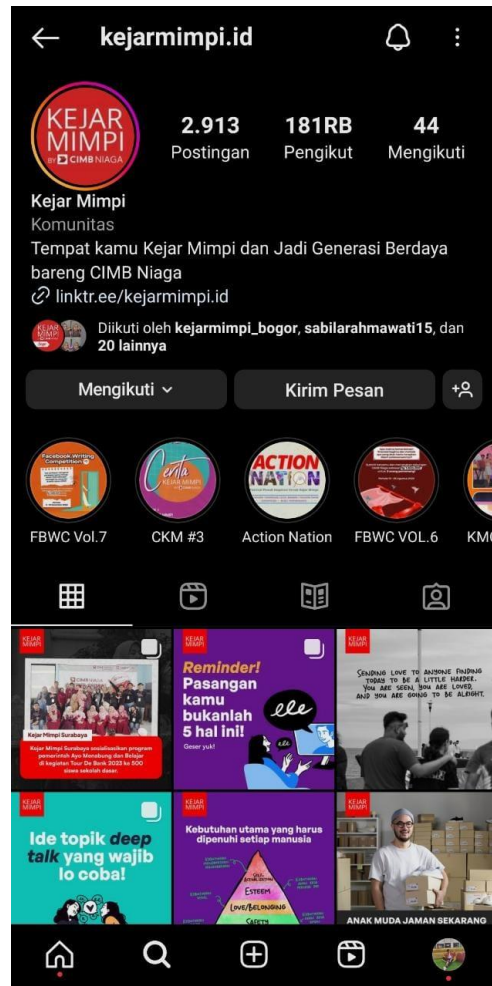
Komunikasi menurut Harold Lasswell komunikasi adalah suatu proses menjelaskan siapa mengatakan apa dengan saluran apa kepada siapa (who says what in which channel to whom and with what effect) berdasarkan pandangan Lasswell ini dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Pandangan dari Lasswell ini bersifat linier (satu arah) karena hanya menekankan pesan kepada komunikator tanpa adanya umpan balik dari komunikan, hal ini tentu akan menimbulkan permasalahan jika maksud dari pesan yang disampaikan tidak tersampaikan secara maksimal. Akan tetapi pandangan Lasswell

ini memiliki kelebihan yaitu berfokus pada tujuan komunikasinya, dan lebih sederhana sehingga mudah untuk diterapkan.

Dari pendapat beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pentingnya komunikasi humas didalam suatu organisasi atau instansi karena dengan berjalannya komunikasi yang terjadi didalam organisasi atau instansi tersebut dengan baik dapat mencapai tujuan bersama karena pesan yang disampaikan tersampaikan dengan baik. Dalam penyampaian pesan dibutuhkan seorang komunikator yang baik dalam prosesnya, komunikator yang baik senantiasa menyampaikan pesan secara efektif dan mudah diterima oleh komunikan. Hal ini sama seperti kehumasan yang dituntut untuk menyampaikan pesan dari atasan (pihak instansi maupun Lembaga) untuk diteruskan kepada public internal maupun eksternal.

Organisasi adalah suatu entitas yang terbentuk oleh individu atau kelompok individu yang bekerja sama secara terstruktur dan terorganisasi untuk mencapai tujuan bersama. Organisasi dapat berupa perusahaan, lembaga pemerintahan, lembaga nirlaba, atau kelompok sosial lainnya.

Organisasi memiliki peran penting dalam masyarakat karena mereka berkontribusi dalam menciptakan nilai, menyediakan produk dan layanan, menciptakan lapangan kerja, dan mempengaruhi kehidupan masyarakat secara luas. Dalam konteks komunikasi organisasi, peran Humas menjadi penting dalam menjaga hubungan yang baik antara organisasi dengan masyarakat dan mencapai tujuan komunikasi yang efektif.



Gambar 1. 1 Akun Instagram Kejar Mimpi

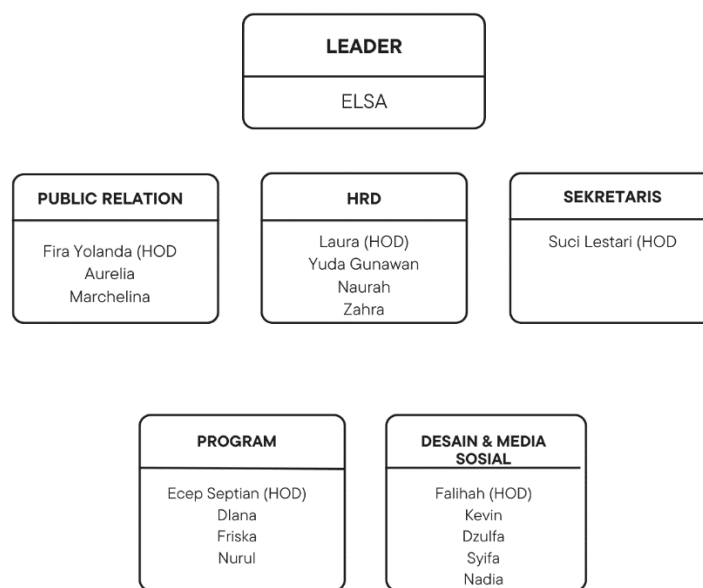
Sumber: Akun Instagram Kejar Mimpi



Gambar 1.2 Instagram Kejar Mimpi Bogor 1

Sumber: Akun Instagram Kejar Mimpi Bogor

Struktur Organisasi



Gambar 1. 3 Struktur Organisasi Kejar Mimpi Bogor

Sumber: Akun Instagram Kejar Mimpi Bogor

Dalam kinerja humas Kejar Mimpi Bogor dilihat dari prestasi kinerja dan dihubungkan dengan efektivitas pekerjaan yang telah dilakukan. Selanjutnya, bagaimana kinerja humas Kejar Mimpi Bogor dalam mengelola komunikasi organisasi terhadap masyarakat dan apakah kinerja humas sudah mencapai efektivitas dalam organisasi. Oleh karena itu saya tertarik untuk melakukan

penelitian tentang efektivitas kinerja humas dalam menjaga komunikasi komunitas terhadap masyarakat di komunitas Kejar Mimpi Bogor, dengan judul **“EFEKTIVITAS KINERJA HUMAS DALAM MENJAGA KOMUNIKASI KOMUNITAS TERHADAP MASYARAKAT (Studi Kasus di Komunitas Kejar Mimpi Bogor)”**

1.2. Fokus Penelitian/Pernyataan Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, agar lebih jelas dan terarahnya penelitian ini, untuk mencapai tujuan pembahasan secara efektif, maka peneliti merumuskan permasalahan, yaitu :

1. Bagaimana efektivitas kinerja humas kejar mimpi Bogor dalam mengelola komunikasi Organisasi terhadap masyarakat?
2. Bagaimana dampak atas hasil kinerja humas kejar mimpi Bogor dalam mengelola komunikasi Organisasi terhadap masyarakat?
3. Bagaimana implikasi teoritis dan praktis dalam mengelola komunikasi organisasi di Organisasi Kejar Mimpi Bogor?

1.3 Tujuan Dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan-pertanyaan diatas, maka tujuan yang ingin dicapai peneliti adalah :

- 1) Mengetahui efektivitas kinerja humas kejar mimpi Bogor dalam mengelola komunikasi Organisasi terhadap masyarakat

- 2) Mengetahui dampak atas hasil kinerja humas kejar mimpi Bogor dalam mengelola komunikasi Organisasi terhadap masyarakat
- 3) Mengetahui implikasi teoritis dan praktis dalam menjaga komunikasi organisasi di Kejar Mimpi Bogor

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat dan berguna untuk penelitian selanjutnya, dari penelitian ini dapat digolongkan menjadi dua macam, yaitu kegunaan dan manfaat antara lain :

1.3.1.1 Kegunaan teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi dan dapat menambah pengetahuan ilmu terhadap Efektivitas Kinerja Humas.

1.3.1.2 Kegunaan praktis

Secara kegunaan praktis hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan dan rekomendasi dalam bentuk pemecahan masalah-masalah yang berkaitan dengan Efektivitas Kinerja Humas.