

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Dalam era globalisasi sekarang ini, Public Relations (PR) atau yang sering disebut dengan humas merupakan bagian yang sangat penting bagi sebuah perusahaan. Aktivitas atau kegiatan profesi Humas (Public Relations Profesional) yang berkaitan dengan fungsi dan peranan kehumasan tersebut tidak lepas dari etika kehumasan sebagai patokan atau rambu rambu yang penting dan mendasar, serta harus di taati dan di patuhi oleh setiap praktisi Humas (Ruslan, 2006:8). Public Relations atau biasa disebut PR memiliki posisi yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama bila organisasi tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas.

Menurut Bernardus dan Irawan (Nova, 2009:24) Public Relation merupakan suatu usaha yang sengaja dilakukan secara berkesinambungan untuk menciptakan serta mengembangkan dan mempertahankan sikap saling pengertian antara sebuah organisasi atau perusahaan dengan masyarakat.

Company visit adalah bagian dari kegiatan Public relations yang dilakukan oleh perusahaan untuk menumbuhkan image positif dari sisi emosi masyarakat. Company visit memberikan informasi dan juga sentuhan psikologis masyarakat memahami perusahaan secara langsung tidak semata-mata berorientasi pada keuntungan tetapi juga memiliki perhatian khusus sebagai bentuk pengabdian kepada masyarakat. (Neni. 2005: 37)

Perusahaan banyak yang mengadopsi Company Visit sebagai salah satu strategi dalam usaha menambah *awareness* bagi masyarakat terutama yang berkaitan dengan produk atau jasa yang dimilikinya. Tetapi, Company visit tidak akan optimal apabila semata-mata hanya berorientasi untuk menjaring lebih banyak konsumen dan mendapatkan keuntungan.

Ketika membicarakan Company visit berarti kita juga akan membicarakan public relations sebuah organisasi, dimana Company visit merupakan kegiatan dari community relations. Karena Company visit pada dasarnya adalah kegiatan Public Relations, maka langkah-langkah dalam proses Public Relationspun mewarnai langkah Company visit. Dalam hal ini seorang Public Relations Officer sangat lah berperan penting dalam membuat Company visit, Dengan pengertian tersebut dapat dikatakan sebagai kontribusi perusahaan terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan dengan cara manajemen dampak (Minimalis dampak negative dan maksimalisasi dampak positif) terhadap seluruh pemangku kepentingan.

Televisi Republik Indonesia atau yang biasa dikenal dengan sebutan TVRI adalah sebuah stasiun televisi satu-satunya milik Negara yang masih aktif hingga sekarang. TVRI memiliki Divisi Humas yang memiliki peran penting dalam kegiatan eksternal TVRI itu sendiri, untuk itu Humas dituntut untuk melakukan reposisioning peran, tugas dan tanggung jawab melalui penataan di seluruh elemen berupa penataan kelembagaan, sumber daya manusia, tata laksana dan pelayanan publik di mana unit kerja Humas adalah sebagai institusi pembangun citra lembaga.

Sebagai perusahaan pemerintah TVRI juga rutin mengadakan kegiatan Company visit. Company visit yang diadakan oleh TVRI bersifat global yaitu tidak hanya dari kalangan pelajar atau mahasiswa melainkan dari masyarakat umum juga. Company visit itu sendiri sangatlah berguna untuk menunjang citra perusahaan dimata public dan juga menambah informasi, wawasan serta pengalaman kerja di TVRI. Dalam seminggu TVRI biasanya hanya mengadakan 2 kali Company visit, dan biasanya mempunyai motif yang berbeda dalam tujuan Company visit nya.

Menyadari begitu pentingnya peran humas dalam suatu organisasi guna membangun citra organisasi/institusi/lembaga dimata masyarakat maka peranan Humas harus benar-benar diberdayakan lebih saat ini.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka dalam laporan Kuliah Kerja Praktek (KKP) ini penulis mengambil judul “ **COMPANY VISIT SEBAGAI SALAH SATU KEGIATAN EKSTERNAL HUMAS LPP (LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK) TVRI** ”.

2.1 Tujuan Praktik Kerja Lapangan

Tujuan umum dilakukannya Kuliah Kerja Praktek adalah :

1. Mengetahui peranan serta fungsi humas dalam sebuah perusahaan.
2. Untuk mengetahui dan memahami kegiatan company visit Kehumasan di Lembaga Penyiaran Publik (LPP) TVRI.

2.1 Kegunaan Praktik Kerja Lapangan

Adapun manfaat Praktik Kerja Lapangan adalah sebagai berikut :

1.3.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, terutama dalam perkembangan program *Study Public Relations*, khususnya mengenai kegiatan humas dalam suatu lembaga pemerintahan atau perusahaan swasta.

1.3.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan yang positif bagi LPP TVRI Pusat dalam upaya mengelola kegiatan eksternal.

2.1 Lokasi dan Waktu Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan

Penulis melaksanakan kerja praktek di Satuan Kerja Kelembagaan Hukum dan Humas Lembaga Penyiaran Publik Televisi Republik Indonesia (LPP TVRI) yang berlokasi di Jl. Gerbang Pemuda Senayan Jakarta 10270. Pelaksanaan Praktik Kerja Lapangan dilakukan

selama satu bulan (30 hari) dimulai pada tanggal 03 Desember 2014 – 03 November 2014. Penulis bekerja dari hari Senin sampai Jum'at pukul 09:00 - 16:00 WIB.

Pembimbing Lapangan : Ibu *Chandra Kirana Wardhany* (staf Humas LPP TVRI).