

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public relations adalah kegiatan yang biasanya mengurus segala hal terkait dengan komunikasi, baik dalam ataupun luar perusahaan. Dalam keberadaannya, seorang *Public Relations* harus dapat menjaga identitas sebuah perusahaan dan mengkomunikasikan informasi kepada publiknya sehingga publik dapat menaruh kepercayaan sepenuhnya dan memiliki pemahaman pada perusahaan. Maka dapat dikatakan bahwa seorang *Public Relations* merupakan jembatan hubungan dari dalam ke luar. Hubungan tersebut harus terjaga sehingga nantinya akan menciptakan hubungan yang harmonis antara pihak perusahaan dengan publiknya atau pihak luar, dengan begitu akan menciptakan hasil yang diharapkan dari terciptanya hubungan ini yaitu citra positif, saling menghargai, saling support dan pengertian serta memiliki toleransi diantara keduanya.

Dalam pemerintahan tujuan *Public Relations* adalah untuk menjadi komunikator yang membantu keberhasilan dalam melaksanakan berbagai program dengan tujuan untuk membentuk citra, meningkatkan citra, memelihara citra positif dan reputasi yang baik agar dapat memperoleh opini publik yang positif, sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dan isu yang dapat merugikan bagi pemerintahan. Untuk menciptakan citra berbagai cara dapat dilakukan seperti dengan melakukan kampanye, membuat sebuah event yang melibatkan instansi dan publik, melakukan updating melalui website dan lain sebagainya.

Seorang *Public Relations* dalam sebuah pemerintahan merupakan corong serta pintu bagi para pemimpin dan publiknya. Seorang *Public Relations* menjadi corong serta pintu sekaligus untuk para tokoh pemerintah dalam menyampaikan informasi kepada publiknya.

Begitupun sebaliknya, seorang *Public Relations* pula akan menyampaikan aspirasi dari publiknya ke dalam. *Public Relations* dalam pemerintahan juga diharapkan supaya dapat meningkatkan pelayanan dan pengelolaan informasi dan mendorong publiknya untuk dapat mensukseskan berbagai program agar dapat dinikmati dengan nyaman.

Tak dapat dipungkiri lagi bahwa *Public Relations* memiliki peranan yang sangat penting di suatu organisasi, lembaga ataupun perusahaan. Dengan adanya keberadaan seorang *Public Relations* memudahkan para tokoh dalam sebuah organisasi, lembaga ataupun perusahaan dalam mengkomunikasikan informasinya. Dalam mengkomunikasikan informasi seorang *Public Relations* mengemasnya menjadi lebih menarik untuk diketahui, dengan cara membuat kampanye, melakukan event management serta mempublish dalam bentuk tulisan lewat website ataupun media social. Humas atau *Public Relations* merupakan ide atas segala yang akan terjadi didalam perusahaannya.

Di Indonesia sendiri *Public Relations* berkembang sangatlah pesat dengan beberapa factor yang melatarbelakanginya yaitu : cepatnya kemajuan teknologi, pertumbuhan ekonomi serta hausnya masyarakat akan informasi yang akurat membuat pekerjaan *Public Relations* itu sendiri menjadi sorotan. Selain karena itupun, keberadaan *Public Relations* atau humas itu sendiri kini dibutuhkan di beberapa instansi pemerintahan, swasta, organisasi bahkan perusahaan – perusahaan. Contohnya dalam instansi pemerintahan, Public Relation merupakan fungsi manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang perusatif, efektif, dan efisien untuk menciptakan hubungan yang harmonis dengan publiknya dengan berbagai kegiatan dalam rangka menciptakan citra dan reputasi yang positif pada instansi pemerintahan.

Oleh karena itu seorang *Public Relations* harus memiliki kemampuan guna dapat mempengaruhi publik dan menciptakan citra yang positif seperti yang diharapkan dengan kemampuan kehumasannya. Kemampuan inilah yang nantinya mendorong seorang *Public Relations*

dalam menciptakan tujuan yang diharapkan. *Public Relations* dalam pemerintahan bertugas menjalankan kegiatan publik dan pelayanan publik. Dalam kebijakan publik salah satunya dilakukan dengan memberikan informasi tentang kebijakan pemerintah yang mengikat publiknya.

Customers Relations Management adalah integrasi dan strategi yang digunakan oleh perusahaan untuk menangani interaksi dengan pelanggan atau client. Kegiatan ini pula dapat membantu seorang *Public Relations* dalam menciptakan tujuan yang diharapkan dengan cara memberikan informasi dan juga layanan yang optimal kepada client atau publiknya.

Setelah penulis melakukan Kuliah Kerja Praktik di Radio Republik Indonesia Jakarta dalam bagian LPU tepatnya di Layanan Publik selama 1 bulan, penulis berusaha untuk mempelajari pekerjaan serta bertanggung jawab atas pekerjaan yang diberikan.

Dengan uraian diatas penulis melaporkan hasil kerja magang yang telah dilaksanakan dengan judul **“Peran Humas RRI Jakarta Dalam Membangun Hubungan Pada Kegiatan Pekan Tilawatil Qur’an (PTQ)”**

1.2 Topik Laporan

Pada saat penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Praktik di Radio Republik Indonesia Jakarta, penulis akan menulis **“Peran Humas RRI Jakarta Dalam Membangun Hubungan Pada Kegiatan Pekan Tilawatil Qur’an (PTQ)”**

1.3 Tujuan Kuliah Kerja Praktik

Berikut tujuan dari penulis selama melaksanakan Kuliah Kerja Praktik di Radio Republik Indonesia Jakarta adalah :

1. Untuk Mengetahui peran dan tugas *Public Relations* LPU – RRI Jakarta tentang strategi *Customers Relations Management* pada kegiatan Pekan Tilawatil Qur'an (PTQ).
2. Untuk mengetahui dan memahami peran *Public Relations* LPU – RRI Jakarta tentang dimensi *Customers Relations Management* pada kegiatan Pekan Tilawatil Qur'an (PTQ).

1.4 Manfaat Kuliah Kerja Praktik

Manfaat Kuliah Kerja Praktik ini memiliki dua bagian yaitu secara teoritis dan secara praktik :

1.4.1 Secara Teoritis

Penulisan ini dibuat untuk mengetahui kegiatan strategi dan dimensi *Customers Relations Management* untuk kegiatan Pekan Tilawatil Qur'an (PTQ)

1.4.2 Secara Praktis

1. Mendapatkan pengalaman secara langsung tentang tugas *Public Relations* pada instansi pemerintahan.
2. Laporan ini diharapkan dapat bermanfaat bagi para pembaca untuk diserap ilmu dan wawasannya.

1.5 Sistematika Penulisan

Berikut penulis melampirkan sistematika penulisan yang tertera pada Laporan Kuliah Kerja Praktik supaya mudah untuk dipahami, yang dikelompokkan menjadi beberapa sub sub dengan sistematika penyampaian sebagai berikut :

BAB I PENDAHULUAN

Berisi tentang latar belakang, topik laporan, tujuan Kuliah Kerja Praktik, manfaat Kuliah Kerja Praktik, sistematika penulisan serta keterangan tempat dan waktu pelaksanaan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori berupa pengertian dan definisi yang diambil dari kutipan buku yang berkaitan dengan penyusunan laporan, serta beberapa literature review yang berhubungan dengan Kuliah Kerja Praktik.

BAB III GAMBARAN PERUSAHAAN

Bab ini berisi gambaran dan sejarah perusahaan tempat dimana penulis melaksanakan Kuliah Kerja Praktik pada Radio Republik Indonesia Jakarta serta ruang lingkup pekerjaan, struktur organisasi, job-desk dan gambaran kegiatan Kuliah Kerja Praktik pada perusahaan.

BAB IV PEMBAHASAN

Bab ini berisi gambaran kegiatan mahasiswa selama Kuliah Kerja Praktik serta pembahasan perbandingan pelaksanaan kegiatan Kuliah Kerja Praktik antara teori dan praktik.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran yang berkaitan dengan pembahasan pada laporan yang telah diuraikan pada bab-bab sebelumnya.

1.6 Tempat dan Waktu Pelaksanaan

Tempat penulis melaksanakan kegiatan Kuliah Kerja Praktik atau magang ini berada di Radio Republik Indonesia Jakarta. [Jl. Medan Merdeka Barat 4-5, Jakarta Pusat](#). Dengan waktu pelaksanaan yang dimulai pada tanggal 03 Februari sampai dengan 09 Maret 2020

