

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi dalam kehidupan sehari-hari sebagai hubungan interaksi antar manusia dengan menyampaikan sebuah pendapat, informasi, dan berbagai pesan yang dimiliki pada setiap orang atau lebih individu pada lingkungan. Pada dasarnya, komunikasi sudah menjadi hal penting dalam kehidupan sehari-hari. Jika hubungan komunikasi menjadi tidak terarah alias komunikasi yang tidak mudah dimengerti, maka komunikasi bisa dilakukan secara lisan ataupun tulisan. Sehingga memudahkan lawan bicaranya untuk saling mengerti. Agar komunikasi dapat mudah dimengerti, maka diulang kembali apa yang ingin disampaikan, karena komunikasi mengandung pemahaman bagi yang mendengarkan, bisa terhadap anggota keluarga, organisasi, bahkan pada lingkungan bermasyarakat.

Menurut Karlfried Knapp dalam Suprpto (2011:6), menyatakan bahwa komunikasi merupakan interaksi antar pribadi yang menggunakan sistem simbol linguistik, seperti sistem simbol verbal (kata-kata) dan nonverbal. Sistem ini dapat disosialisasikan secara langsung/tatap muka atau melalui media lain (tulisan, oral, dan visual).

Dalam komunikasi menunjukkan sebuah interaksi yang setidaknya mudah dipahami apa maksud tujuan dari lawan bicaranya, pada saat sedang berinteraksi mengenai pembahasan dalam suatu persoalan. Maka cara penyampaian komunikasi mudah dipahami dan mendapatkan pengertian hingga pemahaman bagi lawan bicara. Baik itu dalam hubungan bermasyarakat dengan cara penyampaian komunikasi menunjukkan hasil yang bisa dicerna dengan baik bagi pendengarnya.

Hubungan masyarakat atau umumnya disingkat Humas menjadi salah satu organisasi yang memberikan dampak positif pada instansi pemerintah dan lembaga swasta. Peran pada humas ibaratkan sebuah perisai yang melindungi diri terhadap berbagai ancaman yang terjadi. Suatu ketika ada permasalahan, maka Humas fokus dan aktif dalam menginformasikan dan mengetahui permasalahan tersebut. Fungsi Humas dalam organisasi ialah sesuatu masalah yang mengalir pada teratasnya masalah yang dihadapi pada karyawan organisasi yang membahas kebijakan tindakan, tanggung jawab organisasi serta tanggung jawab mereka. Umumnya Humas dalam kegiatan sehari-hari terlihat tidak begitu berat, tapi pada saat mengalami hal yang berpicu negatif, maka peran dan fungsi Humas sangat dibutuhkan untuk menumbuhkan citra positif. Lalu strategi apa yang

digunakan Humas dalam menangani permasalahan tersebut harus bisa dituntaskan dengan baik, supaya opini publik internal dan eksternal terhadap Humas menjadi lebih yakin, bahwasanya Humas mampu menyelesaikan masalah dan saling menguntungkan antara kedua belah pihak, sehingga tidak ada yang dirugikan.

Humas pemerintahan sebagai jembatan yang menghubungkan antara organisasi dengan publik, yang bertugas dengan menjalankan kegiatan kebijakan publik dan pelayanan publik. Humas berfokus dalam berbagai informasi terkini mengenai kebijakan-kebijakan pemerintahan yang mengikat masyarakat. Dalam pekerjaan humas pemerintah melakukan fungsi sebagai manajemen dalam bidang informasi dan komunikasi yang meyakinkan harapan masyarakat dalam menciptakan hubungan harmonis terhadap masyarakat. Melalui berbagai sarana kehumasan pemerintahan dalam rangka menciptakan citra positif pada instansi pemerintah.

Humas dilindungi lembaga swasta dapat menciptakan citra positif sehingga berjalan dengan demikian rupa, karena pada kegiatan humas pun sama halnya dengan Humas pada pemerintahan. Pada dasarnya Lembaga/ organisasi baik pemerintahan maupun swasta serupa memiliki satu tujuan dari masing-masing yang hendak dicapai sesuai dengan visi dan misi yang telah ditetapkan. Maka dari itu, Humas tetap menjadi salah satu organisasi penting dalam menjalankan tugasnya sebagai Humas yang profesional. Tentu dalam kehumasan pun bisa diandalkan, karena humas sebagai organisasi yang dapat meningkatkan citra positif pada lingkungan instansi/ lembaga organisasi.

Humas saat ini, kehadirannya menjadi salah satu peran penting dalam mengatasi sebuah permasalahan yang menimpa pada organisasi perusahaan. Jika perusahaan sedang mengalami masalah, Humas yang terdepan mengetahui informasi apa penyebab dari masalah tersebut, dengan secara cepat dan responsif yang setidaknya mampu memberikan pemahaman terhadap internal dan eksternal. Sebagai seorang Humas yang profesional mampu melakukan perannya dengan meningkatkan integritas pribadi yang tinggi. Keutamaan menjadi humas yakni, dapat memiliki kerjasama, baik terhadap dirinya sendiri sebagai pekerja Humas maupun terhadap publik atau stakeholder.

Kegiatan Humas yang selama ini dianggap pekerjaan santai, tetapi justru humas tidak bisa santai, karena pekerjaan humas sebagai pekerjaan yang harus tanggap akan situasi terkini. Humas wajib mengetahui terlebih dahulu sebab dan akibat permasalahan yang terjadi. Humas mengalami masa-masa tugas yang cukup menantang, karena setiap hari humas tidak ada waktu libur untuk bekerja. Misalnya saat perusahaan mendadak mengalami sebuah permasalahan tentang berita bohong, citra perusahaan menjadi kurang baik. Dengan adanya masalah tersebut dapat mempengaruhi citra perusahaan di mata publik, sehingga perlu dilakukan evaluasi citra setelah krisis. Tentu Humas siap membantu perusahaan

dalam mengatasi hal tersebut, demikian humas tetap mencerna terlebih dahulu, mengapa isu tersebut bisa terjadi. Hal yang menyebabkan perusahaan harus menyatakan hal tersebut tidaklah terbukti benar, lantas humas menjadi ujung tanduk perusahaan yang terdepan dalam menghadapi citra negatif yang menyerang perusahaan.

Maka Humas tentu tidaklah sebuah organisasi yang santai, begitu pula seorang Humas bertanggung jawab dan siap menjadi garda terdepan menghadapi situasi masalah demi perusahaan, serta memegang teguh kepercayaan terhadap khalayak. Kemampuan yang dimiliki humas akan membuahkan hasil ketika Humas bisa menemukan sumbu dari adanya citra negatif dengan menemukan solusi yang tepat dari informasi terbaru mengenai permasalahan pada citra negatif di lingkungan perusahaan. Ketika perusahaan sedang mengalami permasalahan, maka Humas membuat sebuah pernyataan atau klarifikasi, bahwasanya jika memang betul adanya sebuah masalah pada citra perusahaan, tentu humas harus mengetahui hal tersebut dan menyampaikan informasi tersebut secara terbuka.

Menurut Dr. Rex Harlow dalam Ruslan (2010:16) Public Relations (PR) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama. Melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memanfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama.

Pada manajemen perusahaan pun harus adanya komunikasi yang dapat terhubung dengan Humas sehingga dalam menjalin suatu pembahasan terkait adanya permasalahan yang terjadi pada perusahaan dapat ditangani dengan baik. Maka dalam humas tetap menjalankan prosedurnya dengan bertanggung jawab untuk memberikan informasi terkini dan meyakinkan bahwasanya permasalahan bisa diselesaikan dengan baik, tidak ada resiko yang begitu banyak. Sehingga dalam meraih simpati terhadap publiknya, humas dapat membangkitkan masyarakat untuk menerima sebuah situasi yang sedang terjadi.

Menurut Frank Jefkins dikutip dalam Morissan (2010:8) terdapat begitu banyak definisi humas, namun ia sendiri memberikan batasan humas yaitu, "sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun keluar antara suatu organisasi dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.

Sebagai seorang humas fokus untuk membuat sebuah program yang dapat mengatasi sebuah tindakan dengan secara sengaja dan terencana dimana secara operasional humas bertugas membina lingkungan yang harmonis antara organisasi

internal perusahaan dan publik eksternal. Humas pada intinya senantiasa ikut dalam kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan positif dapat diharapkan munculnya dampak terbarukan yakni perubahan yang positif.

Perusahaan induk baja nasional PT. Krakatau Steel memiliki belasan anak perusahaan yang setidaknya mampu bertahan dalam mengalami pemasalahan yang terjadi. Selama 8 tahun PT. Krakatau Steel merugi dari tahun 2011-2019. Dikarenakan kinerja tidak berjalan baik, bahan baku impor dan pabriknya tidak maksimal serta proyek mangkrak yang tidak bisa dioperasikan menyebabkan biaya pengeluaran cukup besar untuk biaya-biaya perawatan dan lainnya. Maka dari itu, PT. Krakatau Steel tidak dapat keuntungan selama produksinya. Lalu setelah tahun berikutnya ada pergantian direksi yang terjadi restrukturisasi, restrukturisasi ada tiga (bisnis, keuangan, dan organisasi) kalau dari organisasi pengimbasan pengurangan tenaga kerja, sebenarnya PT. Krakatau Steel tidak memangkas tenaga kerja, dikarenakan banyak karyawan kontrak/outsourcing, kontraknya itu tidak diperpanjang.

Menurut (Engelbart dikutip dalam Rivai, 2010) alasan organisasi melakukan restrukturisasi berupa inovasi dalam produk, teknologi, bahan, proses kerja, struktur organisasi, dan budaya organisasi baru dan pergeseran pasar. Tindakan pesaing global, nilai-nilai kekuatan bekerja, permintaan, dan keragaman peraturan dan etika kendala dari lingkungan Individu pengembangan dan transisi.

Maka PT. Krakatau Steel melakukan restrukturisasi perusahaan untuk mencapai suatu tujuan memperbaiki dan memaksimalkan kinerja perusahaan. Sehingga PT. Krakatau Steel dapat terus berkembang, atau minimal dapat beradaptasi dengan situasi Pandemi Covid-19 yang dihadapi saat ini. PT. Krakatau Steel dengan menjalankan semangat baru menuju perubahan yang lebih baik, dengan mewujudkan perusahaan yang kerja nyata dalam membangun kinerja perusahaan, dan menumbuhkan mutu dan kualitas pada jajarannya.

Organisasi Humas PT. Krakatau Steel, sempat terkena dampak yang tidak begitu besar, dalam pengurangan posisi, dengan cara karyawan PT. Krakatau Steel dipekerjakan ke anak perusahaan. Istilahnya membagi beban, bahwa anak perusahaan membantu induknya. Tapi tidak banyak dalam hal itu. Jadi, strategi Humas dengan restrukturisasi untuk menginformasikan ke publik dan internal supaya proses restrukturisasi berjalan dengan baik. Pada awal restrukturisasi itu sempat mengalami demo pada karyawan kontrak, lalu bagaimana Humas menyampaikan bahwa PT. Krakatau Steel tidak dapat membahagiakan semua pihak, jadi harus ada yang siap dikorbankan, karena sudah sesuai prosedur juga, dengan tidak memperpanjang karyawan kontrak maka berimbas PHK.

Selama masa pandemi dan sebelum pandemi, justru dimasa pandemi restrukturisasi hasilnya sudah terlihat, bisnis-bisnis PT. Krakatau Steel yang

tadinya masih rendah malah adanya pandemi semakin meningkat, pada tahun 2019 tetap bisa bertahan. bahkan melakukan ekspor ke negara Malaysia, sangat membantu dalam penjualannya dan selama 2020 ekspor ke Eropa. Pandemi Covid-19 membuat pabrik baja di dunia tidak maksimal, karena lebih mengutamakan lockdown, karena negara Indonesia tidak menerapkan lockdown keseluruhan, maka PT. Krakatau Steel mengambil peluang dengan hal itu dengan cara ekspor ke Eropa yang dapat membantu meningkatkan penjualan.

Hal yang muncul selama masa restrukturisasi dalam hubungan komunikasi didalam perusahaan itu adanya semangat dan harapan baru bahwa restrukturisasi ini akan membawa perusahaan kearah lebih baik ditandai dengan perubahan logo menciptakan image atau menaikkan branding perusahaan dimata masyarakat bahwa PT. Krakatau Steel mempunyai semangat dan kinerja baru menuju kearah yang lebih baik dan bagaimana komunikasi dalam perusahaan memotivasi orang-orang yang berada diperusahaan itu memiliki semangat baru dengan terbentuknya restrukturisasi perusahaan.

Fungsi Humas dalam restrukturisasi lebih seperti memberikan informasi ke eksternal pada progres restrukturisasi PT. Krakatau Steel itu sendiri, serta komunikasi ke internal untuk memberikan pengertian ke karyawan bahwa restrukturisasi ini dilakukan dan dijelaskan dampaknya seperti apa, hasilnya seperti apa, progresnya seperti apa. Beda hal dengan karyawan yang dirumahkan, karena ada pabrik yang tidak berfungsi lagi, jadi didalam restrukturisasi itu, akhir dari perkembangan bisnis. Ditemukan bahwa PT. Krakatau Steel lebih hemat kalau membeli baja setengah jadi atau sebutannya slab baja. Dengan dari proses baja dari awal sampai akhir. Proses dari awal harus beli bahan bakunya, belum dari proses produksi, ada ongkos produksinya juga. Maka memangkas produksi dengan baja setengah jadi. Kalau seperti itu, harus disampaikan kepada publik dan internal bahwa itu sebagai salah satu penghematan untuk produksi.

Maka dari itu, Humas pada intinya senantiasa berkenan dengan kegiatan penciptaan pemahaman melalui pengetahuan, dan melalui kegiatan-kegiatan tersebut diharapkan akan muncul suatu dampak yakni perubahan yang positif. Humas PT. Krakatau Steel mampu menunjang kegiatan manajemen dan mencapai tujuan organisasi. Menciptakan komunikasi dua arah secara timbal balik dengan menyebarkan informasi dari perusahaan kepada investor dan menyalurkan opini publik pada perusahaan. Kontribusi Humas dalam perusahaan untuk menjembatani segala kegiatan yang dibuat sesuai kesepakatan jajaran PT. Krakatau Steel. Dalam mewujudkan mimpi bersama untuk menjadi lebih baik, maka Humas dapat berinovasi untuk mewujudkan cita-cita perusahaan yang lebih bermartabat dan menjadi langkah yang positif bagi PT. Krakatau Steel sebagai perusahaan baja nasional yang dapat bersaing dipasar internasional.

Penulis mengambil tema “Strategi Humas PT. Krakatau Steel Dalam Meningkatkan Citra, bertujuan dalam menggambarkan situasi bagaimana proses restrukturisasi perusahaan bisa menumbuhkan citra positif perusahaan, sehingga humas dapat menyampaikan informasi dan memberikan kabar baik terhadap internal perusahaan maupun publik eksternal, bahwasanya reksukturisasi perusahaan pilihan yang tepat, sehingga perusahaan tetap berdiri tegak dan proses restrukturisasi perusahaan berjalan dengan baik.” Maka dari itu, penulis tertarik ambil tema diatas berkaitan humas PT. Krakatau Steel dalam menghadapi citra negatif, agar perusahaan bisa menumbuhkan kembali citranya dalam meningkatkan citra dengan cara melakukan restrukturisasi perusahaan.

Sehingga reputasi pada perusahaan menjadi kembali normal, lantas dalam meningkatkan citra dengan menata ulang segala sumber daya organisasi dan mengarahkannya untuk mencapai tingkat kinerja daya saing yang tinggi dalam lingkungan yang dinamis dan kompetitif untuk meningkatkan kinerja. Maka, penulis sangat tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul: **“Strategi Humas PT. Krakatau Steel (Persero), Tbk. Dalam Meningkatkan Citra Perusahaan Pada Saat Terbentuknya Restrukturisasi Perusahaan”**

1.2 Fokus Penelitian

Sebelum hadirnya restrukturisasi perusahaan, langkah yang diharapkan pada PT. Krakatau Steel untuk membangkitkan perusahaan belum maksimal, maka dengan terbentuknya restrukturisasi perusahaan dapat mengatasi sebuah kerugian dan memulihkan citra perusahaan. Pada Humas sendiri manajemen krisis dengan cara melakukan pengurangan posisi supaya terjadi hal yang bisa membangkitkan perusahaan. Dalam penelitian ini, peran humas berfokus untuk membantu perusahaan dalam menjalankan strateginya dalam meningkatkan citra perusahaan. Lalu langkah apa yang diterapkan Humas supaya tersampaikan kabar terbaru pada saat terbentuknya restrukturisasi perusahaan. Sehingga tidak ada yang beramsumsi perusahaan tidak adil dalam menangani citra negatif baik itu kepada internal maupun eksternal.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka penulis merumuskan masalah, yaitu :

1. Bagaimana bentuk strategi Humas PT. Krakatau Steel dalam meningkatkan citra positif?
2. Sejauhmana proses Humas PT. Krakatau Steel dalam meningkatkan citra perusahaan?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah :

1. Teoritis : Untuk mengetahui strategi yang digunakan pada PT. Krakatau Steel dalam meningkatkan citra perusahaan.
2. Praktis : Untuk mengetahui pencapaian Humas PT. Krakatau Steel dalam meningkatkan citra perusahaan

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi kemampuan berfikir untuk kepentingan umum maupun kepentingan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul. Hasil dari penelitian ini diharapkan menjadi salah satu contoh sebagai bahan referensi terbaru bagi yang mempunyai pemikiran dan minat untuk mendalami penelitian terhadap penelitian yang sama.

2. Bagi Praktisi

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan pertimbangan masukan bagi Humas PT. Krakatau Steel dalam menjalankan fungsi kehumasan dalam mengatasi isu krisis dalam berbagai persoalan yang dihadapi pada perusahaan, sehingga perusahaan mendapatkan citra positif pada publik internal dan eksternal. Selain itu, langkah-langkah dalam menghasilkan keputusan yang mudah dipahami menjadi sebuah motivasi bagi PT. Krakatau Steel untuk tetap bertahan dalam segala resiko yang dihadapi setelah terbentuknya restrukturisasi perusahaan dengan secara efektif, sehingga tujuan yang sudah ditetapkan berhasil untuk dicapai.