

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan transportasi dari tahun ke tahun berkembang sangat pesat ditambah dengan laju pertumbuhan penduduk yang menyebabkan kebutuhan transportasi yang terus meningkat. Apalagi di era globalisasi ini, dimana manusia dituntut memiliki mobilitas yang tinggi untuk berinteraksi dengan sesamanya. Kendaraan roda empat dan jenis lainnya sebagai sarana transportasi pada saat ini sudah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kegiatan sehari-hari masyarakat. Pesatnya persaingan dalam dunia bisnis jasa transportasi akhir-akhir ini bukan hanya disebabkan oleh faktor globalisasi, tetapi lebih disebabkan karena pelanggan yang semakin cerdas, sadar harga, dan banyak menuntut. Kemajuan teknologi komunikasi juga berperan meningkatkan intensitas persaingan, karena memberi pelanggan akses informasi yang lebih banyak tentang berbagai macam produk yang ditawarkan. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan memiliki pilihan yang lebih banyak.

Hal ini membawa dampak yang besar bagi perkembangan dunia bisnis dalam bidang jasa transportasi. Pasar menjadi semakin luas dan terdapat banyak peluang. Namun sebaliknya persaingan semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut perusahaan untuk menciptakan keunggulan komperatif

bisnisnya agar mampu bersaing secara berkesinambungan. Perusahaan yang ingin berkembang dan mendapatkan keunggulan kompetitif harus dapat memberikan produk berupa barang dan jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan.

Salah satu sarana transportasi darat di Indonesia yang memiliki minat cukup tinggi yang dipilih masyarakat untuk digunakan dalam kota yaitu sarana transportasi taksi. Masih minimnya angkutan umum yang nyaman dan aman membuat permintaan atas jasa taksi cukup tinggi, terutama di kota-kota besar dan pusat bisnis serta perbelanjaan. Jasa angkutan taksi merupakan alternatif utama bagi pengguna angkutan umum yang lebih mementingkan tingkat kenyamanan dan kenyamanan. Sampai saat ini khususnya di ibu kota Jakarta merupakan salah satu diantara banyak yang sebagian masyarakatnya menggunakan taksi untuk melakukan kegiatan bertransportasi, sehingga mempengaruhi pula pesatnya kemunculan perusahaan jasa transportasi taksi.

Pada era modern ini segala sesuatunya telah terkoneksi dengan jaringan tanpa batas, internet. Sekarang ini internet tidak hanya sekedar berisikan media sosial untuk saling menyapa dengan orang-orang, tapi jaringan internet yang telah berkembang begitu luas pun telah merambah hingga ke jasa transportasi.

Perkembangan jasa transportasi online kini menjadi trend masyarakat setelah taksi, kemudahan akses dan juga sistem yang jauh lebih transparan, menjadikan masyarakat lebih mudah menggunakannya dengan kemudahan pemesanan hingga perhitungan tarif bahkan estimasi waktu dan jarak yang

terhubung langsung dengan internet, dan alat transportasi online memprioritaskan keamanan bagi pelanggannya. Disini sudah bisa terlihat bahwa ketatnya persaingan dunia transportasi. Dan wajib setiap perusahaan transportasi untuk memberikan layanan terbaik agar tetap menjadi pilihan masyarakat.

Blue Bird Group adalah salah satu perusahaan yang bergerak dibidang transportasi darat salah satunya adalah taksi, salah satunya Blue Bird yang terletak di kawasan prapatan Jakarta Selatan, dan Blue Bird Group kini telah berkembang di beberapa kota besar di Indonesia dan mampu menyediakan 26.000 armada yang terbesar di kota-kota tersebut. Blue Bird Group terus berkembang mengikuti perkembangan jaman dan teknologi. Dibalik suksesnya suatu perusahaan tentunya adanya sosok humas yang mempunyai tujuan sebagai upaya menciptakan saling pengertian antara perusahaan dan publiknya.

Humas diumpamakan sebagai wakil perusahaan, organisasi lembaga atau instansi yang diperlukan guna menyampaikan informasi yang ingin disampaikan kepada khalayak sekitarnya sebagai wujud sikap kepedulian, respek terhadap lingkungan sekitarnya sehingga tercipta hubungan baik. Perkembangan konsep humas menunjukkan suatu upaya saling berhubungan antara publik dengan perusahaan. kegiatan humas harus dilaksanakan karena merupakan salah satu faktor penting dalam menjaga citra atau image perusahaan.

Keberadaan sebuah perusahaan tidak selalu memberikan dampak positif bagi publik sekitarnya, disini keberadaan humas diperlukan selain menjalankan kegiatan internal relation juga menjalankan eksternal relation salah satu caranya

adalah kegiatan *CSR*. Kegiatan yang dilaksanakan diharapkan memberikan dampak positif bagi publik disekitarnya. *CSR* dalam suatu perusahaan sebagai suatu konsep rasa tanggung jawab sosial perusahaan maupun sekitar perusahaan itu dimana berada, seperti melakukan suatu kegiatan yang dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Dalam implementasi *CSR* ini humas mempunyai peran penting baik secara internal ataupun eksternal, dalam konteks pembentukan citra perusahaan. Ketika perusahaan membicarakan tentang *CSR* berarti membicarakan humas sebuah perusahaan. karena *CSR* adalah kegiatan humas. Maka dari itu sudah dijelaskan diatas bahwa program *CSR* memang sangat penting bagi perusahaan. Dalam hal ini humas Blue Bird Group merencanakan program *CSR* yang bertujuan mensejahterakan masyarakat internal maupun eksternal.

Keberlangsungan usaha Blue Bird Group tidak lepas peran serta masyarakat yang berdomisili disekitar wilayah perusahaan. Untuk itu Blue Bird Group menyadari betul membina hubungan baik dengan masyarakat. Dengan kata lain Blue Bird Group ada karna masyarakat, dan ada untuk masyarakat. Oleh karna itu Blue Bird Group selalu senantiasa melaksanakan komitmennya dalam mewujudkan tanggung jawab sosialnya pada masyarakat. Hal ini sejalan pula dengan program *CSR* beasiswa yang diberikan kepada anak karyawan Blue Bird Group. manfaat *CSR* bagi masyarakat yaitu dapat mengembangkan diri dan usahanya sehingga sasaran untuk mencapai kesejahteraan tercapai.

Salah satu program CSR yang diterapkan oleh Blue Bird Group adalah program beasiswa. Dengan adanya program beasiswa yang diberikan oleh Blue Bird Group bisa mensejahterakan masyarakat baik itu internal maupun eksternal yakni karyawan internal dan anak yang memperoleh beasiswa eksternal. Beasiswa diberikan anak dari pengemudi dan karyawan melalui program CSR Blue Bird Peduli. Bantuan beasiswa tersebut mulai dari tingkat SMU, D3, dan S1. Beasiswa terbagi dua jenis, yakni yang bersifat umum diberikan mulai dari jenjang pendidikan SMU dan SMK hingga perguruan tinggi, dan khusus diperuntukan bagi anak-anak pengemudi dan staf yang membutuhkan pendidikan khusus seperti sekolah luar biasa dan anak-anak yang orang tuanya sudah meninggal dunia. Tentu saja mempunyai efek positif yang luar biasa bagi anak karyawan.

Salah satu keuntungan dari CSR yaitu meningkatnya citra positif perusahaan. CSR merupakan salah satu kegiatan positif yang dilakukan perusahaan tersebut akan mendapat *feedback* yang positif pula. Oleh sebab itu, perusahaan melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* sebagai saran untuk membangun citra positif baik di media massa maupun di mata masyarakat. Program CSR Blue Bird penting dalam upaya membangun citra dan reputasinya, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepercayaan baik dari konsumen maupun mitra bisnis Blue Bird Group. Program CSR yang diberikan Blue Bird Group adalah bentuk salah satu kontribusi perusahaan pada pengembangan masyarakat di bidang yaitu pendidikan, pengembangan dan kesejahteraan dan pembangunan infrastruktur pendidikan.

Dari uraian latar belakang diatas peneitian tertarik untuk meneliti penerapan CSR oleh humas taksi Blue Bird Group tetap digunakan dan dipercayai oleh masyarakat. Dimana selanjutnya penelitian ini akan dilanjutkan dengan judul “IMPLEMENTASI CSR MELALUI PROGRAM BEASISWA OLEH HUMAS PT BLUE BIRD GROUP DALAM MENINGKATKAN CITRA PERUSAHAAN”.

1.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah di jelaskan diatas. Peneliti dapat merumuskan. pertanyaan peneliti

“Bagaimana implementasi CSR melalui program beasiswa oleh humas PT Blue Bird Group dalam meningkatkan citra perusahaan?”

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui implementasi CSR yang dilakukan humas PT Blue Bird Group melalui program beasiswa dalam meningkatkan citra perusahaan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi atau masukan bagi perkembangan ilmu komunikasi dan menambah kajian ilmu komunikasi khususnya ilmu Hubungan Masyarakat (*Public Relations*) untuk

mengetahui implementasi *CSR* melalui program beasiswa oleh humas PT Blue Bird Group dalam meningkatkan citra perusahaan.

1.4.2 Manfaat Praktis

A. Kegunaan untuk peneliti

Penelitian ini dapat berguna secara praktis bagi peneliti sebagai pengaplikasikan ilmu atau teori yang sudah peneliti dapatkan selama mengikuti perkuliahan khususnya dan peneliti selanjutnya khususnya.

B. Kegunaan untuk Universitas dan Program Studi

Penelitian ini berguna bagi Mahasiswa Universitas Satya Neara Indonesia dan program Studi Ilmu Komunikasi khususnya Humas yang akan melakukan penelitian selanjutnya.

