

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kegiatan komunikasi selalu dilakukan manusia di dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi juga berlaku di dalam kegiatan berorganisasi, baik itu menyangkut komunikasi internal maupun komunikasi eksternal organisasi dimana Humas (*Public Relations*) mempunyai peranan dalam kegiatan tersebut. Komunikasi yang dilakukan oleh organisasi, secara internal lebih ditunjukkan kepada pembinaan manajemen organisasi bagi karyawan, sedangkan komunikasi yang dilakukan secara eksternal lebih ditunjukkan kepada pelayanan tugas organisasi, pembinaan hubungan baik (*relationship*), ataupun pelaksanaan kegiatan yang membutuhkan keterlibatan masyarakat.

Seperti diketahui bahwa suatu organisasi atau perusahaan, apapun bentuknya perlu menciptakan, meningkatkan dan mempertahankan eksistensi dan reputasinya dimata publik. Eksistensi dan reputasi tersebut sangat berkorelasi dengan tingkat sejauh mana organisasi atau perusahaan mampu membangun sinergitas dan kolaborasi konstruktif kepada masyarakat (pihak-pihak yang berkepentingan) baik masyarakat yang berada di dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, maupun masyarakat yang berada diluar lingkungan perusahaan.

Salah satu peran strategis untuk mendorong agar keinginan tersebut tercapai dengan baik, tentunya perlu dilakukan langkah-langkah kebijakan dan program-

program efektif. Bilamana pola komunikasi efektif yang diberikan kepada seluruh masyarakatn, mempengaruhi eksistensi dan reputasi perusahaan tersebut merupakan salah satu peran strategis Humas di dalam organisasi atau perusahaan tersebut. Melalui peran komunikasi Humas yang efektif upaya menciptakan dan memelihara saling pengertian antara perusahaan dengan pihak lain akan mempengaruhi sejauh mana perusahaan dimata publik. Di samping itu, peran komunikasi Humas yang efektif akan menciptakan opini publik yang bervariasi dan kemauan baik (*goodwill*) yang menguntungkan. Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh Humas dapat memberikan nilai lebih. Sehingga menciptakan kerjasama konstruktif dan saling menguntungkan berdasarkan hubungan yang harmonis dengan publik. Dengan demikian perkembangan dan dinamika perusahaan atau organisasi dimasa mendatang sesuai dengan visi dan misi perusahaan.

Humas memegang peranan yang sangat penting perusahaan. Tanpa komunikasi dari Humas masyarakat tidak akan mengetahui keberadaan organisasi atau perusahaan tersebut. Komunikasi tidak hanya dikenal di bidang kehumasan atau dunia pers akan tetapi mempunyai cakupan yang lebih luas, hampir disetiap kehidupan manusia selalu terjadi proses komunikasi baik disadari ataupun tidak. Humas tidak hidup di ruang hampa, ia memerlukan ruang untuk menerapkan peran dan fungsinya untuk membangun citra positif perusahaan, menjalin hubungan yang harmonis dengan para pemegang saham serta publik dan menyelesaikan krisis yang terjadi. Membentuk komunikasi berarti mengelola apa yang akan dikatakan, bagaimana menyampaikannya, dan media apa yang kita gunakan. Inilah tantangan kegiatan Humas. Tantangan tersebut terus berkembang, meningkat, dan semakin

kompleks mengingat peran dominan media massa di tengah masyarakat sekarang ini. Humas merupakan salah satu faktor penting sebagai penunjang peningkatan kinerja suatu organisasi. Melalui sumber daya manusia (SDM) dapat terciptanya komunikasi yang kondusif dalam upaya mengembangkan reputasi perusahaan demi terus bertumbuh dan kuat dalam bersaing untuk mendapatkan simpatik serta citra positif dari masyarakat. Serta banyaknya pesaing-pesaing bisnis di bidang pertelevisian yang terus berupaya mengenalkan diri kepada masyarakat demi mendapatkan suatu reputasi perusahaan yang baik. Hal tersebut dilakukan Departemen Humas dalam pembentukan citra positif demi mendapatkan nama baik perusahaan. Perilaku yang ditimbulkan seperti mengatakan hal-hal yang positif tentang perusahaan kepada orang lain, merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, dapat juga dengan mendorong teman atau kerabat untuk turut menikmati jasa dari perusahaan tersebut.

Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai bagi dunia hubungan masyarakat (kehumasan) atau *public relations*. Pengertian citra itu sendiri abstrak (*intangible*) dan tidak dapat diukur secara matematis, tetapi wujudnya bisa dirasakan dari hasil penilaian baik atau buruk. Seperti penerimaan dan tanggapan baik positif maupun negative yang khususnya datang dari publik (khalayak sasaran) dan masyarakat luas pada umumnya.

Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal, seperti sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan dan stabilitas di bidang keuangan, kualitas produk, keberhasilan ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, dan

komitmen. Citra adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan atau organisasi; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang, atau organisasi (Soemirat dan Ardianto. 2002: 111-112).

Citra suatu lembaga tidak muncul dengan sendirinya, akan tetapi citra harus diupayakan dengan berbagai cara agar selalu terpelihara. Pada kenyataan dalam pergaulan/proses hubungan kerjasama terjadi kejadian yang menimbulkan citra positif dan negatif. Citra positif suatu organisasi akan menumbuhkan kepercayaan masyarakat/publik terhadap produk atau jasa yang dihasilkan, sehingga masyarakat yakin jika ikut menjadi bagian dalam organisasi akan mendapat atau merasakan manfaat.

Televisi Republik Indonesia (TVRI) sebagai televisi nasional milik Negara dituntut agar tetap konsisten sebagai televisi yang menyediakan siaran netral dalam mencerdaskan dan memenuhi kebutuhan publik. Sebagaimana yang terdapat dalam pasal 4 PP No.13 tahun 2005 tentang LPP TVRI, bahwa TVRI memiliki tugas sebagai lembaga yang bertugas memberikan pelayanan informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggaraan penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia.

Memasuki era reformasi tahun 1999, dengan perubahan TVRI menjadi Perusahaan Jawatan (Perjan) untuk pertama kali dimunculkan istilah “penyiaran publik” yang diartikan sebagai penyiaran untuk mewadahi kepentingan publik sebagai corong pemerintah, ketimbang sebagai media penyiaran yang benar-benar memperjuangkan dan membela kepentingan publik. Kondisi ini masih belum banyak berubah karena masih terdapat dominasi pemerintah dalam campur tangan

terhadap keberadaan siaran, sehingga tidak berpihak pada kebutuhan masyarakat dan masih jadi sarana kekuasaan bagi pemerintah. Perubahan status terjadi kembali terhitung tanggal 15 April 2003, mengubah status badan hukum TVRI menjadi Perseroan Terbatas (PT) yakni kinerja TVRI diarahkan mencari laba sehingga kebijakan operasional institusi bersifat komersial dalam siaran. Kondisi yang berdampak pada orientasi siaran yang bernilai komersil dan cenderung terus mengarah pada ideologi kapitalisme.

Pasca reformasi, dengan diposisikan TVRI sebagai Lembaga Penyiaran Publik (LPP) melalui amanah Undang-Undang No. 32 tahun 2002 tentang Penyiaran, TVRI berfungsi melayani kepentingan masyarakat, menjadi media diskursus publik yang demokratis, aktif mempengaruhi proses pembuatan kebijakan publik serta bebas dari intervensi politik kekuasaan dan dominasi kapitalisme. Adanya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No.13 Tahun 2005 menetapkan bahwa tugas TVRI adalah memberikan pelayanan informasi, pendidikan dan hiburan yang sehat, control dan perekat sosial, serta melestarikan budaya bangsa untuk kepentingan seluruh lapisan masyarakat melalui penyelenggara penyiaran televisi yang menjangkau seluruh wilayah Negara Kekuasaan Republik Indonesia (NKRI) dengan keutamaan nilai dasar :netral, independen dan tidak komersial.

Kondisi ideal TVRI sebagaimana dijamin produk hukumnya ternyata tidak sejalan dengan tujuan yang hendak dicapai. Walau kini TVRI berupaya untuk memenuhi dan mengutamakan kepentingan publik, ternyata tujuan tersebut belum dapat tercapai salah satunya dikarenakan kondisi TVRI sedang mengalami

persoalan antar struktur lembaga, yang berdampak pada persoalan anggaran dan pada akhirnya berpengaruh pada kinerja TVRI berupa kualitas siaran yang tidak sesuai dengan harapan. Secara luas, persoalan yang kini dihadapi TVRI menyangkut persoalan internal dan eksternal yang dapat mengganggu dan berdampak pada keberlangsungan kinerja TVRI. Persoalan diatas berdampak pada kurang diminati TVRI sebagai salah satu media siaran yang menjadi rujukan bagi masyarakat.

Masyarakat Indonesia yang membutuhkan berbagai informasi dan hiburan. Televisi Republik Indonesia (TVRI) salah satu media yang selama ini digunakan untuk memperoleh informasi yang actual dan factual dan hiburan yang sesuai dengan kebutuhan. Seiring dengan perkembangan teknologi dan bermunculan stasiun televisi swasta masyarakat perlahan-lahan meninggalkan TVRI sebagai sumber informasi dan hiburan. Berbagai alasan dikemukakan oleh masyarakat seperti program acara yang monoton, gambar yang tidak jelas, siaran berita yang tidak *up to date*, karena sering melakukan siaran ulang yang sudah ditayangkan di televisi swasta lain dan samapai saat ini masyarakat juga menilai TVRI adalah stasiun televisi yang jadul dan ketinggalan jaman, yang tidak mempunyai alat alat teknologi yang modern yang tidak bisa bersaing dengan stasiun televisi swasta lainnya.

Salah satu masyarakat yang berhasil penulis wawancara mengenai alasan jarang menonton TVRI sebagai berikut :

*“Kami, saya sendiri nich jarang nonton TVRI, alasan kenapa, ya karena TVRI saat ini sudah sangat ketinggalan sekali dengan stasiun TV lain, televisi swasta. Habis gimana ya kalau misalnya saya mau nonton berita, yang baru-baru ini saya, misalnya masalah Pemilu, kalau di TV swasta*

*jelas waktunya misalnya oh jam 11.00 misalnya atau di malam hari, TV swasta pasti banyak beritanya. Jadi dalam seminggu belum tentu saya nonton TVRI.<sup>1</sup>*

Hal yang senada juga disampaikan oleh Ibu Etty dalam hal menonton TVRI sebagai berikut :

*TVRI, itu televisi saya saat masih kecil. Jaman dulu sekitar tahun 80 an belum banyak yah stasiun televisi, bahkan belum ada, nah untuk mencari informasi dan hiburan ya di TVRI. Karena waktu itu acara TVRI bagus-bagus. Tiap minggu saya pasti nongkrongin TVRI untuk nonton lagu-lagu anak. Tapi sekarang udah jarang karena TVRI gimana yah, beritanya suka ketinggalan dibanding televisi swasta. Ya gitulah anda tahu sendiri kan.<sup>2</sup>*

Beberapa hasil wawancara di atas jelas masyarakat sudah jarang menonton TVRI. Kurangnya minat masyarakat menonton TVRI maka visi dan misi TVRI sebagai sumber informasi yang edukatif dan netral tidak dapat diwujudkan. Menjadi tugas TVRI untuk dapat mengembangkan TVRI sebagai stasiun televisi yang dapat menjadi pilihan masyarakat.

Penelitian ini didesain sebagai penelitian studi kasus, sehingga data-data primer diperoleh dari wawancara dengan informan yang kredibel yaitu Humas Lembaga Penyiaran Publik TVRI dan beberapa karyawan yang terlibat dalam kegiatan kegiatan Humas. Selain wawancara penulis juga memanfaatkan buku yang relevan dengan permasalahan penelitian, media sosial dan data-data lain yang diperoleh dari TVRI.

<sup>1</sup> Hasil wawancara dengan Bapak Aan, 30 April 2019.

<sup>2</sup> Hasil wawancara dengan Ibu Etty, 30 April 2019.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah tersebut maka penulis tertarik untuk mengadakan penelitian dengan judul Peran Humas Lembaga Penyiaran Publik TVRI dalam Meningkatkan Citra TVRI

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan pertanyaan penelitian adalah:

1. Apa saja peran Humas Lembaga Penyiaran Publik TVRI dalam meningkatkan citra TVRI?
2. Kegiatan-kegiatan apa saja yang telah dilakukan Humas Lembaga Penyiaran Publik TVRI dalam meningkatkan citra TVRI?
3. Apa saja tantangan dan kendala yang dihadapi oleh Humas Lembaga Penyiaran Publik TVRI dalam meningkatkan citra TVRI?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pertanyaan penelitian di atas maka tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Mengetahui peran Humas Lembaga Penyiaran Publik TVRI dalam meningkatkan citra TVRI.
2. Mengetahui kegiatan-kegiatan yang telah dilakukan Humas Lembaga Penyiaran Publik TVRI dalam meningkatkan citra TVRI.
3. Mengetahui tantangan dan kendala yang dihadapi oleh Humas Lembaga Penyiaran Publik TVRI dalam meningkatkan citra TVRI.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini secara umum dapat diharapkan dapat memberikan sumbangan pada pengembangan ilmu komunikasi khususnya bidang Humas Pemerintah.

#### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Kegunaan praktis yang dimaksudkan adalah berkaitan dengan peran Humas yang dapat diaplikasikan kedalam suatu lembaga pemerintah. Penelitian ini juga dapat menjadi masukan bagi Humas untuk terus meningkatkan kegiatannya meningkatkan citra di masyarakat.

