

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Di era Globalisasi ini semua bidang mengalami kemajuan yang sangat signifikan seperti halnya di bidang Infrastruktur yang saat ini bisa dilihat kemajuannya seperti di bidang Jalan Tol yang menjadi salah satu dari beberapa aspek yang dapat menunjang kehidupan kita sehari-hari seperti pada aspek perekonomian yang dinilai sangat membantu proses perpindahan dari satu kota ke kota lainnya dalam pendistribusian barang ataupun jasa transportasi.

Dengan adanya Jalan Tol Masyarakat bisa menghemat waktu tempuh yg biasanya dilalui dalam satu hari sekarang hanya dalam hitungan jam saja. Adanya Tol Trans Jawa juga menjadi salah satu bentuk kemajuan infrastruktur yang dapat meningkatkan roda perekonomian khususnya di daerah-daerah yang dulunya jarang dilewati atau pun jauh dari jalur utama Provinsi. Salah satu ruas Tol Trans Jawa yang diresmikan oleh Presiden Republik Indonesia Bapak Joko Widodo adalah Ruas Tol Jombang-Mojokerto pada Tanggal 20-12-2018 Tepatnya pada hari Kamis pagi di Gerbang Tol Bandar KM 671+500 Mojokerto, Jawa Timur. Data didapat dari [astratoljomo.co.id](http://astratoljomo.co.id).

Jalan Tol Trans Jawa dinilai sangat efektif karena bisa memangkas jarak tempuh yang sebelumnya bisa ditempuh selama seharian penuh bahkan sampai 2 hari sekarang hanya butuh waktu 9 Jam 55 Menit jika dilihat di *Google Maps*. Sepanjang jalan Tol Trans Jawa tidak hanya satu Perusahaan saja yang mengelolanya ada beberapa Perusahaan yang mengelola ruas Tol tersebut salah

satunya PT. Marga Harjaya Infrastruktur yang mengelola ruas Tol dari Kota Jombang hingga Kota Mojokerto sejauh 40,5 KM. Data didapat dari [astratoljomo.co.id](http://astratoljomo.co.id).

PT. Marga Harjaya Infrastruktur (MHI) mengemban tugas yang sangat penting yaitu menjalankan dan mengelola ruas Tol tersebut mulai dari perawatan Jalan hingga *Rest Area* yang berada pada ruas tol tersebut. Oleh sebab itu banyak sekali interaksi yang berjalan baik itu dengan masyarakat sekitar atau dengan pengguna jalan yang sedang melalui atau sekedar beristirahat melepas lelah di *Rest Area* yang disediakan.

Pada era modern saat ini seni berkomunikasi merupakan hal wajib yang harus dimiliki oleh sebuah perusahaan dimana peran tersebut dijalankan oleh seorang *Public Relations* guna membangun relasi yang baik, menghindari kesalahpahaman dan sekaligus membangun citra baik suatu perusahaan atau lembaga. Setiap perusahaan pasti menginginkan perusahaan tersebut dikenal khalayak dengan citra yang positif sebab sebuah citra dapat meningkatkan rasa penasaran masyarakat otomatis masyarakat akan mencari tahu tentang hal tersebut. Citra perusahaan merupakan kesan dari berbagai kegiatan perusahaan di mata publiknya berdasarkan pengetahuan, tanggapan, serta pengalaman-pengalaman yang telah diterimanya. Citra positif dapat terbentuk bila publik mempunyai persepsi yang positif terhadap perusahaan. Suatu perusahaan yang memberikan contoh kegiatan-kegiatan positif bagi masyarakat juga dapat meningkatkan citra baik perusahaan tersebut (Mardiana et al., 2018).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Citra merupakan sebuah gambaran yang dimiliki orang banyak untuk mengenal pribadi, perusahaan, organisasi atau produk. Citra juga merupakan sebuah kesan dari seseorang yang muncul karena adanya pemahaman akan suatu kenyataan, begitu juga jika mendapat informasi yang kurang lengkap akan menimbulkan citra yang tidak

sempurna. Reputasi dan prestasi atau tujuan utama sebuah perusahaan ada di citra tersebut yang akan di jalankan oleh seorang *Public Relations*. Citra dapat dikatakan abstrak dikarenakan bentuknya tidak dapat diukur secara sistematis namun hasilnya dapat dirasakan melalui penelitian baik dan buruk dari masyarakat itu sendiri.

Menurut Soleh dalam buku *Public Technique* menyatakan bahwa citra diartikan sebagai kesan seseorang ataupun individu mengenai suatu pengetahuan dan juga pengalaman. Citra Perusahaan merupakan hal penting yang harus dijaga oleh sebuah perusahaan besar maka dari itu diperlukan strategi dan pendekatan yang harus dilakukan sesuai dengan kebutuhannya agar bisa mencapai tujuan utama dari Perusahaan. Di bidang ini peran *Public Relations* sangatlah penting sebab menyangkut kehidupan sosial dan juga melakukan hubungan dengan masyarakat. Fungsi *Public Relations* adalah sebagai berikut :

1. Menganalisis opini dan sikap public terkait isu yang memengaruhi rencana organisasi.
2. Memberikan saran kepada manajemen berkaitan dengan pengambilan keputusan hingga mengukur tanggung jawab sosial organisasi.
3. Melakukan riset, mengawasi melaksanakan evaluasi secara rutin. Kegiatan ini meliputi program marketing, financial dan menjaga komunikasi berbagai pihak.
4. Turun secara aktif dalam implementasi program kerja organisasi untuk mengubah kebijakan publik.
5. Ikut serta menyumbangkan nasihat terkait rekrutmen dan pelatihan staff. Praktisi PR juga berfungsi mengelola sumber daya.
6. Turut Mendefinisikan dan mengimplementasikan kebijakan menggunakan keahlian komunikasi (Khairunnisa et al., 2016).

Disini bisa dilihat pentingnya peran seorang *Public Relations* dalam mengemban tugas sebagai garda terdepan dalam menjaga keharmonisan antara perusahaan dengan pengguna jalan atau dengan Masyarakat sekitar. Tidak hanya itu *Public Relations* juga harus bisa membuat Citra sebuah Perusahaan baik di mata Masyarakat dan juga meningkatkan Citra tersebut dengan program-program atau dengan cara bersosialisasi dengan Masyarakat sekitar dengan ikut berpartisipasi di berbagai kegiatan Masyarakat seperti membantu jika ada Bencana Alam, Memberi bantuan Sapi untuk Qurban saat Idul Adha, dan juga program untuk Melawan Wabah Covid-19. Data didapat dari [astratoljomo.co.id](http://astratoljomo.co.id).

Hambatan yang terjadi pada public relations PT Marga Harjaya Infrastruktur sendiri adalah disaat memulai pembebasan lahan untuk pembangunan Tol dari ruas Jombang-Mojokerto, sebab beberapa masyarakat terjadi pro dan kontra dari program ini dikarenakan menurut mereka tol tersebut akan merugikan mereka dikemudian hari. Nyatanya program ini memang dilakukan dengan tujuan untuk mempercepat perdagangan dari kota kecil ke kota-kota besar di pulau jawa. Permasalahan pun bermunculan disaat program akan dijalankan yaitu penolakan pembebasan lahan dari masyarakat sekitar sebab masyarakat mengira bahwa mereka yang akan dirugikan padahal dengan adanya Tol ini akan menguntungkan para pedagang khususnya petani di daerah sekitar ruas Tol dalam menjual hasil panen tersebut ke kota-kota besar yang hasilnya jauh lebih besar dibanding di jual sendiri di kota tersebut.

Dilihat dari tugas yang diemban *Public Relations* membuat keberadaannya sangat penting dalam proses komunikasi. *Public Relations* sendiri bisa disebut sebagai seni berkomunikasi dengan khalayak umum untuk menjaga dan juga membangun relasi baik, serta menghindari adanya kesalah pahaman dengan khalayak umum dan juga untuk membangun sebuah Citra yang baik bagi perusahaan tersebut.

## **1.2 Permasalahan**

Dari latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, peneliti melihat bagaimana Strategi Komunikasi yang dilakukan Public Relations PT Marga Harjaya Infrastruktur untuk menjaga citra perusahaan, yang setiap harinya selalu ramai dilalui masyarakat.

## **1.3 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan diatas, maka yang menjadi pokok masalah dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana Strategi Komunikasi Public Relations dalam menjaga Citra Perusahaan?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pelaksanaan strategi *Public Relations* PT Marga Harjaya Infrastruktur dalam menjaga citra perusahaan.
2. Untuk mengetahui usaha apa saja yang telah dilakukan PT Marga Harjaya Infrastruktur dalam menjaga citra perusahaan.

## **1.5 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya penelitian strategi public relations dalam menjaga citra perusahaan.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam meningkatkan mutu pelayanan untuk pengguna Jalan Tol atau pun Masyarakat sekitar agar citra perusahaan tetap terjaga dengan baik.

## **1.6 Sistematika Penelitian**

Penyusunan dalam skripsi ini terdiri dari lima bab penyusunan yakni sebagai berikut :

### **BAB I PENDAHULUAN**

Berisi kerangka umum penulisan skripsi, yaitu :

Latar Belakang Penelitian, Permasalahan, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penelitian.

### **BAB II KAJIAN PUSTAKA**

Kajian pustaka ini berisi tentang :

Teori/konsep, Penelitian Terdahulu, Fokus Penelitian, Tujuan dan Manfaat Penelitian, dan Kerangka Pemikiran.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Berisikan tentang Tipe Penelitian, Peran Peneliti, Lokasi Peneliti, Sumber Data dan Tehnik Pengumpulan Data, Teknik Analisis Data dan Keabsahan Data.

### **BAB IV PENYAJIAN DATA dan HASIL PENELITIAN**

Menjelaskan secara singkat tentang PT Marga Harjaya Infrastruktur, menjelaskan temuan data dari hasil wawancara, observasi langsung, dan dokumentasi yang akan dikembangkan lebih jauh dengan cara menyajikan temuan data tersebut yang akan diolah dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif.

### **BAB V PENUTUP**

Penutup ini berisikan tentang kesimpulan peneliti dan rekomendasi tentang PT Marga Harjaya Infrastruktur Jombang.