

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Reputasi adalah cerminan dari pandangan, opini, dan persepsi orang atau kelompok terhadap seseorang, sebuah perusahaan, atau entitas lainnya. Sebagai cerminan kredibilitas dan karakter, reputasi membentuk dasar bagi bagaimana seseorang atau sesuatu dihargai dan dipercayai dalam berbagai lingkungan, baik itu personal, profesional, maupun sosial. Keberadaan reputasi yang baik dapat membawa peluang yang lebih besar, kerjasama yang sukses, dan kepercayaan yang mendalam, sementara reputasi yang buruk dapat memicu dampak negatif, seperti kehilangan kesempatan dan kepercayaan. Oleh karena itu, memahami pentingnya menjaga dan membangun reputasi menjadi krusial dalam menjalani kehidupan dan berinteraksi dalam masyarakat. Reputasi memiliki peran penting dalam berbagai konteks, seperti dalam dunia bisnis, politik, dan sosial. Reputasi yang baik dapat membantu membangun kepercayaan, meningkatkan citra, dan mendukung pertumbuhan dan kesuksesan. Sebaliknya, reputasi yang buruk dapat merusak hubungan, mengurangi kepercayaan, dan berdampak negatif pada citra dan kinerja.

Reputasi bagi perusahaan merupakan suatu hal yang perlu diperhatikan. Perusahaan bereputasi baik artinya perusahaan memiliki sumber daya langka dan berharga, serta merupakan sumber keunggulan daya saing untuk mendapatkan *above average return* (Barney, 1991). Ruang lingkup reputasi perusahaan sangat luas dan secara potensial dapat menjadi keunggulan bersaing. Reputasi

perusahaan diperoleh dengan mengintegrasikan beberapa pertimbangan (*blendsconsiderations*) antara keuangan, manajemen, periklanan (*advertising*), dan hubungan masyarakat (*publicrelations*) (Maden et al., 2012).

Bill Canton (2007), mengatakan bahwa reputasi adalah kesan, perasaan, gambaran dari publik terhadap perusahaan; kesan yang dengan sengaja diciptakan dari suatu objek, orang atau organisasi. Menurut Philip Henslowe (2000), reputasi adalah kesan yang diperoleh dari tingkat pengetahuan dan pengertian terhadap fakta (tentang orang-orang, produk atau situasi). Kemudian Rhenald Kasali (2003), juga mendefinisikan reputasi sebagai kesan yang timbul karena pemahaman akan suatu kenyataan. Pemahaman itu sendiri timbul karena adanya informasi.

Reputasi positif memiliki peran sentral dalam kesuksesan jangka panjang suatu perusahaan. Citra yang baik di mata masyarakat, pelanggan, investor, dan pemangku kepentingan lainnya menjadi landasan bagi pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis. Reputasi yang positif menciptakan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sehingga dapat membantu perusahaan mempertahankan pangsa pasar dan meraih keunggulan kompetitif. Selain itu, reputasi yang baik juga berkontribusi pada daya tarik bagi calon karyawan, memungkinkan perusahaan untuk menarik dan mempertahankan bakat terbaik. Reputasi positif juga memiliki dampak langsung pada hubungan perusahaan dengan pemerintah, regulator, dan lembaga-lembaga terkait, yang dapat membentuk lingkungan regulasi yang lebih kondusif.

Hubungan Masyarakat (Humas) adalah disiplin komunikasi strategis yang bertujuan untuk membangun, memelihara, dan mengelola hubungan positif antara suatu organisasi atau perusahaan dengan berbagai pemangku kepentingan internal dan eksternal. Humas melibatkan perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi program komunikasi yang bertujuan untuk menyampaikan pesan-pesan yang kohesif, transparan, dan akurat kepada publik, media massa, investor, karyawan, pelanggan, pemerintah, dan masyarakat umum.

Pentingnya humas bagi perusahaan sangatlah signifikan. Humas membantu perusahaan dalam membangun reputasi yang kuat dan positif di mata berbagai pihak yang berinteraksi dengan perusahaan. Ini memiliki efek domino pada sejumlah aspek penting. Pertama, humas dapat membantu menciptakan kepercayaan dan loyalitas di antara pelanggan dan pemangku kepentingan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pangsa pasar dan hasil keuangan perusahaan. Kedua, humas memainkan peran dalam mengelola isu-isu yang kompleks atau kontroversial dengan cara yang proaktif, mengurangi potensi dampak negatif pada citra perusahaan. Ketiga, humas memiliki peran dalam menjaga hubungan yang baik dengan media massa, yang dapat membantu perusahaan mendapatkan liputan positif dan akurat, serta memberikan platform untuk menyampaikan pesan-pesan penting. Keempat, humas membantu perusahaan dalam menjaga komunikasi internal yang kuat, memastikan karyawan memiliki pemahaman yang baik tentang nilai-nilai perusahaan dan tujuan strategisnya. Kelima, dalam era digital, humas juga membantu perusahaan mengelola presensi online mereka, menjaga reputasi di platform media sosial, dan merespons dengan cepat perubahan persepsi yang

dapat terjadi secara online. Secara keseluruhan, humas memiliki peran yang esensial dalam membentuk persepsi, citra, dan reputasi perusahaan di mata berbagai pemangku kepentingan. Dengan merancang dan melaksanakan strategi komunikasi yang efektif, humas membantu perusahaan mencapai tujuan bisnisnya sambil menjaga hubungan yang positif dengan berbagai pihak yang berperan dalam kesuksesannya.

Peran fungsi humas dalam konteks perusahaan sangatlah penting untuk membangun dan memelihara reputasi positif yang kuat di mata masyarakat. Humas bertindak sebagai jembatan antara perusahaan dan berbagai pemangku kepentingan, termasuk pelanggan, investor, dan masyarakat umum. Melalui komunikasi yang terencana dan efektif, humas dapat membantu perusahaan mengartikulasikan nilai-nilai inti, pencapaian, serta komitmen sosial perusahaan kepada berbagai pihak. Humas juga memiliki peran kunci dalam mengelola krisis dan isu-isu sensitif, dengan merancang strategi komunikasi yang transparan dan kohesif untuk mengatasi tantangan tersebut.

PT. Semen Baturaja Tbk sebagai perusahaan BUMN yang bergerak di bidang industri semen yang beroperasi di Indonesia. PT. Semen Baturaja Tbk memiliki tiga site pabrik yang berlokasi di tiga wilayah berbeda-beda. Site pertama yang merupakan kantor pusat yang terletak di kota Palembang, site kedua terletak di kota Baturaja yang merupakan site pabrik produksi semen utama, dan site ketiga yang berada di kota Panjang, Bandar Lampung. Adapun tempat penelitian yang akan dilakukan pada penelitian kali ini yaitu bertempat di site Baturaja yang merupakan pabrik produksi utama dari ketiga site. Lokasi pabrik

yang terletak di kota Baturaja ini berdekatan dengan pemukiman padat penduduk, sehingga masyarakat sekitar dapat melihat bagaimana pabrik PT. Semen Baturaja Tbk ini beroperasi pada setiap harinya.

Dengan demikian, beberapa tanggapan dari masyarakat terhadap PT. Semen Baturaja Tbk berbeda-beda dan bervariasi seiring waktu dan situasi. Sebagian besar masyarakat mungkin mengapresiasi peran perusahaan tersebut dalam mendukung pembangunan infrastruktur dan sektor konstruksi di kota baturaja, penyediaan bahan bangunan seperti semen penting dalam memajukan proyek pembangunan dan ekonomi daerah baturaja.

PT. Semen Baturaja Tbk memiliki reputasi yang positif di masyarakat seperti Kontribusi terhadap pembangunan infrastruktur PT. Semen Baturaja Tbk telah aktif berpartisipasi dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia. Melalui pemasokan semen berkualitas, mereka telah membantu mendorong pembangunan jalan, jembatan, gedung, dan proyek-proyek penting lainnya yang berdampak langsung pada kesejahteraan masyarakat. Kualitas produk yang baik PT. Semen Baturaja Tbk telah dikenal selama puluhan tahun sebagai produsen semen berkualitas tinggi. Produk mereka telah terbukti tahan lama, memiliki kekuatan tekan yang baik, dan dapat digunakan dalam berbagai proyek konstruksi. Kualitas produk yang konsisten membuat PT. Semen Baturaja Tbk menjadi pilihan utama di industri konstruksi. Keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan PT. Semen Baturaja Tbk juga dikenal karena komitmennya terhadap keberlanjutan dan tanggung jawab sosial perusahaan. Mereka berupaya mengelola dampak lingkungan dengan mengadopsi praktik-produksi ramah lingkungan.

Dengan demikian, kontribusi humas yang baik dan program CSR yang signifikan dapat memberikan dampak positif secara langsung, sehingga masyarakat merespons dan melihat upaya PT. Semen Baturaja Tbk dalam berkontribusi yang besar pada masyarakat sekitar. Upaya untuk menjaga komunikasi terbuka, menjalankan program tanggung jawab sosial yang bermanfaat, serta mengelola dampak lingkungan secara penuh bertanggung jawab akan menjadi faktor kunci dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan ini.

Selain itu, mereka juga terlibat aktif dalam berbagai program sosial yang meningkatkan kualitas hidup masyarakat sekitar. Penciptaan lapangan kerja PT. Semen Baturaja Tbk telah menjadi salah satu penggerak utama dalam menciptakan lapangan kerja di daerah-daerah operasional mereka salah satunya di kota Baturaja. Dengan membuka peluang kerja bagi masyarakat, mereka telah memberikan kontribusi positif terhadap pemenuhan kebutuhan ekonomi dan peningkatan tingkat pendapatan masyarakat. Transparansi dan integritas perusahaan PT. Semen Baturaja Tbk telah menjunjung tinggi prinsip transparansi dan integritas dalam setiap aspek operasional perusahaan. Melalui laporan keuangan yang jelas dan proses manajemen yang terbuka, mereka telah membangun kepercayaan di antara stakeholder, termasuk masyarakat.

Kemudian reputasi positif PT. Semen Baturaja Tbk juga dipengaruhi oleh upaya divisi humas dalam mengomunikasikan informasi tentang kegiatan operasional dan tanggung jawab sosial perusahaan. Melalui upaya humas yang transparan dan efektif, perusahaan dapat membangun citra positif dengan

menjelaskan langkah-langkah yang diambil untuk mengatasi dampak lingkungan dan sosial dari kegiatan produksinya. Komunikasi terbuka ini dapat membantu mengurangi kekhawatiran masyarakat dan mengajak mereka untuk memahami tantangan yang dihadapi perusahaan.

Dengan reputasi yang positif ini, PT. Semen Baturaja Tbk dianggap sebagai perusahaan yang dapat diandalkan dan bertanggung jawab dalam menjalankan bisnisnya serta memberikan kontribusi positif bagi masyarakat. Dengan demikian, kontribusi humas yang baik dan program CSR yang signifikan dapat memberikan dampak positif secara langsung, sehingga masyarakat merespons dan melihat upaya PT. Semen Baturaja Tbk dalam berkontribusi yang besar pada masyarakat sekitar. Upaya untuk menjaga komunikasi terbuka, menjalankan program tanggung jawab sosial yang bermanfaat, serta mengelola dampak lingkungan secara penuh bertanggung jawab akan menjadi faktor kunci dalam membentuk persepsi positif masyarakat terhadap perusahaan ini. Namun, ada juga kemungkinan adanya tanggapan negatif dari masyarakat terkait dampak kegiatan produksi semen yang dilakukan oleh PT. Semen Baturaja Tbk.

Dalam mengatasi berbagai permasalahan di atas, divisi humas PT Semen Baturaja Tbk harus berperan sebagai jembatan komunikasi antara perusahaan dan publik. Sebagai seorang humas yang profesional harus mampu merumuskan pesan yang sesuai, mengelola krisis dengan bijaksana, memastikan bahwa informasi yang disampaikan akurat, serta menjaga citra perusahaan dalam jangka panjang melalui strategi komunikasi yang efektif. Di dalam dunia bisnis, humas memiliki peran strategis dalam menjaga citra positif perusahaan dan membangun

hubungan yang baik dengan para pemangku kepentingan. Melalui kegiatan humas PT. Semen Baturaja Tbk dapat mengelola informasi yang disampaikan kepada publik, mengatasi potensi krisis yang mungkin timbul, merancang program-program tanggung jawab sosial perusahaan, serta menjaga dialog terbuka dengan pelanggan dan masyarakat luas. Dengan demikian, peran humas sangat penting dalam mendukung operasional dan reputasi perusahaan PT. Semen Baturaja Tbk di tengah dinamika bisnis dan lingkungan sosial yang terus berubah.

### **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi humas PT. Semen Baturaja Tbk dalam membangun reputasi positif perusahaan?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang diharapkan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan humas PT. Semen Baturaja Tbk dalam membangun reputasi positif perusahaan pada masyarakat.

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Sehubungan tujuan penelitian diatas, maka hasil penelitian dapat memberikan manfaat sebagai berikut :



#### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan menambah bahan kajian untuk jurusan ilmu komunikasi serta menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya dalam bidang ilmu komunikasi yang ingin meneliti lebih lanjut terkait strategi komunikasi humas.

#### **1.4.2. Manfaat Praktis**

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi bermanfaat dalam memberikan masukan-masukan yang positif dari berbagai pihak serta menjadikan bahan untuk meningkatkan kualitas kerja bagi humas PT. Semen Baturaja Tbk.