

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Keberadaan *public relations* dalam suatu organisasi atau perusahaan adalah sebuah indikasi bahwa *public relations* memiliki peran penting dalam perputaran system dan manajemen yang ada dalam perusahaan atau organisasi. *Public Relations* pada praktiknya memiliki keterkaitan dengan ilmu komunikasi karena keduanya merupakan suatu kesatuan yang utuh dan mata rantai yang menunjang kegiatan *public relations*. Karena *public relations* merupakan metode ilmu komunikasi sebagai salah satu kegiatan yang mempunyai kaitan kepentingan dengan suatu organisasi. Dari hal tersebut *public relations* merupakan bagian penting dalam perusahaan. Tak terkecuali dalam perusahaan PT. Feng Tay.

PT. Feng Tay adalah sebuah perusahaan manufaktur yang memproduksi sepatu olah raga. IW adalah bagian dari Feng Tay Group dengan induk perusahaannya yang berada di Taiwan. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1993 di Banjaran, Pameungpeuk, Kabupaten Bandung. Kerjasama yang dilakukan oleh Nike corporation dengan PPM Manajemen sebenarnya sudah berlangsung sejak tahun 2007 dengan survei bersama tentang kepuasan karyawan mitra pabrik. Pada tahun 2018 mereka mengajukan permintaan yang sama kepada PPM Manajemen dengan skala yang lebih besar. Dalam perusahaan ini juga terdapat beberapa divisi bagian yang menunjang kinerja perusahaan tersebut. Antara lain; Public Relation, Event and Production, Print and Design.

Perkembangan dunia industri yang pesat dan persaingan yang ketat, para pelaku bisnis telah menggunakan berbagai strategi untuk mempertahankan dan mengembangkan keunggulan kompetitif mereka. Semakin banyaknya pelaku niaga yang masuk ke sektor industri ini menandakan bahwa industri alakkaki merupakan salah satu industri yang mengalami persaingan yang semakin ketat. Banyak produsen barang dan jasa dari satu negara bersaing dengan produsen dari negara

lain untuk menarik konsumen dalam perdagangan nasional dan internasional. Begitu juga dengan sektor industri alas kaki di Indonesia.

Produksi menjadi fokus pengembangan perusahaan PT Fengtay Indonesia. Mereka belum memiliki departemen hubungan investor yang terpisah karena sumber daya mereka yang minim. Oleh karena itu, tujuan peneliti dalam penelitian ini adalah untuk menganalisis tugas dan tanggung jawab investor hubungan investor dan layanan yang ditawarkan oleh outsourcing hubungan investor ketika perusahaan mempekerjakan mereka.

Dalam memulai badan usaha, seorang pengusaha harus memiliki (SDM) dan sumber daya modal. Modal usaha merupakan hal terpenting sebelum terjun ke dunia persaingan bisnis. Karena diyakini tanpa keuangan, tidak mungkin bersaing dengan kompetitor yang lebih dulu meluncurkan perusahaan atau bisnisnya. Sebelum mencari pendanaan baru, sebuah bisnis harus meningkatkan posisinya di mata investor potensial dengan membangun reputasi dan merek yang positif. Kepercayaan calon investor dan investor jangka panjang terhadap suatu perusahaan akan meningkat jika memiliki track record yang solid. Untuk mendapatkan investasi atau meningkatkan kekuatan modal suatu perusahaan, dibutuhkan seseorang yang memiliki kemampuan khusus untuk menarik investor.

Bagi perusahaan publik dan perusahaan yang akan go public, tugas unit kegiatan Hubungan Investor sangat dibutuhkan. Untuk menjalin hubungan yang positif dengan pemangku kepentingan, khususnya pemegang saham dan investor, Unit Hubungan Investor yang merupakan bagian dari inisiatif PR dinilai sangat penting. Untuk membangun kepercayaan antara investor dan perusahaan, seorang humas harus dapat memahami dan menggunakan hubungan investor secara efektif.

Permasalahan terkait citra perusahaan di mata masyarakat dan investor saat ini sedang dialami oleh PT. Fengtay Indonesia dimana sebuah perusahaan produksi sepatu ini pada akhir kuartal pertama tahun 2020 mencatat rugi bersih sehingga citra baik perusahaan yang sudah ada sebelumnya menjadi kurang baik di kalangan investor. Salah satu upaya untuk menarik simpati investor dan membentuk citra positif perusahaan adalah dengan meningkatkan citra perusahaan yang terjalin dengan investor dan meningkatkan nilai penjualan perusahaan.

Menurut National Investor Relations Institute (NIRI) dalam Morrisan (2017) definisi Hubungan Investor adalah “Untuk memberikan gambaran lengkap kepada investor dan calon investor tentang kinerja perusahaan dan kemungkinan masa depan, perusahaan terlibat dalam kegiatan pemasaran yang mengintegrasikan komunikasi dan disiplin pemasaran.”

Dengan demikian citra merupakan salah satu aset terpenting dari perusahaan atau organisasi yang selayaknya terus menerus dibangun dan dipelihara. Citra yang baik merupakan perangkat kuat bukan hanya untuk menarik konsumen dalam memilih produk atau perusahaan, melainkan juga dapat memperbaiki sikap dan kepuasan pelanggan terhadap perusahaan.

Citra merupakan aset berharga yang harus dijaga bagi setiap organisasi atau bisnis. Bukan hanya karena perusahaan ingin menghindari opini buruk yang mungkin datang dari perusahaan, tetapi juga karena penting bagi manajemen untuk mengetahui cara menciptakan citra perusahaan yang baik. Perusahaan harus selalu ingat bahwa masyarakat perlu mendukung mereka.

Untuk menjaga citra perusahaan diperlukan strategi dan pendekatan yang sesuai dengan kebutuhan perusahaan dan dapat menembus tujuan utama perusahaan, yaitu tetap eksis dalam melakukan bisnis di tengah persaingan. Salah satu bidang komunikasi yang menyangkut kehidupan sosial adalah public relation atau hubungan masyarakat(humas). Humas atau public relation merupakan suatu lembaga yang bertugas menjalin dan menjaga hubungan baik dengan publik internal, eksternal, dan stakeholder perusahaan. Kegiatan public relation memegang peranan yang sangat penting dalam menjaga citra sebuah perusahaan. Adapun fungsi public relation adalah membangun hubungan baik antara pihak manajemen interperusahaan dan juga dengan pihak pelanggan atau customer, sehingga tercipta pemahaman dan pengertian yang baik, dengan sasaran agar dapat menumbuhkan citra yang baik terhadap perusahaan itu sendiri.

Peran dan fungsi Public relations memegang peranan penting menjaga citra dan kemajuan perusahaan. (Liliweri,2018). Oleh sebab itu, fungsi dan tugas public relations selain menjaga citra perusahaan tidak kalah pentingnya adalah menjaga komunikasi baik secara internal maupun eksternal, dengan mengedepankan moral

dan perilaku komunikasi yang baik. Penilaian yang diberikan masyarakat terhadap sebuah perusahaan maupun departemen pemerintah tidak terwujud secara tiba-tiba. Akan tetapi, terjadi melalui proses panjang. Sebagai contoh sebuah perusahaan yang memberikan pelayanan dan jasa selalu mendapatkan penilaian secara langsung maupun tidak langsung terhadap apa yang sudah dan sedang dilaksanakan.

Beberapa penelitian yang dilakukan oleh Ferguson, et.al (2012) menunjukkan bahwa relevansi krisis dan pasca krisis penelitian komunikasi bagi para praktisi public relations terletak pada fungsinya dalam mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi para pemangku kepentingan sebelum, selama, dan setelah organisasi krisis, serta dalam mengidentifikasi proses dan strategi yang efektif dalam memulihkan reputasi dan citra organisasi.

Fenomena ini mendorong penulis untuk menulis karya ilmiah tentang Public Relations dalam membangun citra baik perusahaan. Dalam hal ini Public Relations perusahaan harus dapat membuat strategi - strategi yang akan ia lakukan untuk tetap mempertahankan citra perusahaan. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Peran Public Relations Dalam Membangun Citra Baik PT. Fengtay Indonesia”.

1.2 Perumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian tugas akhir ini adalah:

1. Bagaimana peran *public relations* dalam membangun citra baik perusahaan PT. Feng Tay Indonesia?
2. Bagaimana upaya humas PT Fengtay Indonesia dalam membangun hubungan baik dengan investor?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui tujuan peran *public relations* dalam membangun citra baik perusahaan PT. Feng Tay Indonesia?

2. Untuk mengetahui upaya kehumasan PT. Fengtay Indonesia dalam membangun hubungan baik dengan investor.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi untuk penelitian selanjutnya pada penelitian yang sama yaitu strategi komunikasi dan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain.
2. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan pertimbangan bagi manajemen PT. Fengtay dalam membangun citra yang baik dengan investor sehingga kesuksesan perusahaan tercapai.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

No.	Tahapan	2022						
		Jun	Jul	Agust	Sept	Okt	Nov	Des
1.	Pengumpulan data sekunder dan penyerahan topik.							
2.	Penyusunan BAB I – BAB III							
3.	Tabel evaluasi pendaftaran							
4.	Pengumpulan data primer dengan melakukan wawancara							
5.	Penyusunan BAB IV & BAB V							
6.	Pendaftaran siding skripsi							
7.	Implementasi siding tesis							