

Hubungan masyarakat : sebuah studi kasus mengenai keterbukaan informasi dikaitkan dengan kegiatan penyebaran informasi di PT Garuda Indonesia

Garmiasih Arzyanti, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=90862&lokasi=lokal>

Abstrak

Era globalisasi yang melanda dunia dewasa ini, telah membawa berbagai pengaruh dan perubahan kepada lingkungan dunia usaha secara global. Dunia usaha tidak saja menjadi semakin kompetitif, namun juga batas-batas antara negara menjadi semakin menipis. Keadaan ini, menimbulkan suatu tanggung jawab baru yang mendorong perusahaan untuk secara konsisten mengadakan hubungan baik dengan pihak-pihak di luar perusahaan. Pada kondisi demikian, informasi dan komunikasi menjadi sangat berperan dalam upayanya menunjukkan goodwill serta menjaga reputasi perusahaan.

Sementara ini, era go public khususnya yang mulai terjadi pada beberapa perusahaan milik negara di Indonesia, kian menempatkan informasi dan komunikasi sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari strategi perusahaan. Dampak terpenting yang dirasakan perusahaan yang telah melakukan go public adalah 'keterbukaan' dan hal ini merupakan suatu konsekuensi yang logis. Dengan adanya rencana perusahaan untuk go public, maka kegiatan pengelolaan dan penyebaran informasi dituntut untuk dapat lebih terencana, terarah dan terkonsep, dengan memperhatikan faktor keragaman, kedalaman, ketepatan, kejujuran dan pembabaran.

Konsekuensi ini pun, akan berlaku bagi PT Garuda Indonesia yang tengah mempersiapkan diri untuk mengikuti Badan Usaha Milik Negara lain yang telah terlebih dahulu melakukan go public. Berdasarkan adanya tuntutan tersebut, masalah keterbukaan informasi menjadi salah satu aspek yang perlu menjadi perhatian utama perusahaan, khususnya unit kerja yang terkait dengan masalah penyebaran informasi dan kegiatan menjaga nama baik perusahaan.

Pertanyaan mendasar yang kemudian muncul adalah apakah seluruh jajaran di dalam organisasi perusahaan telah siap dalam menghadapi tuntutan tersebut. Berdasarkan hal tersebut di atas, bagaimana pemahaman di seluruh jajaran akan pentingnya data & informasi, tersedianya data yang lengkap dari masing-masing unit kerja, kemudahan akses dalam mendapatkan data & informasi di antara sesama unit kerja di dalam perusahaan serta pemahaman akan peran kehumasan dan media massa merupakan masukan yang berharga bagi PT Garuda Indonesia dalam hal persiapan menghadapi keterbukaan informasi, terutama untuk penyusunan program-program komunikasi guna mendapatkan kepercayaan masyarakat dan nama baik perusahaan.