

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

.Perkembangan dunia usaha yang sangat kompetitif ini menuntut adanya strategi yang tepat untuk dapat mempertahankan eksistensinya melalui kemampuan merebut, mempertahankan dan memperluas pasar yang ada. Selain dipengaruhi oleh kemampuan yang disebutkan diatas, sebuah perusahaan maju juga dipengaruhi oleh produk yang berkualitas dan harga yang terjangkau, tetapi juga bagaimana sebuah perusahaan membangun dan membentuk citranya ditengah tengah masyarakat, pasar dan konsumennya.

Citra positif yang melekat pada sebuah perusahaan juga berdampak memudahkan persiapan dan rencana program kerja bagi setiap kegiatan yang akan dilakukan di masa depan. Dukungan dan kepercayaan yang dibangun perusahaan erat kaitannya dengan pembentukan image positif perusahaan, citra perusahaan yang baik akan menimbulkan kepercayaan di mata public hal ini akan sangat menguntungkan bagi perusahaan.

Semakin majunya suatu negara maka secara otomatis banyak peluang untuk memanfaatkan peluang untuk memajukan social ekonominya. Maka hal ini pula tak menutup kemungkinan banyak bermunculan perusahaan – perusahaan besar yang membutuhkan banyak tenaga kerja. Suatu perusahaan besar sudah pasti membutuhkan kehadiran seorang *Public Relations* dimana *Public Relations* itu berperan untuk memperkenalkan barang atau jasa yang perusahaan tersebut miliki, selain itu juga *Public Relations* juga harus dapat menjaga dan mempertahankan citra perusahaan tersebut agar

tetap baik di mata masyarakat luas pada umumnya dan perusahaan juga instansi lain pada khususnya, karena *Public Relations* disini sekaligus sebagai icon perusahaan.

Sebagian besar perusahaan tertarik untuk bekerja sama perusahaan tertentu dilihat dari bagaimana seorang *Public Relations* membawa dirinya mewakili perusahaan dimana ia bekerja. Maka dari itu *Public Relations officer* harus belajar untuk membawa dirinya juga tehnik berbicara yang baik, karena hal itu sangat mempengaruhi kemajuan perusahaan.

Peran *Public Relations* sebagai penengah, informan dan fasilitator guna menjembatani komunikasi antar perusahaan dengan public, baik public eksternal maupun public internal. Hubungan yang baik akan memberikan opini yang positif dan opini yang positif akan memberikan citra yang positif juga bagi perusahaan. Agar hal tu tercapai, *PR* harus dapat membina hubungan yang baik dengan publicnya karena bagaimanapun dalam menjalankan tugasnya *PR* memerlukan dukungan dari masyarakat (*Djafar Assegaff, 1980 : 19*). Untuk membangun citra positif, *PR* berfungsi untuk menjaga reputasi perusahaannya dengan menjaga kepercayaan masyarakat.

Di Intro Lounge & Resto peran seorang *Public Relations* adalah menjadi penengah dan pelurus bahkan pensosialisasi informasi tentang status dan keberadaan Intro sepenuhnya selain itu juga *Public Relations* di Intro Lounge & Resto juga sebagai Marketing, marketing disini lebih pada mencari mitra serta sponsor untuk event – event yang Intro Lounge & Resto adakan. Peran *Public Relations* yang sebagai penengah dan pelurus dikarenakan pada saat ini banyak informasi mengenai status dan keberadaan IntroLounge & Resto yang berbeda – beda. Sesuai brand yang telah tercipta, Intro adalah sebuah badan usaha yang bergerak dibidang Lounge & Resto, hal ini didukung

dengan konsep tempat yang tersedia dan dibuat nyaman mungkin agar para customer merasa betah. Dengan dilengkapi beraneka macam makanan dari berbagai menu bahkan dengan pelayanan yang tidak kalah bila dibandingkan dengan hotel berbintang. Tidak hanya itu, Intro Lounge & Resto juga diperlengkap dengan adanya *soft entertaint*, yaitu solo keyboard dengan singer sebagai penambah hangat suasana.

Dari observasi yang dilakukan, didapat bahwa Intro memiliki 2 sisi, yaitu Intro berdiri sebagai Lounge & Resto dan sebagai Cafe, dengan alasan seperti yang sudah penulis ungkapkan diatas. Sejauh ini hasil observasi didapat dari berbagai pengakuan *customer* sendiri dan berbagai masyarakat bahwa Intro Lounge & Resto adalah tempat yang nyaman dengan menu yang lengkap dan dengan harga yang terjangkau. Hal ini lah yang dapat dijadikan sebagai bukti nyata Intro Lounge & Resto telah dapat membangun dan mempertahankan *image* positif, contoh lain alasan Intro Lounge & Resto dapat diterima masyarakat dengan *image* positif yang Intro Lounge & Resto punya adalah meningkatnya jumlah *customer* dari ke hari, penambahan kalangan *customer* (dulu hanya sebatas eksekutif muda saja tetapi sekarang meluas hingga keluarga dan umum) dan banyak lagi. *Image* ini dapat Intro Lounge & Resto bangun karena Intro Lounge & Resto juga dapat mempertanggung jawabkan segala sesuatunya. Hal ini didukung dengan berbagai aspek yang dimiliki Intro Lounge & Resto seperti set up tempat yang sangat nyaman untuk bersantai, pelayanan karyawan yang ramah, segmentasi yang sudah meluas juga menu yang lengkap dengan harga yang sangat terjangkau, ini dibuktikan dengan Intro Lounge & Resto sekarang banyak digunakan untuk acara gathering, arisan, ulang tahun, reunian .

Image yang Intro Lounge & Resto miliki saat ini terbentuk diduga atas kerja *Public Relations*, maka dari itu penulis tertarik untuk mengulas bagaimana peran seorang *Public Relations* guna meningkatkan *image* positif Intro Lounge & Resto. Demikianlah yang dilakukan oleh *PR* Intro Lounge & Resto yang mempunyai peran sebagai jembatan antara kepentingan perusahaan seperti mengupayakan dan menciptakan pemahaman serta penerimaan positif dari public demi terciptanya citra perusahaan yang positif di kalangan masyarakat sekitar dan masyarakat luas.

Berdasarkan alasan diatas, penulis tertarik untuk mengamati upaya – upaya yang dilakukan *Public Relations* Intro Lounge & Resto dalam menciptakan *image* positif, maka penulis menuliskannya dalam bentuk laporan skripsi dengan judul :

“ PERAN PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKATKAN IMAGE POSITIF INTRO LOUNGE & RESTO ”

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas maka penulis menarik suatu rumusan sebagai berikut : “Bagaimana peran *public relations* di Intro Lounge & Resto dalam meningkatkan *image* positif perusahaan dimata masyarakat dan pelanggan?”

C. TUJUAN PENELITIAN

Sesuai dengan rumusan masalah yang telah penulis ungkapkan diatas maka diperoleh tujuan penelitian sebagai berikut : “Untuk mengetahui bagaimana peran *Public Relations* di Intro Lounge & Resto dalam meningkatkan *image* positif perusahaan dimata masyarakat dan pelanggannya.”