

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, tidak bisa dipungkiri bahwa keberadaan *public relations* semakin dibutuhkan dalam dunia kerja. Hal ini diperuntukkan demi kemajuan suatu badan, organisasi atau perusahaan. Akan tetapi banyak perusahaan yang belum begitu paham dan mengerti akan fungsi dari *public relations*, terutama *public relations external*. Oleh sebab itu pada penelitian kali ini bertujuan untuk memberi pengetahuan bahwa keberadaan dan fungsi dari *public relations external* sangat membantu kemajuan suatu perusahaan.

Dalam setiap badan, organisasi atau perusahaan mempunyai kedudukan, fungsi dan tugas bergantung pada profesinya masing-masing. Tidak satupun dari badan, organisasi atau perusahaan dapat berdiri sendiri tanpa adanya hubungan dari kedua belah pihak. Suatu badan, organisasi atau perusahaan yang sedang berkembang selalu memperhatikan dari keinginan masyarakat dan juga memperhatikan opini yang beredar di masyarakat. Karena badan, organisasi atau perusahaan tersebut memerlukan opini untuk memperbaiki kinerja dan manajemen yang lebih baik. Maka dari itu, badan, organisasi atau perusahaan dapat mengusahakan kerjasama dan menjalin hubungan yang lebih baik dan harmonis dengan masyarakat, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Dalam menghadapi masa liberalisasi pasar bebas yang telah berlangsung saat ini diperlukan persiapan-persiapan yang matang sejak dini agar mampu bersaing dengan pengusaha-pengusaha dan pelaku-pelaku bisnis asing. Banyak

sekali perusahaan-perusahaan baik yang kecil, sedang dan perusahaan besar bergerak di bidang mebelair. Produk-produk mereka ada yang dipasarkan di dalam negeri saja dan ada pula yang dipasarkan di luar negeri, misalnya Australia, Amerika, Perancis, Jerman atau Negara-negara Eropa lainnya. Produk yang dipasarkan di dalam negeri biasanya terbuat dari kayu jati, karena untuk daerah tropis diperlukan kayu yang kuat dan tahan lama, meskipun proses pembuatan agak lama. Sementara produk-produk ekspor biasa dibuat dari kayu yang agak lunak dan cepat dalam segi pembuatan, sehingga mampu memproduksi jumlah lebih besar dan mampu menutup order atau pesanan.

Selama ini masyarakat telah mengenal Jepara sebagai daerah penghasil kerajinan mebel dan ukir kayu di Jawa Tengah yang terbesar di Indonesia. Di sana terdapat banyak industri kerajinan mebel dan ukir kayu, kualitas dan kuantitas hasil produksinya sangat diminati oleh masyarakat. Oleh karena itu, industri mebel dan ukir kayu tersebut dapat menjadi industri mebel yang dapat menjadi penghasil devisa negara, karena daerah tersebut sering dikunjungi oleh para wisatawan yang tertarik akan hasil kerajinan mebel daerah tersebut.

Selain Jepara, masih ada daerah lain di wilayah Jawa Tengah, tepatnya di Desa Serenan, Kabupaten Klaten, yang juga merupakan daerah penghasil kerajinan mebel dan ukir kayu yang sebenarnya tidak kalah dengan produksi mebel dan ukir kayu jepara, baik dari segi kualitas maupun kuantitasnya.. Desa Serenan merupakan sentra industri kerajinan mebel yang terbuat dari kayu, di desa Serenan terdapat banyak industri kecil dan juga industri sedang, serta terdapat juga bebepa toko souvenir atau *art shop*. Serenan sebagai daerah yang memiliki

keunggulan dan daya tarik tersendiri, mempunyai potensi menjadi daerah tujuan para *buyers* yang ingin mencari kerajinan mebel. Selain itu juga, Serenan merupakan salah satu komoditi unggulan di Jawa Tengah khususnya Kabupaten Klaten. Oleh sebab itu penelitian difokuskan pada perusahaan furniture *exporter* UD. DEMADERA yang terletak di desa Serenan, Klaten.

Di lihat dari segi prospeknya mebelair mempunyai masa depan yang baik, mengingat bahan bakunya mudah di dapat karena Indonesia sangat kaya dengan hutan dan mebelair sangat dibutuhkan oleh siapa saja demi kebutuhan perabotan rumah tangganya. Tapi kendalanya biasa jatuh pada para pengusaha. Banyak pengusaha yang mampu memproduksi atau menghasilkan barang yang lebih besar tapi kurang begitu sempurna dalam mengelola stakeholdersnya. Hal ini mungkin disebabkan kurangnya sumber daya manusia yang ditempatkan sesuai dengan profesinya, sehingga merendahkan perkembangan dan kemajuan perusahaan tersebut, mungkin juga karena si pengusaha kurang begitu tahu mengenai prosedur dan administrasi organisasi, bagaimana mengkomunikasikannya dan bagaimana pula menjalankan fungsi-fungsi *management* sesuai dengan bidangnya.

Dari penjabaran diatas, maka perlu dipelajari untuk mengetahui tugas serta kegiatan yang dilakukan *public relations* dalam menjalankan fungsi *public relations* perusahaan furniture *exporter* UD. DEMADERA baik internal maupun *external communications*. Hal tersebut dikarenakan *public relations* mempunyai peran serta yang sangat penting dalam perusahaan. Mengingat fungsi *public*

*relations* sebagai salah satu fungsi manajemen suatu badan, organisasi atau perusahaan.

Hal ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana kinerja *public relations* perusahaan furniture exporter UD. DEMADERA dalam memberikan pelayanan kepada seluruh pihak baik top *management*, karyawan, konsumen, pemerintah dan masyarakat luas. Sehingga dapat menciptakan kepuasan, citra positif dan hubungan yang sinergis antara perusahaan dengan publiknya.

### **B. Perumusan Masalah**

Perumusan masalah berhubungan dengan pertanyaan yang perlu dijawab melalui proses penelitian. Adapun rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut : Bagaimana fungsi *public relations external* dilaksanakan dalam membangun citra perusahaan furniture *exporter* UD. DEMADERA?

### **C. Manfaat dan Tujuan Penelitian**

Adapun manfaat dan tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

#### **1. Manfaat Penelitian**

##### **a. Manfaat bagi peneliti :**

- 1) Sebagai media untuk menyalurkan ide, aspirasi dan menunjukkan prestasi, pada perusahaan tempat penelitian..
- 2) Mengenal, memahami berbagai aspek suatu perusahaan seperti : standart kerja, budaya perusahaan, dan hal positif lainnya yang bermanfaat.

3) Membentuk jaringan kemitraan selama penelitian, sehingga menjadi modal, peluang dimasa datang dan menyiapkan serta membangun karier dibidang tersebut.

b. Manfaat bagi Perusahaan :

- 1) Media pertukaran informasi dibidang teknologi antara perusahaan sebagai pengguna teknologi dengan perguruan tinggi sebagai pengembang ilmu pengetahuan dan teknologi.
- 2) Terbentuk jaringan kemitraan antara penulis dan perusahaan untuk maju.
- 3) Sebagai referensi atau masukan untuk menjadikan perusahaan lebih maju dan berkembang.

c. Manfaat bagi pembaca :

- 1) Sebagai sistem pembelajaran untuk mengetahui lika-liku suatu perusahaan furniture.
- 2) Sebagai tambahan pengetahuan mengenai *public relations* dalam dunia usaha furniture.

## 2. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana realita dalam dunia kerja suatu hari nanti kita akan dihadapi dimasa yang akan datang. Dan juga agar mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi mampu menerapkan teori ke-humasan dan mampu menganalisa dari bidang humas untuk bekerja sebagai tenaga perencana, pelaksana, pengaturan dan pengendalian serta

mampu mengantisipasi, merumuskan dan menyelesaikan masalah yang dihadapi dalam dunia kerja secara sistematis.

Mahasiswa dituntut untuk dapat memahami peran, fungsi, kegiatan dan segala usaha yang dilakukan humas dalam menghadapi permasalahan yang muncul dalam suatu perusahaan, maupun menciptakan opini publik yang berkenaan dengan citra perusahaan sehingga para mahasiswa dapat mempersiapkan rencana dan solusinya sejak dini. Tujuan yang lain dari penelitian ini adalah agar dapat melihat langsung seluruh kegiatan dan tugas-tugas yang dilakukan *public relations* perusahaan furniture exporter UD. DEMADERA baik internal maupun *external communications*. Dapat diketahui bahwa persaingan di dunia kerja sangat ketat dan harus mempunyai keahlian dibidang yang disukai. Untuk lulusan S1 kita harus dapat bersaing secara sehat dan memiliki banyak pengalaman dan keahlian yang dibutuhkan banyak perusahaan. Mendapatkan ilmu-ilmu yang selama ini belum didapat di bangku perkuliahan dan menguasai pengalaman praktis selama penelitian.