

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Public Relations adalah aktivitas manajemen komunikasi antara organisasi dan publik organisasi tersebut. *Public Relations* sebagai pembangun hubungan baik antara organisasi dengan publiknya tercermin pada kegiatan mengidentifikasi kebijakan-kebijakan dan prosedur-prosedur individu atau organisasi dengan kepentingan publik dan merencanakan serta melaksanakan program untuk memperoleh pengertian dan dukungan publik.

Persaingan antar perusahaan merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan untuk menyelesaikan masalah ini, dibutuhkan identitas perusahaan yang jelas agar perusahaan dapat dibedakan dari para pesaingnya. Jika identitas perusahaan sudah terbentuk, maka pengunjung dapat mengenali perusahaan dengan mudah sehingga tercipta loyalitas pelanggan.

Pembentukan identitas perusahaan dapat dilakukan dengan memberi ciri khas pada perusahaan agar perusahaan mempunyai identitas yang dapat dikenali dan dibedakan dari pesaingnya. Pembentukan identitas perusahaan seringkali diikuti oleh citra perusahaan yang berkembang di mata *stakeholders*nya.

Apabila ditelusuri lebih dalam, secara logika bila suatu perusahaan mengalami krisis kepercayaan dari publik akan membawa dampak negatif terhadap citra perusahaan. Atau bahkan lebih jauh lagi akan menurunkan citra pada titik yang paling rendah (*lost of image*).

Setiap hotel pada saat ini bersaing untuk mendapatkan citra hotel yang baik di mata publik, karena sangat berdampak pada citra positif dari publik yang berhubungan dengan hotel tersebut. Ekonomi yang semakin pesat berkembang di masyarakat pada saat ini, tentunya berdampak pada meningkatnya kebutuhan masyarakat, baik dalam bidang bisnis maupun kebutuhan pribadi masyarakat, dengan begitu hotel harus bisa meningkatkan citra dan reputasi yang baik pula dimata publik.

Persaingan yang begitu pesat menyebabkan banyak sekali bisnis-bisnis hotel yang bermunculan, baik yang sudah memiliki nama maupun yang baru merintis bisnis hotel. *Public Relations* harus kreatif dalam mengangkat citra dan reputasi hotel, dan harus aktif dalam menjalin hubungan baik dengan media dan pihak eksternal lainnya, guna untuk mempermudah proses publikasi merek hotel kepada publik agar tercapai tujuannya.

Kegiatan mempromosikan perusahaan tak lepas dari peran media promosi perusahaan yang dapat digunakan sebagai alat utama seorang *Public Relation Officer* dalam upaya membentuk citra perusahaan serta membentuk identitas perusahaan. Media promosi merupakan hal yang sangat esensial yang harus ada dilingkungan internal maupun eksternal perusahaan.

Dalam hal ini, media promosi yang akan dibahas lebih jauh ,sebab segala kegiatan yang ada dan terkait dengan *stakeholders* harus dipublikasikan secara terbuka di dalam perusahaan itu sendiri dan yang pada akhirnya dipublikasikan lebih luas ke lingkup eksternal perusahaan.

Media Promosi yang digunakan di dalam lingkup internal Hotel Santika BSD City adalah media promosi berupa poster,standing banner,TV Promo dan flyer untuk mempromosikan segala hal yang berkaitan dengan event yang ada di dalam Hotel. Poster dan flyer digunakan untuk mempromosikan makanan dan minuman serta paket yang tersedia di dalam Hotel, sedangkan TV promo dan Standing Banner digunakan untuk menginformasikan event yang dapat diikuti pengunjung di dalam hotel.

Sasaran dan tujuan dari media promosi perusahaan adalah agar pengunjung yang berada di dalam hotel dapat mengetahui informasi mengenai event yang berada di dalam hotel . Sedangkan media promosi eksternal adalah agar calon pengunjung potensial merasa tertarik akan produk yang ditawarkan oleh hotel sehingga membeli produk yang ditawarkan.

Selain pengunjung di dalam lingkungan hotel, media promosi juga ditujukan untuk calon pengunjung atau publik eksternal. Dalam kegiatan mempromosikan hotel kepada calon pengunjung, pihak hotel menggunakan media eksternal yang dapat digunakan untuk mempromosikan hotel serta menciptakan identitas perusahaan. Identitas perusahaan yang jelas dapat memberikan keuntungan-

keuntungan bagi perusahaan serta agar perusahaan dapat dibedakan dari pesaingnya. Identitas perusahaan juga berperan dalam pembangunan citra perusahaan di mata publiknya.

I.2 Rumusan Masalah

- a. Apa saja media promosi yang dimanfaatkan oleh *Public Relations* Hotel Santika BSD City?
- b. Bagaimana pemanfaatan media promosi *Public Relations* dalam rangka menciptakan identitas perusahaan?

I.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk :

- a. Mengetahui media promosi apa saja yang dimanfaatkan oleh *Public Relations* Hotel Santika BSD City dalam rangka menciptakan identitas perusahaan.
- b. Mendiskripsikan bagaimana pemanfaatan media promosi tersebut dapat menciptakan identitas perusahaan.

I.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan berguna bagi pengembangan ilmu komunikasi pada umumnya dan bagi ilmu kehumasan pada khususnya. Dengan adanya penelitian ini, para peserta didik bidang komunikasi *Public Relations* akan lebih kreatif dalam merangkai sebuah kegiatan promosi ketika mereka telah bekerja sebagai divisi kehumasan kelak.

Selain itu, penelitian ini juga berguna untuk menambah wawasan bagi masyarakat umum dan mahasiswa ilmu Komunikasi agar lebih mengetahui seluk beluk dunia *Public Relations* dan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh seorang *Public Relations*.

I.5 Sistematika Penelitian

BAB I PENDAHULUAN

Latar belakang Masalah yaitu mengapa penulis melakukan penelitian. Perumusan masalah, merumuskan apa yang akan diteliti. Tujuan penelitian, Manfaat penelitian dan sistematika penelitian yaitu urutan proses penelitian.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Teori Dasar adalah teori yang berhubungan dengan ilmu komunikasi secara umum dan *Public Relations* secara khusus. Definisi Konsep yaitu definisi teori konsep yang ada pada judul penelitian yang antara lain teori pemanfaatan, teori media promosi, dan teori identitas perusahaan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Mencakup metode Penelitian yang akan digunakan kelak dalam proses penelitian. Metode penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Penentuan *Key Informan* dan Informan adalah uraian siapa yang akan menjadi narasumber. Metode Pengumpulan Data yaitu teknik wawancara dan observasi. Metode Analisis Data yaitu cara dalam mengolah data. Waktu dan Lokasi Penelitian menjelaskan dimana dan kapan penelitian dilakukan.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Meliputi deskripsi objek penelitian antara lain sejarah Hotel Santika BSD City, Logo Hotel Santika BSD City, Hasil penelitian dan analisis data yang berisi pernyataan para *Key Informan* dan Informan serta triangulasi data. Pembahasan yaitu paparan menyeluruh mengenai hasil penelitian yang telah dilakukan serta hasil observasi berupa gambar dan keterangan yang dapat memberikan pemahaman tentang penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian tentang bagaimanakah pemanfaatan Media Promosi oleh *Public Relations* Hotel Santika BSD City dalam rangka menciptakan identitas perusahaan. Saran adalah masukan dari peneliti kepada pihak Hotel Santika BSD City agar mampu menjadi lebih baik lagi di masa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN