**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Public Relation atau dalam bahasa Indonesia masyarakat sering menyebut hubungan masyarakat, yaitu merupakan suatu proses komunikasi dua arah yang sering terjadi pada suatu lembaga organisasi, baik komunikasi internal maupun eksternal dari organisasi tersebut. Public Relation yang baik mutlak dimiliki semua anggota masyarakat pada umumnya dan terutama masyarakat organisasi pada khususnya guna kelancaran hubungan kerja yang baik pada organisasi tersebut.

Pada dasarnya, Public Relation merupakan bidang atau fungsi tertentu yang diperlukan oleh setiap organisasi, baik itu organisasi yang bersifat komersial (perusahaan) maupun organisSSasi yang nonkomersial. Mulai dari yayasan, perguruan tinggi, dinas militer, sampai dengan lembaga – lembaga pemerintah, bahkan pesantren dan usaha bersama. Kebutuhan akan kehadirannya tidak bisa di cegah, terlepas dari kita menyukainya atau tidak, karena Public Relations merupakan salah satu elemen yang menentukan kelangsungan suatu organisasi secara positif.

Public relation adalah sebuah usaha yang dilakukan atau direncanakan secara continue atau terus menerus agar bisa tercipta timbal balik dalam organisasi dan juga dalam masyarakat.

Public Relation adalah seseorang yang menjalankan proses interaksi dimana public relation menciptakan hubungan antara suatu perusahaan dengan publiknya yang akan menunjang kegiatan organisasinya.

Dengan adanya Public Relation semacam ini maka akan terjalin hubungan komunikasi yang baik sehingga bisa menguntungkan kedua belah pihak yang melakukan komunikasi. Tanpa adanya public relation yang baik, organisasi tidak akan bisa bertahan lama atau bahkan tidak bisa berjalan dengan baik. oleh karena itu, kehadiran seorang public relation sangatlah penting dan benar-benar harus diperhatikan.

Public relation atau biasa disebut sebagai PR memiliki posisi yang sangat penting dalam suatu organisasi atau perusahaan, terutama apabila organisasi tersebut sering berinteraksi dengan masyarakat luas. PR merupakan suatu usaha yang sengaja dilakukan secara berkesinambungan untuk menciptakan serta mengembangkan dan mempertahankan sikap saling pengertian antara sebuah organisasi atau perusahaan dengan masyarakat.

 Kehadiran public relation dalam sebuah lembaga atau instansi dapat menjadi jembatan penghubung antara lembaga tersebut dengan publiknya. Pada dasarnya tujuan PR adalah untuk menyebarkan informasi, menciptakan, memelihara, dan membina hubungan baik yang harmonis sehingga mendapatkan citra positif terhadap perusahaan atau instansi tersebut. Hal tersebut disebabkan karena PR-lah yang merupakan salah satu front liner penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat.

 Komunikasi adalah salah satu wujud dari sifat makhluk sosial. Manusia sebagai makhluk sosial dalam kehidupannya tidak akan terlepas dari interaksi dan sosialisasi antara satu orang dengan orang lain. Pentingnya kehadiran seorang public relation adalah salah satu contoh komunikasi antara perusahaan dengan publiknya, baik itu sebuah kritikan, saran dan masukan maupun keluhan dari publiknya.

Komunikasi yang efektif adalah penting bagi semua organisasi. Oleh Karena itu, para pimpinan organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka (Kohler 1981).

 Sesuai dengan pengamatan penulis selama mengikuti Praktek Kerja Lapangan di Swiss-belhotel Maleosan Manado khususnya di bagian Departmen Sales & Marketing Penulis mendapati adanya ketidak hadiran seorang Public Relation pada departemen Sales & Marketing.

 Peran *Public Relation* sebagai ujung tombak perusahaan termasuk manajemen hotel Swiss-belhotel Maleosan Manado yang mengandalkan peran PR dalam menjaga eksistensi perusahaan serta memelihara hubungan dan menjalin kerjasama dengan para pelanggan ditengah persaingan kompetitor-kompetitor hotel baru yang ada. Hotel Swiss-belhotel Maleosan Manado, adalah salah satu hotel berbintang lima yang terkenal dikota Manado, lokasi hotel yang strategis berada dipusat kota Manado yang berdekatan dengan pusat perbelanjaan serta memiliki *modern business facilities* yang menunjang.

Pada saat ini department Sales & Marketing saat ini memiliki enam (6) posisi/jabatan yaitu, Director Of Sales & Marketing, Sales & Marketing Manager, Sales Manager, Senior Sales Executive, Sales Executive, dan Design Grafis pada bagian department Sales & Marketing di Swiss-belhotel Maleosan Manado tidak ada karyawan khusus yang menangani Publik Relation, sesuai pengamatan penulis pekerjaan Public Relation hanya ditangani oleh karywan Sales & Marketing, pekerjaan yang ditangani tersebut diantaranya mengurus sarana-sarana media komunikasi, mengetahui situasi organisasi dan perkembangan dalam kehidupan bersama dan opini publik, menyiapkan teks-teks sambutan, brosur, buku-buku dan laporan, memberi masukan/mengatur pengambilan bagian dalam kegiatan seperti : symposium, pertunjukan-pertunjukan.

Hal ini sangat berpengaruh terhadap pekerjaan karyawan Sales & Marketing karena limpahan pekerjaan atau penanganan pekerjaan ganda tersebut, sehingga mengakibatkan pekerjaan Operasional Sales & Marketing sering terhambat atau tidak maksimal, misalnya : melakukan follow up kepada customer, membuat laporan penjualan, dan lain-lain yang menyangkut bidang operasional Sales & Marketing. Berdasarkan uraian diatas dan observasi penulis, dapat dikatakan bahwa peran *Public relation* di Swiss-belhotel Maleosan Manado tidak dilaksanakan dengan baik dan perlu dikaji untuk dijadikan contoh bagi perusahaan lain.

Berdasarkan uraian di atas, penulis merasa tertarik untuk mengambil judul tugas akhir **“Peranan Publik Relation Di Swiss-belhotel Maleosan Manado”**

* 1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas dapat dirumuskan masalah “Bagaimana Peran *Public Relation* Di Swiss-belhotel Maleosan Manado?”

* 1. **Tujuan dan Manfaat**
		1. **Tujuan Penulisan**
1. Untuk mengetahui Peran *Publik Relation* di dalam perusahaan/hotel
2. Untuk mengetahui Tugas dan Fungsi *Publik Relation*
3. Untuk mengetahui pentingnya Kehadiran Public Relation Dalam Menunjang Keberhasilan Operasional Sales & Marketing di Swiss-belhotel Maleosan Manado
	* 1. **Manfaat Penulisan**
4. Bagi Swiss-belhotel Maleosan Manado, memberikan masukan dan sumbangan pikiran tentang Peran *public relation* di dalam perusahaan.
5. Bagi Politeknik Negeri Manado, sebagai sumbangsi untuk menambah pengetahuan tentang *public relation* di jurusan Administrasi Bisnis.
6. Bagi penulis sendiri, sebagai langkah awal bagi penulis untuk memasuki dunia kerja di masa yang akan datang dan sebagai tambahan ilmu pengetahuan tentang *public relation*.
	1. **Metodelogi Penelitian**

1.6.1 Tempat dan Waktu Penelitian

 Dalam menyusun tugas akhir ini, penulis melakukan penelitian pada Swiss-belhotel Maleosan Manado, yang berlokasi di Jl. Jendral Sudirman Kav. 85-87, Manado. Adapun waktu penelitian ini dilakukan pada bulan Februari – Mei 2018.

1.6.2 Jenis Penelitian dan Metode Penelitian

 Dalam penyusunan Tugas akhir inipenulis menggunakan metode deskriptif. Dan menurut Punaji (2010) penelitian deskriptif adalah penelitian yang tujuannya untuk  menjelaskan atau mendeskripsikan suatu peristiwa, keadaan, objek apakah orang, atau segala sesuatu yang terkait dengan variabel-variebel yang bisa dijelaskan baik menggunakan angka-angka maupun kata-kata. Dalam hal ini penulis mendeskripsikan atau menggambarkan masalah yang diteliti yaitu Peranan Public Relation Dalam Menunjang Keberhasilan Operasional Sales & Marketing Di Swiss-belhotel Maleosan Manado.

* + 1. Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Berdasarkan sumber datanya ada dua macam data yaitu data primer dan sekunder (Supranto, 2000).

1. Data Primer

Data Primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data di lokasi penelitian atau obyek penelitian (Burhan, 2005). Dalam penelitian ini data primer yang penulis peroleh adalah data visi, misi, struktur organisasi, gambaran umum perusahaan, dll.

1. Data Sekunder

Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, yaitu melalui buku-buku dan dokumen-dokumen (Burhan, 2005). Dalam hal ini data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini adalah buku-buku dan jurnal yang didapati diinternet.

1.6.4. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data dan informasi adalah sebagai berikut:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data dengan mengamati langsung semua aktifitas yang terjadi di Sales & Marketing di Swiss-belhotel Maleosan Manado.

b. Studi Pustaka

Penulis melakukan dengan cara mempelajari, mendalami dan mengutip buku-buku dan jurnal dari internet yang berkaitan dengan public relation.

1.6.5 Metode Analisis

Dalam hal ini penulis menggunakan metode analisa deskritif kualitatif yaitu metode yang menggambarkan dan menguraikan masalah yang dihadapi di instansi serta mencari solusi tentang permasalahan yang dihadapi.