**BAB I**

**PENDAHULUAN**

* 1. **Latar Belakang**

Hotel adalah perusahaan yang menyediakan tempat atau sarana untuk beristirahat sementara waktu bagi tamunya serta fasilitas pendukung lainnya. Berdasarkan keputusan Menteri Parpostel No KM 94/HK103/MPPT-1987, hotel adalah salah satu jenis akomodasi yang mempergunakan sebagian atau keseluruhan bagian untuk jasa pelayanan penginapan, penyedia makanan dan minuman serta jasa lainnya bagi masyarakat umum yang dikelola secara komersil. Tidak dapat dipungkiri, eksistensi sebuah hotel sangat bergantung pada reputasi hotel tersebut dalam memuaskan konsumennya. Dalam menciptakan reputasi yang baik di mata para konsumen, pihak manajemen hotel berlomba-lomba dalam mengembangkan fasilitas-fasilitas yang dapat memudahkan kebutuhan dan keinginan konsumennya dari berbagai segmen seperti fasilitas olahraga, fasilitas rekreasi, fasilitas hiburan, serta fasilitas yang memadai untuk keperluan konvensi serta bisnis. Peran *public relations* sangat penting dalam pembentukan opini yang baik terhadap suatu organisasi sehingga memiliki reputasi yang baik dan menguntungkan bagi organisasi itu sendiri.

*Public Relations* atau biasa dikenal dengan istilah *public relations* memiliki posisi yang sangat penting dalam sebuah perusahaan maupun organisasi. Keberadaan *public relations* dalam sebuah perusahaan dapat menjadi jembatan penghubung antara perusahaan tersebut dengan publik atau dengan para pelanggannya. Hal tersebut dikarenakan PR-lah yang menjadi *front liner* penting dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Menurut Bernadus dan Irawan seperti dikutip *dalam* Nova, (2009 : 24) menyatakan bahwa *public relations* menjadi salah satu ujung tombak sektor industri untuk bersaing dalam era globalisasi terutama dalam menciptakan serta memelihara *image* positif untuk mendongkrak citra perusahaan. Semakin besar dan berkembangnya perusahaan, maka persaingan perusahaan juga semakin ketat. Selain untuk memperoleh citra positif, perusahaan juga membutuhkan peningkatan terhadap produktivitas dan profitabilitasnya dalam persaingan perusahaan tersebut.

Peran *Public Relations* sebagai ujung tombak perusahaan termasuk manajemen hotel Novotel Manado *Golf Resort & Convention Center* 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 Novotel Manado *Golf Resort and Convention Center,* adalah salah satu hotel berbintang lima yang terkenal di kota Manado dan memiliki gedung *Convention* terbesar di Manado. Lokasi hotel yang berdekatan dengan Bandara, tempat perbelanjaan, memiliki *modern* *business facilities* yang menunjang,serta merupakan bagian dari *Grand Kawanua* *International City* (PT Wenang Permai Sentosa).

Dalam melaksanakan aktivitas kerjanya, *Public Relations* Hotel Novotel Manado melakukan berbagai aktivitas, seperti aktivitas publisitas dengan membuat *press release,* aktivitas pemasaran melalui iklan di media cetak maupun elektronik dan mengadakan kunjungan ke kantor-kantor perusahaan/instansi yang kemungkinan besar akan menggunakan jasa dari Hotel Novotel Manado, serta aktivitas dokumentasi yang berupa media *cutting* atau klipping dari surat kabar mengenai kegiatan perusahaan Hotel Novotel dan para pesaingnya. Berdasarkan uraian diatas dan observasi penulis, dapat dikatakan bahwa peran *Public Relations Officer* di hotel Novotel Manado sudah dilaksanakan dengan baik dan perlu dikaji untuk dijadikan contoh bagi organisasi perusahaan perhotelan lainnya.

Berdasarkan uraian diatas, maka penulis tertarik untuk mengajukan Tugas Akhir dengan judul “***Peran Public Relations Dalam Menjalin Kerjasama Dengan Customer Di Hotel Novotel Manado”***

* 1. **Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian diatas maka disusunlah perumusan masalah “Bagaimana peran *Public Relations* untuk menjalin kerjasama dengan *customer* di Hotel Novotel Manado?”

* 1. **Tujuan Dan Manfaat Penelitian**
		1. **Tujuan Penelitian**
1. Untuk mengetahui gambaran peran *Public Relations* dalam aktivitas kerja di bagian Sales & Marketing.
2. Untuk memberikan gambaran peran *Public Relations* dalam pelaksanaan fungsi dan tugasnya dalam menjalin kerja sama dengan *customer* di Hotel Novotel Manado.
	* 1. **Manfaat Penelitian**
3. Sebagai bahan masukan bagi Politeknik Negeri Manado khususnya jurusan Administrasi Bisnis untuk menambah informasi mengenai peran seorang PR dalam industri perhotelan.
4. Sebagai pengalaman bagi penulis dalam menambah wawasan tentang bagaimana peranan seorang PR dalam menjalin kerjasama dengan pelanggan.
	1. **Teknik Penulisan**
		1. **Metodologi Penelitian**
		2. **Tempat dan Waktu Penelitian**
5. **Tempat Penelitian**

Penulis melakukan penelitian yang bertempat di Hotel Novotel Manado *Golf Resort & Convention Center.*

1. **Waktu Penelitian**

Penulis melakukan penelitian selama 3 bulan 14 hari terhitung mulai tanggal 06 Februari 2017 sampai dengan 24 Mei 2017.

* + 1. **Jenis dan Metode Penelitian**
1. **Jenis Penelitian**

Jenis penelitian kualitatif, data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema dan gambar.

1. **Metode Penelitian**

Metodologi penelitian yang penulis gunakan adalah melakukan pengamatan langsung ke perusahaan dimana penulis melakukan Praktek Kerja Lapangan. Waktu penelitian pada bulan Februari sampai dengan bulan Mei 2017. Tempat penelitian di hotel Novotel Manado.

* + 1. **Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data**
1. **Jenis Data**
2. **Data Primer**

Data yang diperoleh langsung dari perusahaan yaitu berupa sejarah perusahaan, visi dan misi, struktur organisasi dan sumberdaya dari pegawai hotel Novotel Manado.

1. **Data Sekunder**

Data yang menunjang dalam penyusunan Tugas Akhir yaitu di ambil dari buku referensi dan internet yang berhubungan dengan penelitian.

1. **Metode Pengumpulan Data**
2. **Observasi**

Penulis secara langsung melakukan pengamatan terhadap beberapa hal seperti aktivitas kerja *Public Relations* dan peran tugasnya untuk menjalin kerjasama dengan *customer* yang berhubungan dengan materi penulisan Tugas Akhir.

* + 1. **Metode Analisis**

Analisis data yang digunakan adalah analisisdeskriptif komparatif dengan memberikan gambaran umum dan memaparkan secara sistematis mengenai data yang diperoleh sesuai dengan kenyataan yang ada dilapangan secara menyeluruh dan selengkap-lengkapnya sehingga memperoleh data yang baik serta mengaitkannya dengan beberapa informasi yang diperoleh dari beberapa buku sehingga dapat menarik kesimpulan.