

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

PT IDeA KeNDILIMA UTAMA sebagai perusahaan *strategic communications* yang memiliki struktur organisasi, dalam membangun komunikasi keluar, peran dan fungsi *public relations* sangat signifikan walaupun *public relations* itu sendiri berada didalam media. Media merupakan sarana utama *public relations* dalam membangun komunikasi dengan masyarakat. Fungsi *public relations* media membangun komunikasi *eksternal* tidak maksimal, sehingga *public relations strategic communications* memiliki karakter manajemen yang berbeda dari *corporate*. Oleh karena itu, media dan *public relations* memiliki kesamaan peran dan fungsi yaitu membentuk komunikasi maupun hubungan dengan masyarakat.

Studi awal (magang) yang dilakukan oleh peneliti pada perusahaan PT IDeA KeNDILIMA UTAMA membuat peneliti tertarik mendalami peran dan fungsi *public relations* didalam media. Setiap perusahaan memiliki karakter *public relations* yang berbeda sesuai dengan kepentingan perusahaan tersebut. Setiap sistem manajemen dan organisasi atau perusahaan yang satu dengan lainnya akan berbeda dalam bentuk strukturalisasi manajemen dan operasi usaha produk dan pelayanan jasa tertentu, sistem manajemen pemasaran, keuangan, struktur organisasi sumber daya manusia, dan sebagainya. Termasuk peran dan fungsi *public relations* dalam manajemen

perusahaan untuk mencapai tujuan utamanya, saling berbeda satu sama lain. Menurut pengamatan peneliti pada saat observasi, *public relations* PT IDeA KeNDILIMA UTAMA mengedepankan menjaga komunikasi *internal* dan *eksternal* untuk mendapatkan *image* yang positif. Hal tersebut terlihat dari kegiatannya yang melakukan media *monitoring* dengan klipng dan juga berhubungan baik dengan relasi seperti memberikan undangan kepada mitra dan mengucapkan hari penting pada kedutaan yang berada di Indonesia. *Public relations* PT IDeA KeNDILIMA UTAMA juga melakukan *promotions* dan *Corporate Social Responsibility (CSR)* seperti perusahaan *strategic communications* biasanya maupun kegiatan *public relations* di perusahaan lainnya. Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui lebih dalam bagaimana proses manajemen yang diusung oleh *public relations* PT IDeA KeNDILIMA UTAMA. Karena perbedaan kinerja dengan *public relations* perusahaan lain justru membuat nama PT IDeA KeNDILIMA UTAMA tersohor, bahkan memiliki pengikut dalam bidang yang berbeda.

Berdasarkan uraian diatas, menarik perhatian peneliti untuk meneliti dan mengkaji lebih dalam kedalam penulisan tugas akhir dengan mengambil judul, **“Analisis Manajemen *Public Relations* Pada PT IDeA KeNDILIMA UTAMA”** yang dalam hal ini akan mengambil data pada perusahaan PT IDeA KeNDILIMA UTAMA.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimana manajemen *public relations* pada PT IDeA KeNDILIMA UTAMA?”

C. Tujuan dan Manfaat Penulisan

1. Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, adapun tujuan yang diharapkan dalam penulisan ini adalah untuk mengetahui, memahami dan menganalisis tentang proses manajemen *public relations* pada *public relations* PT IDeA KeNDILIMA UTAMA.

2. Manfaat Penulisan

a. Manfaat Akademis

1. Penelitian yang penulis lakukan ini diharapkan menjadi salah satu pemikiran dalam ilmu pengetahuan sosial, menjadi sarana pembelajaran dan pengembangan pada ilmu komunikasi, terutama bidang *public relations*.
2. Selain itu penelitian ini diharapkan menjadi bagian dari bahan referensi pada penelitian selanjutnya, untuk mengkaji proses manajemen *public relations*, khususnya PT IDeA KeNDILIMA UTAMA.

b. Manfaat Praktis

1. Bagi peneliti adalah untuk memberikan wawasan tambahan serta menerapkan ilmu yang telah diperoleh, terutama terkait dengan manajemen *public relations*, khususnya PT IDeA KeNDILIMA UTAMA.
2. Diharapkan sebagai masukan pada PT IDeA KeNDILIMA UTAMA dalam pelaksanaan proses manajemen *public relations*, sehingga hasil penelitian ini dijadikan rujukan sebagai pertimbangan dalam menyajikan informasi melalui berita maupun program acara yang akan disajikan kepada masyarakat luas.