

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Pertumbuhan ekonomi relatif tinggi dan perubahan lingkungan yang cepat seperti yang terjadi di Indonesia, menyebabkan perusahaan harus secara terus – menerus memantau pasar dan menyesuaikan diri terhadap perubahan pasar.

Perusahaan kini harus memikirkan kembali misi bisnis dan strategi pemasaran mereka secara kritis. Perusahaan masa kini tidak bergerak dalam pasar dengan saingan yang sudah diketahui dan sudah pasti, atau pilihan pelanggan yang stabil, melainkan perang antar saingan yang terus berubah, kemajuan teknologi, kebijaksanaan perdagangan yang terkelola dan turunnya kesetiaan pelanggan

Karyawan merupakan aset terpenting perusahaan sehingga komunikasi dengan karyawan merupakan hal yang paling penting dalam melaksanakan tugas organisasi, oleh karena itu perusahaan melaksanakan suatu komunikasi yang efektif perlu dikelola dengan baik sehingga dapat menyatukan antara apa yang ingin dicapai dan bagaimana pelaksanaannya maka perlu adanya suatu lembaga yang melaksanakan dengan baik.

Budaya perusahaan yang terbentuk dan mengakar kuat dalam diri karyawan dan pimpinan perusahaan merupakan hasil terlaksananya komunikasi yang baik dalam suatu perusahaan dimana nilai-nilai dapat ditransisikan kepada seluruh anggota perusahaan. Dengan demikian, fungsi komunikasi sebagai sarana pemberi komunikasi telah tercapai.

Upaya kerjasama antara pimpinan dan karyawan dapat terlaksana melalui kegiatan komunikasi yang merupakan jembatan yang menghubungkan keduanya. Kegiatan komunikasi antara pimpinan dan karyawan dilakukan untuk membina saling pengertian diantara mereka. Oleh karena itu, komunikasi dalam suatu perusahaan merupakan jembatan emas dalam proses komunikasi dan manajemen.

PT fastfood Indonesia adalah Perusahaan yang mengelola resto cepat saji dengan brand "*Kentucky Fried Chicken*" yang sudah sangat terkenal di seluruh Indonesia, telah berhasil *manage* karyawannya, yang berjumlah ratusan di seluruh cabang-cabangnya.

Kemajuan yang pesat dan keberhasilan *Kentucky Fried Chicken* (KFC) dalam kiprahnya di dunia kuliner mendapat tempat di hati masyarakat, dan diterima oleh kalangan bawah, menengah maupun atas, baik tua maupun muda, antara lain karena harga terjangkau oleh semua lapisan masyarakat dengan mutu dan cita rasa yang enak, dan sesuai dengan selera masyarakat Indonesia. Keberhasilan yang di capai PT.

Fastfood Indonesia sangat erat kaitannya dengan kerjasama dari pihak perusahaan dan kinerja para karyawannya.

Kegiatan Internal Humas dan Budaya Perusahaan yang di terapkan oleh PT. Fastfood Indonesia dapat menciptakan *Simbiosis Mutualisme* antara perusahaan dan karyawan yang membuat *Kentucky Fried Chicken* (KFC) selalu exsis dalam kondisi ekonomi apapun dan persaingan bisnis, sehingga banyak pengaruhnya pada kemajuan dan perkembangan perusahaan dan selalu mendapat tempat dihati masyarakat.

Dari pengamatan sepintas terhadap keberadaan KFC ada manfaat kegiatan internal humas dalam menanamkan budaya perusahaan. Jika di bandingkan dengan perusahaan – perusahaan lain, sepertinya ada perbedaan budaya dari setiap perusahaan dalam menciptakan *Simbiosis Mutualisme*. Hal ini mungkin terkait dengan kegiatan – kegiatan internal dari perusahaan tersebut. Kalaupun setiap perusahaan melaksanakan kegiatan internal tentu kegiatan – kegiatannya tidak persis sama, dan dapat menghasilkan suatu budaya yang bermanfaat untuk perusahaan.

Kegiatan komunikasi antar anggota dalam perusahaan maupun dengan lingkungan sekitar sangat diperlukan untuk memelihara kelangsungan perusahaan.

## **Perumusan Masalah**

Bagaimana Kegiatan internal humas PT. Fastfood Indonesia dalam menanamkan budaya perusahaan bagi karyawan perusahaan PT. Fastfood Indonesia?

## **B. Tujuan dan Manfaat**

Tujuan penulisan karya ilmiah ini, antara lain :

- a. Melatih mahasiswa menyusun makalah karya ilmiah dalam upaya untuk memenuhi persyaratan kelulusan.
- b. Agar mahasiswa lebih memahami dan mendalami pokok bahasan khususnya tentang Hubungan Masyarakat.
- c. Memberikan penjelasan lebih terperinci lagi tentang masalah Hubungan masyarakat.

Manfaat penulisan karya ilmiah ini, antara lain :

- a. Memberikan masukan dan solusi tentang permasalahan yang sedang dihadapi dalam sebuah perusahaan, terutama masalah yang terkait dengan hubungan masyarakat.
- b. Memberikan wawasan dan pengetahuan yang lebih bagi penulis dan pembaca.