

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

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

Semakin meningkat arus globalisasi maka menjadikan modernisasi semakin berkembang, sehingga berbagai bentuk modernisasi banyak bermunculan. Salah satu bentuk modernisasi yaitu munculnya kafe-kafe sebagai tempat untuk berkumpul yang nyaman dalam melepaskan penat dari rutinitas sehari-hari. Berbagai kalangan beramai-ramai datang ke kafe terutama kaum muda. Namun, dengan adanya modernisasi tersebut seakan mempengaruhi semua orang terutama para pelajar dan mahasiswa untuk mendatangi kafe-kafe. Bahkan kini banyak kafe yang menyediakan fasilitas-fasilitas yang tidak membosankan dan memberikan kepuasan bagi pengunjungnya dengan terdapatnya desain interior kafe yang unik dan bertema, adanya *wifi*, *live music*, *games*, spot foto yang menarik dan lainnya. Sehingga dengan begitu membuat pengunjung semakin tertarik dan betah untuk berlama-lama berada di kafe tersebut.

Kafe merupakan usaha yang menyediakan hidangan makanan dan minuman untuk khalayak umum di tempat usaha dan biasanya dilengkapi dengan musik hidup. Kafe berbeda dengan warung atau restoran biasa, karena kafe dilengkapi dengan berbagai macam sarana pendukung untuk memperindah suasana yang disajikan. Kafe hadir atas dasar perkembangan di kota-kota besar sebagai sarana hiburan yang dibuat untuk mengikuti kehidupan masyarakat saat ini.

Perkembangan sarana hiburan yang terjadi sangat pesat ini menimbulkan suatu perubahan yang diantaranya dalam bertahan dan mengikuti segala perubahan, maka sosok humas harus selalu sigap. Pada setiap perusahaan yang mengalami persaingan ketat tentu membutuhkan bantuan dari berbagai pihak. Salah satunya dengan menggunakan sosok humas untuk memperoleh tujuan yang diinginkan. Humas merupakan tempat dalam mengelola tindakan dan komunikasi timbal balik yang berguna menjalin dan menjaga hubungan suatu perusahaan dengan publiknya. Humas menyelenggarakan berbagai macam strategi yang direncanakan dan diarahkan untuk mencapai visi, misi, dan tujuan yang diharapkan suatu perusahaan. Demi terjalinnya sebuah hubungan yang harmonis antara perusahaan dengan masyarakat, maka diupayakan agar perusahaan memperoleh perhatian dan kepercayaan dari masyarakat. Pembinaan hubungan ini merupakan salah satu usaha *Public Relations*. Kegiatan *Public Relations* memiliki peran penting, sebab sangat dominan dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan publik, baik publik internal maupun eksternal. Dalam *Public Relations* terkandung unsur-unsur yaitu citra baik, saling pengertian, itikad baik, saling mempercayai, dan toleransi yang dapat membuat perusahaan menjaga hubungan baik.

*Public Relations* merupakan tumpuan komunikasi antara karyawan bawahan dengan atasan serta antara manajemen dengan pihak luar, yang bertugas menciptakan arus komunikasi dua arah (*two way traffic communications*) dan menyelaraskan tujuan kedua belah pihak. Komunikasi dengan publik internal dilakukan dalam rangka menjembatani dua tujuan yang berbeda dalam struktur hierarkis organisasi. Sedangkan komunikasi dengan publik eksternal dilakukan

dalam rangka menciptakan citra dan situasi kondusif bagi kedua belah pihak, dimana tumbuh suasana saling pengertian dalam kehidupan yang harmonis.

Kegiatan *Public Relations* dilakukan dengan komunikasi, bimbingan dan penanganan yang baik, guna terciptanya saling pengertian dan kerja sama yang akan membentuk citra positif terhadap perusahaan, serta akan terbentuk loyalitas terhadap perusahaan. Dengan demikian, terlihat bahwa kegiatan *Public Relations* berhubungan erat dengan citra perusahaan. Dalam membentuk citra perusahaan yang positif, maka suatu perusahaan harus menjalankan kegiatan *Public Relations* dengan baik. Dalam kegiatan *Public Relations*, suatu strategi dapat dikatakan berhasil dan baik apabila strategi tersebut memberikan dampak yang positif kepada khalayaknya, dan hal tersebut akan tampak dari umpan balik yang diberikan publik atas strategi tersebut yaitu berupa terbentuknya citra positif perusahaan dimata publiknya, baik publik eksternal maupun internal.

Jika masalah citra termasuk masalah yang nyata, maka hanya tindakan nyata yang akan menolong. Masalah-masalah nyata yang berkaitan dengan kinerja organisasi yaitu kualitas teknis atau fungsional yang sebenarnya menyebabkan masalah citra. Tindakan internal yang memperbaiki kinerja organisasi dibutuhkan jika citra yang buruk ingin diperbaiki. Untuk dapat menghasilkan citra atau kesan positif dimata konsumen, maka hal yang harus diperbaiki dan ditingkatkan adalah dari segi kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah organisasi atau perusahaan.

Dengan begitu, diperlukan strategi yang tepat dalam menangani persoalan *image* suatu perusahaan. Bagaimanapun juga sebagai perusahaan, terutama perusahaan komersial yang pada dasarnya mempunyai tujuan utama mendapatkan

laba sebanyak-banyaknya, tidak boleh mengabaikan kepentingan publiknya. Perusahaan tidak hanya sebatas memberikan barang atau jasa yang berkualitas dengan harga murah saja, namun perusahaan juga harus menjalin hubungan yang harmonis dengan memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat untuk meningkatkan kepercayaan publik. Hal tersebut sebagai tantangan dan tujuan bagi sosok humas dalam mengatasi anggapan negatif sebagian masyarakat. Humas merupakan seseorang yang diharapkan dapat mengatasi masalah yang menyangkut citra perusahaan.

Seperti halnya Hotel Salak The Heritage yang berada di kota Bogor dan merupakan hotel bintang 4 yang memiliki berbagai restoran dan kafe. Hotel Salak The Heritage terus berinovasi dan mengembangkan diri dengan membuka sebuah kafe baru yaitu Den Haag Café yang didirikan pada bulan Desember 2003. Den Haag Café dibuka untuk memenuhi kerinduan para tamu akan kesegaran Bogor dengan menawarkan berbagai minuman dan kue-kue lezat.

Den Haag Cafe merupakan kafe untuk umum yang telah ada cukup lama di Bogor dengan menyediakan menu-menu, seperti berbagai kopi, pasta, dan makanan ringan lain. Namun hingga kini keberadaan Den Haag Cafe belum banyak diketahui para publik. Publik pun belum mengerti jika Den Haag Cafe terbuka untuk umum. Maka dari itu citra pada Den Haag Cafe belum diketahui khalayak umum disebabkan karena kurangnya strategi *public relations* yang dilakukan. Dengan begitu, perlu dilakukan strategi *public relations* yang baik dan benar untuk meningkatkan citra positif pada Den Haag Cafe agar dapat diketahui publik.

Berdasarkan uraian diatas, Penulis ingin membuat suatu strategi *Public Relations* yang dapat mengangkat citra *Den Haag Cafe* di Hotel Salak The Heritage agar lebih diketahui oleh para publik. Untuk itu, Penulis tertarik untuk menyusun karya ilmiah dengan judul “**Analisis Strategi *Public Relations* pada Den Haag Café di Hotel Salak The Heritage**”.

## **B. Perumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka perumusan masalah yang diangkat Penulis dalam pembahasan karya ilmiah ini adalah **Bagaimana Strategi *Public Relations* pada Den Haag Cafe di Hotel Salak The Heritage**.

## **C. Tujuan dan Manfaat Penulisan**

### 1. Tujuan Penulisan

Adapun tujuan penulisan Karya Ilmiah ini adalah untuk:

- a. Mengetahui strategi *Public Relations* pada Den Haag Cafe di Hotel Salak The Heritage Bogor.
- b. Menambah wawasan dan memperoleh pengetahuan tentang strategi *Public Relations*.
- c. Memberikan solusi dengan strategi *Public Relation* atas masalah citra pada Den Haag Café yang belum diketahui para publik.

- d. Memenuhi salah satu syarat mendapatkan Gelar Ahli Madya pada bidang Administrasi Perkantoran.

## 2. Manfaat Penulisan

### a. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan penulis dalam bidang *Public Relations* yang baik dan benar.

### b. Bagi Perusahaan

Menambah informasi, saran dan bahan referensi tentang strategi *Public Relations*. Diharapkan sebagai masukan dalam pelaksanaan strategi *Public Relations*, sehingga hasil penelitian ini dijadikan rujukan sebagai pertimbangan dalam menyajikan informasi melalui berita maupun program acara yang akan disajikan kepada masyarakat luas.

### c. Bagi Universitas Negeri Jakarta

Hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan bahan acuan dan referensi mengenai strategi *Public Relations* yang baik dan benar.