

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam sebuah organisasi *Public Relations* atau biasa disebut dengan Humas merupakan salah satu bagian/defartemen yang mempunyai tugas bertanggung jawab mendengarkan dan menampung segala kritik keluhan, ataupun saran dari masyarakat. Bidang *Public Relations/Humas* adalah suatu bidang yang sangat luas yang menyangkut hubungan dengan berbagai pihak. *Public Relations/Humas* tidak selalu merupakan alat promosi, karena dalam kenyataannya masih sering dijumpai salah pengertian tentang *Public Relations/Humas*, kebanyakan orang menganggap *Public Relations/Humas* sekedar menjual senyum, propaganda dengan tujuan memperoleh kemenangan sendiri atau mendekati pers dengan tujuan memperoleh suatu pemberitaan, padahal sebenarnya *Public Relations/Humas* merupakan hal yang sangat penting keberadaannya harus dapat menyesuaikan sebuah organisasi dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat.

Dengan perkembangan teknologi yang semakin dinamis dan inovatif, maka kebutuhan manusia untuk saling berkomunikasi akan berkembang semakin pesat, perkembangan ini di sebabkan karena bertambah rumitnya berbagai masalah yang harus dihadapi oleh manusia dan harus segera diselesaikan dalam waktu cepat dan singkat, selain itu factor lainnya adalah perubahan gaya hidup masyarakat yang menjadi lebih dinamis bergerak dengan cepat dan lebih menghargai waktu.

Saat ini masyarakat pengguna Jasa sudah semakin rasional dan menginginkan pelayanan yang lebih dari perusahaan dimana masyarakat menghendaki pelayanan jasa dengan mutu yang lebih baik dari sebelumnya, perusahaan pelayanan jasa dituntut untuk memfokuskan perhatian pada konsumen atau pelanggannya dengan memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam menghadapi para pelanggan yang heterogen tersebar keberadaannya, serta dengan keinginan yang berbeda-beda pula tentu menimbulkan kendala-kendala yang menyulitkan bagi pihak perusahaan.

Seiring dengan kemajuan teknologi dan pergerakan kehidupan tersebut keberadaan komunikasi pun menjadi bagian yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia, komunikasi adalah suatu pertukaran sebuah konsep yang sangat sederhana tetapi sangatlah vital. Manusia membutuhkan komunikasi untuk dapat berinteraksi dan menjalin relasi dengan individu lain, karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial begitu pula sebagai suatu sistem kemanusiaan yang juga perlu menjalin interaksi dengan lingkungannya, baik secara luas (nasional, regional, ataupun internasional) maupun secara sempit (dalam menjalin hubungan kerja) keberadaan komunikasi menjadi faktor penting bagi suatu organisasi dalam mencapai target sasaran atau tujuan organisasi tersebut.

Diperlukan adanya jalinan arus komunikasi timbal balik (*two way communication*) antara perusahaan dengan publiknya (baik itu *public internal* maupun *public eksternal*) untuk membentuk adanya saling pengertian (*mutual understanding*) sehingga terjadi kesetaraan kerangka referensi (*frame of reference*) dan kesamaan