

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Public Relations (PR) adalah unit kerja yang membantu perusahaan untuk membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan di tengah banyaknya kompetitor. Andriani (2021) dalam Dense & Hadi, (2021) peran Public Relations adalah membangun opini positif dari masyarakat pada organisasi. Public Relations juga bertugas menginformasikan kepada *stakeholder* mengenai perusahaan dan berusaha agar *stakeholder* berpartisipasi aktif dalam berbagai kegiatan perusahaan. Sehingga dapat dikatakan bahwa Public Relations bertujuan untuk membangkitkan harapan baik, kepercayaan, pengertian, citra positif dan niat baik dari *stakeholder* kepada perusahaan.

Salah satu perusahaan yang perkembangannya cukup pesat di perkotaan adalah perusahaan yang bergerak di bidang industri hiburan, seperti: restoran, café, bar, diskotik, club hiburan malam dan lain-lain. *Club* hiburan malam merupakan tempat hiburan yang banyak ditemui di perkotaan terutama di Jakarta, dan semakin menjamur karena kebutuhan masyarakat Jakarta akan hiburan dan tempat yang nyaman di masa pasca pandemic COVID-19.

Diantara berbagai club hiburan malam yang berkembang saat ini salah satunya adalah Bengkel Space. *Club* hiburan malam Bengkel Space adalah *club* hiburan yang berlokasi di Fairgrounds SCBD Lot 14. Bengkel Space terkenal sebagai tuan rumah bagi artis dan band papan atas untuk konser, pesta, dan acara khusus lainnya.

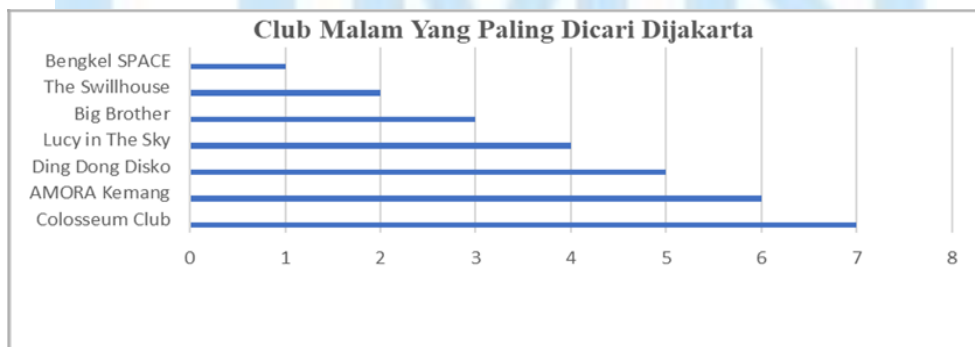


Gambar 1.1 Bengkel Space Club Malam

Sumber: (Space, 2023)

Club Bengkel Space merupakan tempat serbaguna yang cocok untuk berbagai acara, mulai dari acara nobar atau nonton bareng hingga pelaksanaan konser musik para musisi dari dalam maupun luar negeri mereka yang mencari tempat yang cocok untuk berkumpul bersama. Pada hari Sabtu, biasanya pengunjung menghabiskan waktu selama 1,5-4,5 jam, karena Bengkel Space terkenal sebagai tempat hiburan malam berskala internasional bagi masyarakat perkotaan khususnya Jakarta (Writer, 2023).

Berdasarkan survey yang dilakukan oleh www.terkenal.co.id terkait *club* hiburan malam yang paling dicari di Jakarta, Bengkel Space berada pada urutan ke 7 (tujuh) sebagai *club* hiburan malam yang yang nyaman dan berkelas di Jakarta khususnya Jakarta selatan (Priana, 2023)



Gambar 1.2 Club Hiburan Malam yang Paling Dicari Di Jakarta

Sumber:(Priana, 2023)

Berdasarkan grafik diatas dapat dilihat bahwa Bengkel Space merupakan salah satu tempat hiburan malam yang paling dicari pengunjung di Jakarta, sehingga Bengkel Space layak untuk diteliti sebagai objek kajian. Karena dengan banyaknya pesaing di industri hiburan malam ini, maka diperlukan Aktivitas dalam membentuk *Brand image* Bengkel Space sebagai *club* hiburan malam yang memiliki standar internasional, agar dapat mempertahankan konsumen, tamu maupun pelanggan

Terdapat beberapa studi terdahulu terkait aktivitas Public Relations di industri hiburan malam untuk membentuk *Brand image*. (Putri & Endri Listiani, 2022) menjelaskan bahwa *club* hiburan malam terus beradaptasi dengan perkembangan zaman, sehingga mereka melakukan penyesuaian pada *club* mereka dengan melakukan Aktivitas diferensiasi terhadap elemen merek seperti logo dan simbol. Studi lain yang dilakukan oleh Prasetyo et al., (2022) mengenai *club* Camden di Surabaya memperlihatkan bahwa *club* Camden Surabaya menggunakan media sosial Instagram untuk memperbaiki citra negatif Camden di mata pelanggan mereka. Salah satu cara untuk memperbaiki citra tersebut adalah dengan menuliskan slogan pada profil Instagram Camden Surabaya: “Datang sebagai orang asing, pergi sebagai teman.”

Angellia & Oktavianti (2023) tentang aktivitas pemasaran PR bioskop Drive-In dalam membentuk *Brand image* perusahaan. Penelitian ini menjelaskan Perusahaan Drive-In Senja Alam Sutera, Tangerang menggunakan tiga aktivitas MPR yaitu aktivitas *pull*, *push* dan *pass* untuk mengangkat *image* produk yang ditawarkan agar lebih dikenal masyarakat.

Sedangkan studi dari Candrasari (2022) dan Limanto D (2021) (menjelaskan bahwa diperlukan kampanye komunikasi yang sesuai dengan *Brand image* yang dibangun serta berbagai kegiatan Marketing Public Relations, agar perusahaan dapat membentuk citra positif di kalangan *stakeholder* dan membentuk *Brand image* yang diinginkan.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa penelitian di atas memperlihatkan bahwa aktivitas yang dilakukan Public Relations sangat diperlukan bagi reputasi positif perusahaan. Perusahaan *club* hiburan malam seperti Bengkel Space tentunya memerlukan reputasi yang positif yang dapat membentuk loyalitas pengunjung untuk datang ke Bengkel Space. Bengkel Space sendiri ingin membangun reputasi mereka sebagai *club* hiburan malam yang memiliki standar internasional. Namun untuk mencapai hal tersebut diperlukan kualitas *club* hiburan malam yang memiliki standar dunia yang meliputi pelayanan, informasi, promosi dan lain sebagainya. Perusahaan *club* hiburan malam yang ingin membentuk *image* bertaraf internasional memerlukan standar pelayanan yang diakui dunia internasional. Hal inilah yang ingin dicapai oleh tim Public Relations Bengkel Space. Untuk itu signifikansi rumusan penelitian ini adalah Implementasi Bauran Public Relations PENCILS Pada Bengkel Space dengan aktivitas perencanaan, aktivitas pelaksanaan dan aktivitas evaluasi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Implementasi Bauran Public Relations PENCILS Pada Bengkel Space?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk menganalisis dan mengetahui bagaimana Implementasi Bauran Public Relations PENCILS Pada Bengkel Space.

1.5 Kegunaan

1.5.1 Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai sumber referensi atau bahan penelitian bagi institusi lain yang melakukan penelitian serupa. Penggunaan konsep PENCILS sebagai bagian dari keilmuan komunikasi menjadikan aktivitas public relations perusahaan dapat membangun dan mempertahankan reputasi perusahaan.

1.5.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi perusahaan hiburan malam dalam merumuskan implementasi bauran Public Relations khususnya konsep PENCILS. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi rekomendasi perusahaan dalam melakukan aktivitas Public Relations dalam promosi perusahaan khususnya dalam melakukan aktivitas *promotion*, *event*, *lobby* dan *negotiation*, pendekatan pada komunitas, dan aktivitas *social responsibility* yang diterapkan dalam perusahaan.

