**BAB I**

**PENDAHULUAN**

**1.1. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan dan persaingan dunia bisnis di era perdagangan bebas seperti sekarang ini semakin tinggi, begitu pula halnya dengan bisnis, khususnya bisnis Automotive. Meskipun kondisi perekonomian tanah air sedang mengalami kelesuan, namun kompetisi antar kompetitor di Indonesia tetap berlangsung. Segala usaha telah diupayakan oleh para ahli pemasaran, lewat berbagai strategi untuk terus bisa meningkatkan citra perusahaan agar semakin baik dari waktu ke waktu. Komunikasi massa merupakan salah satu jenis komunikasi yang memiliki ciri khas tersendiri karena fungsinya dalam menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah banyak serta heterogen dengan menggunakan media. Kehadiran media massa memainkan peranan penting dalam kehidupan masyarakat dan merupakan bagian dari suatu institusi sosial.

Ada beberapa upaya untuk memberi kepuasan pada seluruh pelanggan terus dilakukan oleh seluruh jajaran PT. SuryaPutra Sarana. Kini keberadaan PT. SuryaPutra Sarana semakin nyata sesuai dengan tujuan semula, yaitu berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat akan kendaraan yang handal. Kondisi pasar yang  tidak selalu baik bagi sektor otomotif, terutama terkait dengan harga minyak