**BAB II**

**TINJAUAN PUSTAKA**

* 1. **Public Relations**

**2.1.1 Definisi Public Relations**

*Public Relations* di Indonesia sekarang ini sudah semakin dikenal. Berbeda misalnya pada masa tahun tujuh puluhan bahkan pada tahun delapan puluhan pun masih banyak masyarakat kita yang belum mengenal istilah *Public Relations*.

*Public Relations* merupakan proses penyampaian pesan dalam bentuk komunikasi timbal balik (*two way communication*) antara perusahaan, instansi, kelompok masyarakat, organisasi dengan publik luar lainnya yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian, saling percaya dan saling memahami.

 *Public relations* merupakan salah satu elemen terpenting bagi suatu perusahaan yang akan turut mendukung terhadap kegiatan perusahaan, agar perusahaan tetap maju dan berkembang lebih baik. Dalam kegiatannya *public relations* merupakan mediator yang menjembatani kepentingan organisasi, lembaga maupun perusahaan dengan publiknya yang terkait dengan kegiatan PR itu sendiri. Berbagai aktivitas senantiasa menciptakan, menjaga dan meningkatkan citra yang positif. Dalam upaya menumbuhkan dan menjaga citra perusahaan, *public relations* pun berupaya melakukan usaha-usaha komunikasi yang terjalin antara *public internal* maupun *eksternal.*