

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada era digital seperti sekarang banyak perusahaan yang sedang meningkatkan kembali teknologi komunikasi dan informasi pada perusahaannya, termasuk pada perusahaan Telkom Indonesia (Persero) Tbk. Telkom Indonesia (Persero) Tbk, sedang berupaya meningkatkan teknologi komunikasi dan informasinya untuk masyarakat Indonesia. Tidak hanya itu Telkom Indonesia juga mengaplikasikan peningkatannya dalam membangun teknologi informasi dan komunikasi pada internal perusahaannya.

Telkom Indonesia (Persero) Tbk, meningkatkan teknologi informasi dan komunikasi di runag lingkup perusahaan yaitu internal agar membuat sebuah perkembangan yang efektivitas dalam berkomunikasi melalui media komunikasi yang telah di buat oleh perusahaan Telkom Indonesia itu sendiri.

Di zaman yang moderenisasi seperti sekarang, perangkat digital sangat diperlukan dalam melakukan kegiatan bertukar informasi dan komunikasi secara individu, maupun secara perusahaan. Sebelum media digital online meningkat seperti sekarang, beberapa perusahaan termasuk Telkom Indonesia menggunakan sebuah majalah internal sebagai media internal perusahaannya. Tetapi seiring berjalannya waktu dengan perkembangan digitalisasi yang meningkat sangat pesat. Telkom Indonesia selaku perusahaan penyedia jasa telekomunikasi terbesar di Indonesia tidak ingin ketinggalan.

Telkom Indonesia (Persero) Tbk membuat sebuah terobosan dalam teknologi informasi dan komunikasi khusus untuk perusahaannya, dengan membuat sebuah media internal berbasis online yang bernama Portal Telkom. Portal Telkom sendiri merupakan sebuah media internal milik perusahaan Telkom Indonesia dan dikelola juga oleh seluruh cabang – cabang Telkom Indonesia di seluruh pelosok Indonesia.

Portal Telkom ini berfungsi untuk menyebarluaskan sebuah berita atau informasi tentang Telkom Indonesia, yang hanya dapat di akses oleh karyawan Telkom Indonesia dengan mengaksesnya melalui website [www.portaltelkom.com](http://www.portaltelkom.com) atau mendownload aplikasi Portal di smartphone.

Dengan adanya Portal Telkom ini, kegiatan komunikasi sangat lancar dan dapat menanggulangi hambatan – hambatan yang terjadi karena adanya Batasan ruang dan waktu. Jadi dengan memanfaatkan teknologi media internal Portal ini, para pegawai Telkom Indonesia dapat mengetahui sebuah informasi atau berita seputar perusahaan Telkom Indonesia kapanpun dan dimanapun. Karena sebagai media internal perusahaan, Portal Telkom juga merupakan sebuah sarana komunikasi, tempat bertukar informasi, hiburan bagi publik Internal Telkom Itu sendiri. Telkom Witel Banten atau Telkom Banten merupakan cabang utama Telkom yang berada di provinsi banten dari perusahaan Telkom Indonesia (Persero). Yang dimana Telkom Indonesia (Persero) merupakan perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bekerja dibidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi atau jaringan telekomunikasi terbesar di Indonesia. Telkom Witel Banten atau Telkom Banten memiliki PR yang bertugas dalam mengelola media relations internal. Media relations internal perusahaan Telkom disebut dengan Portal Telkom. Portal Telkom sendiri merupakan media internal milik perusahaan Telkom Indonesia termasuk Telkom Banten, dikelola oleh unit *secretariat and communication* yang ada di Telkom Banten. Unit tersebut masih dalam ruang lingkup manajemen *Public Relations* yang bertugas untuk memberikan informasi aktual seputar Telkom di seluruh Indonesia.

Media internal sangatlah penting bagi perusahaan – perusahaan besar seperti Telkom Indonesia, karena dengan adanya media internal PR dapat melakukan penyebaran informasi seputar yang ada di Telkom. Karena dengan adanya media internal, karyawan perusahaan akan mengetahui apa yang sedang terjadi di dalam perusahaannya dengan sangat mudah, sekarang banyak media internal perusahaan tidak hanya melalui laman internet, bahkan ada aplikasinya untuk mengakses media internal perusahaan tersebut namun hanya khusus karyawan perusahaan saja yang dapat mengaksesnya.

Ruslan (2012:218), mengatakan bahwa media internal atau House Organ (*In House Journal*) merupakan media yang dikelola oleh PR atau humas perusahaan atau organisasi yang diperlukan untuk publikasi atau sarana komunikasi kepada publik terbatas seperti : karyawan, *stakeholders*. Media internal yang dilakukan oleh perusahaan sekarang tidak hanya membuat majalah atau tabloid karena semakin berkembangnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi media internal

dibuat sedemikian berupa *website* yang hanya dapat diakses oleh khalayak internal perusahaan.

Pemanfaatan media internal sebagai media penyebaran informasi di dalam lingkup internal dinilai efektif dan efisiensi karena akan mudah diakses oleh karyawan. Dan informasi yang diterima pun langsung kepada sasaran target audiens. Maka dari itu peran media internal sangatlah penting, karena dengan adanya media internal karyawan antar karyawan maupun karyawan antar manajemen dapat berinteraksi dengan menyamakan pandangan dan tujuan. karena informasi merupakan sebuah pesan yang disampaikan berupa ucapan atau ekspresi yang ditafsirkan merupakan kumpulan sebuah pesan yang menjadikan dimana informasi sebuah kebutuhan utama karyawan sebagai publik internal dalam memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan. Dengan berkembang pesatnya teknologi informasi dan komunikasi dengan perubahan tren praktisi kehumasan yang kini menggunakan laman internet sebagai media internal, menuntut Humas Telkom Indonesia untuk dapat melaksanakan tugasnya dengan baik.

Oleh sebab itu, pengelolaan media internal yang dilakukan oleh seorang humas sangatlah penting karena mereka dituntut untuk mampu memberikan sebuah informasi kepada khalayak internal dan eksternal. Untuk mendukung hal tersebut, Humas dari Telkom Banten memberikan jobdesknya kepada unit Sekretariat dan Komunikasi dalam menjalankan pengelolaan media internal ini. Berdasarkan hasil pra – riset yang dilakukan peneliti dilapangan, peneliti dapat mengemukakan bahwa pengelolaan media Internal Portal Telkom saat ini tetap dikelola oleh unit Sekretariat dan Komunikasi di Telkom Banten dengan pengawasan PRO, hal tersebut sesuai dengan fungsi dan tugas PR dalam pengelolaan media internal ini.

Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti skripsi berjudul “Pengelolaan media internal Portal oleh unit sekretariat dan komunikasi di Telkom Banten”. Sebelum melakukan penelitian pada skripsi “Pengelolaan media internal Portal oleh unit sekretariat dan komunikasi di Telkom Banten.” penulis melakukan sebuah perbandingan dengan skripsi yang sama dalam pengelolaan media internal Portal milik perusahaan lain yaitu PT. Dirgantara.

PT. Dirgantara sendiri merupakan sebuah perusahaan kedirgantaraan pribumi yang ada di Asia dengan memiliki kompetensi inti dalam pembuatan pesawat terbang, desain dan pembuatan pesawat regional sipil hingga militer. PT. Dirgantara juga

memiliki sebuah media internal yang disebut Portal Dirgantara yang dikelola oleh humas dari PT. Dirgantara tersebut.

Hasil dari analisis Portal milik dirgantara ini adalah media internal portal Dirgantara sendiri sering digunakan oleh karyawan perusahaannya, karena penggunaan media internal Portal Dirgantara sendiri memberikan sebuah dampak positif dalam proses komunikasi internal dalam perusahaan, baik antara manajemen dengan karyawan dan juga antar karyawan dan karyawan itu sendiri. Pada pengelolaan media internal Portal Digantara sendiri memiliki manfaat yang cukup besar terutama untuk publik internal PT. Dirgantara itu sendiri yaitu manajemen dan karyawan. Pada pengelolaan media Internal PT. Dirgantara sendiri, Humas PT. Dirgantara lebih memikirkan citra baik perusahaan dimata karyawan. Dan pada pengelolaannya juga, humas dari PT. Dirgantara selalu menyisipkan sebuah unsur *personality, reputation, kreadibilitas, reliabilitas, trustworthiness, responbillity, value dan corporate identity*. Pengelolaan media internal dengan menggunakan sebuah unsur citra menurut humas PT. Dirgantara ini bertujuan agar dalam proses akumulasi dari sebuah kepercayaan akan mengalami sebuah proses cepat atau lambat dala membentuk sebuah opini publik yang luar yang dinamakan sebuah citra dalam membaca informasi atau berita internalnya.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Dari uraian latar belakang, penelitian ini ingin menjawab dua rumusan masalah yang akan menjadi fokus pada kegiatan penelitian ini, rumusan masalah yang ingin dijawab yakni :

1. Bagaimana proses pengelolaan media internal portal yang dilakukan oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Witel Banten?
2. Bagaimana strategi pengelolaan media internal portal yang dilakukan oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Witel Banten?

Penelitian ini membatasi lingkup penelitian, dengan berfokus pada pengelolaan media internal portal yang digunakan oleh Telkom Banten sebagai media internal dalam melakukan kegiatan komunikasi internal.

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini dilakukan guna mencapai tujuan penelitian, penelitian ini memiliki tujuan untuk :

1. Mengetahui bagaimana proses pengelolaan media internal portal yang dilakukan oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Witel Banten.
2. Mengetahui strategi pengelolaan media internal portal yang dilakukan oleh unit sekretariat dan komunikasi Telkom Witel Banten.

## **1.4 Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dalam kegiatan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kegunaan Teoritis :
  - a. Memberikan pengetahuan mengenai keilmuan di komunikasi, khususnya media internal yang merupakan media kehumasan di perusahaan.
  - b. Memberikan kontribusi pengembangan penelitian dalam bidang ilmu komunikasi, khususnya di media internal dan komunikasi korporat.
  - c. Mampu menjadi bahan rujukan referensi guna penelitian yang sejenisnya yang hendak dilakukan di lain waktu.
2. Kegunaan Praktis :

Sebagai bahan masukan saran atau kritik untuk Telkom Witel Banten dalam perkembangan dan pengelolaan media internal portal sebagai sarana komunikasi korporat kedepannya.