

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT Telekomunikasi Indonesia mengalami gangguan atau permasalahan internet pada Minggu, 19 September 2021. Kondisi ini menyebabkan jaringan yang seharusnya dipergunakan oleh publik terganggu. Perusahaan beritikad baik dengan meminta maaf kepada pengguna IndiHome melalui pemberian informasi yang benar secara faktual. Pada kondisi ini, humas memiliki peranan krusial untuk menjalin

komunikasi yang tepat dan baik selama menyusun informasi melalui bermacam pihak agar penyelesaian permasalahan terlaksana lebih cepat. Gangguan layanan IndiHome beberapa waktu silam menjadi topik perbincangan, bahkan di Twitter menjadi *trending topic*.



Gambar 1. 1 *Trending Topic* Mengenai Gangguan IndiHome
Sumber: Twitter

Ada banyak keluhan kesah dari pengguna IndiHome mengenai gangguan itu yang cukup memengaruhi aktivitas pelanggan yang acap mempergunakan internet di setiap aktivitasnya. Pengguna IndiHome pun merasa bila layanan dari perusahaan tidak cukup layak, serta belum memberikan solusi. Kondisi tersebut diakibatkan upaya penyelesaian yang ditawarkan perusahaan terkadang gagal untuk menangani permasalahan dan memicu para pengguna kurang puas. Ada banyak pengguna yang menyampaikan keluhan di bermacam media daring milik perusahaan Telkom. Jelas



kondisi ini penting bagi peneliti untuk mencermati bila humas memiliki peranan krusial untuk menyelesaikan segala masalah, terutama keluhan dari pengguna layanan. Jika keluhan enggan mendapat respons yang baik dari pihak terkait, maka bisa berimbas buruk bagi citra perusahaan. Di sini pihak yang memiliki tugas menyelesaikan permasalahan keluhan demi mempertahankan citra, menangani keluhan, menangani media, dan mempertanggungjawabkan diri untuk menangani pendapat publik, yaitu humas PT. Telekomunikasi Indonesia.

Berdasar pada media monitoring yang peneliti pantau terkait jumlah keluhan pengguna terkait gangguan layanan di IndiHome yang tersampaikan pada kolom akun Twitter Telkom Indonesia. Terlampir keluhan masyarakat terkait komentar di kiriman media sosial Telkom Indonesia.



Gambar 1. 2 Keluhan Pelanggan di Kolom Komentar Twitter Telkom Indonesia Pada 19 September 2021

Sumber: Twitter @TelkomIndonesia



Gambar 1. 3 Keluhan Pelanggan di Kolom Komentar Twitter Telkom Indonesia pada 20 September 2021

Sumber: Twitter @TelkomIndonesia

Gambar tersebut sebagai bukti atas adanya keluhan yang pengguna lontarkan. Melalui tangkapan layar itu, kegiatan masyarakat turut terkena dampak atas gangguan jaringan, misalnya pertemuan/rapat melalui Zoom terkendala maupun belajar yang memanfaatkan internet harus tertunda.

Terkait gangguan layanan ini, secara resmi Humas PT Telkom Indonesia merilis pernyataan dan menjelaskan perihal gangguan layanan melalui akun media sosial mereka. Gangguan ini jelas berdampak cukup besar terhadap kegiatan internet. Daerah-daerah yang merasakan gangguan, meliputi Jawa Timur, Bali, Nusa Tenggara, Kalimantan, Papua, Sulawesi, maupun Pulau Natuna.

Pernyataan yang Humas PT Telekomunikasi Indonesia sampaikan memanfaatkan Twitter terkait layanan internet yang telah normal.



Gambar 1. 4 Tampilan Postingan Twitter Telkom Indonesia pada 20 September 2021
Sumber: Twitter @TelkomIndonesia



Gambar 1. 5 Tampilan Kiriman Twitter Telkom Indonesia, 20 September 2021
Sumber: Twitter @TelkomIndonesia

Selama melahirkan kesan positif dan usaha memengaruhi anggapan publik, termasuk penanganan keluhan pengguna, Humas PT Telekomunikasi Indonesia memiliki sektor yang beranggota dua orang.

Keluhan pengguna bisa berupa pendapat, kritikan, maupun saran. Bagian humas memiliki kewajiban untuk lekas merespons keluhan itu secara tertulis maupun menghubungi langsung ke pengguna terkait. Humas pun perlu bisa mengutarakan informasi yang rinci, cepat, dan akurat agar dapat bereaksi terhadap masalah yang muncul di dalam perusahaan, serta memenuhi kemauan pengguna secara objektif. Sesuai penelitian milik Habibi, Solahudin dan Maarif (2020), seharusnya petugas humas dapat berperan sebagai perantara bagi pelanggan agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam menyampaikan informasi untuk menanggapi pengaduan.

Ada beberapa cara perusahaan dalam berhubungan yang kuat dengan pengguna. Cara yang bisa dipergunakan, salah satunya ialah memanfaatkan CRM (*customer relationship/*manajemen hubungan pelanggan). Bahwa CRM sebagai kapabilitas perusahaan guna menjalin hubungan yang lebih baik dengan pengguna dan memberi peluang bagi perusahaan agar bisa mengenali, mengikutsertakan, dan mengoptimalkan hubungan dengan mengintegrasikan pengalaman pengguna, misalnya pemasaran, penjualan, maupun layanan pelanggan. Penggunaan CRM sebagai cara untuk mencari tahu apa pun yang diinginkan dan pengguna butuhkan untuk menjalin suatu koneksi, yang bermaksud guna menciptakan relasi yang transparan dan dekat, termasuk keberadaan komunikasi dua arah (*two-way communication*) atau hubungan timbal balik. Atas dasar itulah, loyalitas pelanggan bisa perusahaan pertahankan dengan baik dan tidak rentan pindah ke produk/merek lainnya, khususnya produk/merek miliki kompetitor (Pambudi, 2014: 14).

Norman (dalam Kandampully & Dwi, 2000:347) menuturkan bila cara menjalin komunikasi, yaitu menciptakan kesan positif dari mitra di level tertinggi berdasar pada penghargaan atas kepentingan bersama. Humas adalah sebagai unsur paling penting pada lembaga mitra dan berperan merancang kesan dengan mengkomunikasikan pesan ke masyarakat agar bisa menciptakan kesan positif. Lembaga humas bertugas menjabarkan kebijakan internal (karyawan) ke publik maupun mengawasi tiap perilaku publik untuk dibawa ke pimpinan lembaga saat menentukan keputusan.

Seperti penjelasan Berson (dalam Rahman, 2020:12), humas harus bisa memberi bantuan bagi organisasi dalam menentukan apa pun yang perlu dilaksanakan, tidak sekadar apa yang perlu disampaikan. Bisa disebut bila hubungan masyarakat ini mengakar maupun menyatu dengan manajemen organisasi. Bahwa humas menjadi bagian yang harus ada di suatu organisasi karena humas turut berperan dalam menyampaikan identitas organisasi secara tepat dan bisa mengomunikasikan sehingga publik bisa memercayai maupun mempunyai pemahaman yang jelas terkait perusahaan. Atas dasar itulah, pihak lainnya perlu mau, puas, dan tertarik menjalin relasi atau mempergunakan jasa humas.

Bernays dalam (Aradya, 2018:10) menyebut bila peranan humas, yaitu menginformasikan dan memberi pemahaman ke publik, melaksanakan kepercayaan publik, perubahan terhadap perilaku maupun sikap masyarakat, menyatukan orang dan memimpin diri sendiri. Petugas humas pun perlu bisa berkomunikasi dua arah antara organisasi dan publik agar bisa menciptakan kebijakan, layanan, produk, maupun tujuan.

Berkembangnya teknologi makin dirasakan seiring dengan kebutuhan perusahaan yang memerlukan kecepatan dan ketepatan dalam menginformasikan dan pemahaman ke pengguna. Berkembangnya teknologi informasi selama beberapa tahun ini turut memberi pengaruh bagi perkembangan perusahaan di bermacam sektor. Perihal ini tentu amat diperlukan. Penyediaan tempat maupun infrastruktur sebagai aspek yang turut memengaruhi mutu pelayanan.

Telkom melaporkan sekitar pukul 17.33 WIB, tepatnya Minggu 19 September 2021, mengalami gangguan pada sistem komunikasi kabel bawah laut Jasuka (Jawa, Sumatera, dan Kalimantan) di seksi Batam-Pontianak. Perihal tersebut berimbas pada mutu pelayanan Telkom Group di jaringan tetap atau jaringan *mobile broadband* (IndiHome) di bermacam daerah di Indonesia. Selain segala persiapan dan alat pendukung, Telkom menyebut bila mereka tetap berkomitmen untuk membangun ulang sarana jaringan internet yang sekarang sudah menjadi kebutuhan utama guna mendukung kegiatan apa pun.

Dalam melakukan penelitian mengenai Peran Humas, terdapat penelitian-penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai rujukan. Menurut Morris (2008) pada penelitian terdahulu yang berjudul “Peran Public Relations dalam Menangani Keluhan

Pelanggan Baso Aci Ganteng, Peran humas ini memiliki focus terhadap bagaimana seorang humas dalam menanggapi setiap keluhan yang diberikan oleh pelanggan dari segi layanan dan juga produk yang digunakan. Hasil penelitian Alena (2015) mengenai *Strategy Customer Relationship Management* menunjukkan perusahaan yang menerapkan konsep CRM dapat membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan agar perusahaan mampu membuat produk atau pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan dan menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Maka dari itu, adapun kebaruan dari penelitian ini yang akan menelaah peran humas dan CRM berdasarkan situasi di perusahaan PT. Telekomunikasi Indonesia pada saat gangguan layanan terjadi di perairan Jasuka tersebut.

Keperluan pada penelitian ini, yaitu mencari tahu peranan humas dalam menangani keluhan dari pengguna mengenai gangguan layanan IndiHome. Respons dari humas yang baik pun turut memengaruhi kenyamanan pengguna ketika keluhan terkait gangguan layanan mendapat respons dan pihak IndiHome pun memberikan solusinya. Humas pun bisa melaksanakan tugas berdasar pada peranannya, seperti perencanaan, pengontrolan, dan menggerakkan supaya dalam aktivitas maupun tindakan yang dilaksanakan bisa memperoleh tujuan yang disetujui bersama terkait penyebaran informasi dari organisasi ke publik supaya memberi penjelasan terkait melahirkan sikap saling memahami dan menghargai, serta bisa mengatur informasi yang mereka terima.

Peneliti memiliki harapan agar penelitian ini dapat memberi manfaat untuk perusahaan, khususnya divisi humas untuk mengetahui respons dan keluhan dari pelanggan IndiHome terkait gangguan layanan. Melalui pemaparan tersebut, peneliti memiliki ketertarikan guna melangsungkan penelitian berjudul "*Peran Humas PT. Telekomunikasi Indonesia dalam Penanganan Gangguan Layanan Indihome*".

1.2 Fokus Penelitian

Untuk menghindari adanya kajian terlalu luas terhadap penelitian ini, maka penulis memberikan batasan masalah yang menjadi ruang lingkup kajian penelitian. Melihat dari permasalahan-permasalahan yang sudah disampaikan di atas, ruang lingkup masalah yang akan menjadi kajian peneliti hanya terbatas pada pembahasan peran

humas PT. Telekomunikasi Indonesia dalam penanganan gangguan layanan IndiHome.

1.3 Rumusan Masalah

Melalui pemaparan yang sudah tersampaikan, rumusan permasalahan pada penelitian ini, yaitu “Bagaimanakah peran yang dilaksanakan humas PT. Telekomunikasi Indonesia dalam menangani gangguan layanan pada Indihome?”

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini mempunyai tujuan guna mencari tahu peranan humas PT Telekomunikasi Indonesia selama menangani gangguan layanan Indihome.

1.5 Kegunaan Penelitian

Sesuai tujuan pada penelitian yang hendak diperoleh ini, manfaat langsung maupun tidak langsung bagi pendidikan diharapkan dari penelitian ini. Berikut adalah manfaat pada penelitian ini:

1.5.1 Kegunaan Teoretis

1. Penelitian ini mampu menyumbang pengetahuan secara umum di bidang kehumasan, serta secara khusus terkait menangani gangguan layanan IndiHome.
2. Penelitian ini mampu dijadikan referensi bagi peneliti berikutnya mempergunakan topik penelitian yang sama.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti
Penelitian ini mampu memberi dan memperoleh wawasan baru maupun gagasan bagi peneliti untuk mengkaji dan mengimplementasikan ilmu yang didapat selama kuliah, terutama bidang kehumasan.
2. Bagi Telkom Indonesia

Penelitian ini bisa memberi bantuan bagi perusahaan, terutama humas selama bertanggung jawab menangani permasalahan, serta bisa memberi informasi secara efektif dan efisien.

3. Bagi Pihak Lainnya

Penelitian ini dapat memberi dan menginformasikan ke lain pihak perihal usaha humas Telkom selama mengatasi gangguan layanan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Peneliti melangsungkan penelitian ini sejak September hingga Oktober 2021.

Penjelasannya tertera di tabel berikut:

Tabel 1. 1 Periode Penelitian

Kegiatan	Bulan					
	2021				2022	
	September	Oktober	November	Desember	Januari	Februari
Pra- Penelitian						
Penelitian lapangan						
Wawancara narasumber						
Mengumpulkan data						
Mengolah data						
Penyusunan Proposal						
Seminar Usulan Proposal Penelitian						
Penyusunan Skripsi						
Sidang Skripsi						

Sumber: Olahan Peneliti, November 2021