

# BAB I PENDAHULUAN

## 1.1 Latar Belakang Penelitian

Citra perusahaan memiliki signifikansi yang luar biasa dan menjadi instrumen yang tidak dapat diabaikan dalam berbisnis. Citra yang baik berpengaruh untuk membangun kepercayaan konsumen dengan adanya persepsi yang positif di benak mereka terhadap perusahaan (Zuhdi, 2022). Sehingga, upaya peningkatan citra penting dilakukan untuk meningkatkan reputasi dan daya saing perusahaan dalam menghadapi persaingan bisnis. Dengan memiliki reputasi dan citra yang baik, perusahaan juga akan mendapatkan peluang yang lebih besar untuk menjalin hubungan relasi dengan pihak ketiga seperti investor, pemasok, dan lembaga keuangan (Adila et al., 2021). Selain itu, upaya peningkatan citra perusahaan juga penting dilakukan untuk keberlanjutan bisnis dan mendorong inovasi serta dedikasi karyawannya.

Adapun dalam upaya peningkatan citra, biasanya terdapat sebuah departemen di perusahaan yang berperan penting dalam menciptakan kesan yang positif di benak klien maupun masyarakat. Departemen *Corporate Communication* biasanya merupakan departemen dalam perusahaan yang berperan mengelola citra perusahaan. Departemen ini mengelola media sosial dan *online presence* perusahaan dengan cara memastikan konten yang terpublikasikan mencerminkan citra yang ingin dibentuk oleh perusahaan. Selain itu, departemen ini juga bertugas untuk merancang strategi dan jaringan komunikasi baik internal dan eksternal serta menyusun rancangan kampanye PR sebagai bentuk promosi perusahaan (Habiyah et al., 2021). Sehingga, dapat dikatakan bahwa Departemen *Corporate Communication* memiliki peran penting sebagai penghubung antara perusahaan dengan publik.

Keberhasilan Departemen *Corporate Communication* atas tanggung jawab dan perannya sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan citra perusahaan. Selain itu, departemen ini juga memiliki peran sentral ketika perusahaan terkena isu atau mengalami krisis. Isu atau skandal dapat menjadi krisis

yang berpengaruh terhadap citra perusahaan menjadi buruk. Departemen *Corporate Communication* bertanggung jawab untuk manajemen komunikasi dan mengelola dampak negatif terhadap citra perusahaan (Widowati, 2020). Departemen ini bertanggung jawab untuk menyusun strategi komunikasi yang transparan yang akan digunakan selama krisis berlangsung serta mengelola hubungan yang efektif dengan media. Mereka bertanggung jawab untuk merancang pesan dan mengelola hubungan dengan publik serta pemangku kepentingan lainnya dan mengoordinasikan berbagai hal guna menangani krisis yang berlangsung (Hawali et al., 2022).

Sesuai pemaparan di atas, kemampuan untuk menjaga citra menjadi instrumen penting yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, khususnya pada departemen yang bertanggung jawab mengelolanya. Perusahaan perlu memahami pentingnya konsisten pada budaya, nilai, dan etika yang dipegang oleh perusahaan serta menjaga kualitas pelayanan. Adapun dalam pengelolaan dan memproduksi pesan, hendaknya mencantumkan nilai serta pedoman yang dianut dalam perusahaan. Selanjutnya adalah membuat program sosial yang diterapkan, dimana *Corporate Social Responsibility* (CSR) memiliki pengaruh yang besar yaitu menjadikan perusahaan berkontribusi dan berpartisipasi pada nilai-nilai sosial lingkungan (Suidah et al., 2019). Selain itu, manajemen risiko dan komitmen pada perbaikan terus menerus merupakan bagian yang terpenting dalam menjaga citra perusahaan.

Peneliti menemukan kesenjangan bahwa diperlukan penelitian lebih lanjut terkait kemampuan komunikasi yang baik dalam setiap pengambilan keputusan di dalam perusahaan. Kesenjangan ini terjadi pada perusahaan Toyota yang mengalami konflik yaitu melakukan penyimpangan pada sertifikasi terhadap mesin kendaraan yang diproduksinya. Skandal yang terjadi dipicu oleh keputusan Toyota sebagai induk perusahaan yang mengakibatkan kerugian bagi Daihatsu Motor Co sebagai anak perusahaan. Di sisi lain, Toyota memberi respon terhadap skandal yang menimpanya dengan berusaha mendapatkan kembali kepercayaan *customer* melalui pernyataannya pada saat *press conference* (CNN, 2024). Maka, dalam hal

ini manajemen komunikasi menjadi aspek yang tidak kalah pentingnya untuk dilakukan dalam upaya pengambilan keputusan guna menjaga citra dan keutuhan.

Maka, menghubungkan dengan subjek penelitian, peneliti telah melakukan pra riset melalui wawancara yang dilakukan kepada anggota Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* PT IPC Terminal Petikemas yang berjumlah 5 orang. Peneliti mendapatkan hasil anggota departemen memiliki perasaan bahwa divisi mereka berbeda dengan divisi lain. Asumsi ini muncul karena interaksi yang diterapkan di departemen lebih dekat antar anggota daripada yang diterapkan oleh anggota di divisi lain. Anggota departemen juga merasa bahwa standar yang diterapkan di divisi mereka jauh lebih tertata daripada yang diterapkan oleh divisi lain. Asumsi tersebut menjadi dasar adanya indikasi pembentukan *groupthink* pada Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* sehingga menjadi alasan peneliti dalam melakukan penelitian ini.

Peneliti juga menghubungkan dengan subjek penelitian ini, yaitu Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* PT IPC Terminal Petikemas. Alasan peneliti memilih perusahaan ini sebagai subjek penelitian adalah karena sejak 10 tahun berdiri terhitung mulai dari 10 Juli 2013 hingga saat ini, PT IPC Terminal Petikemas mampu mempertahankan citra positifnya. PT IPC Terminal Petikemas sendiri merupakan anak perusahaan PT Pelindo II yang bergerak di bidang layanan jasa kepelabuhanan. Secara spesifik merupakan operator terminal yang memberikan pelayanan peti kemas dengan sistem jaringan yang terintegrasi antar pelabuhan dan dikelola secara profesional (ipctpk, 2020). Jasa layanan PT IPC Terminal Petikemas juga telah memiliki fasilitas yang *modern* dan handal dan didukung oleh sumber daya manusia yang profesional.

PT Pelindo II yang merupakan induk perusahaan PT IPC Terminal Petikemas sempat terkena skandal pada tahun 2015 akibat kasus korupsi yang disebut merugikan negara sebesar 28,82 miliar (Guritno et al., 2021). Akibatnya, gedung IPC juga berimbas terkena penggeledahan untuk mencari bukti dokumen mengenai kasus korupsi PT Pelindo II yaitu penyelewengan pengadaan *crane* (Chandra, 2015). Dampak dari kasus tersebut tentunya membuat citra PT Pelindo II menurun drastis dan kehilangan kepercayaan dari masyarakat. Namun, di tengah

polemik kasus dan krisis yang dialami oleh induk perusahaannya, PT IPC Terminal Petikemas tetap mampu mempertahankan citra positifnya. Pada tahun 2017, IPC berhasil meraih prestasi dengan memenangkan kategori "*Media Relations*" serta mendapatkan piala perunggu dalam *Public Relations Indonesia Awards 2017*.

IPC juga memenangkan kategori "*Top Leader*" pada *CSR Commitment Branding Campaign* yang diselenggarakan oleh *BUMN Marketeers Awards 2017*. Tidak hanya itu, di tahun yang sama IPC juga meraih juara 2 "*The Best Human Capital*" kategori *State Owned Enterprise's Company* dan "*The Big 10 Human Capital 2017*" dari Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. Di tahun ini, IPC berkomitmen untuk terus meningkatkan upayanya dalam sektor kepelabuhanan dan ekonomi yang dibuktikan dengan meingkatnya pendapatan usaha sebesar 19,6% dari periode tahun lalu (Maulana, 2017). Media bahkan menyebutkan bahwa tahun 2017 merupakan tahun *Enhancement* bagi IPC Terminal Petikemas yang berhasil mewujudkan kinerja unggul dan berkesinambungan (Kontan, 2017). Dengan sejumlah prestasi ini menjadi bukti bahwa IPC Terminal Petikemas mampu mempertahankan citra positifnya.



Gambar 1.1 Logo PT IPC Terminal Petikemas  
Sumber: (ipctpk, 2020)

Sejalan dengan prestasinya yang kian meningkat, hal ini juga didukung oleh keberhasilan kinerja Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* yang bertugas dalam pengelolaan *corporate communication* di PT IPC Terminal Petikemas. Departemen ini bertugas untuk menyusun langkah strategis dalam membentuk *good image* bagi perusahaan, salah satunya adalah dengan adanya program CSR. Pada tahun 2022, PT IPC Terminal Petikemas tercatat telah

mengadakan program CSR sosial yaitu khitan gratis bagi 506 anak yatim piatu dan dhuafa dan pendistribusian kacamata gratis sebanyak 512 buah bagi guru dan siswa di seluruh area kerja. Kemudian CSR lingkungan yaitu dengan menanam 6.225 mangrove di pesisir Palembang dan Bali serta menanam 240 bibit terumbu karang di perairan Lampung. Tidak hanya itu, IPC juga mengadakan program CSR di bidang ekonomi dengan memberikan pelatihan memasak gratis di wilayah pelabuhan (Sayekti, 2022).

Pemaparan di atas menjadikan penelitian ini memiliki urgensi untuk dilakukan sebagaimana *groupthink* dapat mempengaruhi pengambilan keputusan di dalam departemen perusahaan. Sesungguhnya, keberhasilan sebuah perusahaan dalam mempertahankan dan meningkatkan citranya ditentukan oleh cara pengelolaan komunikasinya (Oksiutycz et al., 2017). Setiap perusahaan akan berusaha untuk membentuk citra yang positif demi keberlanjutan bisnis. Maka, diperlukannya kemampuan komunikasi kelompok yang baik dalam *groupthink* di departemen untuk pengambilan keputusan di dalam perusahaan. Sehingga, proses diskusi dan interaksi antar anggota di departemen menjadi hal yang penting dalam proses *groupthink* untuk mendapatkan keputusan terbaik bagi perusahaan.

Peneliti berpeluang untuk melakukan penelitian dari sudut pandang ilmu komunikasi dengan menggunakan *Groupthink Theory*. Peneliti telah melakukan telaah pustaka yang mengacu pada jurnal nasional bereputasi dan jurnal internasional dalam kurun waktu 6 tahun (2017 - 2024). Berdasarkan telaah pustaka, peneliti belum menemukan penelitian *groupthink theory* dalam bidang studi ilmu komunikasi yang kemudian menjadikan adanya peluang bagi peneliti dalam menghasilkan kebaruan penelitian *groupthink theory* di bidang studi komunikasi dalam kajian komunikator. Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa *groupthink* berpengaruh dalam pengambilan keputusan (Arifiyanto et al., 2021; Sudaryati et al., 2018). Namun, disisi lain penelitian lainnya menyebutkan bahwa *groupthink* menghasilkan keputusan dengan kualitas rendah (Akhmad et al., 2021), perbedaan pendapat yang membahayakan penafsiran informasi (Gesser-Edelsburg, 2021), dan menyulitkan karyawan dalam memberikan ide-ide kreatif (AdamsBrandford et al., 2020).

Dari pemaparan penelitian terdahulu, peneliti menemukan celah penelitian dan menjadikannya sebagai *state of the art* dalam penelitian ini dengan berpeluang melakukan penelitian dari sisi komunikasi kelompok untuk menghasilkan keputusan yang positif sebagai upaya menjaga citra perusahaan melalui proses berpikir kelompok (*group think*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena *Groupthink Theory* sebagai *middle theory* pada penelitian ini berada pada tradisi sosiokultural dalam topik kajian komunikator (Littlejohn & Foss, 2008:225). Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti, mengeksplorasi, dan memahami makna masalah manusia dan sosial dalam bentuk deskriptif (Creswell, 2016;Tysara, 2021). Peneliti akan mengumpulkan data melalui dua metode, yaitu wawancara dan studi pustaka. Metode wawancara digunakan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan mendalam mengenai komunikasi kelompok yang dilakukan Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* PT IPC Terminal Petikemas dalam proses berpikir kelompok. Selanjutnya, studi pustaka digunakan sebagai acuan peneliti dalam menganalisis topik kajian yang diteliti.

Tata kelola *corporate communication* melalui departemen sangat dibutuhkan dalam keberlangsungan perusahaan. Secara lebih spesifik, komunikasi perusahaan yang baik mampu memberikan kesan positif di benak masyarakat, klien, dan para *stakeholder*. Sehubungan dengan pentingnya manajemen dan tata kelola *corporate communication* di sebuah perusahaan, maka peneliti tertarik untuk melihat bagaimana proses berpikir kelompok melalui komunikasi pada Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* dalam menghasilkan keputusan. Peneliti ingin mengungkapkan lebih dalam mengenai proses diskusi dan sisi keberhasilan departemen dalam menjaga citra positif perusahaan. Maka, dari uraian tersebut peneliti akan melakukan penelitian dengan judul "Komunikasi Kelompok Pada Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* PT IPC Terminal Petikemas Dalam Upaya Menjaga Citra".

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan pemaparan pada latar belakang penelitian, peneliti menemukan permasalahan terkait komunikator yaitu interaksi dan peran anggota

dalam proses pengambilan keputusan kelompok. Komunikator yang dimaksud dalam penelitian ini adalah anggota Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal*. Peneliti ingin meneliti proses berpikir melalui komunikasi kelompok yang terjadi antar anggota departemen untuk menghasilkan keputusan sebagai upaya mempertahankan citra positif perusahaan.

### **1.3 Rumusan Masalah**

Peneliti mengacu pada paparan dalam identifikasi masalah dan menghadirkan rumusan masalah adalah bagaimana proses komunikasi dan proses berpikir kelompok yang dilakukan Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* PT IPC Terminal Petikemas dalam menghasilkan keputusan guna mempertahankan citra positif perusahaan?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana komunikasi dan proses berpikir kelompok yang terjadi pada Departemen *Corporate Secretary & Hubungan Eksternal* PT IPC Terminal Petikemas dalam menghasilkan keputusan sebagai upaya mempertahankan citra perusahaan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Peneliti berharap penelitian ini akan memberikan manfaat baik secara akademik dan praktis:

#### **1.5.1. Manfaat Akademik**

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan kontribusi secara akademik khususnya dalam sudut pandang ilmu pengetahuan komunikasi dalam konteks komunikasi kelompok sebuah departemen dalam tata kelola *corporate communication* guna menjaga citra perusahaan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya dan mengembangkan ilmu pengetahuan yang diterapkan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam kajian komunikator.

- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan membantu mengembangkan pemahaman mahasiswa ilmu komunikasi tentang komunikasi kelompok, khususnya dalam penerapannya di departemen perusahaan.

#### 1.5.2. Manfaat Praktis

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat memberikan pandangan bagi perusahaan, organisasi, maupun instansi lainnya dalam proses pengambilan keputusan.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat mengenai cara mempertahankan citra positif bagi perusahaan.
- c. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi agar proses pengambilan keputusan hendaknya selalu melibatkan banyak sudut pandang.