

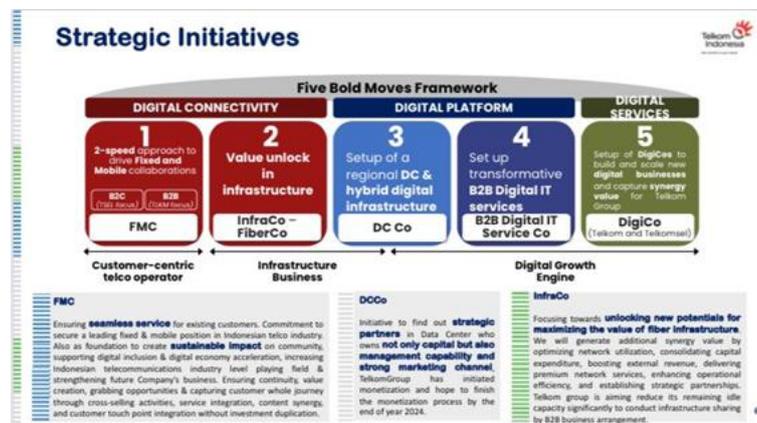
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

PT Telkom telah melakukan *Initial Public Offering (IPO)* di tahun 1995 tepatnya 14 november, dimana segala sesuatu keputusan yang berkesinambungan kepada prospek perusahaan yang akan diambil PT Telkom maka harus atas persetujuan 47.91% saham yang dipegang oleh publik. Dikarenakan terjadinya faktor yang merugikan dunia telekomunikasi seperti kondisi *Head Wins* yaitu terjadi penurunan pendapatan dari layanan *legacy* (telepon dan sms), OTT Platform yang merupakan layanan konten berbasis digital yang langsung bisa diakses oleh para pengguna internet, penurunan harga paket data yang menyediakan paket bundling, adanya price war di pasaran terkait harga produk layanan dan munculnya Big data. *Revenge stagnant* .Oleh karena itu PT Telkom melakukan transformasi besar – besaran terhitung dari tahun 2019 hingga 5 tahun kedepan yaitu 2024, PT Telkom merancang strategi transformasi *massive* yaitu inisiatif bisnis *Fives Bold Moves*.

Dari gambaran permasalahan pada kondisi tersebut tersebut PT Telkom sebagai Perusahaan Industri Telekomunikasi melakukan analisis dalam tujuannya untuk meningkatkan profit perusahaan maka *Fives Bold Moves* menjadi inisiatif bisnis baru yang diusulkan. Berikut kerangka *Five Bold Moves* PT Telkom:



Gambar 1.1 Company Presentation

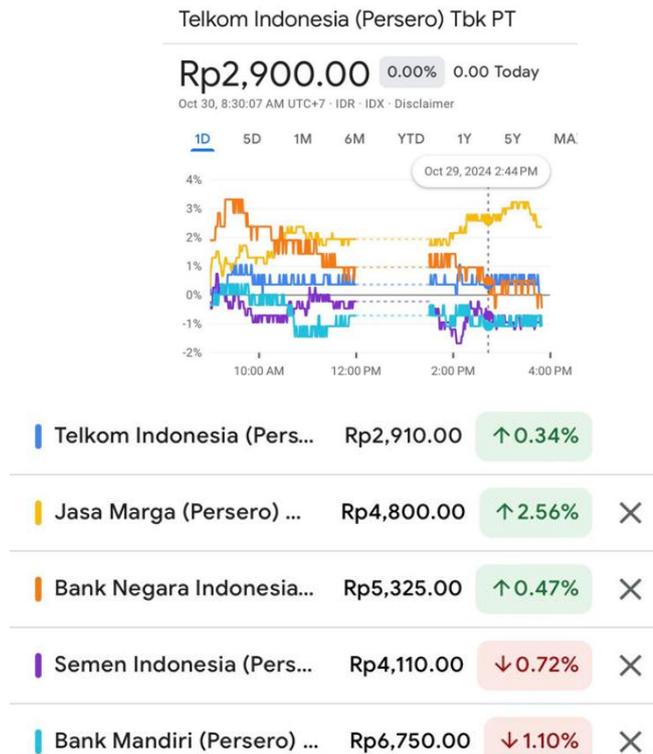
Sumber: Investor Relation PT Telkom Indonesia (diakses pada 16/10/24)

Langkah pertama dalam transformasi ini adalah FMC (Fixed Mobile Convergence) yang mengintegrasikan layanan telekomunikasi tetap, seperti telepon rumah dan internet kabel/fiber, dengan layanan seluler ke dalam satu ekosistem yang terhubung. Melalui FMC, Indihome berpindah kepemilikan perusahaan menjadi anak perusahaan Telkomsel. Langkah kedua yaitu ini adalah PT Mitra Telindo Nusantara (Mitra Tel), anak perusahaan dari PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk yang bergerak di bidang penyediaan infrastruktur telekomunikasi yang melakukan penawaran umum pertama saham (Initial Public Offering/IPO). Melalui IPO ini, Mitra Tel berupaya meningkatkan modal untuk mendukung rencana ekspansi bisnis, terutama dalam memperluas infrastruktur telekomunikasi di Indonesia. Langkah ketiga yaitu Data Center CO yang didirikan untuk penguatan, pengelolaan, penyimpanan data dalam usaha PT Telkom menjalani transformasi digital. Langkah keempat yaitu Digi CO yang mendukung pertumbuhan bisnis digital dan adapun langkah terakhir merupakan B2B Digital IT Service yang berfokus pada penyedia layanan IT untuk B2B.

Dalam transformasi ini keberhasilan sangat membutuhkan persetujuan 47.91% saham kepemilikan publik terutama pada gerakan *five bold moves Initial Public Offering* nya Mitra Tel, *investor relations* berperan penting dalam mengawal gerakan transformasi ini dikarenakan *investor relations* harus berkomunikasi dengan para investor agar mereka menerima dan menyetujui langkah transformasi yang dirancang PT Telkom. *Investor relations* merupakan bagian dari perusahaan yang melakukan pengelolaan komunikasi kepada investor, pemegang saham dan komunitas keuangan. Investor relations di dalam sebuah perusahaan bertanggung jawab atas segala bentuk komunikasi yang dilakukan terhadap shareholders. *Investor relations* divisi yang biasanya terdapat pada perusahaan publik dimana saham perusahaan tersebut dapat dimiliki oleh publik luas, sehingga perusahaan harus memiliki sebuah jembatan yang mengatur jalannya informasi dan membangun relasi antara perusahaan dengan investor dan pemegang saham.

Dari transformasi besar-besaran *Five Bold Moves* PT Telkom mengakibatkan munculnya kekhawatiran oleh para Investor. Para investor *concern* akan prospek keberhasilan PT Telkom yang selama ini cukup bergantung pada anak perusahaan. Dalam hal ini Departemen *Investor Relation* harus selalu mengawal akan setiap aksi korporasi yang akan diambil yang memiliki nilai materialitas tertentu harus terus

dilaporkan ke pasar modal dan memastikan setiap informasi penting harus terbuka terhadap publik. Selain itu, adanya penurunan harga saham juga menjadi kekhawatiran pada investor. Dari komparasi harga saham PT Telkom dengan perusahaan BUMN lainnya yang dapat tergolong harga saham PT Telkom cukup rendah, berikut komparasi saham Telkom dengan beberapa perusahaan BUMN:



Gambar 1.2 Komparasi harga saham BUMN

Sumber: Website resmi IDX (diakses pada 30/10/24)

Dengan demikian dari banyaknya kekhawatiran para investor terkait adanya transformasi *five bold moves* yang dirancang sebagai strategi bisnis baru oleh PT Telkom Indonesia, dapat dihadapi oleh Department *Investor Relation* PT Telkom Indonesia dengan adanya hubungan yang baik antara investor relations dengan investor. Menjaga hubungan terhadap para investor sangat penting dan berdampak pada kepercayaan investor terhadap perusahaan. Menurut W.J.S Poerwadarminta, relasi diartikan sebagai hubungan, yaitu sebuah kegiatan yang mempengaruhi atau berdampak pada kegiatan lainnya (Poerwadarminta, 2002). Dengan berkomunikasi dengan baik hubungan akan terus berjalan, menurut dari kutipan diatas dapat diartikan hubungan dapat berdampak pada suatu kegiatan. Minimnya kekhawatiran investor

dan terjaganya transparansi terkait informasi, hubungan yang baik dengan investor dapat berdampak pada kesuksesan perusahaan.

Dalam meminimalisir kekhawatiran investor terkait transformasi bisnis ini selain menjaga hubungan, *Investor relations* PT Telkom Indonesia tentu saja juga berperan dalam membangun pemahaman investor terkait adanya transformasi bisnis baru. Hal ini sangat berperan penting dengan terbangunnya pemahaman investor terkait transformasi bisnis ini maka, para investor akan memahami serta menyetujui dengan adanya transformasi ini dikarenakan dalam membangun pemahaman ini para investor diberi penjelasan informasi terkait prospek baik perusahaan saat terjadinya transformasi bisnis ini.

PT Telkom Indonesia merupakan perusahaan telekomunikasi yang statusnya *Dual-listing*, dimana PT Telkom bukan hanya tercatat pada Bursa Efek Indonesia melainkan tercatat juga di *New York Stock Exchange*. Hal ini tentu berkaitan dengan Unit *investor relations* PT Telkom Indonesia yang memiliki fungsi dan tanggung jawabnya lebih besar dari perusahaan lain di Indonesia yang statusnya tidak *dual-listing*. Berikut merupakan perusahaan telekomunikasi lainnya yang ada di Indonesia:

No	Nama Perusahaan	Bidang Usaha	Kepemilikan	Status listing
1	PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk	Telekomunikasi seluler, Internet broadband, data center, cloud & infrastruktur jaringan	BUMN	BEI & NYSE
2	PT Indosat Tbk	Telekomunikasi seluler, penyedia layanan internet & digital services	Swasta	BEI
3	PT XL Axiata Tbk	Telekomunikasi seluler, layanan data, fixed broadband	Swasta	BEI
4	PT Smartfren Telecom Tbk	Telekomunikasi seluler, layanan internet	Swasta	BEI
5	PT Mora Telematika Indonesia	Infrastruktur jaringan serat optic, penyedia layanan wholesale & data center	Swasta	BEI

6	PT Tower Bersama Infrastructure Tbk	Penyedia menara untuk operator seluler	Swasta	BEI
7	PT Dayamitra Telekomunikasi	Infrastruktur menara telekomunikasi & data center	Swasta	BEI
		Anak perusahaan PT Telkom penyedia infrastruktur telekomunikasi	BUMN	BEI
8	PT Sarana Menara Nusantara Tbk	Infrastruktur telekomunikasi	Swasta	BEI
9.	PT Link Net Tbk	Internet broadband & layanan TV Kabel	Swasta	BEI
10	PT Bali Towerindo Sentra Tbk	Penyedia menara telekomunikasi	Swasta	BEI

Tabel 1.1 Perusahaan Telekomunikasi di Indonesia
Sumber : Olahan peneliti, 2025

Berdasarkan tabel 1.1 di atas mengenai informasi terkait perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia . PT Telkom Indonesia merupakan perusahaan telekomunikasi nomor satu di Indonesia . PT Telkom Indonesia juga merupakan perusahaan telekomunikasi yang memiliki status dual-listing company yaitu perusahaan yang mencatatkan saham nya tidak hanya pada Bursa Efek Indonesia akan tetapi juga New York Stock Exchange. PT Telkom merupakan perusahaan milik negara berdiri pertama kali setelah memisahkan diri dengan industri pos Indonesia pada tahun 1965, kemudian setelah memisahkan diri PT Telkom sampai dengan sekarang berfokus sebagai penyedia banyak layanan telekomunikasi dimulai dari telekomunikasi seluler, internet boardband, data center , cloud dan infrastruktur jaringan .

Kemudian ada perusahaan PT Indosat Tbk , perusahaan ini merupakan perusahaan telekomunikasi yang menyediakan layanan telekomunikasi seluler,

layanan internet dan juga digital services . PT Indosat Tbk merupakan badan usaha milik swasta dan status listing nya ialah PT Indosat Tbk hanya tercatat pada bursa efek Indonesia. Adapun perusahaan lain yaitu PT XL Axiata Tbk yang merupakan perusahaan telekomunikasi kepemilikan swasta , PT XL Axiata Tbk menyediakan layanan telekomunikasi seluler, layanan data dan fixed boardband. Perusahaan ini juga hanya tercatat pada bursa efek Indonesia pada status listing nya.

Selanjutnya, perusahaan telekomunikasi lain yaitu PT Smartfren Telecom Tbk. Perusahaan ini juga merupakan perusahaan milik swasta yang status listingnya hanya tercatat pada bursa efek Indonesia. PT Smartfren Telecom Tbk memberikan layanan telekomunikasi seluler dan juga layanan internet. Adapun perusahaan lain yaitu PT Mora Telematika Indonesia yang merupakan persahaan telekomunikasi kepemilikan swasta. Perusahaan telekomunikasi ini menyediakan infrastruktur jaringan serat optic, layanan wholesale & data center. PT Mora Telematika status listing nya hanya terdaftar pada bursa efek Indonesia.

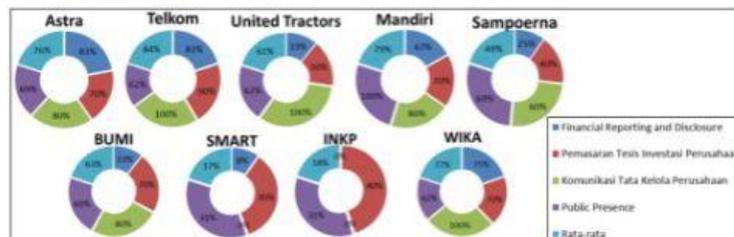
Selanjutnya, perusahaan telekomunikasi lain yaitu PT Tower bersama infrastruktur yang kepemilikannya merupakan tanggung jawab swasta. Perusahaan ini juga status listingnya hanya tercatat pada bursa efek Indonesia. Penyedia layanan menara untuk operator seluler. Kemudian, Mitra Tel yang kepemilikan perusahaannya milik negara dikarenakan perusahaan ini adalah anak perusahaan PT Telkom Indonesia. Perusahaan telekomunikasi ini bergerak di bidang infrstruktur menara telekomunikasi dan data center, perusahaan ini juga hanya tercatat pada bursa efek Indonesia pada status listingnya. Adapun perusahaan telekomunikasi PT Sarana menara Nusantara yang bergerak pada bidang infrastruktur telekomunikasi. Perusahaan ini merupakan perusahaan milik negara dan hanya listing pada bursa efek Indonesia.

Selanjutnya, perusahaan telekomunikasi PT Link Net Tbk yang bergerak pada bidang layanan internet boardband dan layanan Tv kabel serta PT Bali Towerindo Sentra Tbk yang bergerak pada layanan menara telekomunikasi, kedua perusahaan tersebut sama-sama perusahaan yang dimiliki pihak swasta dan status listing nya hanya tercatat pada bursa efek Indonesia saja. Melihat informasi dari data-data perusahaan telekomunikasi yang ada di Indonesia, bahwa PT Telkom Indonesia merupakan satu satunya perusahaan BUMN bidang telekomunikasi terbesar di Indonesia dan diikuti Mitra Tel sebagai anak perusahaan nya. Kemudian pada status

listing nya, PT Telkom Indonesia merupakan satu-satunya perusahaan telekomunikasi yang tercatat pada dua burssa efek yakni BEI dan NYSE. Melalui hal tersebut, PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk layak diteliti karena perusahaan telekomunikasi ini tentu saja tanggung jawab investor relations nya akan lebih besar dari perusahaan yang tidak dual-listing.

Harapan dari penelitian yang dilakukan yakni agar PT Telkom Indonesia dalam fungsi *investor relations* nya dapat terus menjalankan tanggung jawab perannya sebagai pengawal gerakan komunikasi dan jembatan komunikasi perusahaan dengan investor agar komunikasi yang terjalin dengan baik dapat menjadi keuntungan kedua belah pihak. Sebagai perusahaan telekomunikasi nomor satu di Indonesia tentu saja membuat tanggung jawab *investor relations* PT Telkom lebih unggul dari perusahaan-perusahaan telekomunikasi lain di Indonesia. Menurut data penelitian terdahulu hasil temuan PT Telkom Indonesia menunjukkan hasil paling tinggi pada tanggung jawab implementasi *investor relations* nya. Berikut hasil penelitian terkait komparasi implementasi tanggung jawab investor relations PT Telkom Indonesia:

Temuan Data



Gambar 1.3 Data total implementasi tanggung jawab IR pada 9 perusahaan fortune penelitian terdahulu

Sumber: Jurnal Universitas Kristen Petra Surabaya (diakses pada 30/10/24)

Diketahui dari sebuah penelitian yang berjudul Implementasi Tanggung Jawab Investor Relations pada Corporate Website 9 Perusahaan Fortune bahwa PT Telekomunikasi Indonesia dilihat dari beberapa aspek investor relations seperti Financial Reporting and Disclosure, Pemasaran Tesis Investasi perusahaan, Komunikasi Tata Kelola Perusahaan dan Public Presence menunjukkan dari rata rata temuan data ke sembilan perusahaan yang diteliti bahwa PT Telkom merupakan perusahaan yang total implementasi tanggung jawab investor relations nya paling

tinggi yaitu pada angka 84% diikuti oleh Mandiri 79%, WIKA 77%, Astra 76%, BUMI 63%, United Tractors 61% dan perusahaan yang rata-rata implementasi tanggung jawab investor relations nya di bawah 50% seperti SMART, UNKP dan SAMPOERNA. Maka dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa *investor relations* PT Telkom Indonesia pada implementasi tanggung jawabnya lebih unggul dari beberapa perusahaan di Indonesia.

Dalam tanggung jawabnya kepada pemegang saham aktivitas komunikasi dalam penyampaian informasi terkait kinerja perusahaan, prospek perusahaan kedepannya dan kondisi keuangan perusahaan harus dikemas dengan baik agar terjaganya hubungan perusahaan dan para pemegang saham. *Investor Relations* bertujuan memastikan komunikasi harus berjalan secara maksimal dan transparan kepada investor agar terciptanya reputasi yang baik sehingga pemegang saham dan calon pemegang saham memiliki rasa kepercayaan yang tinggi terhadap perusahaan. Peran *Investor relations* yang sangat mendasar tentu saja keterbukaan informasi (*full disclosure*) terutama pada perusahaan *go-public*, sejak perusahaan melakukan *IPO* tentu saja keterbukaan informasi menjadi tanggung jawab besar yang menyangkut akan regulasi. Hal ini menyangkut transparansi perusahaan yang akan berdampak pada efisiensi kinerja usaha dan peningkatan laba (Santoso et al., 2019) Para investor menginginkan komunikasi yang lebih intens dan transparan, serta akses lebih dalam ke perusahaan-perusahaan dibandingkan dengan yang mereka peroleh di masa lalu. Oleh karena itu, perusahaan yang bersaing untuk mendapatkan investasi modal perlu mengembangkan program-program Hubungan Investor (Argenti, 2010). *Investor relations* merupakan bentuk *maintenance* dari perusahaan yang harus selalu dikelola dengan baik karena memiliki peran penting dan program-program hubungan investor juga harus selalu dikembangkan sesuai dengan era transformasi digital saat ini agar investor relation dapat selalu mengimplementasikan peran dan tanggung jawabnya dengan baik.

Dalam sebuah penelitian oleh Alexander V. Laskin dalam jurnal yang berjudul "*A Descriptive Account of the Investor relations Profesion*" dikatakan bahwa sampai saat ini investor relations masih dianggap sebagai fungsi keuangan dibanding dengan fungsi komunikasinya. Hal tersebut tidak dibenarkan karena sebagai jembatan komunikasi kepada investor, IRO harus memiliki background di bidang komunikasi yang mumpuni. Adapun menurut penelitian investor relations di Indonesia pada

sembilan perusahaan menghasilkan bahwa, konsep investor relations cenderung berfokus pada tanggung jawab empat bidang utama yang berkaitan dengan financial yaitu pada pelaporan keuangan dan pengungkapan dalam tujuan pengambilan keputusan investor, pemasaran tesis investasi perusahaan, komunikasi tata kelola perusahaan dan public presence. Hal tersebut ditonjolkan pada website perusahaan, konsep tanggung jawab investor relations di Indonesia masih berfokus pada fungsi keuangan yang dipresentasikan pada corporate website.

Dalam hal ini seharusnya penerapan konsep investor relations harus seimbang antara fungsi komunikasi juga fungsi keuangannya, karena fungsi keuangan dikemas dan disampaikan dibantu oleh fungsi komunikasi yang baik. Menurut (Guimard, 2008). ada 25 alat *investor relations* dalam bentuk komunikasi pada investor seperti; *Press release, Presentasi, Online investor relations, Media social, Annual report, Shareholder letter, Financial advertising, Press kit, Public Meeting, One to one meetings, Roadshow, Reverse roadshow, conferences, analyst and investor day, conference call, sustainability report* dan sebagainya. Pada perusahaan di Indonesia seharusnya melaksanakan semua bentuk komunikasi *investor relations* oleh Anne Guimard, akan tetapi dari beberapa penelitian terdahulu hampir tidak ada perusahaan di Indonesia yang melaksanakan bentuk komunikasi *investor relations* dengan lengkap hanya cenderung berfokus pada fungsi keuangan seperti laporan keuangan, laporan tahunan dan *corporate website*.

Berdasarkan hasil pra riset penulis bersama Senior Officer Investor Relation PT Telkom menyebutkan bahwa Departemen Investor Relation PT Telkom terbagi menjadi dua bagian yaitu *Reporting & Compliance* dan *Shareholder Relation*. Novy Kartikayanti menyatakan fungsi dan tugas masing masing bagian berbeda ada *Reporting & Compliance* bertanggung jawab dalam memastikan laporan wajib dilakukan tepat waktu dalam mempertahankan reputasi perusahaan, menyusun laporan sesuai dengan aturan, pengelolaan unit berjalan sesuai peraturan perusahaan dan memastikan materi serta penyelenggaraan Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS). Adapun *Shareholder Relation* yang bertanggung jawab dalam penyelenggaraan *one-on-one meeting* dan *non-deal roadshow* (NDR) dalam rangka membina relasi baik dengan *shareholder, Alignment growth story* perusahaan dan memastikan penyelenggaraan studi persepsi seperti *analyst perception index*.

Investor relations PT Telkom seperti yang telah disebutkan diatas memiliki fungsi dan tugas yang berkesinambungan dengan hubungan, program dan pelaporan terkait investornya. Bahwa fungsi ini sangat penting dalam berjalannya tujuan visi & misi perusahaan. Walaupun berperan penting ada seperti yang sudah dipaparkan peneliti di atas konsep investor relations di Indonesia masih cenderung berfokus pada fungsi keuangannya kurangnya *concern* terkait fungsi komunikasi dalam tanggung jawab *investor relations* akan membuat perusahaan mengalami permasalahan terkait kepercayaan, relasi baik dan reputasi. Hal ini tentu saja menjadi permasalahan serius dimana kurangnya fungsi komunikasi yang terjalin akan membuat turunnya kepercayaan investor yang akan berdampak pada turunnya reputasi perusahaan karena menganggap perusahaan tidak transparan dan akuntabel.

Maka dari itu, dengan melihat konsep *investor relations* yang berfokus pada fungsi keuangan persepsi terhadap *investor relations* harus diubah, fungsi keuangan dan fungsi komunikasi yang seimbang di *investor relations* harus dianggap penting. Dengan tidak adanya pengelolaan yang seimbang antara fungsi keuangan dan fungsi komunikasi pada *investor relations* yang baik dalam sebuah perusahaan dapat menurunkan rasa kepercayaan investor terkait perusahaan yang berdampak pada turunnya reputasi sebuah perusahaan. Tidak sampai disitu kurangnya pengelolaan *investor relations* juga ketidakstabilan harga saham yang diakibatkan oleh investor yang mengambil keputusan berdasarkan isu dan spekulasi yang membuat perusahaan sulit menjaga stabilitas saham dan yang utama bahwa kurangnya pengelolaan investor yang baik sehingga kurangnya terjalin hubungan baik kepada investor akan berdampak pada penurunan loyalitas para investor.

Selanjutnya terdapat beberapa penelitian terdahulu yang mendukung penelitian ini mengenai investor relation. Pada penelitian yang dilakukan oleh Andika Hendra Mustaqim yang berjudul “Strategi Komunikasi Investasi dan Daya Saing Untuk Menarik Investor” penelitian ini mengkaji pengolahan strategi komunikasi pada akun Twitter resmi Kementerian Keuangan (Kemenkeu) Republik Indonesia dan Badan Koordinasi Penanaman Modal (BKPM). Metode penelitian ini menggunakan metode menggabungkan netnografi. Hasil dari penelitian ini mengatakan strategi komunikasi nya yaitu membaca dan meneliti media sosial, mengevaluasi media sosial, membangun komunikasi langsung, menjalankan dan transparansi. Adapun Manajemen permasalahan, pendekatan taktis komunikasi

investasi, dan daya saing berbasis narasi. yaitu menyusun narasi, memelihara interaksi, menyulap isu jadi tren, membangun aliansi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Untuk menarik minat investor asing melalui media sosial, kita perlu membangun sistem kerja yang terstruktur, tim yang solid, dan komunikasi yang terbuka dengan publik.

Adapun penelitian lain oleh David Fero yang berjudul “Penggunaan Corporate Website sebagai Strategi Investor Relations PT Lippo Cikarang Tbk dalam Mempertahankan Reputasi Perusahaan” penelitian ini mengkaji bagaimana strategi investor relations dalam penggunaan corporate website dalam mempertahankan reputasi perusahaan. Metode riset ini menerapkan pendekatan deskriptif kualitatif dan studi kasus. Hasil penelitian ini strategi oleh investor relations PT Lippo Cikarang Tbk dalam pemenuhan informasi melalui website perusahaan sangat berdampak positif dalam mempertahankan reputasi perusahaan . berfokus pada komunikasi internal & eksternal kemudian corporate website dinilai lebih efektif daripada media komunikasi lainnya terlebih dalam keterbukaan informasi.

Pentingnya hubungan baik dan mempertahankan hubungan terkait perusahaan dan investor membuat peneliti tertarik untuk melakukan penelitian ini. Berdasarkan dari latar belakang masalah yang telah dipaparkan diatas, dapat dilihat bahwa dalam mewujudkan inisiatif bisnis barunya investor relations PT Telkom harus mengupayakan terjalinnya relasi yang sangat baik antara perusahaan dengan investor yang berpengaruh kepada kepercayaan para investor terhadap prospek perusahaan. Peneliti berharap riset ini akan menjadi tolak ukur baru dalam model komunikasi oleh para perusahaan *Go public* yang konsep *investor relationsnya* berfokus pada fungsi keuangan oleh karena itu penelitian ini berjudul “**Analisis investor relations PT Telkom dalam mewujudkan inisiatif bisnis *five bold moves***” yang akan memaparkan investor relations PT Telkom dalam mewujudkan inisiatif bisnis melalui hubungan baik dengan investornya yang secara tidak langsung juga meningkatkan kepercayaan investor kepada perusahaan tempat ia berinvestasi.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan rumusan masalah yang telah disampaikan, adapun tujuan dari penelitian ini yaitu:

1. Mengidentifikasi cara PT Telkom Indonesia menjaga hubungan baik dengan investornya.
2. Menganalisis bagaimana PT Telkom Indonesia membangun pemahaman kepada investor terkait inisiatif bisnis *five bold moves*.
3. Mengetahui bagaimana keterbukaan informasi yang dilakukan PT Telkom Indonesia.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan fokus penelitian yang telah dipaparkan, pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana cara PT Telkom Indonesia dalam menjaga hubungan dengan investor?
2. Bagaimana PT Telkom Indonesia membangun pemahaman investor terkait strategi bisnis *five bold moves*?
3. Bagaimana keterbukaan informasi yang dilakukan PT Telkom Indonesia?

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan penelitian ini akan berguna bagi perkembangan ilmu di bidang komunikasi dalam pandangan *Public Relation* dan *Investor Relation* terutama dalam mewujudkan pemahaman kepada investor dan publik terkait sebuah transformasi dalam melalui hubungan yang baik dan terpenuhinya kebutuhan informasi yang transparan terhadap shareholder. Peneliti juga berharap penelitian ini dapat dijadikan sumber pengetahuan dalam pembelajaran penelitian selanjutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Bagi Perusahaan, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat dalam pengelolaan, perancangan dan evaluasi terkait pengelolaan *Investor relations* dalam mewujudkan inisiatif bisnis *five bold moves* dengan mementingkan relasi jangka panjang dengan para investor.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan Tempat pelaksanaan penelitian ini dilakukan yaitu bertepatan di Telkom University, Desa Sukapura, Kabupaten Bandung, Jawa Barat. Proses Penelitian dimulai sejak bulan Oktober 2024. Adapun rincian kegiatan waktu dan jenis kegiatan yang sedang dan akan dilaksanakan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

NO	Jenis Kegiatan	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Juni
1	Penelitian Pendahuluan									
2	Penyusunan Proposal									
3	Seminar Proposal									
4	Pengumpulan Data									
5	Pengolahan Data									
6	Analisis Data									
7	Sidang Skripsi									

Tabel 1.2 Waktu dan Lokasi Penelitian
Sumber : Olahan peneliti, 2024