

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Beberapa dari institusi pemerintahan, perusahaan swasta dan BUMN melakukan transformasi *digital* dengan berinovasi dalam media internal, seperti halnya Perusahaan Umum Percetakan Uang Republik Indonesia (Peruri) yang melakukan inovasi mengikuti kemajuan teknologi berbasis *digital* untuk menjalin komunikasi internal. Menurut Rangga A. Wijaya (2019: 218) dalam proses inovasi, perusahaan mendapatkan keunggulan yang dibutuhkan untuk terus berkembang, tetap kompetitif, berkontribusi pada pembangunan ekonomi nasional dan peningkatan kinerja karyawan.

Peruri merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mempunyai tujuan mencetak uang kertas dan uang logam untuk Bank Indonesia (BI). Peruri adalah salah satu perusahaan yang ditunjuk oleh pemerintah untuk melakukan percetakan uang di Indonesia. Berdasarkan data melalui *platform* Media Korporasi Indonesia *upperline.id* pada tahun 2018 terdapat 3.212 karyawan kontrak dan karyawan tetap di Peruri, yang mana mayoritas karyawan bekerja di pabrik percetakan uang kantor Peruri Karawang.

Dengan hal itu, Peruri mengidentifikasi kesulitan karyawan yang berada dalam pabrik percetakan uang untuk mengakses media internal, karena *platform digital* internal Peruri semula merupakan *website* portal berita berbentuk web-based yang hanya dapat diakses menggunakan laptop atau PC, sehingga Biro Kesekretariatan, Protokol dan Komunikasi Perusahaan (Biro KPK) Peruri bekerjasama dengan Biro IT dalam melakukan inovasi pada media internal yaitu membuat *mobile* aplikasi portal Peruri. Inovasi tersebut dilakukan karena Peruri mengamati dalam mengkoordinasi pekerjaan dan mengakses informasi internal akan lebih mudah jika karyawan mengakses media internal menggunakan *smartphone*. Peneliti menemukan hasil riset Juli 2021 dari Hootsuite dan We Are Social terkait perangkat atau *device* yang sering digunakan untuk mengakses *news online*, hasilnya adalah sebanyak 73% perangkat yang sering digunakan untuk mengakses *news online* adalah *smartphone* dan sebanyak 27% perangkat yang sering digunakan untuk mengakses *news online* adalah laptop atau PC. Dengan itu, untuk mengoptimalkan kinerja karyawan dan kinerja perusahaan, maka salah satu yang harus dipersiapkan dengan

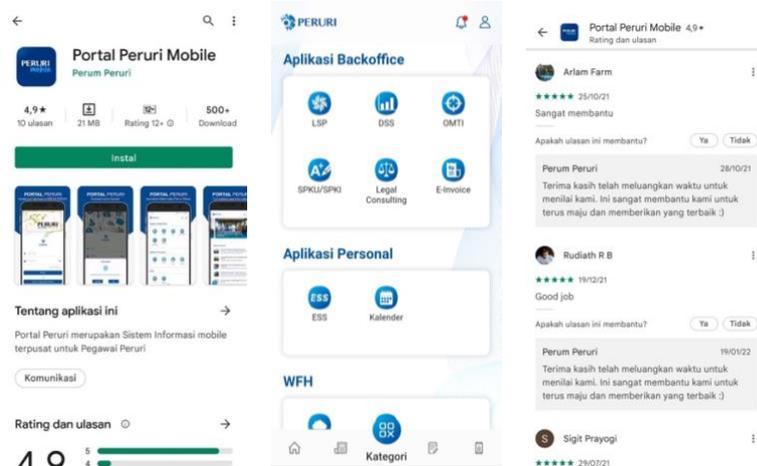
komprehensif adalah memperkuat fondasi antar Insan Peruri dan membuktikan penyebaran informasi internal perusahaan telah menyebar secara transparan, tepat waktu, jelas dan akurat menggunakan *platform digital* internal.

Pada Agustus 2021 Biro KPK berupaya dalam mengakselerasi pertumbuhan kinerja Peruri sekaligus mengikuti arahan dari Kementerian BUMN dalam surat Menteri BUMN Nomor S-336/MBU/05/2020 mengenai Antisipasi Skenario The New Normal Badan Usaha Milik Negara. Peruri mengikuti arahan Menteri BUMN yang mewajibkan menyusun Protokol Penanganan COVID-19 dalam aspek cara kerja (*process & technology*). Inovasi media internal ini tidak hanya dilakukan oleh Peruri, akan tetapi dilakukan oleh beberapa BUMN. Berikut adalah tabel perbandingan antara *mobile aplikasi* portal Peruri dengan BUMN lainnya

**Tabel 1. 1 Perbandingan Mobile Aplikasi Peruri
(Per tanggal 20 Januari 2022)**

Komponen	Mobile Aplikasi Peruri	My Pertamina	Space Pos Indonesia
Rating	4,9	4,4	Tidak Ada
Release Mobile Aplikasi	Agustus 2021	April 2020	Mei 2020
Content Management	Berita Direktorat, Berita Lainnya, Pengumuman, E-Invoice, ESS, Kalender, WFH, Nota Dinas, Tanda Tangan Digital.	My Personal, My Calendar, My Worklist, My Compliance, My Document, Payslip.	Video Conference

Sumber: Google Play Store Mobile Aplikasi Peruri, My Pertamina & Website Space Pos Indonesia



Gambar 1. 1 Tampilan Mobile Aplikasi Portal Peruri

Sumber: Google Play Store Mobile Aplikasi Portal Peruri

Dari data di atas dapat dilihat perbandingan dari beberapa *platform digital* internal dari beberapa BUMN yang hadir semenjak pandemi COVID-19. Peruri mengalami keterlambatan dalam inovasi media internal ini, akan tetapi memiliki *content management* yang lebih lengkap, dan memiliki rating serta ulasan yang cukup memuaskan. Praktisi PR Peruri secara aktif selalu memberikan jawaban atas *feedback* yang diberikan oleh karyawan. Dapat dikatakan *platform digital* internal menjadi satu-satunya medium internal yang dikelola dan dimanfaatkan oleh praktisi PR. Dengan hadirnya *mobile* aplikasi maka mempermudah seluruh karyawan Peruri dalam mengetahui keadaan perusahaan, sebab sebelum adanya *mobile* aplikasi karyawan mengalami keterlambatan dalam mengakses nota dinas dan mengetahui informasi internal. Tujuan dari Biro KPK dan Biro IT membuat *mobile* aplikasi untuk meningkatkan produktivitas dan kinerja karyawan, meningkatkan *digital engagement* dan *digital lifestyle*. Melalui *mobile aplikasi* Biro KPK berharap seluruh karyawan tidak mengalami hambatan atau keterlambatan dalam mengetahui informasi internal karena adanya fitur *push up notification*.

Berdasarkan Siaran Pers yang dikeluarkan oleh Biro KPK Nomor : 1/PR-PERURI/I/2022 Direktur Utama Peruri memaparkan jika semula Peruri mengandalkan bisnis penugasan dari Pemerintah, saat ini Peruri sedang mengakselerasi transformasi *digital* sebagai modal Peruri membangun bisnis secara *end-to-end*. Selain membuat inovasi produk yang berkaitan dengan *digital*, perspektif baru dalam dunia PR

mewajibkan praktisi PR agar mampu menyesuaikan diri dalam mengaplikasikan media *digital*. Hadirnya istilah *Digital Public Relations (Digital PR)* turut mendorong dan mengubah implementasi PR saat ini. Implementasi *digital PR* lebih luas dibandingkan dengan PR Konvensional. Teknologi komunikasi telah mengubah aktivitas yang dilakukan oleh PR dan media yang digunakan.

Implementasi *digital PR* erat kaitannya dengan media baru (*new media*). Bentuk perubahan yang terjadi di era *digital* yaitu dengan hadirnya media baru, dimana digitalisasi sangat berperan besar dalam kemajuan dunia PR. Digitalisasi media yang terjadi saat ini merupakan hasil dari konvergensi media, karena selain mengubah tools yang digunakan juga telah mengubah cara interaksi yang dilakukan (Nurnisya: 2016). Implementasi *digital PR* dalam penelitian ini berkaitan dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan oleh praktisi PR Peruri dalam media *digital*. Selain menyesuaikan diri dalam mengaplikasikan media *digital*, hal yang sangat penting dan fundamental dalam implementasi PR adalah menerapkan transparansi informasi yang menjadi elemen utama dalam penyebaran informasi, yang mana dengan menerapkan transparansi maka praktisi PR mengungkapkan informasi yang relevan mengenai perusahaan.

Dalam menjalankan transparansi informasi internal untuk mengemukakan sejumlah informasi strategis terkait kondisi kinerja, hingga pencapaian perusahaan untuk mendukung tujuan serta keberhasilan yang didapat oleh internal perusahaan agar berdampak baik bagi citra perusahaan nantinya. Selain itu transparansi informasi internal dilakukan untuk mengetahui secara menyeluruh seberapa kemajuan dan keberhasilan yang diraih oleh perusahaan dan menumbuhkan loyalitas yang akan sangat menentukan kemajuan dan pertumbuhan perusahaan.

Banyak penelitian mengenai implementasi *public relations* melalui media internal, salah satunya penelitian yang berjudul “Implementasi Pengelolaan Media Internal PT Krakatau Steel (Persero) Tbk Pada KSG News” oleh Saskia Isabella (2019). Penelitian tersebut membahas mengenai implementasi PR dalam KSG News yang merupakan majalah internal dari PT Krakatau Steel (Persero) Tbk, penelitian tersebut mengamati proses pengelolaan konten pada KSG News menggunakan empat tahapan yaitu *Fact Finding, Planning, Communicating, Evaluating*. Penelitian yang dilakukan oleh Saskia Isabella tidak membahas mengenai implementasi PR serta tidak membahas

mengenai karakteristik media yang digunakan. Oleh sebab itu, penelitian ini akan memperbaharui dari penelitian sebelumnya, dengan menjelaskan implementasi *digital* PR, serta mengidentifikasi kesempurnaan media yang dijadikan sebagai *platform* bagi praktisi PR.

Ketertarikan peneliti mengajukan penelitian ini karena melihat Peruri memiliki inovasi dalam mempersiapkan transformasi di era *digital*. Penelitian ini nanti bermanfaat bagi perusahaan yang ingin melakukan inovasi pada media internal dan bagi perusahaan yang sedang mempersiapkan transformasi *digital*. Beberapa dari perusahaan yang hanya berfokus pada inovasi eksternal, padahal inovasi yang dilakukan untuk internal tidak kalah penting untuk dilakukan. Jika fondasi internal dibangun dengan baik, maka akan berdampak baik bagi perusahaan. Peruri memberikan tantangan bagi praktisi PR untuk memahami lebih mendalam mengenai literasi media *digital* serta pengaplikasian media *digital* yang berdampak pada loyalitas karyawan dan reputasi perusahaan.

Dengan demikian, untuk mengidentifikasi implementasi *digital* PR dalam transparansi informasi yang terjadi dalam internal Peruri, maka penelitian ini nantinya akan menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pada pendekatan kualitatif sangat memperhatikan proses dan mengeksplorasi sebuah fenomena. Dalam penelitian kualitatif, peneliti menjalin interaksi secara intens dengan realitas yang ditelitinya (Somantri, 2005: 58). Penelitian ini menggunakan metode studi kasus, dengan kata lain penelitian ini akan terfokus secara intensif pada satu kasus tertentu serta mengkajinya. Dengan fokus studi kasus pada komunikasi internal yang terjadi pada platform *digital* internal (*website* portal berita dan *mobile* aplikasi portal Peruri). Adapun Teknik pengumpulan data yang dipilih oleh peneliti adalah observasi, wawancara mendalam dan studi dokumen. Observasi dilakukan peneliti dalam mengamati fenomena yang terjadi di lapangan. Wawancara mendalam dilaksanakan dengan informan yaitu Staf Biro KPK, Staf Biro Perencanaan Perusahaan dan Konsultan PR. Sedangkan data dokumen diperoleh dari data-data atau informasi dalam platform *digital* internal Peruri.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti ingin membahas dan mengetahui lebih dalam penelitian ini dengan judul “Implementasi *Digital Public Relations* Dalam Transparansi Informasi Internal Peruri”.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti akan melakukan penelitian yang berfokus pada implementasi *digital public relations* dalam transparansi informasi internal melalui *platform digital* internal Peruri yaitu *website* portal berita dan *mobile* aplikasi portal Peruri, lalu mengidentifikasi bentuk komunikasi yang terjalin dalam *platform digital* internal tersebut.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan fokus penelitian di atas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana pengimplementasian *digital public relations* dalam transparansi informasi internal melalui *platform digital* internal Peruri?
2. Bagaimana bentuk komunikasi internal yang terjalin dalam *platform digital* internal Peruri?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan fokus penelitian dan rumusan masalah yang telah dipaparkan, maka tujuan penelitian yang ingin didapatkan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menjelaskan serta memahami terkait implementasi *digital PR* dalam transparansi informasi internal Peruri pada *platform digital* internal yang dikelola oleh praktisi PR Peruri. Pada transparansi informasi internal mengemukakan keterbukaan informasi yang relevan dengan perusahaan serta keterbukaan dalam melaksanakan proses pengambilan keputusan. Peruri melakukan inovasi dalam teknologi informasi sebagai media keterbukaan informasi internal. Sehingga, peneliti ingin mengetahui implementasi *digital PR* berupa aktivitas-aktivitas yang dilakukan lalu melihat transparansi informasi melalui *platform digital* internal yang dikelola oleh praktisi PR Peruri.
2. Untuk mengidentifikasi bentuk komunikasi yang terjalin di aplikasi portal Peruri. Bentuk komunikasi yang terjalin berupa arus pesan yang terjadi dalam *platform digital* internal tersebut. Bentuk komunikasi yang terjalin seperti informasi dalam *platform digital* internal Peruri karyawan dengan karyawan, direksi dengan

karyawan atau karyawan dengan direksi. Melalui bentuk komunikasi tersebut apakah terdapat *feedback* sehingga terjalin komunikasi interaktif dan meningkatkan *digital engagement* sesuai dengan salah satu tujuan inovasi media internal yang dilakukan. Bentuk komunikasi tersebut dapat berupa komunikasi vertikal keatas atau kebawah, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, untuk mengetahui bagaimana implementasi *digital PR* dalam transparansi informasi internal Peruri. Implementasi *digital PR* dalam penelitian ini menggunakan empat konsep peran PR. Dalam mengidentifikasi bentuk komunikasi yang terjalin dan transparansi informasi internal dalam *platform digital* internal maka menggunakan teori kesempurnaan media (*media richness theory*). Penelitian ini juga dapat menjadi manfaat bagi perkembangan penelitian PR dan membantu penelitian-penelitian selanjutnya yang relevan.

1.5.2 Kegunaan Praktis

Salah satu kegunaan praktis yaitu menjadi suatu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom). Penelitian ini dapat memberi masukan kepada perusahaan yang masih mengesampingkan publik internal, dan memberi masukan kepada praktisi PR dalam implementasi kegiatan PR yang berkaitan dengan media internal. Khusus untuk Peruri, penelitian ini diharapkan dapat menjadi tolak ukur untuk terus mengembangkan media internal serta membangun publik internal yaitu Insan Peruri sebagai *teamwork* yang solid untuk mencapai tujuan perusahaan.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu yang dibutuhkan peneliti dalam melakukan penelitian ini dimulai dari bulan Oktober 2021 s/d Maret 2022.

Tabel 1. 2 Waktu dan Periode Penelitian

Kegiatan Penelitian	2021												2022															
	OKT				NOV				DES				JAN				FEB				MAR							
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4				
Menentukan Ide Dan Objek Penelitian	■	■	■	■																								
Penyusunan Proposal Skripsi					■	■	■	■	■	■	■	■																
Sidang Proposal Skripsi													■															
Revisi Proposal Skripsi														■	■	■	■	■										
Melakukan Pengumpulan Data														■	■	■	■	■										
Melakukan Pengolahan Data																	■	■	■									
Pendaftaran Sidang Akhir Skripsi																					■	■						
Pelaksanaan Sidang Akhir Skripsi																						■						

Sumber: Olahan Peneliti

1.7 Sistematika Penelitian

Pada sistematika penelitian ini berguna untuk mempermudah dalam memberikan gambaran dalam penulisan skripsi ini.

Pada bab pendahuluan menjelaskan gambaran terkait masalah yang akan dibahas. Bab ini berisi latar belakang penelitian, rumusan masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, waktu dan periode penelitian dan sistematika penulisan.

Pada bab tinjauan pustaka menjelaskan terkait teori atau konsep yang dijadikan dasar untuk penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan permasalahan dalam penelitian. Pada bab ini juga mencantumkan penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian yang sedang dijalani. Bab ini, meliputi tinjauan konseptual, penelitian terdahulu dan kerangka pemikiran.

Pada bab metode penelitian menjelaskan metode penelitian yang digunakan secara rinci, meliputi paradigma penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, unit analisis penelitian, informan kunci, pengumpulan data penelitian dan teknik analisis data.

Pada bab hasil penelitian dan pembahasan meliputi gambaran umum perusahaan, karakteristik informan, hasil penelitian, dan pembahasa hasil penelitian secara sistematis dan kronologis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian.

Pada bab kesimpulan dan saran merupakan bab terakhir dalam penelitian. Pada bab ini, menjelaskan kesimpulan penelitian dan memberikan saran terhadap pihak terkait.