

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Aktivitas kita sehari-hari dipengaruhi oleh kemajuan teknologi yang juga membuat kita bergantung pada teknologi. Kemajuan teknologi yang terus-menerus memerlukan transformasi digital baik bagi individu maupun organisasi. Tindakan menggunakan teknologi digital untuk mengubah prosedur yang ada saat ini guna menghasilkan produk atau metode baru dikenal sebagai "transformasi digital".

Dengan kata lain, transformasi digital mengacu pada proses penerapan teknologi untuk meningkatkan kinerja dalam suatu organisasi atau perusahaan dengan memodifikasi strategi, struktur, proses, dan sumber daya manusianya (Royyana, 2018). Tindakan yang terkait dengan transformasi digital harus dikelola dan dipahami oleh semua pihak yang berkepentingan secara terpadu. Menjadikan metode lama menjadi lebih efektif dan efisien adalah salah satu tujuan transformasi digital, khususnya terkait operasional perusahaan. Misalnya, teknologi digital akan memudahkan pelaku bisnis dalam menjual barangnya, melakukan proses pemasaran, dan menciptakan citra merek yang lebih positif. Namun, Implementasi transformasi digital tidaklah sesederhana kelihatannya; Padahal, organisasi harus memperhatikan sejumlah aspek dan menerapkan sejumlah metode yang harus dilakukan dengan baik. Penulis kini penasaran untuk mempelajari lebih lanjut tentang metode dan dampak pengelolaan transformasi

digital bagi bisnis, khususnya *Corporate Communication* di PT Telkomsel Regional Sumbagsel.

Dunia kita terus berubah, dan kita manusia hidup di dalamnya. Tidak dapat dipungkiri bahwa akan ada perubahan, atau transformasi yang lebih luas disebut. Penyesuaian perilaku, nilai, dan sistem penilaian, modifikasi peralatan, metode dan prosedur kerja, perubahan peralatan, proses berpikir, dan perubahan sikap merupakan beberapa faktor yang dipertimbangkan. Penting untuk diingat bahwa tidak setiap perubahan akan menghasilkan keadaan yang lebih baik. Dalam situasi ini, upaya harus dilakukan untuk memastikan bahwa setiap penyesuaian terfokus pada perbaikan situasi dibandingkan keadaan sebelumnya. Perubahan atau transformasi, dengan demikian, dapat dikatakan selalu mempunyai makna, mentransformasikan keadaan sebelumnya (kondisi sebelum) menjadi keadaan setelahnya

Teknologi digital, umumnya terhubung dengan internet dan teknologi komputer, merupakan modernisasi atau revitalisasi penggunaan teknologi. Dimana aktivitas manusia menjadi lebih mudah dengan penggunaan mesin-mesin canggih untuk segala hal. *Corporate Communication* di perusahaan untuk terhubung dengan pemangku kepentingan, media, pekerja, pelanggan, dan masyarakat umum dikenal sebagai strategi komunikasinya. Salah satu tanggung jawab *Corporate Communication* adalah membuat dan melaksanakan rencana untuk memenuhi kebutuhan komunikasi organisasi, termasuk mengelola krisis yang merusak reputasi. Misalnya, ketika banyak pekerja tewas dalam kebakaran pabrik atau ketika kerusakan lingkungan disebabkan oleh kecerobohan perusahaan. Untuk

meningkatkan reputasi perusahaan, spesialis komunikasi harus memilih metode terbaik dalam menyampaikan pesan. Meskipun tujuan *Corporate Communication* berbeda-beda, dua tujuan utama adalah menjangkau khalayak dan membina kemitraan jangka panjang.

Dalam dunia bisnis modern, banyak hal telah berubah. Hal ini terlihat jelas di sektor telekomunikasi, transportasi, dan ritel, yang semuanya didorong oleh tujuan yang sama: memperkenalkan inovasi ke dalam perkembangan teknologi dan digital sekaligus beradaptasi dengan perubahan pola konsumen, komunikasi, dan transportasi. Memasuki era digital, peradaban secara alami mengalami perubahan gaya hidup dan proses berpikir. Karena kemajuan teknologi yang canggih, kehidupan mulai sepenuhnya digital. Wajar saja jika PT Telkomsel Regional Sumbagsel menjadi salah satu dari sekian banyak bisnis yang memanfaatkan teknologi digital hasil digitalisasi untuk mengkomunikasikan informasi dan kebutuhan informasi.

Perseroan Terbatas (PT) wajib memasukkan inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan dalam kerangka ini. *Corporate Communication* digunakan untuk mempraktikkan hal ini. PT Telkomsel Regional Sumbagsel merasa terpanggil untuk melakukan operasional akibat hal tersebut. PT Telkomsel Regional Sumbagsel merupakan salah satu bisnis operator telepon seluler terbesar di Indonesia di antara berbagai operator seluler. Meski menghadapi persaingan yang ketat dengan operator telepon seluler lainnya, Telkomsel, cikal bakal operator telekomunikasi seluler GSM pertama dan terbesar di Indonesia, terpacu untuk selalu menjadi yang terdepan dengan terus berinovasi dan melakukan

terobosan-terobosan baru demi mencapai layanan terbaik bagi pelanggannya. pelanggan. sekarang. Mayoritas masyarakat Indonesia tetap memilih PT Telkomsel Regional Sumbagsel karena tujuan tersebut. Bagi pelanggannya, PT Telkomsel Regional Sumbagsel telah memberikan layanan terbaik.

Corporate Communication atau lebih dikenal “*Corcomm*” merupakan komponen penting dari komunikasi formal. *Corporate Communication* meliputi komunikasi antar berbagai badan usaha maupun komunikasi dalam suatu organisasi (komunikasi eksternal). Keberhasilan perusahaan sangat bergantung pada komunikasi yang efektif, dan semakin banyak perusahaan terkenal yang mengevaluasi kembali strategi komunikasi mereka, menghindari pendekatan konvensional dan fungsional terhadap hubungan masyarakat dan urusan masyarakat dan lebih memilih rencana komunikasi perusahaan internal dan eksternal. Secara umum, *Corporate Communication* di perusahaan (PT) digunakan untuk menumbuhkan persepsi publik yang baik terhadap perusahaan. PT Telkomsel Regional Sumbagsel berupaya untuk memberikan pemberitaan positif mengenai bisnis ini. Oleh karena itu, hal-hal buruk yang terjadi dalam organisasi sering kali diusahakan untuk disembunyikan dan, sebisa mungkin, dirahasiakan. Informasi yang disebarluaskan kepada masyarakat melalui media digital dipengaruhi oleh orientasi tersebut. Media digital akan mengungkap informasi dan pesan yang dapat meningkatkan reputasi perusahaan; sebaliknya, informasi dan pesan yang dapat merusak reputasi perusahaan tidak akan dilaporkan. Oleh karena itu, seringkali masyarakat tidak mengetahui berita atau informasi yang mempunyai nilai kebenaran. Alasannya, persepsi masyarakat

terhadap perusahaan akan terkena dampak negatif jika berita atau informasi tersebut disampaikan kepada mereka melalui media digital. *Corporate Communication* harus selalu mengikuti perkembangan teknologi terkini agar dapat menyelesaikan seluruh laporan tepat waktu dan menangani permasalahan yang berkaitan dengan citra perusahaan, khususnya yang berkaitan dengan PT Telkom Regional Sumbagsel. Membangun hubungan dengan bisnis lain dan melacak kemajuan pesaing memerlukan pemahaman.

Jelas sekali bahwa gagasan ini mempunyai akibat yang tidak dapat dihindari. Jarang sekali seorang *Corporate Communication* terjebak dalam satu keadaan saat membuat informasi karena fokus seluruh pekerjaan yang dilakukan oleh organisasi sebagian besar. Dampaknya adalah publikasi dan pemberitaan palsu, serta penipuan publik. *Corporate Communication* menghadirkan versi peristiwa yang direkonstruksi daripada kejadian nyata dalam upaya meningkatkan persepsi masyarakat terhadap PT Telkom Regional Sumbagsel. setelah mengetahui elemen-elemen yang memotivasi suatu perusahaan untuk menerapkan transformasi digital.

Penting untuk membicarakan alasan transformasi digital dilakukan. Transformasi digital akan menjadi usaha yang sia-sia jika organisasi menghadapi kekuatan yang mendorong perubahan namun tidak menyelaraskan keadaan saat ini dengan tujuannya. Kesiapan digital suatu organisasi merupakan pertimbangan utama saat menerapkan transformasi digital. Hal ini menyiratkan bahwa dunia usaha ingin memastikan bahwa mereka siap untuk bertransisi ke lingkungan digital bila diperlukan dan memasukinya. Menciptakan lebih banyak produk

inovatif dan menyelidiki serta menciptakan model bisnis baru yang disruptif agar tetap menguntungkan dan kompetitif adalah beberapa indikator kesiapan digital suatu organisasi. Meningkatkan saluran distribusi atau menjadikan perusahaan digital adalah tujuan lain dari transformasi digital. Dengan lebih dekat dengan pelanggan melalui saluran digital, Anda dapat memahami kebutuhan mereka lebih dalam. Memberikan barang atau jasa secara digital juga sama pentingnya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan mendorong mereka untuk menggunakan kembali barang dan jasa yang dihasilkan.

1.2. Identifikasi dan Perumusan Masalah

1.2.1 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah berikut sebagai :

1. Terdapat strategi dalam proses transformasi digital dalam pelaksanaan *Corporate Communication* perusahaan PT Telkomsel Regional Sumbagsel.
2. Dampak melaksanakan transformasi *digital Corporate Communication* perusahaan PT Telkomsel Regional Sumbagsel.

1.2.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, maka dapat dirumuskan masalah sebagai berikut: “ Bagaimana transformasi *digital Corporate Communication* PT Telkomsel Regional Sumbagsel”.

1.3. Pembatasan Masalah

Dari uraian identifikasi masalah dan perumusan masalah diatas, maka pokok bahasan dibatasi pada:

1. Pengaruh Tranformasi Digital *Corporate Communication* pada pencitraan PT Telkomsel Regional Sumbagsel.
2. Hanya batasan masalah *Internal Corporate Communication* PT Telkomsel Regional Sumbagsel.

1.4. Maksud dan Tujuan

1.4.1 Maksud Penelitian

Karena data penelitian dapat diperoleh, maka metode pengumpulan data merupakan bagian terpenting dalam proses penelitian. Peneliti tidak akan memperoleh data yang memenuhi standar data jika tidak dilakukan pengumpulan data. Oleh karena itu, pendekatan mendasar untuk mengumpulkan informasi dalam penelitian kualitatif melibatkan partisipasi partisipan, observasi langsung, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Dalam penelitian ini peneliti mengkaji suatu item penelitian dan memberikan penjelasan dengan menggunakan metodologi deskriptif kualitatif. Salah satu cara untuk menjelaskan suatu kondisi sosial yang ada adalah melalui penelitian deskriptif kualitatif. Jadi, untuk menghilangkan anggapan atau kesimpulan sederhana. Dalam penelitian ini peneliti ingin menjelaskan terkait “Transformasi Digital *Corporate Communication* PT Telkomsel Regional Sumbagsel”. Sehingga metodologi penelitian

kualitatif deskriptif diharapkan dapat menjelaskan terkait permasalahan atau kondisi sosial yang sedang diamati oleh peneliti.

1.4.2 Tujuan Penelitian

1. Bagaimana transformasi digital *Corporate Communication* PT Telkomsel Regional Sumbagsel.
2. Untuk mengedukasi strategi dan dampak melaksanakan transformasi digital *Corporate Communication* PT Telkomsel Regional Sumbagsel.
3. Untuk Memetakan kesiapan SDM internal dalam proses transformasi digital PT Telkomsel Regional Sumbagsel, sehingga dapat menjaga pencitraan perusahaan.

1.5. Kegunaan Penelitian.

1. Dari segi akademisi, penelitian ini diharapkan dapat berfungsi sebagai sumber lebih lanjut, panduan bagi penulis dan pembaca, dan dasar untuk penyelidikan lebih lanjut.
2. Bagi penulis penelitian ini dapat dijadikan suatu pengalaman sangat berharga guna memperluas pengetahuan dan memperdalam wawasan berpikir serta memupuk sikap kritis terhadap transformasi digital PT Telkomsel Regional Sumbagsel.
3. Bagaimana seorang *Corporate Communication* PT Telkomsel Regional Sumbagsel dapat *retation* dan menjaga pencitraan terhadap perusahaan dengan kegiatan Intropeksi kualitas pencitraan dan menjaga hubungan terhadap Internal dan eksternal.