

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi seperti sekarang ini istilah teknologi tidaklah asing dan sangat erat dalam kehidupan setiap harinya. Teknologi adalah metode ilmiah untuk mencapai tujuan praktis, ilmu pengetahuan terapan atau dapat pula diterjemahkan sebagai keseluruhan sarana untuk menyediakan barang-barang yang diperlukan bagi kelangsungan dan kenyamanan hidup manusia. Perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi pada saat ini semakin mengalami kemajuan dalam kebutuhan berkomunikasi antar individu diberbagai lapisan masyarakat. Telekomunikasi saat ini memegang peranan penting dan strategis dalam memenuhi kebutuhan hidup manusia. Melalui teknologi komunikasi semua kegiatan manusia menjadi lebih ringan, bertukar informasi melalui jarak jauh menjadi relatif cepat dan lebih efisien.

Salah satu teknologi komunikasi ini adalah internet. Layanan internet sudah dikenal secara luas, masyarakat umum sekarang ini hampir semua dapat mengakses internet dari berbagai daerah bahkan dunia, baik tua maupun muda sudah mengenal internet. Berbagai macam hal dapat ditemukan dengan mudah melalui internet. Internet tidak hanya digunakan oleh kalangan mahasiswa namun juga digunakan oleh kalangan pekerja, pebisnis bahkan ibu rumah tangga dan siapapun dari manapun saat ini sudah dapat memanfaatkan akses internet sesuai dengan kebutuhannya. Internet juga merupakan media baru bagi pemasar baik dalam bidang perdagangan, industri maupun dalam bidang jasa.

Meningkatnya permintaan dalam mengakses internet merupakan bukti bahwa koneksi internet benar-benar telah menjadi kebutuhan masyarakat yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan sehari-hari. Masyarakat membutuhkan akses informasi yang beragam, mudah serta cepat. Menurut *kominfo.go.id* per tahun 2021 pengguna internet di Indonesia meningkat 11 persen dari tahun sebelumnya, yaitu dari 175,4 juta menjadi 202,6 juta pengguna. Melihat dari

peningkatan pengguna internet tersebut, maka banyak *provider* bersaing untuk menyediakan layanan internet yang berkualitas serta dapat dengan mudah menjangkau daerah-daerah terpencil. Salah satu *provider* penyedia layanan internet terbesar di Indonesia adalah PT. Telkom Indonesia.

Berangkat dari permasalahan di atas, demi mendukung perkembangan teknologi telekomunikasi saat ini, maka PT. Telkom Indonesia mengeluarkan produk layanan Indihome di tahun 2015. Produk Indihome merupakan layanan akses internet gratis dan berbayar berbasis teknologi *wifi* yang dapat di akses di berbagai ruang publik. Dikeluarkannya produk Indihome ini sehubungan dengan mulai beralihnya jaringan Telkom dari kabel tembaga ke kabel *fiber optic*. Kemudahan dan kehandalan komunikasi yang tercipta saat ini memberikan motivasi setiap masyarakat untuk dapat berinteraksi secara sistematis, cepat, mudah dan murah serta terhubung dimana saja dan kapan saja mereka inginkan.

Indihome adalah salah satu produk layanan dari PT. Telkom Indonesia berupa paket layanan yang terpadu dalam satu paket *triple play* meliputi layanan komunikasi, data dan *entertainment* seperti telepon rumah, internet (*Internet on Fiber* atau *High Speed Internet*) dan layanan televisi interaktif dengan teknologi IPTV (*UseeTV*). Indihome juga dilengkapi dengan beragam layanan tambahan (*add-on*) yang bisa dipilih sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan seperti Telepon Mania, *wifi.id seamless*, *TrenMicro Antivirus*, IndiHome View (*online surveillance camera*) dan masih banyak lagi.

PT. Telkom Indonesia menargetkan 9,6 juta pelanggan Indihome hingga penghujung tahun 2021. Demi terlaksananya target tersebut, maka PT. Telkom Indonesia menunjuk PT. Telkom Akses sebagai pelaksana pembangunan dan pengelola infrastruktur jaringan telekomunikasi yang dikelola oleh PT. Telkom Indonesia di seluruh Indonesia. Berdasarkan data pelanggan Indihome sesuai area yang diteliti yaitu Ciledug, per bulan Januari 2021 s/d November 2021 pada area Ciledug sekitar 7.358 pengguna terdaftar menjadi pelanggan indihome.

Adapula 170 pelanggan diantaranya memilih untuk mencabut layanan indihomenya di sepanjang 2021 ini.

PT. Telkom Akses merupakan salah satu anak perusahaan PT. Telkom Indonesia yang saham sepenuhnya dimiliki oleh PT. Telkom Indonesia. PT. Telkom Akses bergerak dalam bisnis penyedia layanan konstruksi dan pengelolaan infrastruktur jaringan. PT. Telkom Akses didirikan pada tanggal 12 Desember 2012. Pendirian PT. Telkom Akses merupakan bagian dari komitmen PT. Telkom Indonesia untuk terus melakukan pengembangan kualitas produk dan promosi untuk menghadirkan akses informasi dan komunikasi tanpa batas bagi seluruh masyarakat Indonesia. PT. Telkom Akses berupaya menghadirkan koneksi internet berkualitas dan terjangkau untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia sehingga mampu bersaing di level dunia.

Kehadiran PT. Telkom Akses diharapkan akan mendorong pertumbuhan pendapatan di Indonesia. Perkembangan dunia bisnis di Indonesia dewasa ini semakin hari semakin berkembang dengan sangat pesatnya. Hal ini pada akhirnya berdampak pada munculnya persaingan yang sangat ketat antar perusahaan infrastruktur jaringan. Semua perusahaan berlomba untuk menciptakan pelayanan yang terbaik bagi para pelanggan mereka agar dapat bertahan dalam era persaingan global ini.

Kualitas produk dan promosi yang baik akan membuat konsumen merasa puas. Oleh karena itu menjadi tuntutan PT. Telkom Indonesia untuk dapat terus meningkatkan kualitas internet yang ditawarkan dan dapat memberi serta memenuhi kepuasan konsumen terhadap penggunaan internet. Begitu pula dengan promosi, promosi yang baik dapat membuat masyarakat memutuskan untuk membeli atau menggunakan Indihome tersebut secara berulang.

Kegiatan pemasaran sekarang sudah mulai difokuskan pada pemuasan kebutuhan konsumen dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya dapat tercipta loyalitas yang tinggi dari konsumen terhadap produk yang ditawarkan. Mengenai Kepuasan dan loyalitas pelanggan pada era

teknologi saat ini, peran *Public Relations* menjadi salah satu hal penting dalam bagian promosi pada sebuah perusahaan. *Public Relations* dapat dikatakan sebagai salah satu bagian yang dapat dijadikan ujung tombak di suatu perusahaan guna melayani kepentingan masyarakat luas. Keberadaan *Public Relations* di suatu perusahaan ialah sebagai jembatan untuk menjalin hubungan dengan publiknya, baik dengan publik internal perusahaan atau organisasi maupun dengan publik eksternal.

1.2 Identifikasi Masalah

Berangkat dari latar belakang diatas, maka identifikasikan permasalahan pada penelitian ini, antara lain :

1. Bagaimana Peran *Public Relations* Sentral Telepon Otomatis PT. Telkom Akses Ciledug Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome ?
2. Apa saja aktivitas *Public Relations* Sentral Telepon Otomatis PT. Telkom Akses Ciledug Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome ?
3. Apa saja hambatan yang terjadi pada *Public Relations* Sentral Telepon Otomatis PT. Telkom Akses Ciledug Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome ?

1.3 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah dilakukan dengan maksud agar penelitian lebih terarah pada tujuan yang ada dan tidak terlalu meluas, maka penelitian ini dibatasi hanya pada Peran *Public Relations* STO (Sentral Telepon Otomatis) PT. Telkom Akses Ciledug Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan sebelumnya, maka dapat dirumuskan permasalahan utama, yaitu **“Bagaimana Peran *Public Relations* Sentral Telepon Otomatis PT. Telkom Akses Ciledug Dalam Penanganan Keluhan Pelanggan Indihome ?”**.

1.5 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan hal – hal yang berkaitan dengan :

1. Peran *Expert Prescriber Public Relations* Sentral Telepon Otomatis PT. Telkom Akses Ciledug dalam mencari solusi menangani keluhan pelanggan Indihome
2. Peran *Public Relations* Sentral Telepon Otomatis PT. Telkom Akses Ciledug sebagai *Communication Facilitator* untuk perantara antara perusahaan dengan pelanggan Indihome
3. Usaha *Public Relations* Sentral Telepon Otomatis PT. Telkom Akses Ciledug dalam *Communication Technician* untuk menangani keluhan pelanggan Indihome
4. Hambatan yang dihadapi *Public Relations* Sentral Telepon Otomatis PT. Telkom Akses Ciledug sebagai *Problem Solving Facilitator* dalam menangani keluhan pelanggan Indihome.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Secara teoritis

Memberikan masukan bagi pengembangan studi ilmu komunikasi khususnya mengenai bagaimana *Public Relations* dalam perannya mempertahankan pelanggan. Penelitian ini juga dapat digunakan sebagai sumber informasi untuk penelitian lebih lanjut perihal strategi dari *Public Relations*.

2. Secara praktis

Untuk menambah wawasan para juru komunikasi tentang pentingnya bentuk aktifitas maupun strategi yang bisa digunakan sebagai alat dari *Public Relations*. Khususnya bagi perusahaan yang menjalankan hubungan baik dengan para *stake holder*-nya.