

BAB I PENDAHULUAN

I.1 Signifikansi Penelitian

Public Relations adalah kegiatan yang membangun komunikasi yang baik bagi suatu perusahaan atau organisasi, baik itu terhadap pihak *eksternal* maupun pihak *internal*. Dalam kegiatannya PR pada dasarnya mewakili perusahaan, segala bentuk kebijakan dan keputusan seorang PR turut adil dalam hal tersebut karna PR bertindak sebagai *fasilitator*.

Public Relations memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, salah satunya adalah dalam *backup management*, dan menciptakan *corporate image*. perusahaan yang sedang mengalami permasalahan sangat membutuhkan peran seorang praktisi PR, dalam perannya *backup* manajemen dikaitkan dengan pemecahan masalah yang sedang melanda perusahaan. Perusahaan yang sedang dilanda permasalahan otomatis mendapat citra atau pandangan yang buruk dimata masyarakat, PR juga berperan dalam membalik pandangan buruk masyarakat terhadap perusahaanya.

Di era informasi saat ini, teknologi komunikasi memegang peranan penting dan strategis dalam kehidupan manusia. Melalui teknologi komunikasi pula manusia dapat saling berinteraksi atau saling memberi informasi dengan lebih cepat, efisien dan efektif. Perusahaan yang bergerak di bidang teknologi komunikasi semakin berkembang dan menimbulkan persaingan yang ketat. Salah satu perusahaan dibidang teknologi komunikasi yaitu PT. Telkomsel. PT. Telkomsel adalah perusahaan yang menyediakan layanan jasa komunikasi melalui seluler. Pada perusahaan-perusahaan profesional telah memberi fungsi khusus kepada *Public Relations* untuk berperan atas nama perusahaan dan memberi informasi secara objektif dan jujur kepada publiknya atau *stakeholders*-nya.

Tren penggunaan *handphone* kini menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan setiap tahunnya. Hingga tahun 2015 lalu saja Badan Pusat Statistik mencatat sekitar 338 juta pelanggan jenis ponsel. Angka ini begitu mencengangkan, mengingat jumlahnya yang jauh lebih besar dari jumlah penduduk Indonesia (258,2 juta jiwa) di tahun yang sama. Fakta statistik ini menunjukkan kecenderungan sebagian besar masyarakat saat ini memiliki lebih dari satu ponsel. Fenomena ini jelas berbanding lurus dengan perusahaan operator seluler yang tumbuh subur di Indonesia.

Sejauh ini terdapat lima perusahaan operator seluler yang menguasai pasar. Merujuk laporan keuangan semester I tahun 2016 lalu, Telkomsel mengaku mempunyai pelanggan layanan seluler mencapai 157,39 juta, dan hingga akhir 2017 mencapai 200 juta pelanggan yang masih perlu diaudit kembali. Jumlah ini jauh melebihi jumlah pelanggan operator seluler lainnya. Keunggulan *brand* milik PT Telkom Indonesia (Persero) ini dapat dimaklumi, sebab mereka memiliki *base transceiver station* (BTS) merata hingga pelosok daerah di Indonesia. Pesaing terdekat Telkomsel hingga saat ini adalah PT Indosat (Indosat Ooredoo), dikutip dari laporan tahunannya pada tanggal 2016, mereka mencatat sekitar 85,7 juta pelanggan. Berikutnya, PT Hutchison 3 Indonesia (Tri) yang memiliki 65,5 juta pelanggan. Pada urutan keempat ada PT XL Axiata (XL) mencatat hingga tahun 2016 memiliki 46,47 juta pelanggan. Diurutan terakhir ada PT Smartfren, sepanjang 2016 lalu mereka mengklaim mempunyai 12 juta pelanggan.

Persaingan harga dari berbagai provider seluler, masih banyak mengeluhkan terkait biaya yang harus dikeluarkan dalam penggunaan telekomunikasi masyarakat. PT Telkomsel ikut terkena dampaknya, beredar isu atau anggapan bahwa PT Telkomsel adalah provider selluler termahal dibandingkan dengan kompetitor lainnya. Isu ini tidak hanya sebatas angin yang berlalu bahkan seakan-akan melekat pada citra PT Telkomsel. Pada dasarnya harga bukannya poin utama dalam layanan jasa selluler, melaikan juga kualitas dan bentuk jasa layanan yang diberikan

juga sangat penting dalam penarikan minat pasar. Menurut beberapa pengguna produk PT Telkomsel yang sempat sedikit penulis wawancarai mengenai isu ini, mereka mengatakan bahwa itu tidak sepenuhnya benar, mereka juga meninjau dari segi kualitas, jangkauan sinyal, dan beberapa aspek yang mendukung kelancaran telekomunikasi yang diberikan, karena percuma saja bilang harga murah namun kualitas yang diberikan mengecewakan pelanggan, namun tidak sedikit pula dari beberapa pelanggan operator lain yang enggan menggunakan Telkomsel dikarenakan tarifnya dianggap mahal, hal ini dinilai mulai dari masyarakat dengan kelas ekonomi menengah hingga kebawah, bahkan beberapa masyarakat menengah atas ada yang beranggapan tarif yang diberikan Telkomsel mahal

Beredarnya isu dan anggapan masyarakat bahwa Telkomsel sebagai provider termahal, dan hal ini menimbulkan keresahan pada masyarakat terlebih dengan adanya aksi *hacking*, berdasarkan latar belakang diatas maka dalam penelitian ini mengambil judul tentang “Pengelolaan Isu “Telkomsel Sebagai Provider Termahal” (Studi Kasus Minat Pelanggan Menggunakan Provider Telkomsel)”.

1.2 Fokus Penelitian :

Tanggapan Konsumen mengenai minat menggunakan Telkomsel yang dinilai sebagai provider paling mahal dibandingkan Provider lain

1.3 Pertanyaan Penelitian

Sesuai permasalahan diatas maka dapat disimpulkan pertanyaan penelitian yang akan dibahas pada penelitian ini adalah:

1. Bagaimana Telkomsel menyikapi isu sebagai provider termahal?
2. Strategi dan kebijakan apa saja yang dilakukan Telkomsel dalam menyelesaikan isu?
3. Bagaimana minat konsumen terkait isu sebagai provider Termahal?

I.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah diatas penulis untuk mengetahui kebijakan PT Telkomsel serta tanggapan maupun alasan pelanggan tetap menggunakan layanan PT Telkomsel, yang pada kenyataanya dianggap sebagai provider paling mahal.

I.5 Manfaat Penelitian

Bertitik tolak dari latar signifikasi penelitian, masalah pokok, dan tujuan penelitian, adapun yang menjadi manfaat dilakukan penelitian ini terdiri atas dua manfaat yaitu:

1. Manfaat Akademik

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi terhadap studi ilmu komunikasi khususnya Public Relations dalam menanggapi isu-isu negative yang melanda perusahaan.

2. Manfaat dunia praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan input bagi PT. Telkomsel guna menentukan kebijakan dalam memberikan layanan yang lebih baik lagi kedepannya dan menjadi bahan refrensi untuk penelitian berikutnya.

1.6 Sitematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini terbagi menjadi :

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan dan menguraian mengenai signifikasi penelitian, identifikasi masalah, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, sistematika penulisan. Hal-hal yang menjadi pertimbangan utama mengapa peneliti memilih judul, pokok permasalahan maupun hal-hal yang ingin diketahui oleh peneliti.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Teoritis yang berisikan definisi konsep, teori-teori yang relevan digunakan sebagai bahan pemikiran dan memberikan arah dalam melakukan penelitian. Bab dua ini dijelaskan untuk memberikan gambaran serta pemahaman mengenai landasan-landasan yang digunakan untuk kepentingan analisis dan pengolahan data yang diperoleh peneliti dari hasil penelitian dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan serta permasalahan penelitian.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan metode penelitian, jenis penelitian, metode pengumpulan data, penentuan *informan*, teknik keabsahan data, metode analisis data, waktu dan lokasi penelitian, dan fokus penelitian. Maka pada bab ini peneliti akan menguraikan tata cara pengolahan data penelitian yang sesuai dengan topik penelitian, pendekatan penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bagian ini merupakan hasil dari memberikan jawaban atau solusi terhadap masalah penelitian dan merupakan gambaran kemampuan peneliti dalam memecahkan masalah.

BAB V PENUTUP

Menyatakan pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang peneliti gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Berisi mengenai data-data pendukung untuk penelitian ini.

