

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kondisi dan luas wilayah yang dimiliki Indonesia menyimpan potensi yang sangat tinggi baik di darat maupun di laut. Indonesia yang dijuluki sebagai negara maritim, dimana wilayah perairan laut Indonesia sangat luas. Hamparan wilayahnya mencapai dua pertiga adalah lautan. Indonesia merupakan salah satu negara dengan garis pantai terpanjang di dunia.

Sebagai negara maritim posisi geografis Indonesia berada di daerah tropis dimana posisinya berada pada posisi silang antar dua benua (Asia dan Australia), dan dua samudera (Hindia dan Pasifik). Hal ini sangat menguntungkan Indonesia dan memberikan potensi yang sangat tinggi dibidang ekonomi.

Komitmen pemerintah untuk mengembangkan sektor laut berdampak langsung pada optimalisasi industri kelautan nasional, yang diharapkan menjadi harapan baru sebagai sektor yang menambah kontribusi ekonomi Indonesia dan pembangunan nasional. PT PAL Indonesia (Persero) sebagai industri maritim dibidang Alutsista (Alat Utama Sistem Pertahanan) menjadi suatu badan industri kelautan yang memiliki peran penting untuk mendukung pengembangan industri kelautan nasional.

PT PAL Indonesia (Persero) adalah perusahaan BUMN yang bergerak dibidang industri galangan kapal di Indonesia. Kegiatan lini bisnis utamanya antara lain meliputi pembuatan kapal perang dan kapal-kapal niaga, rekayasa umum dengan spesifikasi tertentu sesuai kebutuhan dan permintaan dari pelanggan, memberikan jasa perbaikan dan pemeliharaan kapal, yang terbaru dan sedang dikembangkan adalah produksi kapal selam.

Kapal yang diproduksi oleh PT PAL Indonesia (Persero) telah di ekspor di berbagai negara di wilayah benua Asia, Eropa, Afrika dan Amerika karena kualitas barang yang baik. Kapal-kapal yang diekspor kebanyakan adalah jenis kapal perang, kapal niaga serta produk *general engineering* sesuai pesanan. Hasil produksi kapal buatan PT PAL Indonesia (Persero) telah diakui bukan hanya skala

nasional melainkan telah diakui oleh pasar-pasar internasional. Peran dari departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) sangat dibutuhkan di era digitalisasi ini.

Sebagai perusahaan milik negara PT PAL Indonesia (Persero) berkewajiban untuk membuka informasi kepada masyarakat luas dan untuk pembangunan yang lebih baik bagi perusahaan kedepan. Akses informasi di lingkungan PT PAL Indonesia (Persero) berlangsung satu pintu melalui komunikasi pada departemen Humas yang berada di kantor pusat Surabaya.

Komunikasi adalah proses di mana peserta membuat dan berbagi informasi satu sama lain untuk mencapai saling pengertian. Definisi ini menyiratkan bahwa komunikasi adalah proses konvergensi (atau divergensi) ketika dua atau lebih individu bertukar informasi untuk bergerak ke arah satu sama lain (atau terpisah) dalam arti yang mereka anggap peristiwa tertentu. Komunikasi sebagai proses konvergensi dua arah, bukan sebagai tindakan linear satu arah di mana satu individu berusaha untuk mentransfer pesan ke yang lain (Rogers, 1983:5).

Departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) menyadari bahwa pola komunikasi masyarakat saat ini telah berubah mengikuti arus revolusi industri 4.0. Masyarakat yang menjadikan internet dengan menggunakan media massa sebagai pusat informasi, juga menjadi salah satu penyebab departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) menyeimbangi hal tersebut dengan lebih informatif terhadap masyarakat dengan memanfaatkan media massa.

Humas berperan untuk membentuk dan menjaga citra baik kepada publik. Peran Humas juga menilai dan mengawasi sikap dan *response* publik terhadap kebijakan dan keputusan yang diambil oleh perusahaan. Kebijakan yang diambil oleh perusahaan dikelola oleh Humas untuk mengidentifikasi sikap publik dan memberikan pemahaman dan membuat dukungan.

Hubungan masyarakat adalah komunikasi dua arah antara organisasi dengan publik secara timbal balik dalam rangka mendukung fungsi dan tujuan manajemen dengan meningkatkan pembinaan kerja sama dan pemenuhan kepentingan bersama (Effendy, 2006:23).

Adapun kegiatan ataupun kebijakan baru yang diterapkan oleh PT PAL Indonesia (Persero) tugas departemen Humas adalah untuk memberikan *press release* mengenai kebijakan baru yang dibuat tersebut. Humas juga membuat dan mengelola informasi melalui Instagram resmi dari PT PAL Indonesia (Persero). Dapat dilihat di laman Instagram PT PAL Indonesia (Persero) bahwa PT PAL Indonesia (Persero) rutin memposting produk terbaru, produk terunggul, kerja sama dengan negara lain, hingga kegiatan internal yang dilaksanakan oleh PT PAL Indonesia (Persero).

Praktik kehumasan digital sebagai proses komunikasi dua arah dengan adanya interaktivitas berbanding terbalik dengan kehumasan konvensional dengan akses yang terbatas dan bersifat statis. Adapun pada kehumasan digital, pesan yang dikeluarkan bersifat lemah kontrol, dengan pilihan lebih banyak akses informasi, lebih banyak level, dinamis dan saluran yang berubah-ubah. PT PAL Indonesia (Persero) pada tahun 2017 belum menggunakan analisis data pada media sosial, tahun 2018 PT PAL Indonesia (Persero) baru menggunakan analisis data pada media sosial Instagram. Penggunaan analisis data membuat PT PAL Indonesia (Persero) dikenal masyarakat dengan kenaikan jumlah *followers* tiap bulan.

Menurut *Head of Research & Big Data* Telkom Komang Budi Aryasa, Humas harus memahami bagaimana mengumpulkan dan berbagi informasi hingga bagaimana cara mempengaruhinya. Untuk melakukan hal tersebut, dibutuhkan strategi yang merangkul era digital. Misalnya, seperti di dalam sebuah perusahaan dapat melakukan berbagai strategi kehumasan digital melalui penyesuaian dengan *trend* termasuk mengantisipasi tersebar *hoax* dan melakukan *social media listening* dalam pengelolaan *big data* (Canis, 2019:2).

Tantangan yang muncul sebagai gangguan dari praktik kehumasan digital adalah penyebaran isu yang merugikan reputasi perusahaan. Kemudahan *re-posting* telah menyebabkan berita-berita tersebut menyebar secara luas dengan jarak waktu yang singkat. Oleh karena itu, Humas membutuhkan adanya *social media listening* untuk dapat mengelompokkan data sebelum akhirnya memberhentikan penyebaran berita tersebut (Rahmawati, 2018:3).

Social media listening merupakan bagian dari revolusi industri 4.0. Revolusi ke-empat atau revolusi industri 4.0 merupakan pintu masuknya era digitalisasi yang merujuk pada perubahan gaya hidup dan perilaku maupun organisasi pada saat ini. Revolusi industri 4.0 diindikasikan dengan dinamika perubahan saat ini, seperti teknologi yang semakin terdigitalisasi dan perubahan dari data-data yang dibutuhkan dan saat ini menyebabkan perubahan besar pada masyarakat. Secara defenitif era ini merupakan pengembangan dari era-era industri yang sebelumnya.

PT PAL Indonesia (Persero) baru memanfaatkan *social media listening* dalam praktik kehumasan. Seperti yang dikatakan oleh kepala departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero), pada kasus berita BUMN merugi. Berita yang dimuat di Tempo.co, mengenai pernyataan Menteri Keuangan yang menyatakan bahwa 7 BUMN merugi meski sudah disuntik modal negara yang salah satunya merupakan PT PAL Indonesia (Persero). Hal ini menjadi persoalan yang harus diselesaikan oleh Humas PT PAL Indonesia (Persero) dalam mengembalikan citra baik perusahaan di mata masyarakat. Isu tersebut apabila tidak ditindak lanjuti maka akan mencoreng citra baik PT PAL Indonesia (Persero).

Social media listening sangat dibutuhkan dalam suatu perusahaan, karena perusahaan akan memerlukan selera *followers*, pendengar, pemerhati yang menjadi target *audience*. Sehingga departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) menekan *sentiment* negatif dengan menggunakan Instagram resmi PT PAL Indonesia (Persero) sebagai media informasi terhadap masyarakat (Hasil wawancara kepala departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero), November 2019).

Humas PT PAL Indonesia (Persero) menggunakan suatu sistem untuk pengelolaan *social media listening* yang diharapkan dapat menanggulangi apabila terjadi indikasi isu yang ditujukan kepada perusahaan sehingga lebih mudah dalam penanganan. *Social media listening* adalah kegiatan memantau, merangkum, memahami, dan menganalisis data media sosial mengenai *sentiment* publik apakah positif, negatif, dan netral. Sehingga menjadikan sebuah *insight* sebelum berita tersebut tersebar (Lumakto, 2019:2).

Manajemen komunikasi meliputi keseluruhan atas kegiatan perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi yang dilakukan oleh Humas. Tujuan dari fungsi manajemen komunikasi ditujukan pada publik eksternal maupun internal perusahaan demi mencapai sebuah tujuan. Manajemen komunikasi Humas berperan pada level *managerial role* yang memiliki peran pada perencanaan dan pengambilan keputusan dalam strategi komunikasi yang dibuat.

Melalui Instagram @ptpal_indonesia, PT PAL Indonesia (Persero) melakukan *monitoring* untuk memprediksi sesuatu yang akan secara proaktif menyuarakan opini dan reaksi publik tentang suatu isu. Reaksi publik yang muncul dapat segera diredakan dengan memberikan informasi yang sebenarnya. Kepopuleran media sosial saat ini memberikan keuntungan tersendiri bagi Humas perusahaan, salah satunya penyebaran informasi yang berjalan sangat cepat untuk sampai kepada masyarakat, dengan biaya operasional yang murah dan dapat menjangkau lebih banyak ruang cakupan.

Pemanfaatan dan merumuskan strategi segala kebutuhan media sosial dengan baik untuk membantu meningkatkan efektivitas konten yang dibuat, adalah tantangan bagi Humas. Untuk saat ini, pengukuran masih bersifat jangka pendek dan untuk mengubahnya menjadi jangka panjang tinggal menghitungnya dalam waktu periode tertentu.

Dari waktu ke waktu telah banyak revolusi yang terjadi sebelum terjadinya revolusi industri 4.0 pada era sekarang. Berawal dari ditemukannya mesin uap yang digunakan untuk produksi barang yang menjadi penanda terjadinya revolusi industri 1.0. Sebelum terjadi revolusi industri, untuk memproduksi barang masih menggunakan tenaga manusia dan hewan. Inggris menggunakan mesin uap untuk memproduksi tekstil yang sebelumnya dikerjakan oleh tenaga manusia. Bukan hanya perubahan pada bidang manufaktur, akan tetapi pengembangan penggunaan batu bara. Mesin uap digunakan dalam bidang transportasi. Sebelumnya, untuk bertansportasi laut hanya mengandalkan dari tenaga angin, tetapi sejak ditemukannya mesin uap kapal-kapal dapat berlayar selama 24 jam penuh dengan menggunakan pembakaran kayu dan batu bara. Hal tersebut memungkinkan untuk negara-negara benua Eropa dalam mengekspansi negara-negara wilayah Asia dan

Afrika. Ekspansi perdagangan juga turut diikuti dengan perbaikan jalan, pembuatan rel kereta api yang berakibat perpindahan penduduk besar-besaran dari desa ke kota (James dan Elisabeth, 2003:11).

Ditemukannya mesin uap sebagai penanda dimulainya revolusi industri, mulai tergantikan dengan tenaga listrik. Revolusi industri 2.0 berdampak besar pada bidang transportasi dan kondisi militer. Pada perang dunia ke dua banyak digunakan kendaraan militer yang telah memanfaatkan tenaga listrik (Baenanda, 2019:2).

Perubahan dari revolusi industri pertama dan kedua dapat dirasa bahwa mayoritas masih menggunakan tenaga manusia. Tenaga manusia masih berperan banyak dalam era industri pertama dan kedua. Revolusi industri ketiga perubahan yang diganti adalah manusia. Pada revolusi industri pertama dipicu oleh mesin uap, revolusi kedua dipicu oleh tenaga listrik, pada revolusi ketiga dipicu oleh mesin yang bergerak secara otomatis. Era tersebut dikenal juga dengan era komputerisasi.

Awal mula dibuatnya komputer adalah digunakan sebagai mesin untuk memecahkan kode buatan Nazi, Jerman. komputer yang diprogram pertama kali bernama *Colossus*. Komputer pertama yang dikembangkan tidak secanggih komputer sekarang. *Colossus* berukuran sebesar ruang tidur, tidak memiliki RAM, tidak dapat menerima perintah manusia melalui keyboard hanya dapat melalui pita kertas. Komputer ini juga membutuhkan daya listrik 8.500 Watt.

Perkembangan komputer sangat cepat setelah perang dunia ke 2. Lambat laun ukuran komputer semakin kecil dan tidak membutuhkan daya listrik yang sangat besar. Sehingga, komputer mulai digunakan untuk kegiatan lini bisnis. Komputer dapat digunakan dan dipasang di mesin-mesin produksi. Tenaga manusia yang dibutuhkan juga semakin sedikit digantikan dengan adanya komputer yang mampu menjalankan sistem otomatisasi, sehingga angka pengangguran semakin tinggi (James dan Elisabeth, 2003:216).

Era industri 3.0 terjadi perubahan besar yakni perubahan data analog menjadi data digital. Semisal, menonton film yang awalnya dari *Video Player* menjadi *DVD Player*, merekam lagu yang berawal menggunakan kaset berganti

menjadi CD. Oleh karena itu, industri 3.0 juga dikenal sebagai zaman *Digital Revolution*. Dampak lain dari revolusi industri 3.0 adalah menimbulkan kejahatan-kejahatan baru yang memanfaatkan digital.

Menelaah dari perubahan mulai dari revolusi industri pertama, kedua, hingga ketiga, dapat disimpulkan bahwa revolusi industri kedua tidak akan terjadi apabila manusia masih mengandalkan otot, tenaga angin, air untuk kegiatan produksi. Sehingga terciptanya listrik yang membantu dalam lini bisnis produksi. Revolusi ketiga terjadi karena meng-*upgrade* dari revolusi industri kedua dengan menggunakan sistem komputerisasi, sehingga tenaga manusia yang digunakan semakin menurun. Oleh karena itu, pada revolusi industri keempat kemajuan yang paling terasa adalah adanya internet.

Komputer yang ditemukan pertama kali sebesar ruang tidur kian lama berubah menjadi hanya sebesar kepala tangan. Semua komputer dapat terhubung ke sebuah jaringan bersama dan akan tersambung ke sebuah jaringan besar. Pada kegiatan produksi, setiap mesin yang tersambung komputer dan internet apabila terjadi suatu *error* atau masalah maka akan diketahui saat itu juga. Dampak besar dengan adanya revolusi industri 4.0 adalah banyaknya data. Karena dengan menggunakan internet *user* akan dengan mudah mendapatkan 1000 informasi dan 1000 data yang berbeda, hal ini dinamakan dengan *Big Data* (Rahayu, 2019:4).

Sebelum pemanfaatan internet praktik kehumahasan PT PAL Indonesia (Persero) tidak seefektif sekarang. Kegiatan dan agenda perusahaan akan terbatas dalam publikasi terhadap masyarakat, sehingga kurang maksimal dalam menjangkau target *audience*. Masyarakat tidak banyak yang mengetahui PT PAL Indonesia (Persero) merupakan perusahaan BUMN yang bergerak dibidang industri galangan kapal.

Era revolusi industri 4.0 sekarang perubahan besar telah terjadi. Data yang sangat banyak maka akan mempermudah PT PAL Indonesia (Persero) untuk meningkatkan produktivitasnya. Era revolusi industri 4.0 mulai dirasakan PT PAL Indonesia (Persero) secara praktis dan kompleks dalam berbagai sektor. Interaksi manusia tidak terbatas ruang dan waktu, seperti halnya dengan media sosial yang digunakan sebagai alat baru untuk memperluas aktivitas komunikasi dengan

adanya multi-interaksi. Pengembangan pola interaksi tersebut mencerminkan suatu keunggulan dari revolusi industri 4.0, dimana memberikan informasi yang lebih luas dan struktural.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan berikut, bagaimana manajemen pengelolaan informasi departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) dalam membangun citra baik perusahaan pada isu terkait BUMN merugi di era revolusi industri 4.0?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini dibuat dengan tujuan untuk mengetahui bagaimana manajemen pengelolaan informasi departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) dalam membangun citra baik perusahaan pada isu terkait BUMN merugi di era revolusi industri 4.0.

1.4 Manfaat Penelitian

Sebagai sebuah upaya mengangkat masalah mengenai manajemen informasi departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) dalam menangani kasus BUMN merugi, setelah penelitian ini selesai diharapkan bisa memberi masukan bagi pihak-pihak berikut :

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Untuk menjadi landasan dalam pengembangan teori-teori dan pengetahuan yang di dapat dibangku perkuliahan ke dalam persoalan yang sebenarnya terjadi pada perusahaan, khususnya mengenai manajemen informasi yang dilakukan Departemen Humas.
2. Penelitian ini diharapkan memberi kontribusi ilmiah pada kajian tentang Humas dalam membangun citra baik perusahaan dengan memanfaatkan revolusi industri 4.0.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis setelah penelitian ini selesai adalah sebagai berikut

1. Bagi Peneliti, untuk mengetahui alasan serta untuk memperoleh pengalaman dalam menganalisis peranan departemen Humas PT PAL Indonesia (Persero) membangun citra baik perusahaan dengan adanya isu terkait BUMN merugi di era revolusi industri 4.0.
2. Bagi Perusahaan, Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan.
3. Bagi Masyarakat, melalui kajian ini diharapkan dapat menjadi bahan bacaan dan diskusi yang bisa menambah wawasan tentang Humas PT PAL Indonesia (Persero) membangun citra baik perusahaan dengan adanya isu terkait BUMN merugi di era revolusi industri 4.0.