



# PENDAHULUAN

## Latar Belakang

Komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communicatus*, kata ini bersumber pada kata *communis* yang memiliki makna “berbagi” atau “menjadi milik bersama”, yaitu usaha yang memiliki tujuan untuk kebersamaan atau kesamaan makna. Komunikasi secara terminologis merujuk pada adanya proses penyampaian sesuatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dalam pengertian ini, yang terlibat dalam komunikasi adalah manusia (Mukarom dan Laksana, 2019:76).

Hubungan Masyarakat (Humas) atau *Public Relation* (PR) adalah salah satu cabang ilmu komunikasi, yang posisinya penting bagi kehidupan manusia. Setiap manusia dengan kata lain tentu melakukan fungsi humas, baik untuk kepentingan dirinya sendiri, orang lain, atau untuk kepentingan keluarga, kelompok, organisasi, dan masyarakat (Mukarom dan Laksana, 2019:75). *Public Relation* berfungsi untuk mengembangkan hubungan baik antara perusahaan dengan publiknya, baik internal maupun eksternal, dalam upaya menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi, dan partisipasi publik yang bertujuan untuk menciptakan opini publik yang menguntungkan perusahaan.

Koperasi Telekomunikasi Selular atau Koperasi Telkomsel (Kisel) merupakan salah satu koperasi terbesar di Indonesia. Koperasi yang berlandaskan korporasi ini bergerak dibidang bisnis industri telekomunikasi yakni sebagai penyedia layanan jasa pembangunan infrastruktur, pendistribusian produk-produk telekomunikasi, serta berbagai bisnis lainnya yang menunjang operasional dari perusahaan-perusahaan telekomunikasi. Koperasi menurut Undang-Undang RI No. 17 Tahun 2012 adalah badan usaha yang didirikan serta dikelola para anggotanya. Koperasi merupakan suatu perkumpulan yang bekerja sama dalam menjalankan sebuah usaha bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan perusahaan dan anggotanya. Kisel memosisikan *Corporate Communication* pada manajemennya yang turut berperan penting dalam meningkatkan kesejahteraan perusahaan dan anggotanya.

Argenti (2016:51) menyatakan bahwa *Public Relations* adalah pendahulu *Corporate Communication* dan memiliki definisi serta menjalani fungsi-fungsi yang sama dengan *PR*. *Corporate Communication* memiliki tujuan untuk membentuk hubungan dengan masyarakat (Mukarom dan Laksana, 2019:19). *Corporate Communication* merupakan wadah pengiriman pesan yang dilakukan oleh perusahaan terhadap khalayaknya, perusahaan juga dapat menentukan khalayak yang dituju. *Corporate communication* melakukan komunikasi eksternal dengan publik eksternal untuk mendapatkan citra perusahaan atau membangun *image*, dan *corporate communication* melakukan komunikasi internal dengan publik internal untuk membangun identitas yang kuat di dalam perusahaan.

Menurut Arief (2020:6) *Corporate Communication* merupakan fungsi manajemen yang terintegrasi, meliputi pengelolaan komunikasi internal, komunikasi eksternal, serta semua yang berkaitan dengan komunikasi, dengan tujuan memastikan proses komunikasi berjalan secara maksimal agar tercipta reputasi perusahaan. *Corporate Communication* berperan untuk mengoordinasikan

semua aktivitas komunikasi dari berbagai fungsi manajemen lainnya di perusahaan agar berjalan sesuai dengan filosofi, visi, dan misi perusahaan.

Salah satu bentuk upaya Divisi *Corporate Communication* di Kisel dalam membangun identitas yang kuat dan meningkatkan kesejahteraan perusahaan serta anggotanya adalah dengan adanya proses komunikasi internal melalui pembuatan konten media komunikasi internal. Pembuatan konten media komunikasi internal yang efektif sangat dibutuhkan agar isi konten yang dibuat dapat diterima dan dimengerti sehingga identitas kuat perusahaan dan kesejahteraan anggotanya dapat ditingkatkan serta kerjasama antar internal karyawan dalam membangun kekompakan dapat tercipta.

### Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah yang akan dibahas dalam penulisan laporan akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana proses komunikasi internal *Corporate Communication* di Koperasi Telekomunikasi Selular Jakarta?
- 2) Bagaimana peran *Corporate Communication* dalam proses pembuatan konten media komunikasi internal di Koperasi Telekomunikasi Selular Jakarta?

### Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan dalam penulisan laporan akhir ini adalah:

- 1) Menjelaskan proses komunikasi internal *Corporate Communication* di Koperasi Telekomunikasi Selular Jakarta
- 2) Menjelaskan peran *Corporate Communication* dalam proses pembuatan konten media komunikasi internal di Koperasi Telekomunikasi Selular Jakarta.

### METODE

#### Lokasi dan Waktu

Pengumpulan data untuk penulisan laporan akhir ini diperoleh melalui Praktik Kerja Lapangan (PKL) yang berlangsung selama 2 bulan terhitung mulai dari tanggal 15 Maret 2021 hingga tanggal 17 Mei 2021. PKL ini dilakukan selama lima hari kerja dalam seminggu, Senin sampai Jumat pukul 09.00 – 17.00 WIB. Pelaksanaan kegiatan PKL ini dilakukan secara *Work From Office* (WFO) dan *Work From Home* (WFH) sesuai dengan jadwal yang sudah ditentukan oleh pembimbing lapangan. Kegiatan WFO dilaksanakan di Kantor Pusat Koperasi Telekomunikasi Selular yang terletak di Gedung Graha Sucofindo Lt. 1, Jalan Raya Pasar Minggu Kav. 34, Jakarta Selatan, DKI Jakarta. Kegiatan WFH dilakukan di rumah penulis yang terletak di Jalan Malaka IV/5 No. 42, Jakarta Timur, DKI Jakarta.

