

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar belakang**

Strategi PR dalam mengembangkan citra suatu perusahaan melalui sosial media sangatlah penting di era digital sekarang. Dalam era digital, mengembangkan citra perusahaan menjadi semakin penting karena kemajuan teknologi dan konektivitas yang memungkinkan informasi tersebar dengan cepat dan luas. Penggunaan teknologi sekarang semakin pesat, semua orang dengan mudahnya dapat berkomunikasi dimana saja dan kapan saja dengan menggunakan telepon genggam yang menyediakan sebuah internet.

Media sosial yakni salah satu hasil dari pembuatan teknologi yang lahir di era new media. Semakin berkembangnya sebuah teknologi maka semakin banyak media sosial yang terbentuk dan berkembang yang beredar di masyarakat yang memiliki sebuah kelebihan dan kekurangannya masing masing. Instagram merupakan salah satu media yang sedang banyak digunakan oleh segala kalangan dan umur, aplikasi ini dapat digunakan untuk memposting sebuah konten berupa foto maupun video serta story dan reels. Maka dari itu sebuah perusahaan dapat memngembangkan citra nya melalui sosial media sebagai Strategi Hubungan Masyarakat (Public Relation).

Instagram menjadi salah satu media yang populer di Indonesia. Ini terlihat dari jumlah pengguna Instagram di Indonesia yang mencapai ratusan juta orang. Berdasarkan data Napoleon Cat, ada 106,72 juta pengguna Instagram di Indonesia hingga Februari 2023. Jumlah tersebut meningkat 12,9% dibandingkan pada bulan sebelumnya yang sebesar 94,54 juta pengguna. Jumlah pengguna instagram di Indonesia pada bulan September 2018 - Februari 2023 sendiri ada 106 juta. Dengan jumlah pengguna sedemikian banyak tentunya instagram memiliki peranan penting terhadap pembentukan citra sebuah instansi. (Napoloen Cat, 2023)

Strategi Public Relations (PR) melalui media sosial Instagram adalah pendekatan yang dirancang untuk membangun, memelihara, dan mengelola suatu

hubungan yang positif antara organisasi atau perusahaan dengan pemangku kepentingan melalui platform Instagram. Dalam strategi ini, Instagram digunakan sebagai saluran komunikasi yang efektif untuk mempengaruhi opini publik, membangun kepercayaan, meningkatkan kesadaran merek, dan memperkuat citra positif organisasi. Reputasi perusahaan merupakan kemampuan organisasi untuk menciptakan nilai kolektif berdasarkan kualitas organisasi untuk dinilai oleh *stakeholder* (Afandi, dkk 2021).

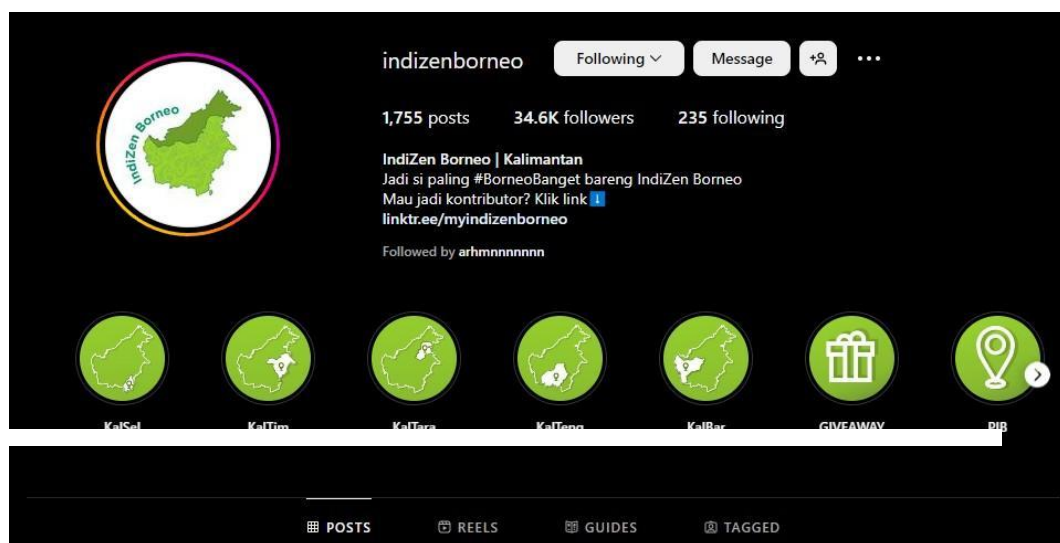
Dalam era digital, mengembangkan citra perusahaan menjadi semakin penting karena kemajuan teknologi dan konektivitas yang memungkinkan informasi tersebar dengan cepat dan luas. Citra sendiri merupakan suatu hal yang dianggap penting bagi sebuah instansi. Menurut Frank Jefkins, citra adalah kesan seseorang atau individu tentang sesuatu yang muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan pengalamannya (Jefkins:2004). Maka dari itu perusahaan sangatlah penting untuk terus mengembangkan citranya di mata publik melalui sosial media di era digital ini.

Mengingat luasnya pekerjaan yang dilakukan humas, sudah sepatutnya humas menggunakan media sosial untuk mendukung aktivitas humas mereka. PT Telkom Indonesia Regional VI Kalimantan merupakan salah satu perusahaan yang memanfaatkan sosial media Instagram sebagai platform untuk mengembangkan citranya di mata publik serta berkomunikasi langsung dengan pelanggan.

PT Telkom Indonesia Regional VI Kalimantan memiliki akun Instagram @indizenborneo. Indizen Borneo merupakan platform media sosial PT Telkom Indonesia untuk mengembangkan citra perusahaannya di instagram yang bertujuan untuk mengembangkan citra positif perusahaan di kalangan masyarakat, pelanggan, dan pemangku kepentingan. Akun Instagram @indizenborneo merupakan kanal resmi PT Telkom Indonesia Regional VI Kalimantan yang didedikasikan untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan membangun hubungan dengan pelanggan dan masyarakat di Kalimantan. Mengelola akun Instagram perusahaan Anda tentu membutuhkan strategi yang tepat. Hal ini karena kami bertujuan untuk menjaga citra perusahaan yang baik dimata masyarakat umum, dan kami dapat menyampaikan dan menerima informasi yang disampaikan melalui konten-konten kreatif kepada masyarakat umum.

Akun Instagram @indizenborneo merupakan kanal resmi PT Telkom Indonesia Regional VI Kalimantan yang didedikasikan untuk berbagi informasi, berinteraksi, dan membangun hubungan dengan pelanggan dan masyarakat di Kalimantan. Melalui akun ini, PT Telkom Indonesia Regional VI Kalimantan memberikan pembaruan tentang produk dan layanan terbaru, menginformasikan kegiatan sosial dan kegiatan masyarakat, serta menyampaikan pesan-pesan yang berhubungan dengan nilai-nilai perusahaan dan komitmen PT Telkom Indonesia kepada wilayah Kalimantan serta berupaya mengembangkan citra perusahaan.

Gambar 1.1 Screenshot Profil *Instagram* @indizenborneo



Sumber : Instagram @indizenborneo

Akun *Instagram* @indizenborneo memiliki jumlah *followers* yang cukup banyak, dengan jumlah *followers* 34,6k yang berarti perusahaan telah menjalankan tugas mereka dengan baik dalam mengelola akun instagram tersebut. Akan tetapi, masih banyak hal yang harus di perhatikan dalam mengelola akun ini.

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat penting bagi perusahaan dalam membangun dan mengelola citra mereka. Salah satu platform media sosial yang sangat populer adalah Instagram. Instagram merupakan platform berbasis gambar

dan video yang memiliki jutaan pengguna aktif setiap hari, termasuk pelanggan potensial dan pemangku kepentingan perusahaan. Perkembangan teknologi dan internet telah mengubah cara perusahaan berinteraksi dengan pemangku kepentingan mereka. Media sosial, termasuk Instagram, memberikan perusahaan kesempatan untuk berkomunikasi secara langsung dengan audiens mereka, berbagi informasi, dan memengaruhi persepsi publik tentang merek dan produk mereka. Oleh karena itu, penting bagi perusahaan untuk merancang strategi Public Relations (PR) yang efektif dalam mengelola citra mereka di platform Instagram.

Selain itu, tren konsumen modern menunjukkan bahwa banyak orang mengandalkan media sosial untuk mencari informasi, mengevaluasi merek, dan membuat keputusan pembelian. Oleh karena itu, memiliki citra positif di media sosial, termasuk Instagram, dapat memiliki dampak besar terhadap keberhasilan bisnis perusahaan. Namun, meskipun penting, mengembangkan dan memelihara citra positif di Instagram tidaklah mudah. Platform ini memiliki karakteristik unik, seperti fokus pada gambar dan video serta interaksi visual. Oleh karena itu, diperlukan strategi PR yang sesuai dan berfokus untuk memanfaatkan potensi Instagram dalam mendukung tujuan perusahaan

Gambar 1.2 Screenshot salah satu postingan *Instagram* @indizenborneo



sumber: *Instagram* @indizenborneo

Bisa dilihat dari salah satu postingan konten dari akun @indizenborneo di atas, konten tersebut sudah sangat kreatif untuk di sajikan tetapi masih saja kurangnya reaksi dari para pengikut dalam komentar. Hal inilah yang membuat penulis ingin meneliti lebih lanjut bagaimana cara perusahaan untuk mengelola kembali akun tersebut agar mendapatkan reaksi dari pengikut dan juga dapat berinteraksi dengan para pengikut agar dapat terus menjaga maupun mengembangkan citra positif yang sudah dilakukan perusahaan melalui sosial media *Instagram* @indizenborneo serta bagaimana perusahaan menjaga konsistensi dalam melakukan postingan-postingan konten yang dapat menarik pengikut lebih banyak serta mengenal perusahaan maupun budaya di sekitar perusahaan dengan baik. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk menggali lebih dalam tentang strategi PR yang digunakan perusahaan dalam mengembangkan citra positif mereka melalui Instagram. Penelitian ini juga akan membahas pendekatan, teknik, dan praktik terbaik dalam menggunakan Instagram sebagai alat PR yang efektif.

Melalui pemahaman lebih mendalam tentang strategi PR yang berhasil di Instagram, perusahaan dapat memperoleh wawasan berharga tentang bagaimana memanfaatkan platform ini untuk membangun citra yang kuat dan positif di mata pemangku kepentingan mereka. Selain itu, penelitian ini juga akan memberikan kontribusi kepada pengetahuan di bidang PR digital dan media sosial, yang semakin relevan dalam dunia bisnis yang terus berubah dan terkoneksi secara digital.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Fokus Penelitian termasuk hal penting dalam suatu penelitian agar dapat mengarahkan penelitian kepada sasaran yang sesuai atau yang sudah ditetapkan. Fokus penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, yaitu suatu penelitian yang mengedepankan pada kekuatan narasi atau deskriptif. Pendekatan kualitatif Menurut Albi Anggito, Johan Setiawan (2018) yaitu “Penelitian yang menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan realitas atau natural setting yang holistik, kompleks, dan rinci”. Pembatasan dalam penelitian kualitatif ini berdasarkan pada tingkat kepentingan dari masalah yang dihadapi dalam penelitian ini. Fokus utama penelitian ini adalah batasan masalah. Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan pada peran Humas PT Telkom Indonesia Regional VI Kalimantan dalam mengembangkan citra positif perusahaan melalui sosial media Instagram.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Dari fenomena yang telah dijabarkan pada latar belakang, peneliti telah menentukan rumusan permasalahan dalam penelitian ini yaitu :

1. Apa saja hal yang dilakukan oleh Humas PT Telkom Indonesia Regional VI Kalimantan untuk menjaga serta mengembangkan citra perusahaan melalui Instagram @indizenborneo dan bagaimana cara konten-konten tersebut terbuat?

## **1.4 Tujuan Penelitian**

Setiap karya tulis berupa penelitian tentu akan mempunyai tujuan yang jelas dan terarah. Peneliti merumuskan tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui Strategi Hubungan Masyarakat PT Telkom Indonesia Regional VI dalam mengembangkan citra melalui Instagram @indizenborneo

## **1.5 Kegunaan Penelitian**

Dalam proses penelitian ini terdapat dua manfaat yang bisa kita dapatkan yaitu dari sisi praktis dan teoritis.

### **1.5.1 Kegunaan Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dalam bidang ilmu komunikasi terutama pada bidang kehumasan khususnya mengenai pengelolaan akun media sosial Instagram (@indizenborneo) sebagai media publikasi dan juga diharapkan agar penelitian setelah ini dapat diteliti lebih lanjut. Bagi mahasiswa lain memberikan tambahan wawasan khususnya Jurusan Hubungan Masyarakat.

### **1.5.2 Kegunaan Praktis**

Manfaat yang didapat diharapkan bisa menjadi bahan referensi serta membantu dalam memahami media sosial sebagai media publikasi dan pihak internal PT Telkom Indonesia Regional VI Kalimantan dalam hal ini untuk dapat memaksimalkan potensi untuk mengembangkan citra dalam penggunaan media sosial sebagai media publikasi perusahaan.

### **1.6 Waktu dan Periode**

Waktu yang dibutuhkan peneliti untuk penelitian ini dimulai pada bulan November 2022 hingga bulan Agustus 2023. Kegiatan yang dilakukan selama penelitian adalah sebagai berikut.



**Tabel 1**  
**Waktu dan Periode Penelitian**

Tahapan	Waktu pengerjaan (2023)										
	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Juli	Ags	Sep
Menentukan Judul, Topik, dan Subjek Penelitian	○	○	○								
Penyusunan Proposal Skripsi			○	○	○						
Revisi DE dengan Pembimbing					○	○	○				
Pendaftaran DE								○			
Melakukan Penelitian dan Revisi								○	○		
Pendaftaran Sidang dan sidang										○	

Sumber: Olahan Penulis, 2023