BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan ilmu pengetahuan dan kemajuan teknologi saat ini berjalan dengan pesat. Adanya kemajuan teknologi informasi setiap instansi atau badan usaha memiliki banyak rutinitas dan data yang harus diolah. Kecepatan dalam pengolahan dan penyampaian informasi berperan dalam menunjang kemajuan instansi. Banyak data dan informasi yang perlu diolah tidak lagi efektif jika dilakukan secara manual. Pengolahan data dalam jumlah yang sangat banyak memerlukan suatu alat dengan kecepatan dan ketelitian serta penyampaian informasi yang akurat. Pemanfaatan teknologi informasi ini ditujukan untuk mencapai efisiensi dalam berbagai aspek pengelolaan informasi, yang berujung pada kecepatan dan ketepatan waktu pemrosesan, serta keakuratan dan ketepatan informasi. Dalam hal pengolahan data dalam jumlah yang sangat banyak memerlukan suatu alat dengan kecepatan dan ketelitian serta penyampaian informasi yang akurat. Oleh karena itu, pemanfaatan teknologi informasi ditujukan untuk mencapai efisiensi dalam berbagai aspek pengelolaan informasi, yang berujung pada kecepatan dan ketepatan waktu pemprosesan, serta keakuratan dan ketepatan informasi.

Faktor-faktor tertentu menentukan keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuannya. Sumber Daya Manusia (SDM) yang terlibat dalam organisasi, bekerja, dan berkontribusi yang diberikan kepada perusahaan memengaruhi kemajuan perusahaan. Selain itu, saat ini ada persaingan yang ketat di berbagai bidang usaha yang mengharuskan setiap bisnis untuk meningkatkan efektifitas dan efisiensi kegiatan operasionalnya agar dapat mempertahankan usahanya di tengah maraknya pesaing baru. Persaingan yang ketat ini disebabkan oleh kemajuan teknologi yang membuat membangun bisnis baru jauh lebih mudah. Saat ini Indonesia berada di era industri 4.0, yang telah mengubah pola hidup dan pekerjaan disuatu instansi atau Perusahaan. Industri 4.0 merupakan konsep revolusi teknologi yang didasarkan pada komunikasi berkesinambungan melalui internet. Konsep ini memungkinkan interaksi dan pertukaran informasi, tidak hanya antara manusia dengan manusia, dan manusia dengan mesin, tetapi juga di antara mesin-mesin itu sendiri (Cooper & James, 2009).

Setiap perusahaan saat ini harus meningkatkan keterampilan sumber daya manusianya untuk menguasai teknologi jika mereka ingin mencapai menghadapi digitalisasi sehingga perusahaan yang terlibat dapat menggunakannya untuk memenuhi kebutuhan tenaga kerja. Banyak jenis aktivitas di Indonesia telah mengandalkan berbagai platform untuk memudahkan aktivitas sehari-hari. Platform digital memungkinkan pegawai berkomunikasi dan bekerja sama dengan lebih baik sehingga mereka dapat membuat kontribusi yang lebih baik untuk perusahaan sambil tetap menjaga kerahasiaan mereka. Dengan menggunakan platform ini, pegawai akan lebih produktif dalam pekerjaannya karena mereka dapat menyelesaikan pekerjaan dengan lebih mudah dan lebih efektif serta efisien dari segi waktu. Menurut Mohamed et al. (2017), media sosial telah menjadi kebutuhan bagi organisasi karena dapat meningkatkan produktivitas atau prestasi kerja karyawan (Albuflasa, 2019). Jika sumber daya manusia menguasai teknologi yang digunakan oleh perusahaan, penggunaan platform digital dapat meningkatkan efisiensi pekerja dan perusahaan. Jika mereka memiliki kemampuan yang cukup untuk menjalankan aktivitas kerja berbasis internet, proses kerja mereka akan menjadi lebih efektif dari segi material maupun non material. Tingkat *output* yang lebih tinggi menunjukkan bahwa karyawan lebih produktif.

Gambar 1. 1 Presentase Usaha *E-Commerce* Pemanfaatan Layanan Internet, Tahun 2021

Sumber: https://webapi.bps.go.id/

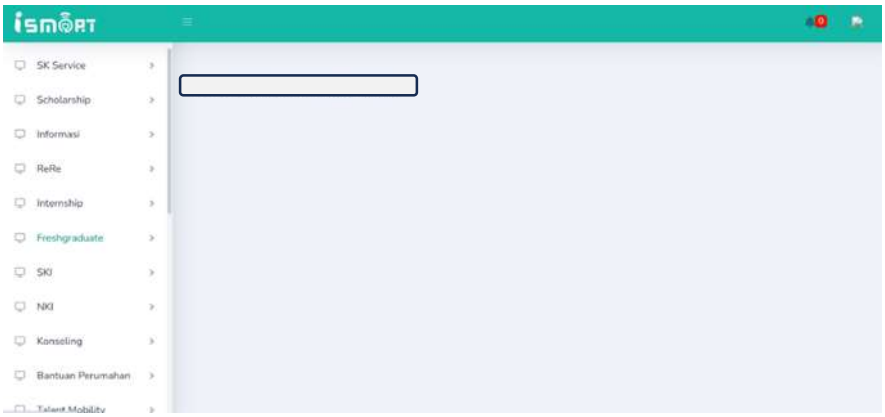
Di era digitalisasi yang semakin berkembang di Indonesia, penggunaan internet dalam komunikasi internal perusahaan telah menjadi aspek penting. Menurut data dari Badan Pusat Statistik (BPS), fungsi internet untuk komunikasi internal perusahaan

menempati posisi ketiga dalam daftar aktivitas yang paling sering memanfaatkan internet, dengan persentase sebesar 44,3%. Hal ini menunjukkan bahwa peran teknologi informasi dalam memfasilitasi komunikasi antar karyawan menjadi semakin signifikan. Perusahaan-perusahaan di Indonesia mulai mengandalkan metode komunikasi digital seperti email, instant messaging termasuk WhatsApp, dan group chats. Implementasi alat-alat komunikasi ini tidak hanya meningkatkan efisiensi dalam pertukaran informasi tetapi juga memungkinkan interaksi yang lebih dinamis dan responsif antara karyawan, yang penting dalam lingkungan kerja yang cepat dan serba terhubung. Adopsi teknologi digital dalam komunikasi internal mencerminkan perubahan paradigma dalam cara perusahaan mengelola komunikasi dan kolaborasi. Dengan tersedianya alat-alat digital, proses komunikasi menjadi lebih cepat dan lebih mudah diakses, memungkinkan karyawan untuk berbagi ide, informasi, dan umpan balik secara real-time. Ini juga membantu dalam mengurangi kesalahpahaman dan menghemat waktu yang sebelumnya digunakan untuk komunikasi tatap muka yang lebih lama. Selain itu, penerapan alat komunikasi digital ini juga menciptakan lingkungan kerja yang lebih inklusif, di mana karyawan di berbagai lokasi dan tingkatan dapat berpartisipasi dalam diskusi dan pengambilan keputusan. Pemanfaatan efektif teknologi informasi dalam komunikasi internal tidak hanya meningkatkan produktivitas tetapi juga membantu dalam membangun kultur perusahaan yang lebih terbuka dan terhubung.

PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk adalah BUMN yang bergerak di bidang layanan teknologi informasi dan komunikasi, dalam visi dan misi yang dimiliki Telkom dengan visi "Menjadi *digital telco* pilihan utama untuk memajukan Masyarakat", serta misi; (1) Mempercepat pembangunan Infrastruktur dan platform digital cerdas yang berkelanjutan, ekonomis, dan dapat diakses oleh seluruh masyarakat. (2) Mengembangkan talenta digital unggulan yang membantu mendorong kemampuan digital dan tingkat adopsi digital bangsa. (3) Membangun ekosistem digital untuk memberikan pengalaman digital pelanggan terbaik, maka dari itu PT. Telkom Indonesia tentu menjadi pionir perbuhana digitalisasi di Indonesia. PT. Telkom Indonesia terus melakukan perubahan dan inovasi melalui berbagai program diantaranya yang bertujuan memberikan kemudahan bagi karyawan dalam menyelesaikan target pekerjaannya. PT. Telkom Indonesia menghadirkan platform bernama I-SMART melalui bidang *Human Capital Information System* (HCIS) untuk

menunjang efisiensi dan efektifitas kerja karyawan dalam pengelolaan bisnis proses di Unit *Human Capital Business Partner* (HCBP). Platform I-SMART yang dikembangkan tentu untuk membantu karyawan di unit HCBP dalam proses penyelesaian pekerjaannya.

Gambar 1. 2 Tampilan Utama Platform I-SMART



Sumber: Platform I-SMART PT. Telkom Indonesia

PT Telkom Indonesia berkomitmen untuk memiliki pengelolaan terbaik dan berkembang terus menerus untuk menjadikan hari ini lebih baik dari hari kemarin melalui produk berkualitas tinggi yang membantu karyawan dalam melaksanakan tugasnya. Platform I-SMART ini sudah dikembangkan sejak tahun 2021 dan hingga kini platform tersebut sudah berhasil di implementasikan. Platform I-SMART berfungsi untuk mengelola seluruh proses bisnis maupun administrasi SDM yang ada di PT.Telkom Indonesia baik untuk internal perusahaan maupun eksternal. Teknologi informasi sangat penting untuk kemajuan suatu perusahaan di era globalisasi dan revolusi industri 4.0, yang melibatkan transformasi digital. Setiap organisasi harus mengoptimalkan rutinitas dan pengolahan data untuk meningkatkan efisiensi operasional. Di tengah dinamika pasar yang semakin ketat, pemrosesan informasi yang cepat, akurat, dan efektif telah menjadi landasan utama dalam mendukung pertumbuhan perusahaan. Perusahaan-perusahaan di sektor teknologi informasi dan komunikasi, seperti PT Telkom Indonesia (Persero) Tbk, harus memanfaatkan inovasi teknologi untuk menghadapi tantangan dalam meningkatkan produktivitas dan efisiensi operasional. SDM di dalam organisasi menjadi elemen kunci dalam

merespons perkembangan teknologi, dan oleh karena itu, pengelolaan SDM yang efektif menjadi suatu kebutuhan mendesak.

Ada perbedaan dalam cara organisasi baru dan lama berkomunikasi, menurut Deddy Mulyana (2008:226) dalam buku *Human Communication*. Organisasi lama biasanya berkomunikasi secara tatap muka, mencatat, dan menggunakan kertas berlembar-lembar. Mereka menganggap manusia sebagai benda yang mudah dikumpulkan dan dipahami, dan komunikasi mereka tetap searah dan menganut hierarki yang cukup mendasar. Penelitian terdahulu berjudul Penggunaan Line Sebagai Media Komunikasi Organisasi oleh Amalia Rizky Fauzi (2019) memberikan pandangan yang relevan terkait penerapan media sosial dalam konteks organisasi, khususnya dalam skala kecil seperti Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) di Universitas Muhammadiyah Surakarta. Pemilihan Line sebagai media komunikasi mencerminkan kecenderungan organisasi untuk memanfaatkan platform digital dalam menjalankan aktivitas sehari-hari. Lalu ada juga mengenai Pengaruh Komunikasi Organisasi Melalui Media Digital Terhadap Kinerja Pengurus Lembaga Dakwah Kampus Level Mandiri Se-Bandung Raya Selama Masa Pandemi COVID-19 oleh Ramadhan Syahru dan Yuliani Rachma Putri (2021). Penelitian ini mengeksplorasi bagaimana komunikasi organisasi melalui media digital mempengaruhi kinerja pengurus lembaga dakwah kampus selama pandemi COVID-19. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana organisasi menggunakan media digital untuk komunikasi dan operasi mereka, terutama dalam konteks pandemi.

Pada lingkup organisasi yang lebih besar seperti organisasi Perusahaan, penelitian Pola Komunikasi Organisasi Berbasis Digital pada Perusahaan Nasional dan Multinasional Selama Pandemi COVID-19 oleh Mochamad Taufiq Hidayat (2022) telah membahas tentang bagaimana perusahaan nasional dan multinasional mengadaptasi pola komunikasi berbasis digital selama pandemi COVID-19. Namun, penelitian lebih lanjut masih diperlukan untuk memahami bagaimana media komunikasi digital digunakan dalam konteks organisasi internal perusahaan dan bagaimana dampaknya terhadap efisiensi dan efektivitas komunikasi yang didalamnya mengelola Sumber Daya Manusia (SDM) perusahaan. Dari PT. POS INDONESIA memiliki media digital atau SuperApps internal yang mengelola dan memonitoring kehadiran karyawan, platform tersebut Bernama “POS SIAP”. Dalam

mengoprasionalkan platform tersebut karyawan dapat melakukan presensi kehadiran cukup melalui perangkat elektronik masing-masing setelah tiba di kantor.

Perbedaan antara temuan peneliti sebelumnya dan fokus penelitian yang akan peneliti teliti teridentifikasi adalah kurangnya penelitian yang secara spesifik membahas penerapan media digital internal atau SuperApps dalam skala perusahaan besar dan berorientasi bisnis seperti PT Telkom Indonesia yang mengelola seluruh proses bisnis dan administrasi karyawan. Meskipun penggunaan Line sebagai media komunikasi organisasi telah dijelaskan dalam penelitian terdahulu, perbandingan dengan implementasi I-SMART atau Super Apps pada tingkat korporat yang lebih besar dan kompleks, seperti yang terjadi di PT Telkom Indonesia, masih merupakan aspek yang perlu diteliti lebih lanjut. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan fokus pada analisis strategi komunikasi pemanfaatan platform I-SMART dalam Unit HCBP bidang HCIS PT Telkom Graha Merah Putih Bandung. Lebih lanjut, penelitian ini akan mengeksplorasi strategi komunikasi pemanfaatan platform I-SMART dalam kesadaran karyawan di Unit HCBP. Data dan informasi yang dihasilkan oleh startegi komunikasi ini dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pemanfaatan platform I-SMART dalam efisiensi proses administrasi dan pengelolaan SDM, seperti pengolahan data karyawan, evaluasi kinerja, dan lain sebagainya. Dengan demikian, analisis terhadap dampak strategi komunikasi dalam pemanfaatan platform ini akan membantu mengukur sejauh mana implementasi teknologi informasi dapat memberikan nilai tambah bagi perusahaan. Menurut pernyataan dari Ibu Wulandari sebagai MGR HC Information System serta *project leader* dari platform I-SMART, "saat ini digitalisasi di Indonesia sangat perlu ditingkatkan. Maka salah satu bentuk implementasi digitalisasi di PT. Telkom Indonesia hadirnya inovasi berupa platform I-SMART sebagai media pekerjaan yang dapat membantu kinerja karyawan di unit HCBP".

Berdasarkan penjabaran persoalan yang telah dikemukakan penulis, maka urgensi dari penelitian ini adalah dapat mengetahui strategi komunikasi internal pada unit HCBP bidang HCIS untuk dapat membantu karyawan semakin meningkatkan kesadaran dan mengimplementasikan pemanfaatan platform I-SMART untuk menunjang pekerjaan di Unit HCBP. Selain itu, penelitian ini juga untuk mengetahui mulai dari perencanaan strategi, implemenatsi, hingga ke evaluasi dalam strategi komunikasi organisasi yang digunakan untuk meningkatkan kesadaran karyawan

terhadap platform I-SMART. Dari penjabaran latar belakang dan urgensi yang penulis ungkapkan, penulis menentukan penelitian skripsi yang akan dilakukan mengangkat judul ANALISA STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI INTERNAL DALAM PEMANFAATAN PLATFORM I-SMART UNTUK MENUNJANG PROSES BISNIS PT TELKOM INDONESIA.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan diatas, penelitian ini akan dilakukan dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan Unit HCBP bidang HCIS PT Telkom Indonesia Graha Merah Putih Bandung dalam meningkatkan kesadaran dan pemanfaatan platform I-SMART dalam efisiensi kerja karyawan.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mendukung serta menghambat penggunaan platform I-SMART dalam oprasional sehari-hari.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Adapun penelitian ini memiliki beberapa pertanyaan berdasarkan pemaparan permasalahan pada latar belakang yang sudah di jelaskan oleh peneliti, yaitu sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan strategi komunikasi yang dilakukan Unit HCBP bidang HCIS PT Telkom Indonesia Graha Merah Putih Bandung dalam meningkatkan kesadaran dan pemanfaatan platform I-SMART dalam efisiensi kerja karyawan.
2. Apa saja faktor-faktor yang mendukung serta menghambat penggunaan platform I-SMART dalam oprasional sehari-hari.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan Unit HCBP PT Telkom Indonesia Graha Merah Putih Bandung dalam meningkatkan pemahaman tentang penggunaan platform I-SMART dan pengaruhnya terhadap produktivitas karyawan. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui hasil implementasi dan evaluasi strategi komunikasi organisasi internal dalam

mengkomunikasikan platform I-SMART untuk meningkatkan kinerja karyawan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan strategi komunikasi yang efektif untuk meningkatkan kesadaran dan pemahaman pemanfaatan platform I-SMART dalam efisiensi kerja karyawan.

1.5 Waktu dan Lokasi Penelitian

No	Jenis Kegiatan	Bulan										
		Okt 2023	Nov 2023	Des 2023	Jan 2024	Feb 2024	Mar 2024	Apr 2024	Mei 2024	Jun 2024	Jul 2024	Ags 2024
1	Penyusunan Proposal Skripsi											
2	Seminar Proposal (DE)											
3	Pengumpulan Data											
4	Pengolahan Hasil & Analisa Data											
5	Pendaftaran Sidang Skripsi											
6	Sidang Skripsi											