



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

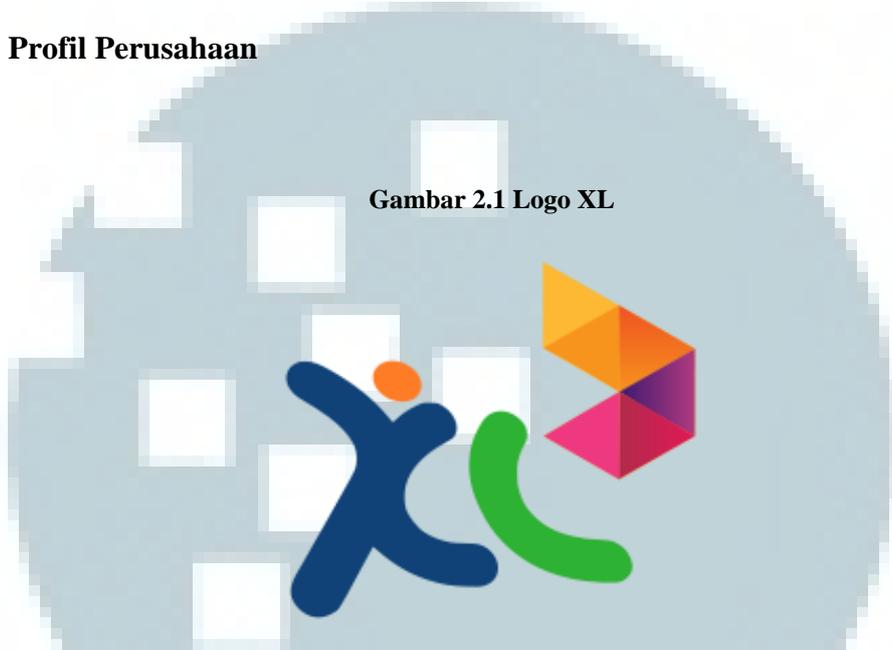
This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

## BAB II

### GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

#### 2.1 Profil Perusahaan

Gambar 2.1 Logo XL



PT XL Axiata Tbk merupakan salah satu penyedia layanan telekomunikasi terkemuka di Indonesia. XL menawarkan berbagai produk dan layanan telekomunikasi seperti Percakapan, SMS, layanan berbasis data dan layanan tambahan lainnya kepada lebih dari 90 persen penduduk Indonesia yang berjumlah 240 juta orang.

Berdiri pada 8 Oktober 1989 dengan nama PT Grahame Metropolitan Lestari, XL mulai beroperasi sebagai perusahaan perdagangan barang dan jasa umum. Pada tahun 1996, XL memasuki sektor telekomunikasi setelah mendapatkan izin operasi GSM 900 dan secara resmi meluncurkan layanan GSM. Dengan demikian, XL menjadi perusahaan swasta pertama di Indonesia yang menyediakan layanan telepon selular. Perseroan juga mengubah namanya menjadi PT Excelcomindo Pratama, sesuai dengan perjanjian kerjasama antara Grup Rajawali dan tiga investor asing (NYEX, AIF, dan Mitsui).

Setelah Sembilan tahun menjadi perusahaan swasta, XL kemudian melakukan Penawaran Saham Perdana (IPO) pada September 2005 dan mendaftarkan

sahamnya di Bursa Efek Jakarta, yang sekarang dikenal dengan Bursa Efek Indonesia (BEI). Pada saat itu, XL merupakan anak perusahaan Indocel Holding Sdn. Bhd., yang sekarang dikenal sebagai Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd., yang seluruh sahamnya dimiliki oleh TM International Sdn. Bhd. (“TMI”) melalui TM International (L) Limited. Pada tahun yang sama, PT Excelcomindo Pratama Tbk. juga berganti nama menjadi PT XL Axiata Tbk. untuk kepentingan sinergi.

Saat ini, sebagian besar saham XL dipegang oleh Axiata melalui Axiata Investments (Indonesia) Sdn. Bhd. (66,6 persen) dan Emirates Telecommunications Corporation atau Etisalat International Indonesia Ltd. (13,3 persen), dan sisanya dipegang oleh masyarakat (20,1 persen).

XL dikenal sebagai pelopor layanan selular kepada anggota masyarakat biasa di Indonesia melalui program tarif hemat “Rp 1/detik” pada tahun 2007, yang memungkinkan lebih banyak penduduk berpenghasilan menengah ke bawah menikmati layanan telepon selular.

XL telah berkembang dari perusahaan kecil yang menjual layanan dasar telepon menjadi salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di tanah air, dengan infrastruktur jaringan dan layanan yang sangat luas di seluruh tanah air, dengan infrastruktur jaringan dan layanan yang sangat luas di seluruh tanah air. XL menyediakan layanan untuk pelanggan ritel dan menawarkan solusi bisnis kepada pelanggan perusahaan.

Jaringan XL menggunakan teknologi GSM 900/DCS 1800 dan IMT-2000/3G. XL juga memiliki beberapa lisensi, termasuk closed Voice over Internet Protocol (VoIP), dan Internet Interconnection services (NAP). XL bahkan telah memperoleh lisensi untuk *e-Money* (uang elektronik) dari Bank Indonesia, yang memungkinkan XL menyediakan layanan pengiriman uang.

Sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, XL senantiasa berusaha meningkatkan layanan menyeluruh (*end-to-end*) dan terus berinovasi untuk memenuhi meningkatnya kebutuhan pelanggan. XL selalu dinamis dalam mengelola dan menjalankan usahanya, bersedia belajar, cepat

beradaptasi dengan perubahan di industry atau keadaan pasar sehingga mampu memberikan atau menyediakan layanan berkualitas prima kepada pelanggannya.

## **2.1.1 Visi dan Misi Perusahaan**

### **2.1.1.1 Visi Perusahaan**

Menjadi juara selular Indonesia dan dapat memuaskan pelanggan, pemegang saham, serta karyawan.

### **2.1.1.2 Misi Perusahaan**

Terus berinovasi dalam meningkatkan mutu layanan dan secara konsisten terus membawa industry telekomunikasi ke tingkat yang lebih atas.

## **2.1.2 Nilai-nilai Perusahaan**

- **Integritas**

Dapat dipercaya dan selalu mematuhi etika profesi dan bisnis.

- **Kerja sama**

Saling mendukung dan secara aktif terlibat dalam mencapai tujuan bersama. Karena tidak semua pekerjaan dapat dilakukan secara individual maka dari itulah kerja sama diperlukan untuk memungkinkan perusahaan mencapai tujuan yang lebih tinggi.

- **Pelayanan prima**

Sepenuh hati memberikan solusi terbaik untuk memenuhi harapan pelanggan, bukan hanya pelanggan eksternal yang berada di luar perusahaan tetapi juga termasuk pelanggan internal yang mencakup rekan kerja, atasan atau bawahan, dan unit kerja lain di dalam perusahaan.

### 2.1.3 Logo Perusahaan

Logo XL terdiri dari sebuah simbol yang mewakili seorang juara yang dibuat dengan pertimbangan makna filosofis sebagai harapan. Secara grafis, logo XL digambarkan dengan elemen manusia namun dibuat dengan bentuk yang bebas sebagai perwakilan dari nilai inovasi yang dimiliki oleh XL. Logo tersebut juga memungkinkan untuk dapat diartikan sebagai gerak fleksibilitas yang lebih besar dan luas. Sebab sebagai perusahaan telekomunikasi yang memiliki persaingan dan pertumbuhan yang cepat, XL dituntut untuk mengikuti perkembangan ini dengan dinamis dan fleksibel.

Logo berbentuk prisma dengan warna yang beragam merupakan identitas logo Axiata sebagai perusahaan yang menaungi 11 perusahaan telekomunikasi di Asia dan memiliki jumlah saham sebesar 66,6% atas XL. Prisma ini memiliki makna beraneka segi dan beraneka dimensi yang mencerminkan kekayaan budaya, keberagaman, dan semangat.

Sedangkan untuk warna yang beragam diartikan sebagai beragamnya Negara yang diberikan pelayanan di bidang telekomunikasi oleh perusahaan ini. Hal ini menunjukkan bahwa Axiata melihat situasi dari berbagai perspektif dan mengambil banyak sudut pandang dalam pertimbangan perusahaan. Logo Axiata ini ditambahkan pada tahun 2009 sejak akuisisi yang dilakukan atas kepemilikan saham XL.

## 2.2 Ruang Lingkup Kerja Divisi Terkait

### 2.2.1 Divisi *Employee Relations*

Divisi *Employee Relations* PT XL Axiata Tbk berperan dalam menciptakan komunikasi dua arah antara perusahaan dengan para karyawannya dengan tujuan utama membentuk hubungan yang harmonis sehingga tercipta kerjasama yang menghasilkan keuntungan bagi kedua belah pihak.

Fungsi Public Relations yang dijalankan dalam divisi *Employee Relations* PT XL Axiata Tbk ini adalah berkonunikasi dengan segala lapisan karyawan baik secara formal maupun informal untuk mengetahui kritik, saran, dan harapan mereka terhadap perusahaan yang dapat menjadi bahan pertimbangan atau masukan dalam pengambilan kebijakan perusahaan terkait suatu hal tertentu. Fungsi lainnya adalah menjembatani komunikasi antara pimpinan dan karyawan agar karyawan merasa dihargai dan diperhatikan oleh pimpinan perusahaan yang pada akhirnya diharapkan tercipta rasa saling memiliki (*sense of belonging*), motivasi kerja karyawan, produktivitas kerja yang tinggi, hasrat karyawan untuk mencapai prestasi kerja semaksimal mungkin, hingga loyalitas karyawan kepada perusahaan.

Upaya menciptakan, membina, dan mempertahankan hubungan yang baik antara perusahaan dengan karyawannya dilakukan divisi *Employee Relations* PT XL Axiata Tbk dengan melakukan hal-hal sebagai berikut:

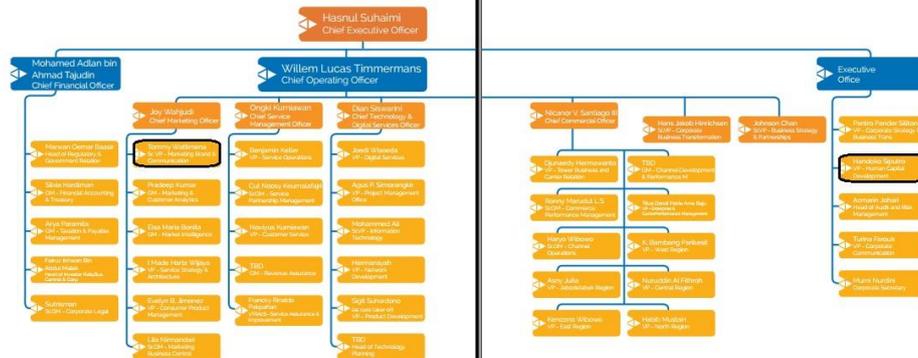
- Memberikan informasi atau pengumuman yang terkait dengan perusahaan kepada karyawan secara merata dan menyeluruh tanpa terkecuali. Pemberitahuan informasi tersebut bisa dilakukan melalui pertemuan tatap muka, *email blast*, maupun sosialisasi kepada masing-masing divisi. Keterbukaan informasi perusahaan kepada karyawan dilakukan PT XL Axiata Tbk agar para karyawannya selalu mengetahui informasi terbaru yang berkembang di perusahaan.
- Peka terhadap hari-hari penting seperti Hari Natal, Tahun Baru, Lebaran, dan lainnya dengan mengirimkan ucapan melalui *email blast* kepada setiap karyawan.
- Selalu siap dihubungi dan ditemui oleh para karyawan yang ingin berkonsultasi perihal kemelut pekerjaan, rekan kerja atau atasan yang tidak suportif, pelecehan atau kekerasan yang dialami di kantor, negosiasi gaji, urusan pekerjaan yang menyangkut legal atau hukum, klaim asuransi, komplain terhadap fasilitas perusahaan dan berbagai hal lainnya.

- Merekam dan mengevaluasi kinerja setiap karyawan perusahaan dan berwenang atas keputusan pemberian *reward* ataupun *punishment* yang akan diberikan.
- Mencari tahu sumber ketidakpuasan karyawan yang memberhentikan diri dari pekerjaannya.
- Memperhatikan kebutuhan dan kepuasan setiap individu yang menjadi bagian dari perusahaan dengan menyediakan pilihan klub yang sesuai dengan minat dan bakat yang dibentuk antar sesama anggota karyawan PT XL Axiata Tbk.
- Mengasah dan mengembangkan potensi karyawan terpilih dengan menyediakan pelatihan (*training*) dari perusahaan.
- Melaksanakan berbagai macam *event* internal untuk mempererat hubungan kekerabatan antara perusahaan dengan karyawan sekaligus hubungan kekerabatan antara sesama karyawan. *Event* internal tersebut juga tidak menutup kemungkinan diselenggarakan untuk mengajak serta keluarga dari para karyawan.

UMMN

DI DOCUMENT LAIN PRINT-NYA

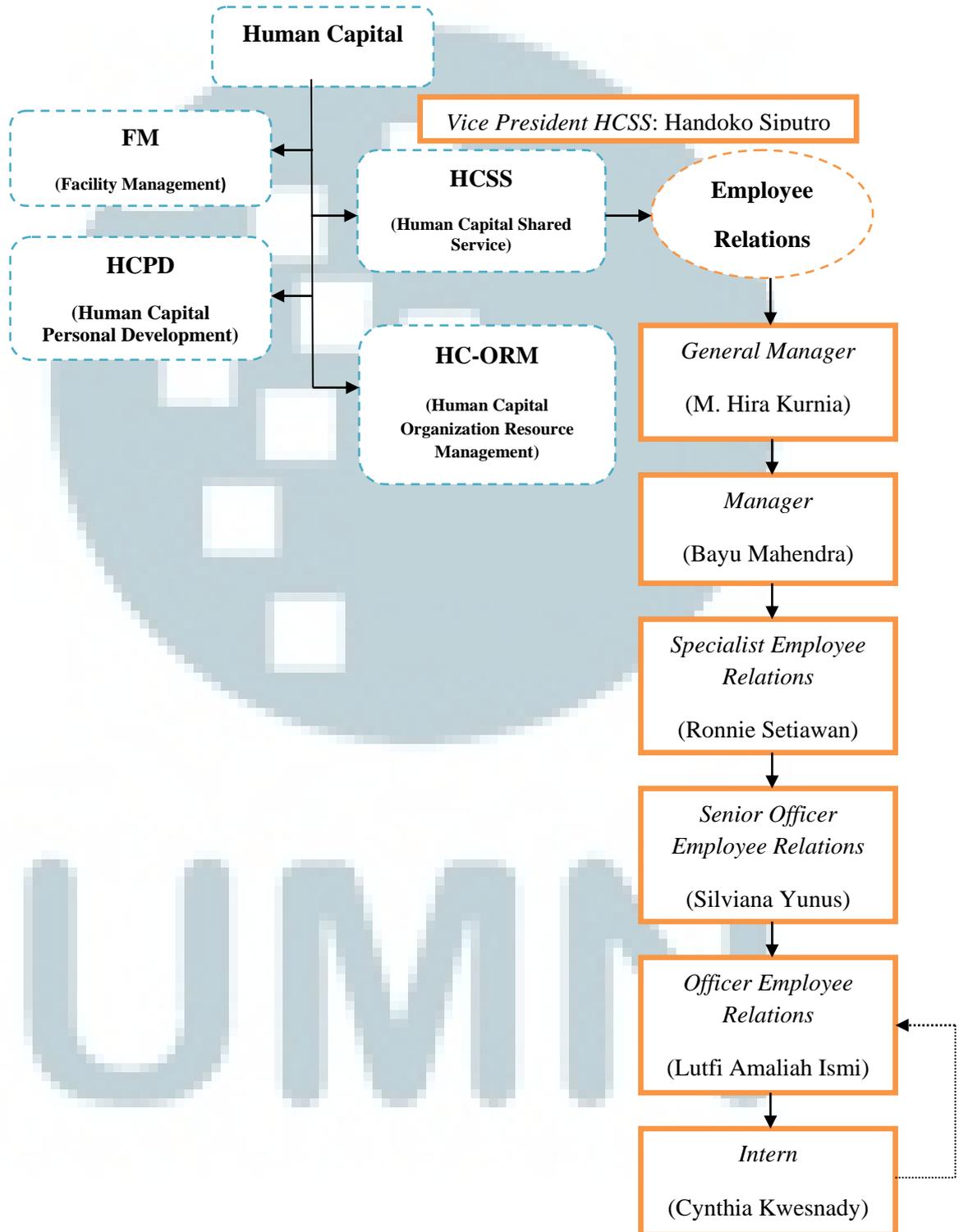
STRUKTUR ORGANISASI  
Organization Structure



U M N

### 2.2.1.3 Struktur Divisi Employee Relations

Gambar 2.3 Struktur Divisi *Employee Relations*



### 2.2.2 Divisi *Digital and Social Media Activation*

Divisi *Digital and Social Media Activation* dibentuk PT XL Axiata Tbk dengan pemikiran bahwa kini perilaku komunikasi konsumen telah mengalami pergeseran, dari yang tadinya hanya memfokuskan diri pada layanan percakapan dan SMS yang merupakan segmen bisnis paling menguntungkan dari bisnis telekomunikasi, hingga keadaan sekarang dimana kemajuan pesat dalam teknologi komunikasi yang menggunakan data, 3G, dan *smartphone* telah mengubah gaya hidup konsumen menjadi apa yang disebut dengan gaya hidup digital.

Sesuai dengan namanya, divisi ini berhubungan langsung dengan publik eksternal melalui *social media* yang dimiliki oleh perusahaan dan ditangani dengan menerapkan fungsi *Online Public Relations*. Fungsi *Online Public Relations* dalam divisi ini utamanya adalah merangkul seluruh publik eksternal dari PT XL Axiata Tbk dalam memberikan pelayanan terbaik terkait produk dan jasa dari perusahaan dan juga membina sebuah hubungan yang baik. Selain itu fungsi lainnya adalah memantau sentimen atas *brand* perusahaan di *social media* dengan berusaha sedapat mungkin meminimalisir sentimen negatif dan mengubahnya menjadi sentimen positif.

Sebagai pihak yang berhubungan dengan publik eksternalnya, peran *Online Public Relations* dalam divisi *Digital and Social Media Activation* PT XL Axiata dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Memberikan informasi terbaru terkait pelayanan, produk, dan jasa perusahaan kepada publik eksternal melalui berbagai jejaring sosial yang dimiliki.
- Menjalin *brand engagement* dengan publik eksternal di *social media* dengan menyebarkan informasi mengenai perusahaan, mengangkat berbagai topik menarik, dan mengadakan berbagai macam perlombaan *online* ataupun event *offline*.

- Mencaritahu *trend* yang tengah berkembang di dunia *social media* dan mencoba mengaplikasikannya bila sesuai dengan nilai-nilai dan tujuan dari perusahaan.
- Memantau aktivitas *social media* perusahaan kompetitor agar jangan sampai terjadi hal-hal yang tidak diinginkan.

### 2.2.2.1 Struktur Divisi *Digital and Social Media Activation*

Gambar 2.4 Struktur Divisi *Digital & Social Media Activation*

