

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi digital telah mengubah pola interaksi organisasi dengan publiknya secara fundamental. Di era transformasi digital saat ini, jaringan komunikasi menciptakan tantangan baru bagi organisasi dalam mendistribusikan informasi secara efektif kepada publik yang semakin terhubung dan heterogen. Kondisi ini menuntut setiap organisasi, baik sektor swasta maupun Badan Usaha Milik Negara (BUMN), untuk memiliki strategi komunikasi yang adaptif terhadap perubahan lanskap media yang serba cepat. Menurut Holtzhausen, Fullerton, Lewis, dan Shipka (2021), komunikasi strategis merupakan upaya terencana yang dilakukan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya melalui pengelolaan pesan yang efektif kepada seluruh pemangku kepentingan, termasuk dalam menghadapi dinamika media digital yang terus berkembang. Tidak hanya media konvensional seperti surat kabar dan televisi, kini media sosial dan platform digital turut menjadi kanal utama dalam membentuk opini publik terhadap sebuah perusahaan.

Dalam konteks ini, fungsi Public Relations (Humas) menjadi instrumen strategis yang tidak kalah penting dibandingkan aset finansial maupun aset fisik perusahaan. Hubungan yang baik dengan publik mampu meningkatkan kepercayaan, memperkuat loyalitas pemangku kepentingan, serta membuka peluang kemitraan bisnis yang lebih luas terutama bagi perusahaan berstatus BUMN, mengingat keterkaitannya yang erat dengan kepentingan publik secara luas. Oleh karena itu, aktivitas Humas tidak dapat dijalankan secara reaktif, melainkan harus direncanakan secara terkoordinasi dan berkelanjutan. Shockley-Zalabak (2018) menegaskan bahwa komunikasi dalam organisasi harus bersifat terencana, terkoordinasi, dan berkelanjutan guna memastikan seluruh pesan yang

disampaikan kepada publik mampu menciptakan pemahaman bersama yang mendukung pencapaian tujuan organisasi.

PT PLN Icon Plus, sebagai anak perusahaan PT PLN (Persero) yang bergerak di bidang penyedia solusi digital dan infrastruktur telekomunikasi terpadu, memegang peran strategis dalam mendukung akselerasi transformasi digital nasional. Dalam menjalankan fungsinya sebagai entitas di bawah naungan BUMN, pengelolaan hubungan masyarakat (*public relations*) menjadi instrumen krusial untuk menjaga hubungan baik perusahaan dengan publik dan seluruh pemangku kepentingannya. Wilcox, Reber, Shin, dan Cameron (2023) mendefinisikan *public relations* sebagai proses komunikasi strategis yang membangun hubungan saling menguntungkan antara organisasi dengan publiknya. Definisi ini menegaskan bahwa keberhasilan sebuah BUMN tidak hanya diukur dari sisi kinerja keuangan, tetapi juga dari bagaimana perusahaan tersebut mampu membangun hubungan yang harmonis dengan publiknya melalui pengelolaan komunikasi yang strategis dan terencana.

Aktivitas Humas di PT PLN Icon Plus tidak hanya dijalankan melalui komunikasi satu arah, melainkan melalui integrasi dengan program Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan (TJSL). Haski-Leventhal (2018) menjelaskan bahwa Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial Perusahaan merupakan pendekatan strategis jangka panjang yang dilakukan organisasi untuk menciptakan dampak sosial yang positif bagi masyarakat, sekaligus memperkuat hubungan baik dan keberlanjutan bisnis perusahaan secara keseluruhan. Lebih lanjut, kontribusi sosial perusahaan melalui kegiatan TJSL maupun pencapaian perusahaan, termasuk partisipasi dalam ajang penghargaan (*awarding*), perlu didukung oleh publikasi yang strategis agar pesan positif perusahaan dapat tersampaikan secara luas kepada masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya.

Ketertarikan penulis untuk melaksanakan *Career Acceleration Program* di PT PLN Icon Plus didasari oleh beberapa pertimbangan. Pertama, status PT PLN Icon Plus sebagai BUMN yang aktif menjalankan kombinasi aktivitas Humas dan

TJSL menjadikannya tempat yang relevan bagi penulis untuk mengaplikasikan ilmu yang telah dipelajari selama menempuh pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi Strategis. Kedua, skala operasional PT PLN Icon Plus sebagai *Digital Solution Provider* nasional memberikan kesempatan bagi penulis untuk memahami praktik komunikasi korporat dalam lingkup yang lebih luas dan kompleks dibandingkan perusahaan berskala kecil. Ketiga, penempatan pada sub-bidang Komunikasi Korporat dan TJSL memungkinkan penulis untuk terlibat langsung dalam berbagai aktivitas inti kehumasan, mulai dari pengelolaan program TJSL, partisipasi dalam ajang *awarding*, hingga produksi konten komunikasi eksternal seperti *press release* dan dokumentasi visual.

Selama masa program *Career Acceleration Program*, penulis ditempatkan di Divisi Humas, khususnya pada sub-bidang Komunikasi Korporat dan TJSL. Pada bulan pertama hingga kedua, fokus kegiatan penulis diarahkan pada pengelolaan administrasi dan monitoring partisipasi perusahaan dalam ajang *awarding* secara daring. Memasuki bulan ketiga hingga akhir program, penulis berpindah fokus ke aktivitas tim komunikasi, yang meliputi *media monitoring* harian, dokumentasi kegiatan, serta pembuatan *press release* sebagai dua pekerjaan utama (*main job*). Miller dan Barbour (2021) menekankan bahwa keterlibatan langsung dalam proses komunikasi organisasi merupakan cara paling efektif bagi individu untuk memahami bagaimana alur informasi, koordinasi kerja, dan strategi pesan dijalankan dalam konteks organisasi yang sesungguhnya. Melalui laporan ini, penulis akan memaparkan bagaimana aktivitas humas dijalankan secara sistematis melalui aktivitas harian humas dan keterlibatan dalam program-program strategis di PT PLN Icon Plus

1.2 Maksud dan Tujuan Kerja

Aktivitas pelaksanaan kerja ini memiliki maksud untuk memberikan pemahaman komprehensif mengenai praktik komunikasi korporat dan aktivitas Humas di lingkungan BUMN, khususnya pada perusahaan yang bergerak di sektor solusi digital. Melalui keterlibatan langsung dalam aktivitas kehumasan sehari-hari,

penulis diharapkan dapat memperoleh pengalaman praktis yang relevan dengan kompetensi yang dipelajari selama menempuh pendidikan di bangku perkuliahan, sekaligus mempersiapkan diri untuk memasuki dunia kerja secara profesional pada bidang komunikasi korporat.

Adapun tujuan khusus dari pelaksanaan program ini adalah:

- Mengimplementasikan teori dan konsep komunikasi strategis yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik nyata aktivitas Humas di lingkungan korporat.
- Mengasah *soft skill* dan *hard skill* yang relevan dengan bidang komunikasi korporat, khususnya dalam penulisan *press release* dan *media monitoring*.
- Membangun relasi dan koneksi profesional di lingkungan kerja korporat sebagai bekal memasuki dunia kerja.

1.3 Deskripsi Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja

Pelaksanaan program ini dilakukan dengan durasi 640 jam kerja. Penulis melaksanakan kegiatan di kantor PT PLN Icon Plus yang beralamat di Jamsostek Tower B, Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 18, Jakarta Selatan. Jam kerja operasional mengikuti jadwal Senin hingga Jumat dengan ketentuan yang ditetapkan oleh Divisi Humas perusahaan.

1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja

Penulis melaksanakan program *Career Acceleration Program* di PT PLN Icon Plus dengan periode kerja terhitung mulai tanggal 2 Februari 2026 hingga 26 Juni 2026. Jam kerja operasional perusahaan dimulai pada pukul 08.00 sampai dengan 17.00 WIB dengan hari kerja tetap dari hari Senin hingga Jumat. Terkait ketentuan kehadiran, penulis mengikuti skema *Work From Office* (WFO) secara reguler di kantor pusat perusahaan. Namun, terdapat penyesuaian kebijakan di mana kegiatan *Work From Home* (WFH)

dilaksanakan setiap hari Jumat, mengikuti arahan pemerintah yang berlaku mengenai efisiensi kerja selama periode pelaksanaan program tersebut.

Secara garis besar, periode kerja penulis terbagi menjadi dua fase utama. Fase pertama berlangsung selama dua bulan, yaitu dari Februari hingga Maret 2026, dengan fokus utama pada pengelolaan administrasi dan monitoring partisipasi perusahaan dalam ajang penghargaan TOP CSR Awards 2026. Fase kedua berlangsung sejak bulan Maret hingga akhir program pada Juni 2026, dengan fokus pada aktivitas tim komunikasi yang meliputi *media monitoring* harian, dokumentasi kegiatan perusahaan, serta penulisan *press release*. Pembagian fase ini didasarkan pada kebutuhan operasional divisi serta arahan dari pembimbing lapangan guna memberikan penulis pengalaman yang lebih variatif dalam memahami ekosistem kerja Humas dan TJSL secara menyeluruh.

1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja

Prosedur pelaksanaan kerja ini dimulai dengan tahap pendaftaran mandiri yang dilakukan penulis pada PT PLN Icon Plus untuk posisi di bidang Hubungan Masyarakat, yang kemudian dilanjutkan dengan pengajuan Surat Pengantar resmi dari Universitas Multimedia Nusantara (PRO-STEP 01) sebagai dokumen pendukung permohonan magang. Setelah dokumen diverifikasi, penulis mengikuti tahapan seleksi berupa wawancara (*interview*) bersama bagian *Human Resources* (HR) perusahaan untuk menilai kesesuaian kompetensi dengan kebutuhan divisi Humas.

Proses wawancara tersebut berlangsung dengan membahas latar belakang akademik penulis, motivasi memilih PT PLN Icon Plus sebagai tempat magang, serta ekspektasi terhadap pengalaman kerja yang akan dijalani. Setelah melalui proses tersebut, penulis kemudian dinyatakan diterima yang ditandai dengan pemberian surat magang resmi atau *Letter of Acceptance* (LoA/PRO-STEP 05) dari pihak PT PLN Icon Plus. Pasca penerimaan,

penulis mengajukan Kartu PRO-STEP 02 kepada pihak universitas sebagai syarat administrasi kepesertaan program.

Selama periode kerja berlangsung, penulis diwajibkan secara konsisten untuk menyusun laporan aktivitas harian ke dalam formulir *Daily Task* (PRO-STEP 03) yang mencakup seluruh detail pekerjaan harian guna divalidasi oleh pembimbing lapangan sebagai bentuk pertanggungjawaban kegiatan. Proses validasi ini dilakukan secara berkala, sehingga memungkinkan pembimbing lapangan untuk memantau perkembangan kinerja penulis serta memberikan masukan apabila terdapat hal yang perlu diperbaiki dalam pelaksanaan tugas.

