

Abstrak

Konsumen atau pelanggan merupakan aspek penting dalam perusahaan. Ia menjadi salah satu komponen penentu keberhasilan suatu perusahaan. Oleh karenanya, perusahaan memiliki urgensi untuk membangun hubungan baik untuk memertahankan pelanggan mereka. Di perusahaan, biasanya fungsi tersebut dijalankan oleh *public relations*.

PT Telkom Indonesia merupakan perusahaan/Badan Usaha Milik Negara bidang telekomunikasi di Indonesia. Sebagai BUMN, lembaga ini memiliki kewajiban memenuhi kebutuhan masyarakat sekaligus tuntutan untuk menambah penerimaan negara. Selama dua tahun terakhir, perusahaan ini meluncurkan produk IndiHome yang digadang-gadang sebagai pemenuh kebutuhan telekomunikasi masyarakat terkini: internet kecepatan tinggi, TV kabel, dan telepon rumah. Untuk memenuhi tujuan tersebut, perusahaan ini menjalankan fungsi *public relations* dalam mengelola pelanggannya.

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta mengimplementasikan fungsi *public relations* menurut fungsi *public relations* dalam Public Relations Society of America (PRSA) dalam mengelola pelanggan IndiHome di tahun 2016. Hasil analisis menunjukkan bahwa *public relations* perusahaan tersebut telah menjalankan sebagian besar fungsinya namun belum sepenuhnya memanfaatkan data pelanggan sebagai dasar analisis opini dan sikap publik, serta dasar penyusunan program *public relations*. Hal ini salah satunya disebabkan oleh minimnya kewenangan *public relations* untuk mengambil keputusan dan memberi saran kepada manajemen.

Kata kunci: *public relations, fungsi public relations, BUMN, PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta, pelanggan, IndiHome.*

Abstract

Consumers are vital for a company. It becomes one of components to define the succeed of the company. Therefore, a company has an urge to build a good relations in order to keep their consumers. In a company, this functipon is usually fulfilled by public relations.

PT Telkom Indonesia is a company or a state-owned enterprise (BUMN) in the field of telecommunication in Indonesia. As a BUMN, it is obliged to provide the needs of society as well as required to contribute to the state revenue. Over the last two years, this company has launched IndiHome, a product addressed to provide the latest society needs in communication: high-speed internet, cable TV, and telephone. In order to fulfill their goal, this company performs the public relations functions in managing its customers.

This research aims to see how PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta implements the function of public relations in managing IndiHome customers in 2016 according to Public Relations Society of America (PRSA). The analysis shows that the public relations already performed most of public relations functions, however, in defining, planning, and programming, they haven't fully utilized the data of their customers. One of the reasons why it happens is because those public relations units have less authority to make a decision and to deliver an advice to the management.

Keywords: *public relations, public relations functions, BUMN, PT Telkom Indonesia Witel Yogyakarta, customers, IndiHome.*