BAB I.

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan Telekomunikasi seluler di Indonesia sangat maju dilihat dari banyaknya jumlah perusahaan dan berbagai jenis merek operator telekomunikasi yang terus bertambah. Seiring dengan itu, persaingan antar perusahaan pun semakin ketat dan mulai berlomba – lomba menaikan eksistensi serta membangun kembali visi dan misi serta nilai – nilai yang baik agar tidak kalah dalam persaingan. Berbagai macam cara promosi seperti membuat *brand*, promosi iklan media cetak, televisi, radio, hingga lewat internet dilakukan untuk memperkenalkan perusahaan.

Salah satu perusahaan terbesar di Indonesia yaitu Indosat (PT.Indosat Tbk.) baru – baru ini melakukan *Rebranding* perusahaan. beberapa faktor yang merupakan penyebab di lakukannya *rebranding* antara lain adalah bergabungnya mitra bisnis Ooredoo internasional dengan pusat berada di Qatar yang bertujuan dapat membangun kekuatan dan meningkatkan kualitas dan mampu bersaing di kancah global. Seperti yang sudah diketahui Ooredoo atau yang sebelumnya dikenal sebagai Qtel adalah Perusahaan telekomunikasi satu – satunya di Qatar dan memiliki perusahaan *public* terbesar di negara tersebut. Adapun faktor yang menjadi alasan bagi Indosat melakukan *rebranding* logo yaitu perubahan visi misi perusahaan yang sudah tidak dapat diwakili lagi oleh logo lama sehingga diperlukan *rebranding*.

Rebranding juga tak lepas dari strategi komunikasi baik itu nilai – nilai, visi, misi perusahaan itu sendiri, guna memberikan pedoman bagi perusahaan untuk membangun serta mendorong perilaku perusahaan dalam melayani konsumen. Indosat Ooredoo sendiri memiliki lima nilai – nilai sebagai pedoman kerja perusahaan dalam melayani konsumen antara lain adalah Terpercaya, Cepat, Bejiwa Muda, Berusaha menjadi yang terbaik, Peduli. Begitu juga bagaimana menginformasikan nilai – nilai tersebut dalam lingkungan kerja secara efektif ke

berbagai media informasi yang tentunya agar nilai perusahaan tersebut dapat selalu diingat dan diterapkan pada aktifitas karyawan dalam lingkungan kerja.

Kondisi lingkungan kantor Indosat Ooredoo Bandung yang saat ini dimana masih kurang media yang menginformasikan nilai-nilai perusahaan kedalam lingkungan kerja seperti media cetak yang dapat diaplikasikan di lingkungan kantor sehingga dapat menjadi media yang selalu mengingatkan ataupun mendorong karyawan dalam melakuan aktifitas dalam lingkungan kerja.

Membentuk dan menerapkan nilai – nilai perusahaan sangatlah penting untuk membangun serta menjadikannya citra positif sebagai bentuk perusahaan dalam melayani konsumen karena dan meningkatkan pelayanan serta kualitas produk yang baik perusahaan akan berkembang dan mampu bersaing dengan perusahaan lain.

I.2 Identifikasi Masalah

- Nilai – nilai perusahaan yang belum diterapkan secara optimal oleh karyawan.
- Tidak ada media yang memberikan informasi terkait nilai – nilai perusahaan dalam lingkungan kerja.
- Tidak ada media yang menjadikan nilai – nilai perusahaan sabagai informasi yang menarik yang dapat membentuk sikap serta citra positif perusahaan.

I.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas dapat di simpulkan bahwa,

1. Bagaimana cara menginformasikan pedoman kerja Indosat Ooredoo kepada karyawan ?
2. Bagaimana nilai – nilai perusahaan dapat menjadi informasi yang menarik dan dapat menjadi bagian dalam pembentukan sikap dan citra positif perusahaan ?

I.4 Batasan Masalah

Masalah difokuskan pada upaya bagaimana cara menginformasikan nilai – nilai perusahaan antara lain adalah Terpercaya, Cepat, Bejiwa Muda, Berusaha menjadi yang terbaik, Peduli kepada karyawan dalam lingkungan kerja perusahaan Indosat Ooredoo sehingga dapat menjadi motivasi untuk meningkatkan kualitas dalam bekerja.

I.5 Tujuan dan Manfaat Perancangan

I.5.1 Tujuan Perancangan

- Meningkatkan kinerja karyawan berdasarkan nilai – nilai Indosat Ooredoo.

I.5.2 Manfaat Perancangan

- Memberikan pandangan baru terhadap nilai – nilai Indosat Ooredoo.

- Menjadikan nilai – nilai Indosat Ooredoo sebagai citra positif perusahaan.