

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Badan Usaha Milik Negara disingkat BUMN merupakan Badan Usaha yang seluruh atau sebagian besar modalnya dimiliki oleh Negara melalui penyertaan secara langsung yang berasal dari kekayaan Negara yang dipisahkan. Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 tahun 2003 tentang Badan Usaha Milik Negara (BUMN) menimbang bahwa: 1.) Badan Usaha Milik Negara merupakan salah satu pelaku kegiatan ekonomi dalam perekonomian nasional berdasarkan demokrasi ekonomi; 2.) Badan Usaha Milik Negara mempunyai peranan penting dalam penyelenggara perekonomian nasional guna mewujudkan kesejahteraan masyarakat. Adapun jenis-jenis BUMN yang secara umum terbagi menjadi Perusahaan Perseroan, Perusahaan Terbuka, dan Perusahaan Umum.

Perseroan Terbatas Perkebunan Nusantara XI disingkat PTPN XI atau PT Perkebunan Nusantara XI termasuk dalam salah satu BUMN berbentuk perseroan. PTPN XI merupakan agribisnis perkebunan dengan *core business* gula melalui tanaman tebu. Perusahaan ini berfokus dalam memproduksi gula kristal putih dengan kontribusi sekitar 16-18% terhadap produksi gula nasional. Sebagian besar bahan baku berasal dari tebu rakyat yang diusahakan oleh petani sekitar melalui kemitraan dengan pabrik-pabrik gula PTPN *Group* yang dioperasikan. Maksud dan tujuan perusahaan adalah melakukan usaha dibidang agro bisnis dan agro industri serta optimalisasi pemanfaatan sumber daya dalam menghasilkan barang dan atau jasa yang bermutu dan berdaya saing tinggi guna memperoleh keuntungan dan meningkatkan nilai perusahaan.

Pada surat keputusan para pemegang saham PT Perkebunan Nusantara XI, (No. DSPN/KPPS/61/X/2022) perihal persetujuan atas restrukturisasi bisnis gula PT Perkebunan Nusantara XI sebagai bagian dari restrukturisasi bisnis gula PTPN *Group* sebagai balasan sehubungan dengan surat direksi PT Perkebunan Nusantara XI pada surat (No. XA-KBUMN-HOLD/BB/I-S/22.024) tanggal 25 Juli 2022

perihal Permohonan Persetujuan Rapat Umum Pemegang Saham atas Rencana Restrukturisasi Bisnis Gula PT Perkebunan Nusantara XI Sebagai Bagian dari Restrukturisasi Bisnis Gula PTPN Grup.

Sesuai dengan surat yang tertera, maka PTPN XI mengalami Restrukturisasi. Restrukturisasi adalah sebuah upaya yang dilakukan dalam rangka penyehatan BUMN yang merupakan salah satu langkah strategis untuk memperbaiki kondisi internal perusahaan guna memperbaiki kinerja dan meningkatkan nilai perusahaan, menurut UU RI Nomor 19 Tahun 2003 tentang Badan Usaha Miliki Negara. Serta dilansir dalam laman website resmi PTPN XI ([ptpn11.co.id](http://ptpn11.co.id)), “Pasca Spin Off PG, PTPN XI Fokus Program BULE.”, (diakses pada 02 Desember 2022) Bahwa; “PTPN XI serta PTPN Gula telah melepas sejumlah pabrik gulanya untuk selanjutnya dikelola oleh PT Sinergi Gula Nusantara atau SGN sebagai Subholding Gula PTPN Group. Keseluruhan ada 13 pabrik Gula aktif milik PTPN XI yang di *Spin-Off*. Selanjutnya kami fokus ke kegiatan *On-Farm* kebun tebu”.

Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa PTPN XI berpindah dari awal bisnis utama produksi gula menjadi pemegang aset dan pengoptimalisasi aset lahan kebun yang dapat dimanfaatkan untuk pertanian maupun sector non-pertanian. Fenomena Restrukturisasi dan *Spin-Off* menjadikan PTPN XI mengalami sebuah *Repositioning* yang berdampak pada konten media sosial Instagram @ptpn11.

PTPN XI memanfaatkan media sosial Instagram sebagai salah satu cara untuk menumbuhkan *awareness* kepada *followers* atau pengikut Instagram. Akun Instagram yang secara resmi dikelola oleh PTPN XI (@[ptpn11](https://www.instagram.com/ptpn11)) memiliki lebih dari 14.200 pengikut per awal Oktober 2022. Melalui akun Instagram, PTPN XI mengkomunikasikan kegiatan sehari-hari yang dilakukan oleh BUMN ini secara rutin untuk mempertahankan dan meningkatkan *engagement*.

Keberadaan Humas (Hubungan Masyarakat) dalam PTPN XI membutuhkan cara untuk menerapkan sebuah strategi repositioning ke dalam media instagram PTPN XI. Strategi ini diperlukan saat terjadi reposisi pada perusahaan untuk beradaptasi. Strategi yang dimaksud adalah untuk memanfaatkan Instagram

sebagai bentuk komunikasi dengan mengunggah konten melalui fitur *feeds*, *Story*, dan *Reels* agar dapat memperkuat citra identitas untuk tetap dikenal masyarakat. Dengan demikian agar perusahaan terus berkembang dan bertahan dalam kondisi restrukturisasi dan *spin-off*. Maka perlu dilakukan sebuah strategi baru untuk mempertahankan asset konten instagram dan memberikan dampak positif bagi perusahaan.

Adanya strategi *Repositioning* pada konten instagram @ptpn11 menjadi sebuah tugas bagi peneliti yang merupakan Mahasiswa S1 Desain Komunikasi Visual serta Peserta Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) Batch II di PT Perkebunan Nusantara XI pada bagian Sekretariat Perusahaan unit Hubungan Masyarakat (Humas). Peneliti harus melakukan langkah dan inovasi baru terhadap konten Instagram @ptpn11. Program yang berbentuk konten ini akan dikemas dengan layout serta visual yang menarik dan unik yang diharapkan dapat memberikan materi informatif serta edukatif mengenai PT Perkebunan Nusantara XI kepada para audiens.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan penjabaran latar belakang masalah, maka dapat dituliskan perumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana perencanaan dalam merancang konten Instagram @ptpn11 sebagai *repositioning* untuk meningkatkan citra identitas perusahaan?
2. Bagaimana pemanfaatan fitur Instagram yang sesuai target *audience* terutama untuk *followers* Instagram @ptpn11 serta civitas PTPN XI?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari Penelitian ini adalah:

1. Merancang konten Instagram @ptpn11 sebagai *repositioning* untuk meningkatkan citra identitas Perusahaan.
2. Pemanfaatan fitur Instagram untuk meningkatkan minat *audience* terhadap Instagram @ptpn11.

## 1.4 Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Akademis

- Bagi Prodi Desain Komunikasi Visual

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai acuan dan referensi dalam mengembangkan Program Studi Desain Komunikasi Visual Universitas Internasional Semen Indonesia, dan dapat menjadi acuan bagi mahasiswa selanjutnya untuk melakukan penelitian yang berkaitan dengan topik penelitian ini.

- Bagi Akademik Universitas Internasional Semen Indonesia

Penelitian yang dilakukan peneliti sebagai Peserta Magang Mahasiswa Bersertifikat (PMMB) Batch II selama enam bulan di PT Perkebunan Nusantara XI dapat digunakan sebagai ide atau acuan dalam pengerjaan skripsi selanjutnya.

### 2. Manfaat Praktik

- Bagi PT Perkebunan Nusantara XI

Dapat dijadikan tolak ukur dalam meningkatkan citra perusahaan dan membangun *awareness* kepada audiens lebih luas.

- Bagi Penulis

Penulis dapat memperoleh pengetahuan dan ilmu yang dapat dijadikan bahan acuan bagi Kehumasan PT Perkebunan Nusantara XI untuk mengembangkan konten dengan prinsip-prinsip pada operasi dan manajemen yang dijalankan.

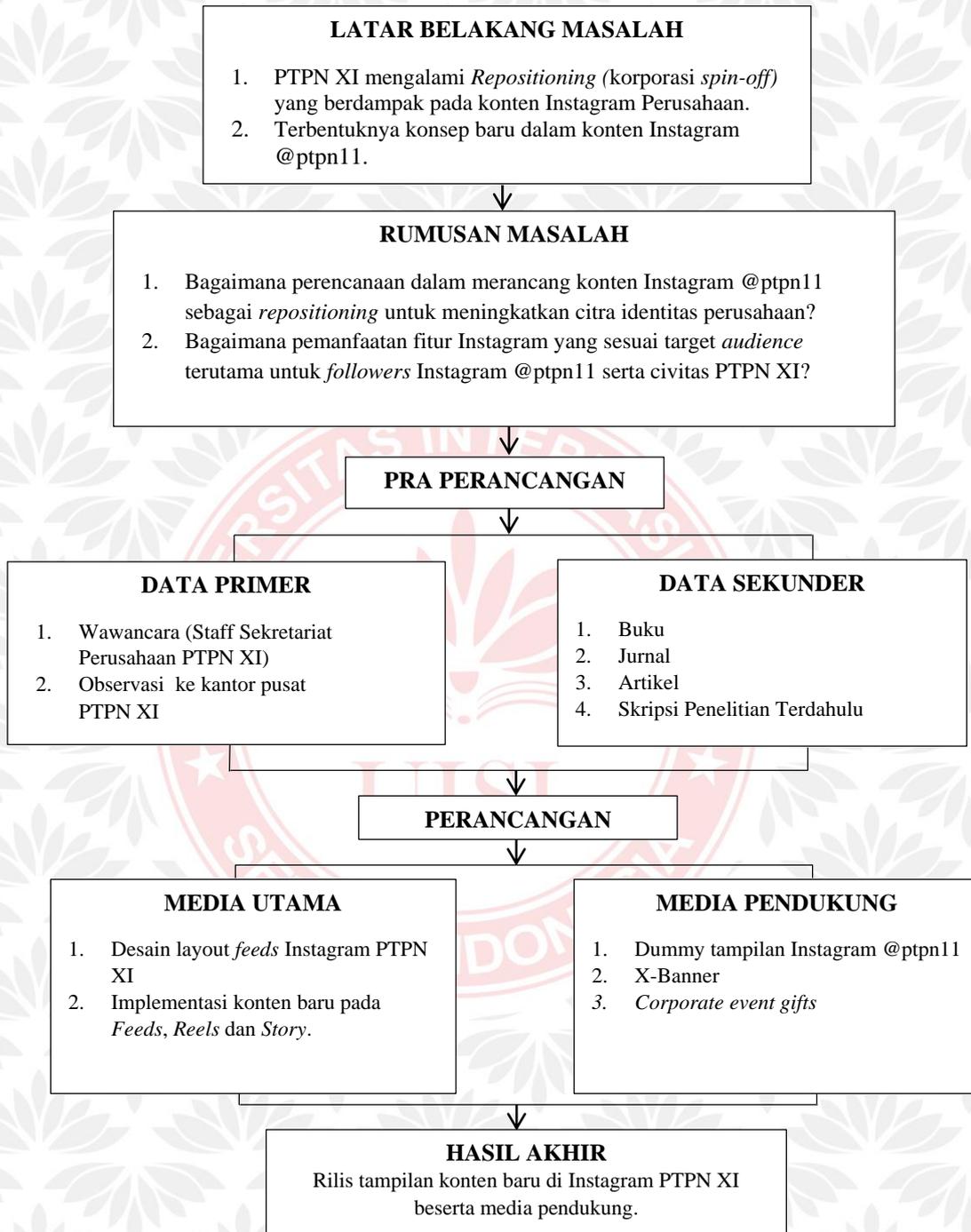
## 1.5 Batasan Penelitian

Batasan masalah yang digunakan untuk mendukung fokus penelitian dalam “Perancangan Konten Media Sosial Instagram @ptpn11 Sebagai Strategi *Repositioning* PT Perkebunan Nusantara XI” adalah:

- 1.) Luaran berupa rilis tampilan feeds baru pada Instagram @ptpn11 beserta fitur lainnya (*Reels* dan *Story*), serta media pendukung berupa Dummy tampilan instagram @ptpn11, X-Banner, dan *Corporate event gifts*.
- 2.) Target riset penelitian dan survey adalah civitas dalam kantor pusat PTPN XI.
- 3.) Wawancara dilakukan secara offline terhadap staff terpilih kantor pusat PTPN XI.
- 4.) Konten pada akun instagram dibuat sesuai dengan *timeline* yang dibuat.
- 5.) Jenis program konten instagram berupa: Konten Berita PTPN XI, Konten Edukasi, Konten *Entertainment*/Hiburan, dan Konten *Heritage*.
- 6.) Konten penunjang (foto dan video) menggunakan koleksi milik PTPN XI.
- 7.) Perancangan media ini dibatasi pada pembuatan media dan penyebarluasan konten hanya melalui media sosial Instagram.



## 1.6 Kerangka Pemikiran



Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran