

Program Corporate Social Responsibility (CSR) “Bandung Digital Valley” PT. Telekomunikasi Indonesia

¹Ben YahyaMahmud, ²Teguh Ratmanto

^{1,2}*Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

e-mail: ¹Benyahya230593@gmail.com, ²Teguh_ratmanto@yahoo.com

ABSTRACT : This thesis entitled "Corporate Social Responsibility Program (CSR) Bandung Digital Valley Telekomunikasi Indonesia". In this study, researcher examined about the CSR program "Bandung Digital Valley" PT. Telekomunikasi Indonesia, conducted during June to December 2015 in Bandung, West Java province. "Bandung Digital Valley" is intended to help the creativepreneur or perpetrators creative homeland to develop all the capacity they have in digital business that wants to develop. The object of this research are staff of "Bandung Digital Valley", Indra Purnama as Excecutive Director and Cynthia Dewiranti as Public Relations "Bandung Digital Valley" Telekomunikasi Indonesia. The reason why researcher choose Excecutive Director and Public Relations is because they understand and execute the entire program of CSR in the "Bandung Digital Valley". This study was conducted from June 22, 2015 until December 24, 2015 by interview, observation and literature study. The method in this research is using descriptive method - quantitative method that only gives a picture or description of the variable of a phenomenon. In this study, descriptive methods - quantitative used to find out how deep of the program "Bandung Digital Valley" Telekomunikasi Indonesia. POAC theory is the theory be used in this study. POAC theory is Planning, Organizing, and Controlling Actuating. Based on research, we concluded that there is synchronization between CSR program "Bandung Digital Valley" Telekomunikasi Indonesia with POAC Theory and its alignment under the command of Excecutive Director and Public Relations in cooperation with MIKTI for Creativepreneurs or creative actors in digital business development on what they have run.

Keywords: Public Relations, Corporate Social Responsibility, Bandung Digital Valley, Planning, Organizing, Actuating, Controlling.

ABSTRAK : Skripsi ini berjudul "Program Corporate Social Responsibility (CSR) Bandung Digital Valley PT. Telekomunikasi Indonesia ". Dalam penelitian ini, peneliti meneliti tentang program CSR "Bandung Digital Valley" PT. Telekomunikasi Indonesia, yang dilaksanakan selama bulan Juni sampai dengan Desember 2015 di Kota Bandung, provinsi Jawa Barat. "Bandung Digital Valley" ini bertujuan untuk membantu para creativepreneur atau pelaku kreatif tanah air untuk mengembangkan segala kapasitas yang mereka punya dalam bisnis digital yang ingin dikembangkan. Objek penelitian dalam penelitian ini adalah Staff "Bandung Digital Valley" yaitu Indra Purnama selaku Excecutive Director dan Cynthia Dewiranti selaku Public Relations "Bandung Digital Valley" PT. Telekomunikasi Indonesia. Alasan peneliti memilih Excecutive Director dan Public Relations tersebut adalah karena mereka memahami dan menjalankan seluruh program CSR di "Bandung Digital Valley". penelitian ini dilakukan mulai tanggal 22 Juni 2015 sampai dengan 24 Desember 2015 dengan teknik wawancara, Observasi dan Studi kepustakaan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Deskriptif – kuantitatif adalah metode yang hanya memberikan gambaran atau deskripsi tentang variable dari sebuah fenomena yang diteliti. Dalam penelitian ini, Metode Deskriptif – kuantitatif digunakan untuk mengetahui sejauh mana proses program "Bandung Digital Valley" PT. Telekomunikasi Indonesia. Teori POAC adalah teori yang dipakai dalam penelitian ini. Teori POAC adalah Planning, Organizing, Actuating dan Controlling. Dari hasil penelitian ini, diperoleh kesimpulan bahwa terdapat sinkronisasi antara program CSR "Bandung Digital Valley" PT. Telekomunikasi Indonesia dengan Teori POAC beserta keselarasan dibawah pimpinan Excecutive Director dan Public Relations yang bekerjasama dengan MIKTI kepada para Creativepreneur atau pelaku kreatif tersebut dalam pengembangan bisnis digital yang mereka jalankan.

Kata Kunci: Public Relations, Corporate Social Responsibility, Bandung Digital Valley, Planning, Organizing, Actuating, Controlling.

A. Pendahuluan

Seiring berkembangnya zaman PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk ini telah ikut serta dalam pengembangan Ekosistem Industri Kreatif Digital. Sehingga dalam hal ini Telkom telah banyak membuat inisiatif dan kerjasama untuk menumbuhkan industri kreatif digital, seperti Telkom Indigo Incubator dalam Programnya Bandung Digital Valley (BDV), Indigo Fellowship Award, ataupun menjalin kerjasama dengan organisasi kreatif semisal Masyarakat Industri Kreatif TIK Indonesia (MIKTI).

Agar pengembangan industri kreatif digital ini lebih efektif, maka peta perannya harus dibagi secara tegas yaitu, Bila unsur kreatifnya sangat dominan dan lebih fokus pada personal, maka wadahnya adalah organisasi seperti MIKTI yang dikembangkan di berbagai kota di seluruh Indonesia (creative camp).

Dewasa ini, penerapan CSR di Indonesia diakui banyak pihak semakin meningkat. Pada Bidang Informasi dan Teknologi Digital misalnya, PT. Telkom telah mewujudkannya dengan membentuk kawasan berbasis kreatif digital teknologi dalam suatu wadah dengan fasilitas yang beragam. dikelola oleh PT. Telkom bersama MIKTI sebagai wujud bakti kepada masyarakat sekitar dalam pengembangan sumber daya manusia yang berkualitas di bidang IT.

PT. Telekomunikasi Indonesia membuat seperangkat penjelasan dan peraturan terkait program kinerja CSR. Menurut PT. Telkom, bertujuan untuk menciptakan dan memelihara hubungan yang harmonis dengan lingkungan sekitar di daerah operasinya serta bekerja sama dengan pemerintah untuk memberikan manfaat besar bagi masyarakat.

Sebagai salah satu perusahaan BUMN yang berskala besar di Indonesia, PT. Telekomunikasi Indonesia selalu peduli terhadap penyaluran dana CSR kepada sekitarnya, dalam menerapkan program CSR yang telah berlangsung diantaranya : Membantu Korban Bencana Alam, Kesehatan Lingkungan, Sarana dan Prasarana, dalam bidang Pendidikan, dalam bidang Pemberdayaan lingkungan dan Mitra Binaan dan salah satunya adalah Bidang Industry Creative Digital.

Sebagai salah satu program CSR dalam menjalin hubungan baik terhadap pihak Eksternal yang di lakukan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. – Menara iDeC (Innovation and Design Center) yang dirangkum dalam bentuk program kegiatan CSR dalam bidang ICT yaitu Indigo Incubator 2015 dengan Programnya “Bandung Digital Valley” . Selanjutnya diharapkan dengan program CSR tersebut perusahaan bisa membantu para kreatif muda Indonesia agar bisa menjadi Teknopreneur yang bisa bersaing secara luas, dan menjaga hubungan baik perusahaan dengan stakeholder.

Maka dalam Penelitian ini mengkaji seputar permasalahan Program *Corporate Social Responsibility* (CSR) “Bandung Digital Valley” PT. Telekomunikasi Indonesia.

B. Landasan Teori

1. PLANNING (Perencanaan)

Menurut George R. Terry (2014) adalah Memakai dan menjalankan Tahap - tahap dalam menentukan keberhasilan Executive Director dan Public Relations Officer dalam menjalankan suatu program Corporate Social Responsibility (CSR) dengan menjalankan P O A C (Planning, Organizing, Actuating and Controlling).

2. ORGANIZING (pengorganisasian)

Fungsi manajerial adalah pengorganisasian. Pengorganisasian merupakan suatu proses dimana pekerjaan diatur dan dibagikan diantara para anggota organisasi sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dengan efisien. Pengorganisasian berasal dari kata Organisasi, yang berarti :

3. ACTUATING (penggerakan)

Menggerakkan (actuating) menurut George R. Terry dalam (Wiludjeng, 2007) berarti merangsang anggota - anggota kelompok melaksanakan tugas - tugas dengan antusias dan kemauan yang baik.

4. CONTROLLING (Pengawasan)

Pengertian Controlling di dalam bahasa Indonesia dapat ditafsirkan sebagai pengawasan atau pengendalian sehingga dalam bahasa Inggris pengertian pengawasan dan pengendalian tetap dipergunakan dengan Istilah controlling. Controlling baik yang dalam pengertian pengawasan atau pengendalian oleh sebagian besar masyarakat sering ditafsirkan sebagai usaha dari manajer atau lembaga pengawasan sebagai kegiatan untuk mencari kesalahan. Padahal fungsi pengawasan atau pengendalian tersebut adalah sebagai salah satu kekuatan untuk mengadakan perbaikan bila hasil atau jasa yang sudah distandarisasi itu tidak sesuai dengan hasil yang diharapkan.

C. Hasil Penelitian

Hasil penelitian yang didapatkan berdasarkan latar belakang situasi yang telah diuraikan maka dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini sebagai berikut “ Bagaimana Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* “Bandung Digital Valley” PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. - IDec (Innovation & Design Center) untuk membina Pelaku Kreatif ?” masalah ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana Perencanaan (*Planning*) Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* “Bandung Digital Valley” PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk.- IDec (Innovation & Design Center) untuk membina Pelaku Kreatif ?
2. Bagaimana Pengorganisasian (*Organizing*) Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* “Bandung Digital Valley” PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. - IDec (Innovation & Design Center) untuk membina Pelaku Kreatif ?
3. Bagaimana Penggerakkan (*Actuating*) Program *Corporate Social Responsibility (CSR)* “Bandung Digital Valley” PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. - IDec (Innovation & Design Center) untuk membina Pelaku Kreatif ?
4. Bagaimana Pengawasan (*Controlling*) Program *Corporate Social Responsibility*

(CSR) “Bandung Digital Valley” PT.Telekomunikasi Indonesia, Tbk. - IDec (Innovation & Design Center) untuk membina Pelaku Kreatif ?

Dari hasil penelitian keempat rumusan masalah tersebut dijelaskan lebih terperinci sebagai berikut :

Tahapan Planning dalam program CSR “Bandung Digital Valley” ini berjalan dengan lancar dan sesuai prosedur, terlebih lagi Dari bulan Maret hingga Desember merupakan seluruh kegiatan perencanaan yang telah dijalankan dan diterapkan oleh perusahaan kepada seluruh startup BDV yang di naungi oleh Indigo Incubator 2015. Ternyata pelaksanaannya pun berjalan baik dan para startup pun berhasil mengembangkan companies mereka masing – masing.

Bagi perusahaan, ini merupakan prestasi yang baik didalam pengembangan ICT di Indonesia. Dan hasilnya memberikan kesimpulan dengan kesinambungan pada Teori POAC yang peneliti pakai dengan kinerja program CSR Bandung Digital; Valley tersebut. Para startup menerima dan mengerti segala perencanaan awal yang diberikan pada saat masuk dan tersaring kedalam wilayah BDV dan juga hal ini demi keberhasilan bisnis digital yang mereka jalankan tersebut.

Tahapan Organizing dalam program CSR “Bandung Digital Valley” ini berjalan dengan selaras seperti adanya, selanjutnya menambahkan kembali Dalam hal ini proses pengorganisasian dari Teori POAC di wilayah Bandung Digital Valley sudah mendapatkan keselarasan dengan kinerja Excecutive Director dan Public Relations laksanakan kepada para startup.

Bapak Indra Purnama Selaku Excecutive Director Bandung Digital Valley merasa sangat antusias terhadap program Bandung Digital Valley ini dikarenakan Telkom selalu berinovasi dalam mengembangkan kegiatannya dalam bidang ICT , serta kepeduliannya kepada seluruh masyarakat kreatif Indonesia yang selalu mengharapkan adanya trobosan baru bagi pengembangan ICT di Indonesia di saat zaman semakin menantang kita semua agar semakin terdepan.

Begitu pula menambahkan tanggapan bapak Indra Purnama, yaitu Public Relations Bandung Digital Valley Cynthia Dewiranti yang mengungkapkan terdapat perubahan setiap tahunnya dari para startup dan semakin majunya pengembangan ICT di Indonesia dengan adanya program Bandung Digital Valley ini. Telkom merupakan perusahaan dalam jasa telekomunikasi pertama yang mengembangkan kegiatan ini dalam lingkungan yang memadai dengan fasilitas dan mentor – mentor yang handal di bidangnya yang membimbing keseluruhan startup Bandung Digital Valley, Jogja Digital Valley dan Jakarta Digital Valley.

Pada tahap Actuating ini program CSR “Bandung Digital Valley” sudah berjalan tepat sesuai dengan struktur organisasi yang ada dengan mengacu pada tahapan Teori POAC. Sinkronisasi dengan keselarasan antara Excecutive Director dan Public Relations sejalan dengan perkembangan kinerja dan jobdesk yang ada. Dan bagi team Bandung Digital Valley selama peneliti mengobservasi di lapangan mereka sangat menerima dan mengayomi para startup dengan baik. Sehingga yang dirasakan para startup team Bandung Digital Valley sangat membantu mereka dalam memaksimalkan hasil yang ingin mereka capai dalam bisnis digital yang mereka tekuni.

Proses Controlling dalam program CSR “Bandung Digital Valley” ini telah dijalankan dengan baik dari Executive Director dan Public Relations BDV terhadap para startup. Begitupun pada Teori POAC dalam sinkronisasi antara pelaksanaan kegiatan program *Corporate Social Responsibility* “Bandung Digital Valley” disini sudah terlihat bahwa kinerja yang dijalankan oleh staff “Bandung Digital Valley” kepada para startup sudah diresapi pelaksanaannya, sehingga jobdesk keseharian dan report mingguan maupun bulanan telah dijalankan dengan baik, dan tahap Controlling yang dilakukan Executive Director dan *Public Relations* disini sudah tepat.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pada bab sebelumnya, peneliti menemukan beberapa kesimpulan yang dapat dilihat pada point berikut ini :

1. *Planning* atau perencanaan yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia dalam program *Corporate Social Responsibility* di *Indigo Incubator 2015* yaitu Program Bandung Digital Valley yang dimana program ini mengedepankan terhadap pemberdayaan para pelaku kreatif yang ingin mengembangkan usaha mereka di bidang digital yang dimana kegiatan telah berjalan dengan lancar dan efektif terhadap penyampaian jobdesk dari Executive Director kepada Public Relations dan kepada para seluruh startup Bandung Digital Valley 2015.
2. *Organizing* atau pengorganisasian yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia dalam program *Corporate Social Responsibility* di *Indigo Incubator 2015* yaitu Program Bandung Digital Valley telah berjalan dengan baik dan diterima oleh seluruh startup dalam penerimaan Jobdesk yang diberikan oleh Executive Director dengan perantara Public Relations yang handal dalam menjalankan dan menjembatani kegiatan Bandung Digital Valley dari awal hingga akhir kegiatan Bandung Digital Valley.
3. *Actuating* atau penggerakkan yang dilakukan oleh PT. Telkom Indonesia dalam program *Corporate Social Responsibility* di *Indigo Incubator 2015* yaitu program Bandung Digital Valley telah sesuai dan berjalan baik dengan mengacu pada keseluruhan struktur perusahaan, dengan proses penggerakan yang dilakukan Public Relations dengan para startup dalam menerima jobdesk dan deadline yang harus mereka laksanakan.
4. *Controlling* atau pengawasan yang dijalankan oleh PT. Telkom Indonesia dalam program *Corporate Social Responsibility* di *Indigo Incubator 2015* yaitu program Bandung Digital Valley yang dimana pengawasan yang dilakukan oleh perusahaan kepada para startup setiap harinya telah berjalan baik dan sesuai struktur yang telah ada. Penerimaan yang didapatkan dalam proses *controlling* telah berjalan sesuai dengan hasil yang perusahaan inginkan.

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas bahwa dalam pelaksanaan program *Corporate Social Responsibility* PT. Telkom Indonesia dalam program Bandung Digital Valley dengan menjalankan *Planning*, *Organizing*, *Actuating* dan *Controlling* telah dijalankan oleh para startup dengan baik dan lancar dengan mengacu pada keseluruhan Jobdesk dan deadline yang telah diberikan oleh PT. Telkom Indonesia.

Daftar Pustaka

George R. Terry, 2014, *Prinsip-prinsip Manajemen*, PT. Bumi Aksara

Sri, Wiludjeng S.P, 2007. *Pengantar Manajemen*, Graha Ilmu: Yogyakarta