

ARTIKEL ILMIAH SARJANA FIKOM UNISBA (TANGGAL KELULUSAN 17 JULI

2014)

**PROSES PENCITRAAN MELALUI PROGRAM CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY (CSR) TENTANG APLIKASI I-CHAT**

¹Cindy YuniaPutri, ²Prof. Dr. Hj. Neni Yulianita. M.s

Prodi Ilmu Komunikasi, Bidang Kajian Public Relations, Universitas Islam Bandung, JL.

Tamansasri No. 1 Bandung 40116

e-mail: ¹cindyuniaputri30@yahoo.com, ²neni_yul@yahoo.com

Abstract. CSR (Corporate Social Responsibility) is one of the obligations by the company in accordance with the content of article 74 of Law Company Limited (Company Law) the latest, ie the Law Number 40 Year 2007 Through this legislation, industries are required to implemented, CSR is the theoretical basis of need for a company to build a harmonious relationship with the community domicile. Based on the analysis, the application of i-CHAT program received a positive and good response from the deaf as well as from the special school teachers. But also from SLB Cicendo who give many benefits. PT Telkom always responsive to emerging problems and proposed solutions always deliver on complaints or constraints that SLB that uses the application and immediately follow up. The steps of PT Telkom in a relationship does not make a directly approach to SLB student, but more to teachers and school heads by way of socialization, distributing i-CHAT DVD for free and create a facebook group communication media in the form of i-CHAT.

Keywords: Corporate Social Responsibility, harmonious relationship, communication media

Abstrak. CSR (*Corporate Social Responsibility*) merupakan salah satu kewajiban yang harus dilaksanakan oleh perusahaan sesuai dengan isi pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) yang terbaru, yakni UU Nomer 40 Tahun 2007. Melalui undang-undang ini, industri-industri wajib untuk melaksanakannya, CSR adalah basis teori tentang perlunya sebuah perusahaan membangun hubungan harmonis dengan masyarakat domisili. Berdasarkan hasil analisa, Program aplikasi i-CHAT mendapat tanggapan yang positif dan sangat baik dari kalangan tunarungu maupun dari guru-guru SLB. Begitupun dari SLB Negeri Cicendo banyak sekali manfaat yang telah diterima dan di dapatkan. Setiap kendala atau masalah PT Telkom selalu bersifat responsive terhadap masalah yang muncul dan selalu memberikan usulan solusi terhadap keluhan-keluhan atau kendala-kendala yang terjadi di SLB yang menggunakan aplikasi tersebut dan langsung menindaklanjutinya. Langkah-langkah PT Telkom menjalin hubungan tidak melakukan pendekatan langsung kepadamurid-murid SLB, tetapi lebih kepada guru-guru dan kepala sekolahnya dengan cara sosialisasi, membagikan DVD i-CHAT secara gratis dan membuat media komunikasi berupa group facebook i-CHAT.

Kata kunci: Tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), hubungan harmonis, media komunikasi

A. Pendahuluan

Sudah begitu banyak perusahaan yang memiliki departemen yang menangani kegiatan-kegiatan yang berhubungan dengan masyarakat di sekitar perusahaan maupun masyarakat secara luas. Dalam kutipan yang ditulis www.csrindonesia.com mengatakan bahwa :

Pada tahun 1990-an, semakin banyak perusahaan yang menyadari arti penting dari *corporate social responsibility* (CSR) ‘tanggung jawab social perusahaan’ dan

memasukkannya kedalam isu strategis bisnis mereka dan dapat disimpulkan bahwa CSR adalah komitmen dunia usaha untuk terus menerus bertindak secara etis, beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi, yang berkelanjutan dengan cara menciptakan masyarakat yang sehat dan berkembang dengan mempertimbangkan harapan dari para pemangku kepentingan dan sejalan dengan hukum yang berlaku.

Banyak perusahaan semakin menyadari dan menilai pelaksanaan CSR tidak hanya sekedar memenuhi kewajiban seperti yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang tetapi juga dapat dimanfaatkan (dalam jangka panjang) sebagai sarana untuk dapat memenangkan persaingan melalui pembentukan persepsi di benak publik sebagai perusahaan dengan *image* 'citra' yang baik, peduli pada lingkungan dan masyarakat.

Sebagai perusahaan BUMN, TELKOM yang berkomitmen untuk mendukung pengembangan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan. Hal ini diwujudkan dalam bentuk program Corporate Social Responsibility (CSR). Salah satunya program CSR TELKOM tentang i-CHAT, i-CHAT adalah sebuah portal yang berisi aplikasi yang berfungsi sebagai alat bantu bagi kalangan tunarungu dalam pemerolehan bahasa.

Aplikasi i-CHAT ini mendapat tanggapan positif baik dari kalangan tunarungu maupun dari guru-guru SLB. Pada tahun 2011, aplikasi i-CHAT mendapatkan penghargaan platinum bidang social pada Indonesian CSR Awards (ICA) 2011. Dengan adanya i-CHAT diharapkan dapat membantu kalangan tunarungu untuk dapat berkomunikasi dengan lebih baik. Untuk para guru SLB, aplikasi ini dapat membantu mereka dalam kegiatan mengajar anak didiknya. Selain itu, aplikasi ini juga dapat bermanfaat bagi keluarga anak tunarungu yang ingin belajar bahasa isyarat sehingga dapat berkomunikasi dengan anak tunarungu.

Pelaksanaan program CSR melalui aplikasi i-CHAT ini, PT. TELKOM menyadari dan menilai tidak hanya sekedar memenuhi kewajiban seperti yang sudah ditetapkan dalam undang-undang No. 40 tahun 2007 tetapi juga dapat dimanfaatkan dalam jangka panjang sebagai sarana untuk dapat memenangkan persaingan melalui pembentukan citra perusahaan di benak public

sebagai perusahaan yang memiliki citra yang baik, peduli pada lingkungan dan masyarakat sekitar.

B. Pertanyaan Penelitian

Pertanyaan penelitian dari penelitian ini adalah :

1. Bagaimana proses pencitraan program CSR melalui aplikasi i-CHAT di PT. Telekomunikasi Bandung?
2. Bagaimana cara PT. Telekomunikasi Bandung mengatasi kendala yang terjadi saat melakukan program CSR melalui aplikasi i-CHAT?
3. Bagaimana langkah-langkah PT. Telekomunikasi menjalin hubungan dengan pemerhati tunarungu dalam program CSR melalui aplikasi i-CHAT?

C. Kajian Pustaka

Perusahaan merupakan salah satu sendi kehidupan masyarakat modern, karena perusahaan merupakan salah satu pusat kegiatan manusia guna memenuhi kehidupannya. Selain itu, perusahaan juga sebagai salah satu sumber pendapatan negara melalui pajak dan wadah tenaga kerja. Pendukung konsep tanggung jawab sosial (*social responsibility*) memberi argumentasi bahwa suatu perusahaan mempunyai kewajiban terhadap masyarakat selain mencari keuntungan. Ada beberapa definisi tentang CSR, yang pada dasarnya adalah etika dan tindakan untuk turut berperan dalam keberlanjutan ekonomi, sosial dan lingkungan perusahaan. Pada hakekatnya setiap orang, kelompok dan organisasi mempunyai tanggung jawab sosial (*social responsibility*) pada lingkungannya (Solihin, 2009).

Perusahaan tidak hanya sekedar bertanggung jawab terhadap para pemilik atau pemegang saham (*shareholder*) sebagaimana yang terjadi selama ini, tetapi bergeser menjadi lebih luas, yaitu sampai pada ranah sosial kemasyarakatan (*stakeholder*), selanjutnya disebut tanggung jawab sosial (*social responsibility*). Menurut Hummels (1998) dalam Hadi (2011:103), Stakeholder adalah individu dan kelompok yang memiliki klaim yang sah pada organisasi untuk berpartisipasi dalam proses pengambilan keputusan karena mereka dipengaruhi oleh praktek-praktek, kebijakan dan tindakan organisasi.

Berdasar pada asumsi dasar *stakeholder theory*, perusahaan tidak dapat melepaskan diri dengan lingkungan sosial (*social setting*) sekitarnya. Perusahaan perlu menjaga legitimasi *stakeholder* serta mendudukkannya dalam kerangka kebijakan dan pengambilan keputusan, sehingga dapat mendukung dalam pencapaian tujuan perusahaan, yaitu stabilitas usaha dan jaminan *going concern*.

Perusahaan semakin menyadari dan menilai pelaksanaan CSR tidak hanya sekedar memenuhi kewajiban seperti yang sudah ditetapkan dalam Undang-Undang tetapi juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana untuk dapat memenangkan persaingan melalui pembentukan persepsi di benak publik sebagai perusahaan dengan citra yang baik. Citra sebuah perusahaan berakut dari kepercayaan yang diberikan secara individu terhadap sebuah organisasi atau perusahaan yang berupa pandangan tertentu. Hal ini berkaitan dengan persepsi yang dimiliki oleh seseorang mengenai organisasi atau perusahaan tersebut. Citra adalah tujuan utama dan sekaligus merupakan reputasi dan prestasi yang hendak dicapai dalam hubungan masyarakat (Ruslan, 2003).

Aplikasi pembelajaran bahasa untuk tunarungu telah disetujui sebagai salah satu program CSR TELKOM tahun 2010. Aplikasi ini menggunakan nama i-CHAT yang merupakan

singkatan dari *I Can Hear and Talk*. Dengan kehadiran i-CHAT, diharapkan anak-anak berkebutuhan khusus dalam pendengaran dapat meningkatkan kemampuannya untuk berkomunikasi dalam artian bisa “mendengar” dan “berbicara” baik dalam arti sesungguhnya maupun dengan menggunakan metode komunikasi yang lain seperti isyarat bahasa.

Telkom berkomitmen untuk mendukung pengembangan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan, sehingga antara perusahaan dan masyarakat dapat tercipta hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat yang diwujudkan dalam bentuk program tanggung jawab sosial dan lingkungan atau program Corporate Social Responsibility (CSR).

D. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan metode kualitatif, Bogdandan Taylor (1975:5) sebagai mana dikutip oleh Lexy J. Moleong dalam buku “*Metodologi Penelitian Kualitatif*” mengatakan bahwa, “Metodologi kualitatif didefinisikan sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.” (Moleong, 2002: 3).

Dalam penelitian kualitatif, peneliti berbaur menjadi satu dengan yang diteliti sehingga peneliti dapat memahami persoalan dari sudut pandang yang diteliti itu sendiri. Interaksi menyiratkan adanya hubungan satu sama lain yang berarti “saling”, sehingga dalam melakukan penelitian kualitatif, seorang peneliti sebaiknya selalu bertanya apakah masalah yang diteliti berkaitan dengan masalah lain atau kondisi lain dan tidak berdiri sendiri.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. “Pendekatan studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu social” (Yin, 2013:1). Untuk

menerapkan suatu teori terhadap suatu permasalahan memerlukan metode khusus yang dianggap relevan akan membantu memecahkan permasalahannya. Metode merupakan jalan yang berkaitan dengan cara kerja dalam mencapai sasaran yang diperlukan bagi penggunaannya, sehingga dapat memahami obyek sasaran yang dikehendaki dalam upaya mencapai sasaran atau tujuan pemecahan permasalahan.

Sumber data dalam penelitian ini melakukan wawancara dengan Bpk. Suparjiman selaku Manager Distribusi dan Pembinaan (Unit Community Development Center (CDC)), Alfeus Christantyas selaku Industrial Partnership Lab (Research Development Center (R&D Center)) serta SLB Tunarungu yang menerima Aplikasi i-CHAT. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik triangulasi sebagai uji keabsahan data, yang mana triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain diluar data untuk kepentingan pengecekan atau sebagai pembanding (Moleong, 2011:330). Ada tiga triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yaitu triangulasi sumber data, triangulasi teknik, dan triangulasi waktu.

E. Temuan Penelitian

1. Proses Pencitraan Program CSR Melalui Aplikasi i-CHAT di PT Telkom

Proses pencitraan perusahaan adalah sebuah cerminan dari identitas sebuah organisasi atau perusahaan. Sebuah organisasi atau perusahaan dapat memiliki beberapa citra yang berbeda-beda di mata publik yang berbeda-beda pula. Kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan bisa disebut juga dengan pencitraan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap obyek tersebut.

Dalam kaitannya proses pencitraan PT Telkom Bandung ini bertujuan untuk mendukung pengembangan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan, sehingga antara perusahaan dan masyarakat dapat tercipta hubungan yang serasi, seimbang dan sesuai dengan lingkungan, nilai, norma dan budaya masyarakat setempat yang diwujudkan dalam bentuk program tanggung jawab sosial dan lingkungan atau program *Corporate Social Responsibility* (CSR) melalui program aplikasi i-CHAT ini.

PT Telkom telah melaksanakan program aplikasi i-CHAT dengan tanggapan yang positif baik dari kalangan tunarungu maupun dari guru-guru SLB. Sebagai bentuk komitmen, PT Telkom menginginkan dengan adanya i-CHAT diharapkan dapat membantu kalangan tunarungu untuk dapat berkomunikasi dengan lebih baik. Untuk para guru SLB, aplikasi ini dapat membantu mereka dalam kegiatan mengajar anak didiknya. Selain itu, aplikasi ini juga dapat bermanfaat bagi keluarga anak tunarungu yang ingin belajar bahasa isyarat sehingga dapat berkomunikasi dengan anak tunarungu.

2. Cara PT Telkom dalam Menyelesaikan Kendala Yang Terjadi

Dalam program aplikasi i-CHAT ini *Stakeholder* sangat berpengaruh untuk berjalannya program tersebut, seperti yang dijelaskan di atas *Stakeholder* Internal dalam program aplikasi i-CHAT yaitu Manajer *Community Development Center* dan Manajer *Research and development Center*, sedangkan *Stakeholder* Eksternal yaitu masyarakat atau yang menerima aplikasi i-CHAT ini.

Dalam keterkaitannya dengan membangun citra, *Community Development Center* merupakan salah satu komunikasi dua arah yang dilakukan oleh perusahaan terhadap publiknya guna menciptakan citra yang positif bagi PT Telkom. Dalam melakukan

komunikasi dua arah dengan publik, terutama publik eksternal, *Community Development Center* membutuhkan kualitas komunikasi. Kualitas yang dilakukan PT Telkom dengan pihak luar ditentukan kualitas komunikasi eksternal. Komunikasi eksternal yang berjalan baik akan membentuk *public relationship* yang baik terhadap pihak di luar perusahaan, yang selanjutnya akan membentuk citra positif atas PT Telkom.

Komunikasi dua arah yang dilakukan PT. Telkom yaitu dengan mendatangi langsung lokasi SLB untuk dapat memberikan gambaran dengan lengkap bagaimana i-CHAT di implementasikan serta dapat melakukan pendampingan secara langsung untuk membantu mengatasi kesulitan yang dihadapi SLB tersebut dalam mengimplementasikan i-CHAT. PT. Telkom melakukan komunikasinya dengan cara bersosialisasi dan melakukan *follow up* guna untuk mengetahui masalah atau kendala-kendala apa saja yang dihadapi dan langsung menindaklanjutinya sesuai keluhan yang diberikan oleh guru-guru.

3. Langkah-langkah PT Telkom Menjalin Hubungan

Cara yang digunakan oleh PT Telekomunikasi Bandung untuk membangun dan mempertahankan hubungan yang saling menguntungkan dengan usaha yang dilakukan untuk membangun hubungan baik dengan komunitas atau masyarakat yang terkait dengan kegiatannya agar dapat menguntungkan perusahaan dengan memajukan, memberdayakan, serta memberi perubahan ke arah yang lebih baik kepada komunitas-komunitas tersebut disebut dengan *Community Relations*. Untuk menjadi *Community Development* yang efektif, dapat tercapai apabila dilakukan dalam jangka waktu yang panjang, direncanakan dengan baik, didukung oleh anggota komunitas, serta memberikan manfaat bagi komunitas.

F. Diskusi

Temuan-temuan penelitian memperlihatkan bahwa proses pencitraan PT Telekomunikasi Bandung kepada masyarakat khususnya para penyandang tunarungu dalam menjalankan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) program aplikasi i-CHAT, berawal dari komitmen Telkom untuk mendukung pengembangan kualitas hidup masyarakat secara berkelanjutan. Saat ini belum banyak program CSR di bidang Pendidikan yang dilakukan khusus untuk Sekolah Luar Biasa (SLB). Dengan kehadiran aplikasi i-CHAT sebagai solusi pembelajaran bahasa bagi murid-murid berkebutuhan khusus dalam pendengaran, guru SLB, dan Orang tua murid. Anak berkebutuhan khusus dalam pendengaran memiliki hak yang sama dalam memperoleh pendidikan.

Dari sanalah perusahaan mulai tertarik untuk membuat suatu aplikasi untuk penyandang tunarungu agar dapat berkomunikasi lebih baik. Adanya sosialisasi dan *follow up* yang bertujuan untuk menyampaikan pesan yang inovatif agar terbentuknya komunikasi dimana kerjasama bisa tercipta dan menciptakan hubungan yang baik dengan masyarakat sehingga maksud dan tujuan yang diinginkan dapat tercipta, kendala yang terjadipun dapat dengan mudah ditindaklanjuti karena sudah adanya rasa saling percaya. Dengan berjalannya proses pencitraan yang baik sasaran dan tujuan akan tercapai, hubungan baik dengan masyarakatpun dapat tercipta sehingga ketika perusahaan menemukan kendala akan mudah dalam menyelesaikannya karena mendapat dukungan dari masyarakat terutama dari guru-guru SLB dan orang tua murid.

Kesimpulan

1. Program aplikasi i-CHAT mendapat tanggapan yang positif dan sangat baik dari kalangan tunarungu maupun dari guru-guru SLB. Begitupun dari SLB Negeri Cicendo banyak sekali manfaat yang telah di dapat dari aplikasi i-CHAT ini.
2. PT Telkom tidak meremehkan apalagi mengecilkan setiap kendala atau masalah dan selalu bersifat responsif terhadap masalah yang muncul. PT Telkom selalu memberikan usulan solusi terhadap keluhan-keluhan atau kendala-kendala yang terjadi di SLB yang menggunakan aplikasi tersebut dan langsung menindak lanjutinya. Selain itu juga PT Telkom selalu memberikan sosialisasi dan *follow up* baik melalui kunjungan langsung, telepon, email, maupun sosial media.
3. Dalam program aplikasi i-CHAT ini PT Telkom tidak melakukan pendekatan langsung kepada murid-murid SLB, tetapi lebih kepada guru-guru dan kepala sekolahnya melalui sosialisasi kepada guru-guru dan sekolah-sekolah, Membagikan secara gratis DVD i-CHAT, dan Membuat media komunikasi berupa grup facebook i-CHAT.

DAFTAR PUSTAKA

- Hadi, Nur. 2011. *Corporate Social Responsibility edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Moleong, Lexy J. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Moleong, Lexy J. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Solihin, Ismail. 2009. *Corporate Social Responsibility: from Charity to Sustainability*, Jakarta: Penerbit Salemba Empat.
- Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada.
- K. Yin, Robert. 2013. *Studi Kasus : Desain dan Metode*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada