

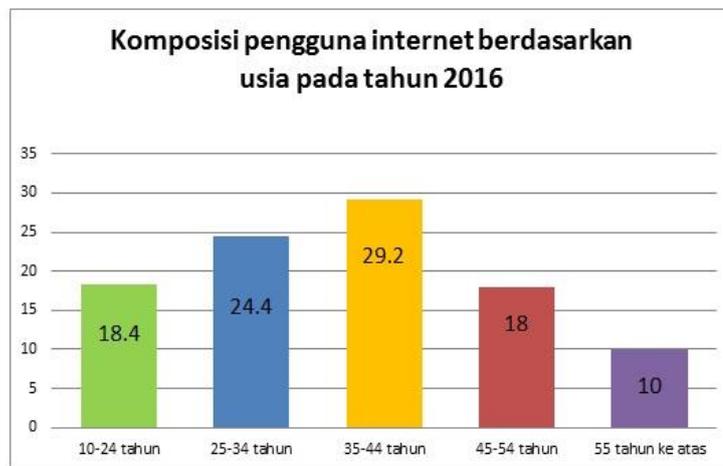
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) bekerjasama dengan Lembaga Poling Indonesia (LPI) tahun 2016 yang dipublikasikan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia dalam website <https://kominfo.go.id/> yang menjelaskan bahwa pengguna internet berdasarkan data adalah umur 10-24 tahun yaitu 18,40%, umur 25-34 tahun sebesar 24,40%, umur 35-44 tahun sebesar 29,20%, kemudian umur 45-54 tahun sebesar 18%, dan 55 tahun keatas sebanyak 10%.

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2016 Berdasarkan Persentase



(Sumber: [Kominfo.go.id](https://kominfo.go.id/) diakses pada 19/9/2017 diolah oleh peneliti)

Terdapat empat Perusahaan Telekomunikasi terbesar di Indonesia yang dipublikasikan oleh forum.liputan6.com diantaranya yaitu Telkomsel, XL, Indosat Ooredoo, dan Smartfren. Keempat perusahaan tersebut bergerak di bidang operator telekomunikasi di Indonesia yang menyediakan akses internet kepada masyarakat. Telkomsel adalah salah satu operator selular yang memimpin dalam negeri dengan jumlah pelanggan mencapai 157,4 juta yang didasarkan pada publikasi dari databoks.katadata.co.id. Grafik menunjukkan bahwa Telkomsel pada tahun 2015

dengan diagram berwarna biru sebesar 153 juta pelanggan dan meningkat pada tahun 2016 sebanyak 157,4 juta pelanggan dengan grafik warna abu-abu.

Gambar 1.2 Jumlah Pelanggan Operator Seluler 2016



(Sumber: databoks.katadata.co.id diakses pada 15/01/2018)

Berdasarkan pada wawancara dengan Rifki Syabani sebagai Manager *CSR Environment* dan *Ecosystem* Telkomsel, ia menjelaskan bahwa Telkomsel telah berhasil menghubungkan dan menyediakan layanan jaringan telekomunikasi broadband dari Sabang hingga Merauke dengan jaringan yang terus berevolusi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat mengenai data dan akses internet yang cepat. Sehingga dengan adanya internet sudah dapat mengubah wajah dunia di Indonesia dari kalangan muda hingga tua bahwa ternyata internet tidak dapat dipisahkan dari hidup. Namun, dari segala bentuk positifnya ternyata internet memunculkan dampak-dampak negatif yang harus dimitigasi dan netralisir bahkan harus dieliminir sehingga internet dapat menjadi suatu hal yang bernilai dan positif bagi kehidupan manusia.

Dengan adanya beberapa alasan tersebut, maka Telkomsel membuat suatu program *CSR* yang dinamakan program Internet BAIK (Bertanggung jawab, Aman, Inspiratif, dan Kreatif). Berdasarkan penjelasan oleh pihak Telkomsel internetbaik.web.id bahwa program Internet BAIK merupakan suatu program

Telkomsel yang memberikan suatu panduan atau navigasi yang dapat digunakan oleh pengguna internet dengan harapan dapat mengurangi dampak negatif internet.

Program internet BAIK terdiri dari dua kegiatan yaitu kegiatan seminar tentang bagaimana peran orang tua, pendidik, pengajar, dan guru untuk memberikan bimbingan kepada anaknya agar internet dapat dimanfaatkan semaksimal mungkin dengan berdasarkan pada norma dan etika serta secara bertanggung jawab, aman, inspiratif, dan kreatif. Kegiatan kedua yaitu *workshop Digital Citizen Ecosystem (DCE)* dan kelas edukasi yang mana kegiatan tersebut berjalan secara paralel. Dalam *workshop Digital Citizen Ecosystem (DCE)* terdapat beberapa kelas yaitu *workshop “Menyiapkan Edukasi dan Penanganan Kasus Siswa”*, *workshop “Cara Promosi Asik di Internet”* dan *workshop “Pembuatan Video Pendek”*.

Gambar 1.3 Seminar Internet BAIK



(Sumber: pressrelease.id)

Dalam website internetbaik.web.id juga menjelaskan bahwa setelah kegiatan program internet BAIK telah usai. Para peserta diberikan akses aplikasi Kakatu School yang dapat diakses melalui website kakatu.id untuk lingkungan keluarga dan lingkungan sekolah. Kakatu School dapat membantu dalam mengukur perilaku pengguna internet yaitu anak-anak dan remaja dan diharapkan dapat mengurangi dampak buruk dari internet..

Berdasarkan pada artikel yang dipublikasikan oleh mix.co.id menjelaskan bahwa program internet BAIK telah hadir sejak Agustus 2016. Telkomsel dalam menyelenggarakan program ini menyediakan budget sebesar Rp 4,8 miliar. Namun, berdasarkan pada website internetbaik.web.id target dari program ini merupakan anak-anak SD, SMP, guru, orangtua, dan komunitas. Dimana, pencapaian target Telkomsel hingga saat ini telah mengedukasi ke-27 kota dengan 56 sekolah, 3972 murid, 4764 orangtua, guru, dan komunitas, serta 1145 duta #internetBAIK.

Kemudian, berdasarkan pada informasi yang diterima oleh peneliti tanggal 8 Oktober 2017 dengan informan Rifki Syabani selaku sebagai Manager *CSR Environment dan Ecosystem* Telkomsel menjelaskan bahwa terdapat kenaikan budget untuk penyelenggaraan program Internet BAIK tahun 2017 sebesar kurang lebih Rp 6 miliar.

Gambar 1.4 Pencapaian Telkomsel dalam program internet BAIK



(Sumber: internetbaik.web.id diakses pada 20/12/2017)

Berdasarkan pada data dari Telkomsel yang diterima peneliti mengenai program Internet BAIK bahwa pada tahun 2017 ini program Internet BAIK mengalami beberapa perubahan atau modifikasi diantaranya yaitu adanya buku paket mengenai Pendidikan warga digital (*Digital Citizenship Education*), adanya *digital behavior monitoring* merupakan pengembangan aplikasi dari Kakatu School, diadakan *workshop* (Pendidikan anak di era digital, promosi asik di Internet, dan *short video maker*), dan pengadaan *touching live program* berupa “sedekah poin”

yang merupakan dukungan pelanggan kepada sekolah-sekolah yang akan dipilih menjadi *ploting project* pada sekolah ramah digital dengan penerapan *Digital Citizenship Education (DCE)* pada setiap kota tujuan roadshow.

Berdasarkan data yang diterima peneliti dari informan Telkomsel bahwa Telkomsel berupaya untuk menghadirkan suatu konsep dan *role model* dalam pendidikan literasi digital di Indonesia dengan melalui konsep *Digital Citizenship Education (DCE)*. Dimana, *Digital Citizenship Education (DCE)* dapat diterapkan kepada guru di lembaga pendidikan, orang tua, maupun komunitas yang merupakan pengguna ekosistem digital dengan beberapa aspek yaitu kesadaran perilaku digital (*Digital Awareness and Behavior*), hak akses informasi digital (*Digital Right and Netizenship*), keselamatan digital (*Digital Safety*), dan konten & kreatifitas digital (*Digital Content and Creativity*).

Peneliti telah melakukan pra penelitian pada 25 September 2017 dengan mengikuti salah satu seminar internet BAIK yang merupakan salah satu rangkaian *roadshow* yang dilakukan oleh Telkomsel di daerah Serang, Banten. Pada pra penelitian ini, peneliti melakukan wawancara singkat dengan beberapa peserta seminar yang bernama Nurkholis, Swarini, dan Afrizal Hidayatuloh. Dimana, Nurkholis merupakan pendiri komunitas Sanggar Unik Kreasi, Swarini adalah guru bahasa inggris English First dan Afrizal merupakan mahasiswa. Dua dari ketiga informan mengetahui program ini dari komunitas yang mereka ikuti. Namun, satu dari ketiga informan mengetahui program ini dari teman. Alasan Nurkholis mengikuti seminar yaitu untuk mengetahui bagaimana cara mengedukasi anak-anak mengenai internet. Sehingga dapat diterapkan melalui program yang dibuat oleh komunitasnya. Kemudian, Swarini mengikuti seminar karena ingin mengetahui *tips* dan *trick* dalam menggunakan internet dengan bijak. Namun, menurut Afrizal adalah untuk mengetahui sejauh mana internet dapat dimanfaatkan dengan baik dan bagaimana dampak dari internet.

Program internet BAIK dari PT. Telekomunikasi Selular meraih penghargaan dari majalah *MIX Marketing Communication* yang merupakan anak perusahaan dari PT. SWA Media Investindo dalam program *Indonesia's Best Corporate Social Initiatives 2017* dalam kategori *Best Social Campaign 2017*. Dalam majalah *MIX Marketing Communication* (Hendriani: 2017) program ini diikuti oleh 103 program

Corporate Social Responsibility dari berbagai perusahaan namun hanya 25 program *CSR* yang mendapatkan penghargaan.

Melihat dari fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai program *Corporate Social Responsibility* yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Selular yang dikemas dalam program Internet BAIK. Sehingga, peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Strategi Komunikasi Program *Corporate Social Responsibility* di PT. Telekomunikasi Selular (Studi Kasus pada Program Internet BAIK)”**. Dalam mengangkat penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus.

1.2 Fokus Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menfokuskan penelitian pada strategi komunikasi dalam program *CSR* PT. Telekomunikasi Selular yaitu program Internet BAIK meliputi kegiatan seminar, *workshop*, dan kelas edukasi internet BAIK.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang yang telah dijelaskan oleh penulis, maka penulis mendapatkan rumusan masalah yaitu bagaimana strategi komunikasi *CSR* dalam program internet BAIK yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Selular?

1.4 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan pada rumusan masalah di atas, maka dapat dibentuklah pertanyaan penelitian sebagai berikut:

- a. Bagaimana penyusunan strategi komunikasi program *CSR* Internet BAIK?
- b. Bagaimana implementasi strategi komunikasi program *CSR* Internet BAIK?

1.5 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi *CSR* dalam program internet BAIK yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Selular.

1.6 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menambah kajian referensi dari ilmu komunikasi terutama dalam bidang *Marketing Communication* dan juga diharapkan dapat menjadikan hasil penelitian ini sebagai referensi dalam membuat program *CSR* di Indonesia dengan lebih baik lagi. Adapun manfaat penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu manfaat penelitian dengan aspek teoritis dan aspek praktis.

1.6.1 Aspek Teoritis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang akan meneliti mengenai *Corporate Social Responsibility*.
- b. Diharapkan penelitian ini bisa menjadi tambahan ilmu pengetahuan dalam kajian ilmu komunikasi dalam bidang *Marketing Communication*.

1.6.2 Aspek Praktis

- a. Peneliti berharap penelitian ini dapat menjadi acuan atau panduan bagi perusahaan yang akan membuat program *Corporate Social Responsibility*.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada PT. Telekomunikasi Selular dalam membuat program *CSR* selanjutnya dengan mempertimbangkan strategi komunikasi *CSR*.

1.7 Tahapan Penelitian

Dalam melakukan penelitian, peneliti menggunakan acuan tahapan penelitian dari Lexy J. Moleong (2011:127-151) yang menjelaskan tahapan penelitian kualitatif terdiri dari:

a. Tahapan Pra-Penelitian

Pada tahap ini peneliti melakukan pra-lapangan yaitu dengan menentukan topik penelitian. Topik penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah strategi komunikasi dalam program *CSR* dengan subjek penelitian program *CSR* dari PT. Telekomunikasi Selular yaitu internet BAIK. Setelah itu, peneliti mengurus izin kepada perusahaan PT. Telekomunikasi Selular untuk melakukan penelitian. Selanjutnya, peneliti juga akan menjajaki lapangan penelitian di daerah Serang, Banten dengan cara mengamati kondisi lapangan penelitian dan peneliti juga akan melakukan wawancara dengan informan pembantu peneliti.

b. Tahapan Penelitian Lapangan

Tahap selanjutnya peneliti akan melakukan wawancara dengan perusahaan PT. Telekomunikasi Selular pada bagian *Corporate Communication*, Departemen *CSR* Telkomsel yang membuat dan menjalankan program *CSR* internet BAIK. Peneliti juga akan mengumpulkan data-data yang berkaitan dengan penelitian ini seperti rekaman suara, video, maupun foto yang berguna bagi penelitian.

c. Tahap Analisis Data

Tahapan terakhir yaitu peneliti akan melakukan analisis terhadap data yang telah terkumpul dan peneliti juga akan melakukan interpretasi data untuk menemukan makna secara mendalam dan luas mengenai hasil penelitian.

1.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

1.8.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT. Telekomunikasi Selular yang bertempat di Telkomsel Smart Office Landmark Tower Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 62, Jakarta Selatan 12710.

1.8.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan dengan rentang waktu dari September 2017 hingga Desember 2017 dengan kegiatan yang dilakukan selama penelitian, sebagai berikut.

Tabel 1.1 Waktu dan Kegiatan Penelitian

No	KEGIATAN PENELITIAN	2017																2018			
		September				Oktober				November				Desember				Januari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Menentukan topik penelitian																				
2	Menentukan objek dan subjek penelitian																				
3	Merumuskan masalah																				
4	Pra penelitian																				
5	Pengumpulan data																				
6	Pengolahan data																				
7	Analisis																				
8	Menyusun laporan penelitian																				
9	Mengajukan permohonan sidang																				
10	Sidang skripsi																				

Sumber: Olahan Penulis Tahun 2017

1.9 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan laporan digunakan untuk memberikan gambaran mengenai penelitian yang akan dilakukan. Sistematika penulisan ini terdiri dari lima bab, yaitu:

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini berisikan mengenai latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tahapan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Dalam bab ini menguraikan mengenai penelitian terdahulu, kajian teori atau konsep yang berkaitan dengan penelitian yang bersumber dari buku maupun jurnal yang menjadi acuan peneliti untuk menjawab permasalahan penelitian, dan kerangka pemikiran.

BAB III METODE PENELITIAN

Pada bab ini berisikan paradigma penelitian, subjek dan objek penelitian, lokasi penelitian, unit analisis penelitian, informan kunci, pengumpulan data penelitian, teknik analisis data, dan teknik keabsahan data

BAB IV HASIL PENELITIAN

Dalam bab ini menjelaskan mengenai hasil dan pembahasan dari penelitian

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini menguraikan mengenai kesimpulan dan saran. Dimana, kesimpulan berisi jawaban dari rumusan masalah penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN