

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi dalam menerapkan *Corporate Digital Responsibility* melalui pengendalian organisasi di PT Telkom Indonesia. Unit yang akan menjadi kajian pada studi kasus ini adalah unit *Social Responsibility Center* (SRC). SRC merupakan unit yang bertanggung jawab menjalankan kegiatan tanggung jawab sosial melalui serangkaian pendekatan digital.



Gambar 1. 1 Logo PT Telkom Indonesia

Sumber: (telkom.co.id)

Telkom Indonesia bergerak di bidang jasa layanan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) serta jaringan telekomunikasi yang berupaya melakukan transformasi menjadi *digital telecommunication company* (telkom.co.id diakses pada Desember 2023). Sebagai perusahaan digital telco terkemuka, Telkom Indonesia seringkali mendapatkan penghargaan terhormat untuk inovasi digitalnya. Namun ternyata pencapaian tersebut tidak menghindari perusahaan dari masalah digital itu sendiri. Telkom Indonesia mendapatkan kritik dari pihak penerima CSR terkait kegiatan pembinaan yang melibatkan aplikasi digital. Dimana pihak penerima CSR yaitu mitra binaan kesulitan untuk menggunakan aplikasi yang seringkali berubah. Sehingga data pada aplikasi sebelumnya hilang dan mitra perlu beradaptasi lagi. Kasus ini mendorong peneliti untuk mengkaji penerapan nilai-nilai

CDR dari perspektif strategi komunikasi melalui pengendalian organisasi. Alasannya, karena mengkomunikasikan norma-norma CDR yang spesifik pada seluruh *stakeholder* khususnya organisasi merupakan faktor keberhasilan dalam implementasi CDR. Organisasi sebagai pembawa utama CDR perlu menerapkan strategi komunikasi untuk diintegrasikan ke dalam seluruh aspek operasi bisnis (Lobschat et al. 2021). Berdasarkan hal tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi dalam menerapkan *Corporate Digital Responsibility* melalui pengendalian organisasi pada unit *Social Responsibility Center* PT Telkom Indonesia.

1.2. Latar Belakang Penelitian

Di era yang serba digital, program kerja perusahaan banyak mengembangkan perangkat teknologi untuk memberikan kebermanfaatan sosial seperti program *corporate social responsibility* PT Telkom Indonesia. Telkom Indonesia menyelenggarakan program inklusi digital melalui pembinaan Usaha Mikro Kecil (UMK), *digital learning*, serta pemberdayaan kelompok disabilitas. Dalam rangka meningkatkan pertumbuhan ekonomi digital, perusahaan memperbesar akses dan kapasitas UMKM terhadap layanan keuangan melalui serangkaian kegiatan pembinaan. Pembinaan dapat berupa pelatihan bagi pelaku UMKM serta penggunaan aplikasi digital untuk menunjang bisnis mereka. Tujuan dari program ini adalah mendorong produktivitas dan pertumbuhan ekonomi melalui intensifikasi kualitas distribusi serta kapasitas pembayaran pinjaman. Selain itu, program ini dianggap sebagai langkah untuk memperluas lapangan pekerjaan (website Telkom.co.id, diakses pada Juni 2024). Salah satu kegiatannya yaitu menyelenggarakan kelas gratis bagi UMKM. Dilansir dari website resmi perusahaan (website Telkom.co.id, diakses pada Juni 2024), Telkom telah membuka kelas gratis *digital marketing* dengan harapan dapat memberikan panduan serta pemahaman bagi masyarakat terkait *tools-tools digital marketing*. Kemudian, Telkom juga menghadirkan platform digital seperti PaDi UMKM (website Telkom.co.id, diakses pada Juni 2024). PaDi UMKM membantu pelaku usaha untuk mendapat akses pembiayaan serta memenuhi permintaan kebutuhan barang atau jasa sekaligus dalam sebuah sistem digital. Salah satu fitur yang

ditawarkan seperti *invoice financing* yang membantu pelaku UMKM untuk memproses pendanaan modal usaha (website Telkom.co.id, diakses pada Juni 2024). Kemudian terkait program *digital learning*, Telkom membantu sekolah dan siswa untuk mendapatkan akses internet komputer dan meningkatkan keterampilan TIK. Selain itu bantuan pelatihan dan sertifikasi juga diselenggarakan untuk meningkatkan kompetensi guru-guru melalui teknologi digital. Sama seperti program *digital learning*, program pemberdayaan disabilitas memberikan bantuan infrastruktur dan pendidikan bakat digital bagi para penyandang disabilitas. Kegiatan ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk mendapatkan akses pendidikan, pelatihan, dan sertifikasi digital. Tujuannya untuk meningkatkan kemampuan dan kompetensi dalam mencari peluang pekerjaan. Berdasarkan hal tersebut kegiatan pengembangan komunitas yang dilakukan membuktikan jika perusahaan berkomitmen menjadi *digital telecommunication company* melalui perwujudan program CSR. Selain itu, dibuktikan juga dari penghargaan yang pernah diraih perusahaan sebagai *The Greatest Champions Of Digital Transformation & Innovation Of The Year (Telecommunication Industries)* pada *Digital Technology & Innovation Awards* tahun 2023. Dengan demikian, peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan berupaya mengintegrasikan inovasi digital ke dalam tanggung jawab sosialnya. Ini mencerminkan kesiapan mereka untuk mengembangkan bisnis berkelanjutan yang bertanggung jawab. Namun nyatanya, inovasi dan penghargaan tersebut tidak menghindari perusahaan dari masalah digital itu sendiri. Seperti keluhan dari pelaku UMKM selaku mitra binaan Telkom. Pelaku UMKM mengkritisi kegiatan pembinaan berbasis aplikasi digital yang diusung perusahaan. Mereka mengaku kesulitan untuk menggunakan aplikasi yang seringkali berubah. Perubahan aplikasi tersebut tidak hanya menyebabkan mitra perlu beradaptasi lagi tetapi data-data pada aplikasi sebelumnya hilang. Kemunculan masalah ini dapat mengancam keberlanjutan program karena perusahaan dianggap tidak menanggapi kasus ini secara serius. Mengingat Telkom Indonesia merupakan salah satu perusahaan digital telco terkemuka yang seharusnya memiliki komitmen tinggi untuk menjaga kualitas layanan dan data pengguna. Hal ini dapat memantik persepsi negatif dan membuat masyarakat

mempertanyakan kebijakan perusahaan. Karena perusahaan dianggap tidak mengedepankan keluhan mitra sekaligus *customer* dari layanan aplikasi. Kasus ini mendorong peneliti untuk mempertanyakan pengelolaan aset digital serta komitmen internal perusahaan dalam menanggapi kasus tersebut.

Seperti yang dijelaskan sebelumnya, program yang dijalankan perusahaan mengedepankan aksesibilitas digital, maka penting bagi perusahaan untuk memiliki pengetahuan dan kebijakan terkait perlindungan ekosistem digital. Contohnya dalam program pembinaan UMKM dimana dalam prosesnya, Telkom mengarahkan pelaku UMKM untuk menggunakan aplikasi milik perusahaan yang membutuhkan personalisasi data pemilik usaha. Sehingga, pelaku UMKM memiliki hak atas transparansi dan izin penggunaan data. Ini untuk memastikan bahwa data mereka dilindungi dan terhindar dari penyalahgunaan. Dengan demikian, penting bagi organisasi untuk mengkomunikasikan kepentingan secara jelas sesuai aturan berlaku. Namun, sebelum mengkomunikasikannya kepada pihak eksternal, penting untuk mengetahui bagaimana komunikasi internal dahulu di dalam organisasi. Tujuannya untuk memastikan bahwa semua anggota memahami dan menerapkan nilai-nilai tanggung jawab digital. Oleh karena itu, dengan menyoroiti kasus tersebut, penelitian mencoba mencari tahu pertimbangan awal berjalannya program melalui penerapan *Corporate Digital Responsibility* (CDR).

Berbeda dari respon pasca krisis/ insiden, *Corporate Digital Responsibility* (CDR) menekankan pada komitmen dan praktik penggunaan teknologi secara berkelanjutan. CDR merujuk pada tanggung jawab perusahaan dalam memanfaatkan perangkat digital mencakup etika, privasi, keamanan data, serta dampak sosial lingkungan dari penggunaan teknologi. Mengacu lonjakan digitalisasi saat ini, kolaborasi antara pemerintah, korporasi, masyarakat, dan akademisi sangat diperlukan. Tujuannya untuk membentuk konstruksi dan tata kelola baru terkait pengoperasian teknologi yang bertanggung jawab. Dengan demikian, muncul konvergensi digitalisasi dan keberlanjutan *corporate responsibility* yang berkembang menjadi *Corporate Digital Responsibility* (Dörr, 2021). Selama dekade terakhir, seiring dengan transformasi besar menuju digitalisasi di tengah masyarakat, telah muncul seruan bagi perusahaan untuk

terlibat dalam “*Corporate Digital Responsibility*” (CDR). Konsep ini umumnya dipahami sebagai tanggung jawab yang diinginkan dari perusahaan terhadap pengguna, masyarakat, dan pemerintah, terutama penggunaan alat-alat digital dan pengumpulan data (Lobschat, 2021 dalam Van Der Merwe & Achkar A, 2022). Adanya digitalisasi, dinamika inovasi, serta jaringan beragam produk dan layanan baru memunculkan fenomena yang sebelumnya tidak dipertimbangkan dari konsep CSR sebelumnya (Pelters E., dalam Herberger & Dötsch, 2021). Ini berangkat dari masalah baru seperti pelanggaran privasi, kerentanan keamanan digital, dan limbah elektronik sebagai dampak penggunaan teknologi. Maka dari itu, diperlukan perencanaan dan tindakan mitigasi sebagai upaya meminimalisir resiko-resiko tersebut. Keberadaan CDR dalam kerangka kerja memandu perusahaan agar berada di jalur etis demi menghindari dampak negatif teknologi. Sehingga, perusahaan dapat waspada dengan mengambil tindakan bijak untuk memitigasi risiko sembari memanfaatkan teknologi.

CDR erat kaitannya dengan konsep Tanggung Jawab Sosial Perusahaan (CSR), keduanya dirangkum dalam konsep Tanggung Jawab Perusahaan. Konsep-konsep ini mengejar tujuan yang serupa, yaitu meminimalkan dampak negatif dan memaksimalkan dampak positif dari praktik perusahaan, meskipun dengan fokus yang berbeda (Carl et al., 2023). Meskipun ide dasar yang sama menjadi inti dari CDR, perlu diketahui bahwa CSR lebih berkaitan dengan pertanggungjawaban praktik bisnis secara umum, sementara CDR lebih terfokus pada tanggung jawab terkait pengembangan dan penggunaan teknologi (Mihale-Wilson et al., 2022). Konsep CDR merupakan konsep baru yang diusulkan dalam penelitian yang berjudul “*Corporate Digital Responsibility*” oleh Lobschat et al. (2021). Penelitian tersebut berfokus pada isu-etika yang unik dalam konteks digital. Selain itu, pada penelitian dijelaskan juga perbedaan CDR dengan CSR untuk menyoroti kekhasannya sembari menarik hubungan penting antar keduanya. Lalu dilanjutkan mengidentifikasi kunci keterkaitannya dengan *stakeholder* dan tahapan-tahapan penting yang harus diatasi oleh CDR. Singkatnya, penelitian Lobschat et al (2021) memperkenalkan konsep-konsep penting *Corporate Digital Responsibility*. Kemudian pada bagian implikasi penelitian, diajukan beberapa pertanyaan yang

berpotensi memperluas pemikiran tentang peluang dan tantangan terkait CDR. Salah satu pertanyaannya yaitu bagaimana organisasi dapat berhasil mengkomunikasikan budaya CDR kepada karyawannya dan memberikan insentif agar mereka juga berkomitmen terhadap budaya CDR. Pertanyaan tersebut tentu membuka peluang bagi peneliti untuk mengembangkan riset CDR ditinjau dari aspek komunikasinya. Komunikasi dalam organisasi sangat penting untuk memastikan bahwa semua pihak terlibat dalam CDR.

Penelitian dengan pembahasan serupa diteliti oleh Herden et al. (2021) yang berjudul “*Corporate Digital Responsibility: New Corporate responsibilities in the digital age*”. Hasil dari penelitian ini mengungkap kebutuhan dan peluang bagi perusahaan untuk menerapkan strategi *Corporate Digital Responsibility* dengan tujuan mengatasi ancaman serta memanfaatkan peluang digitalisasi. Dalam beberapa pembahasannya, penelitian tersebut mengangkat masalah terkait literasi digital dan inklusi. Dimana teknologi yang terus berkembang membuat individu perlu meningkatkan level literasi digital untuk mempertahankan rasa inklusi mereka. Bahkan bagi individu yang sebenarnya paling diuntungkan dari interaksi sosial secara *online* justru menghadapi kesulitan dalam hal tersebut. Maka dari itu, korporasi dapat mengatasi hal tersebut dengan menjadi lebih demokratis dan meminta opini karyawan mereka dengan bantuan alat digital (Burnett dan Lisk, 2019 dalam Herden et al., 2021). Dengan mengedepankan demokratisasi, perusahaan membuka ruang komunikasi untuk meningkatkan rasa keterlibatan dan keterbukaan bagi karyawan. Mereka akan merasa dirinya pantas berpartisipasi untuk masa depan bisnis. Hal ini tentu memerlukan strategi komunikasi agar proses pertukaran ide terorganisir dengan baik. Artinya perusahaan tidak hanya memfasilitasi platform atau medianya saja tetapi dalam perencanaan strategi komunikasinya. Kemudian, sama seperti artikel oleh Lobschat et al (2021), terdapat implikasi atau limitasi penelitian untuk masa depan. Sang peneliti mengungkapkan bahwa penelitian di masa depan dapat mengembangkan hal ini dengan menilai di mana topik-topik tertentu telah dipertimbangkan dalam alat manajemen lain atau divisi perusahaan lain. Berdasarkan hal tersebut penelitian ini akan mencoba membedah CDR dari sisi strategi komunikasinya. Melakukan kajian komunikasi

dapat memberikan gambaran bagaimana perusahaan menerapkan implementasi CDR melalui aktivitas koordinasi dan komunikasi pada unit dalam organisasi.

Setelah peneliti mengamati penelitian sebelumnya, peneliti melihat adanya kesamaan implikasi dari keduanya untuk penelitian dimasa depan. Implikasi ke dua penelitian tersebut tampak mendorong peneliti selanjutnya untuk mengembangkan konsep CDR berdasarkan topik-topik yang lebih spesifik dalam manajemen/organisasi. Seperti penelitian oleh Lobschat (2021) yang memberikan pencerahan bagi peneliti selanjutnya untuk mengkaji bagaimana organisasi dapat berhasil mengkomunikasikan budaya CDR kepada karyawannya. Kemudian disebutkan juga jika CDR masih sulit didefinisikan, disini peneliti melihat adanya celah penelitian. Dengan mengeksplorasi pelaksanaan CDR dari perusahaan yang diteliti, diharapkan dapat mengungkapkan makna-makna baru dari konsep CDR. Sehingga memberikan wawasan yang lebih luas terkait praktik CDR secara konkrit.

Di Indonesia sendiri, topik CDR mulai diteliti secara kontekstual, seperti pada penelitian yang berjudul “*Tanggung Jawab Digital Perusahaan di Indonesia : Sebuah Tinjauan Konseptual*” oleh Solihin (2023) Dalam penelitian tersebut Solihin (2023) mengungkapkan bahwa tantangan dari praktik CDR di Indonesia adalah tidak ada otoritas penuh bagi kantor cabang untuk menyesuaikan kebijakan yang berlaku di negara tersebut. Ia menambahkan jika literasi digital masyarakat Indonesia yang rendah dan belum terdapat payung hukum yang kuat sebagai panduan juga menjadi tantangan dalam implementasi CDR. Begitu pula menurut Taufiqurrohman M. et al. (2023) dimana ketiadaan regulasi terkait industri 4.0 serta kemajuan teknologi yang tidak teprediksi bukan batasan untuk membangun skenario CDR. Sehingga pengembangan tanggung jawab etis dalam konteks digital bisa dibilang mungkin dan perlu. Kemudian, penelitian terkait CDR di Indonesia juga dilakukan oleh Amaliah et al. (2023) dalam lingkup pemerintahan. Kondisi aksesibilitas website pemerintah provinsi Indonesia belum mencerminkan terimplementasinya CDR oleh pemerintah sendiri. Amaliah et al. (2023) menyoroti tantangan yang dihadapi oleh penyandang disabilitas dalam mengakses informasi publik. Adanya ketidaksetaraan kesempatan dalam aksesibilitas website menjadi bukti bahwa CDR belum maksimal. Dapat disimpulkan jika pemerintah belum

sepenuhnya fokus pada kepentingan warga negara khususnya pada aktivitas digital. Lalu, penelitian serupa tentang aksesibilitas informasi digital juga pernah diteliti oleh Dewi et al. (2024) Sejumlah 989 pelanggaran aksesibilitas ditemukan pada 32 website rumah sakit kota Bandung. Penemuan pelanggaran tersebut mengindikasikan bahwa rumah sakit Kota Bandung belum memaksimalkan teknologi informasi dan komunikasinya. Dengan demikian, untuk menerapkan CDR sebagai layanan *promotive* dan preventif rumah sakit terbilang belum dioptimalkan dengan baik.

Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, peneliti tertarik untuk menggali topik serupa tentunya dengan fokus yang berbeda. Penelitian seperti milik (Solihin, 2023) dan (Marsa Taufiqurrohman et al., 2023) membahas CDR secara kontekstual dengan mengangkat beberapa contoh kasus. Berbeda dengan penelitian ini yang akan berfokus pada strategi komunikasi di sebuah perusahaan melalui pengendalian organisasi sebagai upaya menerapkan CDR. Kemudian contoh penelitian lainnya seperti Amaliah et al. (2023) dan Dewi et al., (2024) mengkaji aksesibilitas informasi pada website sebagai masalah utama sedangkan penelitian ini akan mengupas strategi komunikasi dalam menerapkan CDR pada salah satu unit perusahaan teknologi digital di Indonesia yaitu unit *Social Responsibility Center*, PT Telkom Indonesia.

Mengacu pada kajian historis, Berente et. al. (2021) dalam Mihale-Wilson et al. (2022) menyebutkan bahwa produk dan layanan generasi baru dapat dengan mudah dikombinasikan dengan teknologi lainnya dan tentunya dengan jumlah data yang besar. Kombinasi tersebut menghasilkan produk dan layanan yang lebih canggih. Sehingga produk atau layanan berpeluang menciptakan bisnis baru yang unik. Namun hal ini menimbulkan isu etika, hukum, dan sosial baru di waktu yang sama. Terlebih bagi perusahaan yang berfokus pada pengembangan teknologi komunikasi dan informasi seperti PT Telkom Indonesia. Akan sangat ironis jika perusahaan berbasis digital tidak mengupayakan tanggung jawab secara moral dan etis dari operasi digital itu sendiri. Lalu disamping perkembangan teknologi yang pesat, hukum di Indonesia terkait aturan pemanfaatan teknologi masih minim. Padahal hukum sangat penting ketika muncul masalah seperti yang dibahas

sebelumnya. Sebenarnya sudah ada aturan mengenai informasi dan transaksi elektronik, dimana hal tersebut diatur dalam Pasal 26 Undang-undang No 19 Tahun 2016 perubahan atas UU No 11 Tahun 2008 dan juga Peraturan Pemerintah No. 71 Tahun 2019 tentang penyelenggaraan sistem dan transaksi elektronik. Namun pasal tersebut masih dirasa kurang efektif (Rumlus & Hartadi, 2020). Padahal ketetapan aturan merupakan bentuk penegasan bagi perusahaan agar beroperasi sebagaimana mestinya. Adanya payung hukum dapat menindak perusahaan secara tegas apabila terjadi pelanggaran digital. Kendati demikian, sebagai organisasi yang bermoral dan menjunjung tinggi hak kemanusiaan, perusahaan tidak perlu menunggu aturan pakem untuk menjalankan tanggung jawabnya. Perusahaan dapat melakukan pendekatan komunikasi secara proaktif sebagai persiapan menyongsong ancaman teknologi baru.

Kembali pada kasus data mitra binaan yang hilang, insiden tersebut merupakan risiko dari penggunaan aset digital. Pengumpulan, penyimpanan dan analisis data merupakan bagian dari penggunaan aset digital. Organisasi perlu menyadari jika aplikasi digital yang mereka gunakan, beroperasi atas kekayaan data. Data merupakan aset berharga bagi keberlanjutan perusahaan. Data yang disimpan dalam komputasi awan akan menimbulkan risiko jika tidak dikelola dengan benar. Dengan demikian, adanya CDR membantu para *data scientists* untuk menentukan data mana yang dapat dikumpulkan secara etis dan kondisi apa yang memungkinkan mereka memproses data tersebut (Lobschat, 2021). Tujuannya agar terhindar dari isu pelanggaran privasi dan data. Sehingga hal ini perlu menjadi atensi bagi seluruh anggota non-IT sekalipun yang memanfaatkan teknologi digital dalam pekerjaan sehari-hari. Meskipun mereka tidak terlibat secara langsung dalam pengembangan teknologi, mereka tetap bagian dari penggunaannya. Maka dari itu, seluruh organisasi perlu menanamkan kesepahaman makna yang sama yaitu integritas menjaga keamanan privasi dan data. Akan tetapi, perbedaan latar belakang pengetahuan tentang teknologi dapat menjadi tantangan dalam organisasi. Ini dapat disebabkan oleh diversitas tanggung jawab unit. Tim IT yang bertanggung jawab menjaga keamanan data akan lebih cepat menyerap nilai-nilai CDR karena mereka terbiasa dengan terminologi teknis serta protokol keamanan siber. Mereka

dapat mengidentifikasi dan memahami praktik CDR dengan mudah. Sementara itu, unit non-IT mungkin menghadapi kesulitan dalam memahami konsep tersebut. Ini karena minimnya pemahaman terminologi teknis (istilah pemrograman yang kurang familiar). Sehingga perlu waktu bagi mereka untuk memahami isu-isu CDR. Namun bagaimanapun keadaannya, seluruh karyawan yang memanfaatkan aset digital wajib mengetahui prinsip pengguna yang bertanggung jawab agar koordinasi dan kerja sama tim lebih efisien.

Penting bagi anggota organisasi untuk terus menggali pengetahuan tentang digital. Ini dapat dilakukan dengan meningkatkan literasi digital baik secara mandiri maupun berkelompok (*workshop*, kelas umum, dll). Unit non-IT dapat terus meningkatkan literasi digital seperti mengikuti pelatihan keterampilan. Sebagaimana yang disampaikan Khalid et al., (2019) dalam penelitiannya bahwa mengelola penyediaan pelatihan keterampilan digital penting untuk memanfaatkan investasi infrastruktur namun, tetap menyesuaikan data representatif tentang kebutaan literasi digital. Kemudian tidak lupa peran sosok pemimpin dalam sebuah organisasi. Terlebih bagi industri telekomunikasi yang terwakili oleh organisasi *high-tech* dimana keterampilan digital sangat umum dan telah menjadi bagian pekerjaan sehari-hari. Para pemimpin memainkan peran krusial untuk memperbarui pengetahuan mereka dalam bidang keterampilan pengetahuan digital (Santoso et al., 2019). Dari temuan penelitian-penelitian tersebut, dapat disimpulkan jika pemahaman digital sangat penting termasuk menerapkannya dalam pekerjaan sehari-hari. Namun tentunya, setiap organisasi memiliki pandangan yang berbeda-beda dalam menanggapi isu digital. Ini dapat dikarenakan perbedaan budaya, bidang bisnis, serta perangkat teknologi yang tersedia dalam menjalankan bisnisnya. Beberapa diantaranya mungkin masih mempertahankan metode konvensional. Akan tetapi tidak terkecuali bagi perusahaan yang menggunakan perangkat digital serta menggunakan data untuk keperluan bisnis, mereka wajib mengakui pentingnya tanggung jawab digital. Namun pertanyaannya, apakah perusahaan sudah menerapkan komunikasi strategis terkait CDR di dalam organisasinya? Mengingat implementasi CDR memerlukan dukungan dan konsistensi dari seluruh elemen organisasi. Seperti apa yang disampaikan oleh

Lobschat et al (2021) bahwa merumuskan dan mengkomunikasikan norma-norma CDR yang spesifik pada seluruh *stakeholder* merupakan faktor keberhasilan dalam implementasi CDR. Terutama posisi organisasi yang merupakan pembawa utama tanggung jawab dalam *Corporate Digital Responsibility* (CDR). Organisasi merupakan sebuah sistem yang saling berhubungan dan memengaruhi satu sama lain, maka komunikasi dalam organisasi berperan sebagai komponen penting untuk koordinasi dan pengawasan aktivitas individu yang terlibat (Jablin & Putnam, 2001 dalam Siregar et al., 2021). Khususnya, unit yang menggunakan aset digital. Masalah seperti ini mendorong peneliti untuk mempertanyakan bagaimana strategi komunikasi pada salah satu unit yang memanfaatkan aset digital melalui pengendalian organisasi.

Untuk menyebarkan norma dan prinsip CDR, diperlukan strategi komunikasi agar seluruh lapisan organisasi (secara multi-level) menanamkan nilai CDR dalam pekerjaan sehari-hari. Strategi komunikasi dapat meminimalisir adanya *miscommunication* jika dilihat dari kasus perbedaan latar belakang & tanggung jawab unit. Kemudian, seorang pemimpin seperti manajer sepatutnya melakukan pendekatan komunikasi yang efektif kepada anggotanya agar implementasi CDR berjalan dengan lancar sebelum dikomunikasikan kepada seluruh *stakeholder*. Ini termasuk pihak eksternal yang digunakan datanya seperti mitra UMKM. Akan tetapi bentuk implementasi CDR belum dikomunikasikan secara eksplisit di Indonesia, sehingga keberadaannya mungkin belum disadari oleh pemangku kepentingan. Beberapa perusahaan sebenarnya telah melaksanakan digital-CSR seperti program *community development* Telkom Indonesia. Namun mereka tidak (atau belum) menyebutnya sebagai CDR sehingga kajian CDR masih perlu dikembangkan. Dengan begitu, sebelum mencapai kajian lebih jauh terkait komunikasi kepada golongan *stakeholder* tertentu, maka penelitian ini akan berfokus pada strategi komunikasi CDR (secara internal) pada unit *Social Responsibility Center* PT Telkom Indonesia.

Telkom Indonesia merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara yang berupaya melakukan transformasi menjadi *digital telecommunication company* (telkom.co.id diakses pada Desember 2023). Telkom seringkali menyelenggarakan

CSR berbasis digital melalui program *community development*. Selain itu, sebagai bentuk tanggung jawab terhadap keamanan data dan privasi, Telkom menerapkan metode mitigasi atau manajemen krisis terhadap ancaman *cybersecurity*. Dimulai dari pengembangan langkah preventif hingga persiapan penanganan ancaman siber. Jika dilihat secara sekilas, kebijakan tersebut mengindikasikan aktivitas CDR. Namun seperti apa yang disampaikan sebelumnya jika CDR di Indonesia tidak (atau belum) dikomunikasikan secara eksplisit. Maka dari itu, adanya penelitian ini juga untuk memverifikasi maksud serta motif dari kebijakan tersebut melalui perspektif komunikasi. Dengan membedah kasus dari kacamata komunikasi, penelitian ini mengungkap bagaimana organisasi memaknai CDR dan mengkomunikasikannya pada sesama anggota.

Berdasarkan latar belakang diatas, peneliti menyimpulkan jika penelitian tentang CDR masih perlu dilakukan. Para *researcher* perlu mengkaji bagaimana perusahaan di Indonesia memahami konsep CDR dan mengkomunikasikannya pada seluruh elemen organisasi. Peneliti berharap adanya penelitian ini membuka pemikiran dan memicu dialog baru antar pemangku kepentingan. Dengan demikian penelitian ini berjudul **“Strategi Komunikasi Dalam Menerapkan *Corporate Digital Responsibility* Melalui Pengendalian Organisasi di PT Telkom Indonesia (Studi Kasus Pada Unit *Social Responsibility Center*)”**. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi strategi komunikasi melalui pengendalian organisasi dalam menerapkan CDR pada perusahaan, dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan metode studi kasus.

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana strategi komunikasi dalam menerapkan *Corporate Digital Responsibility* melalui pengendalian organisasi di PT Telkom Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

1. Mengetahui strategi komunikasi dalam menerapkan *Corporate Digital Responsibility* melalui pengendalian organisasi pada unit *Social Responsibility Center* PT Telkom Indonesia

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

- a) Penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi dalam pengembangan teori dan konsepsi baru terkait *Corporate Digital Responsibility* (CDR). Sehingga, dapat memperkaya topik yang lebih spesifik seperti pada lingkup komunikasi.
- b) Peneliti ingin riset ini memberikan referensi bagi penelitian selanjutnya yang tertarik membahas strategi komunikasi dan *Corporate Digital Responsibility*. Dengan membahas studi kasus dari salah satu perusahaan, diharapkan dapat menambah wawasan yang lebih konkrit terkait pelaksanaan CDR ditinjau dari aspek komunikasinya.

1.5.2 Manfaat Praktis

- a) Bagi peneliti, penelitian ini merupakan motivasi agar tidak berhenti menggali pengetahuan baru terkait pelaksanaan tanggung jawab digital sebagaimana mestinya. Dengan mengeksplorasi informasi tentang pemanfaatan digital secara etis, peneliti dapat berpikir secara kritis untuk menghadapi tantangan digital di masa depan.
- b) Bagi perusahaan, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran perusahaan untuk melaksanakan *Corporate Digital Responsibility* melalui strategi komunikasi. Terlebih bagi perusahaan berbasis teknologi informasi dan komunikasi. Penelitian ini juga dapat menjadi pertimbangan bagi perusahaan dalam menata strategi/manajemen komunikasi CDR yang lebih optimal.

1.6 Sistematika Penulisan

A. BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menjelaskan secara umum terkait isi penelitian. Isi bab meliputi gambaran umum objek penelitian, latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan tugas akhir.

B. BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memaparkan konsep, teori, serta penelitian terdahulu untuk memberikan gambaran tentang riset relevan. Kemudian dilanjutkan dengan kerangka pemikiran yang berangkat dari fenomena dan masalah penelitian.

C. BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memaparkan paradigma, metode, jenis penelitian, subjek dan objek penelitian dan unit analisis penelitian. Kemudian dilanjutkan teknik pengumpulan data, analisis, serta keabsahan data. Metode penelitian digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan. Sehingga dapat membantu peneliti untuk menjawab masalah penelitian.

D. BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan hasil temuan penelitian secara sistematis untuk kemudian dianalisis menggunakan konsep dan teori. Bab ini terbagi menjadi dua bagian, bagian pertama memaparkan hasil penelitian dari data sekunder maupun primer, bagian kedua, menyajikan pembahasan atau analisis hasil penelitian. Dengan demikian Bab ini menekankan pada intepertasi hasil data yang ditemukan kemudian dianalisis menggunakan landasan teoritis yang relevan dengan penelitian.

E. BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan pokok-pokok penting dari temuan penelitian yang ditulis secara singkat dan jelas untuk menjawab pertanyaan penelitian. Selain itu, kesimpulan juga memberikan penjelasan ringkas yang dipaparkan pada bab-bab sebelumnya. Kemudian saran diberikan untuk memberikan anjuran penelitian selanjutnya bagi akademisi dan saran secara praktis bagi perusahaan.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Waktu penelitian dimulai pada bulan Oktober 2023 yang dimulai dengan menentukan topik penelitian. Kemudian dilanjutkan dengan pra-riset untuk mengidentifikasi masalah-masalah, celah penelitian, dan urgensi mengapa penelitian perlu dilakukan. Selanjutnya peneliti memulai penyusunan proposal tesis yang terdiri dari tiga bab yaitu BAB I Pendahuluan, BAB II Tinjauan Pustaka, dan BAB III Metode Penelitian. Kemudian dilanjutkan hingga BAB IV yaitu hasil

penelitian dan pembahasan serta BAB V yaitu kesimpulan dan saran yang selesai pada bulan Agustus 2024.

Tabel 1. 1 Tabel Waktu dan Periode Penelitian

No	Kegiatan	2023			2024							
		10	11	12	1	2	3	4	5	6	7	8
1.	Menentukan Topik penelitian											
2.	Pra-riset											
3.	Penyusunan proposal Tesis BAB 1 – BAB 3											
4.	Seminar Proposal											
5.	Penyusunan Tesis BAB 1 – BAB 5											
6.	Sidang Tesis											

Sumber : Olahan Peneliti, 2024