



Kegiatan CSR dalam Meningkatkan *Corporate Image*

Indah Dwi Lestari, Riza Hernawati*

Prodi Ilmu Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history :

Received : 2/4/2022

Revised : 25/6/2022

Published : 3/7/2022



Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

Volume : 2

No. : 1

Halaman : 1 - 5

Terbitan : Juli 2022

ABSTRAK

Pandemi Covid-19 telah membuat Indonesia berada di ambang resesi ekonomi sehingga menyebabkan perusahaan-perusahaan menurun secara drastis. Maka dari itu, tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui kegiatan PT.X Indonesia Regional III-Jawa Barat dalam meningkatkan corporate image melalui kegiatan CSR Program Bebas Belajar Online. Metode penelitian yang digunakan adalah Metode Kualitatif dengan pendekatan Studi Kasus. Dengan menggunakan teknik analisis data triangulasi sumber. Hasil pada penelitian ini ditemukan bahwa brand image pada PT.X dinilai sangat positif oleh masyarakat desa melatiwangi, sehingga mengalami peningkatan dan citra yang baik terhadap perusahaan. Pendekatan yang dilakukan oleh PT.X pada kegiatan csr dengan melakukan penyuluhan yang dilakukan secara langsung kepada masyarakat mengenai pemasangan teknologi wifi serta kegiatan seminar yang dilakukan juga merupakan pendekatan langsung dengan masyarakat. Proses kegiatan csr yang dilakukan yang pertama penentuan konsep, lalu mencari informasi, brainstorming, berkoordinasi, dan suvey. Ada hambatan yang terjadi dilapangan pada pelaksanaan program csr bebas belajar online ini karena tidak tersedianya jaringan yang bagus, tidak tersedia akses point, jarak antara penerima manfaat yang jauh.

Kata Kunci : Citra Perusahaan; Tanggung Jawab Sosial Perusahaan; PT.X.

ABSTRACT

The Covid-19 has put Indonesia on the verge of an economic recession, causing companies to drastically decline. Therefore, the purpose of this study is to find out the activities of PT. X Indonesia Regional III-West Java in improving corporate image through CSR activities of the Free Online Learning Program. The research method used is a qualitative method with a case study approach. By using triangulation source data analysis techniques. The results of this study found that the brand image of PT.X was considered very positive by the people of the village of Melatiwangi, so that it experienced an increase and a good image of the company. The approach taken by PT.X in CSR activities by conducting outreach conducted directly to the community regarding the installation of wifi technology and seminar activities carried out is also a direct approach with the community. The process of CSR activities carried out was firstly determining the concept, then looking for information, brainstorming, coordinating, and surveying. There are obstacles that occur in the field in the implementation of this free online learning program because of the unavailability of a good network, no access points available, the distance between beneficiaries is far.

Keywords : Corporate; Corporate Social Responsibility; PT. X.

@ 2022 Jurnal Riset Public Relations Unisba Press. All rights reserved.

A. Pendahuluan

Dunia saat ini sedang menghadapi Pandemi *Covid-19* termasuk di Negara Indonesia. Total kasus yang disebabkan oleh *COVID-19* semakin bertambah setiap harinya dengan sebagian melaporkan kasus yang terkonfirmasi, kesembuhan, namun tidak sedikit pula yang merengas nyawa (Irfan Fauzi & Yuliati, 2022). Akibat menyebarnya Virus *Covid-19* ini, virus corona menghentikan roda bisnis beberapa sektor industri yang memang tidak bisa berjalan dengan hanya *work from home* saja. Dengan demikian, maka ekonomi dari industri tersebut terpaksa harus mengalami penurunan selama masa *Covid-19* ini. Pandemi *Covid-19* yang terjadi saat ini, mau tidak mau memberikan dampak terhadap berbagai sektor. Pada tataran ekonomi global, pandemi *Covid-19* memberikan dampak yang sangat signifikan pada perekonomian domestik negara-negara termasuk di Indonesia. Tidak hanya perusahaan saja, semua sekolah dan kampus diliburkan, sehingga murid dan mahasiswa harus belajar dirumah. Sama halnya dengan sektor bisnis lain, industri telekomunikasi merasakan dampak yang cukup besar dengan adanya pandemi. Maka dari itu ditengah kondisi pandemi *Covid-19*, PT. X Indonesia Regional III-Jawa Barat meningkatkan Brand Image suatu perusahaan guna untuk meningkatkan citra suatu perusahaan.

Menurut Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa pandemi juga membawa perubahan terhadap kebutuhan dan gaya hidup masyarakat. Ini ditandai dengan tingkat adopsi digital masyarakat yang meningkat secara signifikan. Banyaknya masyarakat yang mengeluh seperti di pedesaan atau masyarakat yang kurang mampu karena tidak adanya akses internet untuk belajar dirumah melihat perusahaan yang semakin menurun akibat pandemi *covid-19*, PT. X melakukan meningkatkan brand image melalui kegiatan CSR Program bebas belajar online dengan wifi.id dan Indihome dimasa pandemi ini terhadap desa-desa yang memang kurang mampu dan jauh dari jangkauan akses internet guna untuk meningkatkan Brand Image PT.X Indonesia Regional III Jawa Barat.

Menurut Budiasni Hubungan harmonis antara sebuah perusahaan dengan masyarakat dan lingkungan sekitar menjadi faktor vital untuk mendukung kinerja dan operasi secara optimal dan berkelanjutan (2020). Menurut Chalil Perusahaan yang ingin berkembang atau sekadar bertahan dalam satu lingkungan industri harus mengetahui secara pasti setiap kebutuhan konsumen, dan harus dapat memberikan "nilai" yang lebih pada setiap produk barang dan jasa yang akan ditawarkan kepada konsumen (2020). Program ini merupakan salah satu untuk meningkatkan brand image PT.X dan inisiatif X Jabar dalam mendukung kemudahan masyarakat Jawa Barat dalam menjalankan Pembelajaran Jarak Jauh. X Jabar menyediakan internet secara gratis bagi para pelajar yang kurang mampu untuk mendapatkan layanan internet agar dapat mengikuti kegiatan Pembelajaran Jarak Jauh (PJJ). Para pelajar mendapatkan akses internet dan voucher IndiHome Study secara gratis di lokasi kantor desa yang telah terpasang Access Point Wifi.id dengan kecepatan 100 Mbps melalui SSID indihomestudy@wifi.id tanpa password. Selain itu juga untuk meningkatkan Brand Image dari PT. X itu sendiri dengan cara mengenalkan kepada desa-desa bahwa PT. X ini memiliki produk wifi yaitu Wifi Manage Service (WMS). PT. X juga memberikan voucher IndiHome Study. Voucher IndiHome Study ini merupakan aplikasi belajar online (seperti Ruang Guru) dimana di dalamnya terdapat fitur untuk pelajaran dan bisa di download secara gratis. Setelah itu perusahaan harus memenuhi tugas dan kewajibannya sebagai pelaku bisnis dimana perusahaan harus memelihara keseimbangan antara kerugian dan manfaat yang dihasilkan dari bisnisnya serta melakukan bisnis yang menjunjung tinggi moral dan keadilan (Maria R, 2014).

Sankat (dalam Rudito, 2004:72) mengemukakan: CSR diartikan sebagai komitmen usaha untuk bertindak secara etis, beroperasi secara legal, dan berkontribusi untuk peningkatan ekonomi bersama dengan peningkatan kualitas hidup dari karyawan dan keluarganya, komunitas lokal, dan masyarakat secara lebih luas. Salah satu dari World Business Council for Sustainable Development mencerminkan fokus dewan pada pembangunan ekonomi dalam menggambarkan CSR sebagai komitmen "bisnis untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi berkelanjutan, bekerja dengan karyawan, keluarga mereka, masyarakat lokal, dan masyarakat pada umumnya untuk meningkatkan kualitas hidup mereka" (Kotler, 2005). Menurut Gina kegiatan CSR memiliki arti komitmen usaha untuk beroperasi secara legal dan berkontribusi untuk meningkatkan kualitas hidup dan tanggung jawab kemitraan dari karyawan dan keluarganya, pemerintah, perusahaan komunitas lokal, dan komunitas luas (2019). Dengan kata lain, CSR merupakan cara perusahaan mengatur proses usaha untuk menghasilkan efek positif pada komunitas, bahkan dapat menjadi efek domino yang memberikan keuntungan tidak saja bagi komunitas maupun para *stakeholder* (baik internal maupun eksternal) tapi keuntungan juga akan diperoleh bagi perusahaan pelaku CSR itu sendiri.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Bagaimana kegiatan CSR PT. X Indonesia-Regional III Jawa Barat untuk meningkatkan corporate image pada

program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & IndiHome Study dalam Pemulihan Pendidikan di Desa Melatiwangi di Masa Pandemi *Covid-19*”. Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok yaitu (1) untuk mengetahui pendekatan yang dilakukan oleh PT.X Indonesia Regional III Jawa Barat melalui kegiatan CSR program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & IndiHome Study dalam Pemulihan Pendidikan di Desa Melatiwangi di Masa Pandemi *Covid-19* sebagai upaya meningkatkan corporate image. (2) untuk mengetahui proses kegiatan CSR PT.X melalui pelaksanaan Kegiatan CSR Program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & IndiHome Study dalam Pemulihan Pendidikan di Desa Melatiwangi di Masa Pandemi *Covid-19* sebagai upaya meningkatkan corporate image. (3) untuk mengetahui Hambatan yang terjadi melalui pelaksanaan Kegiatan CSR Program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & IndiHome Study dalam Pemulihan Pendidikan di Desa Melatiwangi di Masa Pandemi *Covid-19* sebagai upaya meningkatkan corporate image. (4) untuk mengetahui alasan PT. X melakukan kegiatan CSR Program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & IndiHome Study dalam Pemulihan Pendidikan di Desa Melatiwangi sebagai upaya meningkatkan corporate image.

B. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut Sugiyono (2007), metode penelitian kualitatif merupakan suatu penelitian yang digunakan untuk meneliti pada objek yang alamiah dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data dilakukan secara gabungan, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi.

Dengan pendekatan yang digunakan adalah studi kasus. Studi kasus digunakan sebagai suatu penjelasan komprehensif yang berkaitan dengan berbagai aspek seseorang, suatu kelompok, suatu organisasi, suatu program, atau suatu situasi kemasyarakatan yang diteliti, diupayakan dan ditelaah sedalam mungkin. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan menarik kesimpulan.

C. Hasil dan Pembahasan

Pendekatan yang dilakukan oleh PT.X Indonesia Regional-III Jawa Barat melalui kegiatan CSR program bebas belajar online Bersama wifi.id & Indihome study dalam pemulihan Pendidikan di desa melatiwangi di masa pandemic covid-19 sebagai upaya meningkatkan corporate image

Ada berapa pendekatan yang dilakukan PT.X sebelum melakukan kegiatan csr, dan peneliti akan menjelaskan bagaimana pendekatannya yaitu (1) melakukan penyuluhan dengan berkomunikasi secara langsung kepada masyarakat mengenai penggunaan teknologi wifi sebagai salah satu bentuk kegiatan CSR PT.X, dimana pemasangan wifi ini merupakan salah satu cara PT.X untuk bisa mengakomodasi para siswa disaat pandemi seperti sekarang ini mereka harus melakukan pembelajaran dirumah dengan menggunakan teknologi. Penyuluhan ini dilakukan dengan cara berkomunikasi secara langsung dengan masyarakat serta melakukan diskusi dengan masyarakat secara langsung, pada hal ini PT.X menggunakan komunikasi interpersonal. (2) mengadakan seminar, dalam hal ini seminar dilakukan 2 kali di desa melatiwangi dengan menghadirkan pembicara di bidang teknologi. Seminar pertama mengangkat tema tentang “wujudkan masyarakat melek teknologi” dan seminar yang kedua mengangkat tema “Social Start Up & Creativepreneur. Pada proses seminar ini, PT.X juga mengadakan brainstorming dengan para masyarakat sebagai bentuk pengabdian X kepada masyarakat untuk meningkatkan ilmu dan pengetahuan masyarakat, khususnya dibidang teknologi sehingga hal ini bisa menjadi pengetahuan dasar bagi mereka untuk usaha yang dimiliki oleh masyarakat. Hal ini juga merupakan salah satu cara untuk meningkatkan brand image.

Tahapan CSR PT.X melalui pelaksanaan Kegiatan CSR Program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & IndiHome Study dalam Pemulihan Pendidikan di Desa Melatiwangi di Masa Pandemi Covid-19 sebagai upaya meningkatkan corporate image

(1) Pembuatan Konsep, pada tahap ini customer marketing PT.X dengan tim kantor witel melakukan pembuatan konsep mengenai program csr yang akan dilaksanakan. Customer marketing dan tim kantor witel mempersiapkan konsep, lalu setelah konsep telah dibuat lalu dikoordinasikan terlebih dahulu ke kepala Deputy EVP Marketing untuk mendapatkan persetujuan dari kepala Deputy EVP Marketing mengenai konsep yang telah dibuat. (2) mencari

informasi, Customer Marketing PT.X Indonesia Regional-III Jawa Barat sebelum melakukan kegiatan program CSR dengan mencari informasi terlebih dahulu untuk menemukan desa-desa yang termasuk kategori 3T (Terpencil, Terdepan, dan Tertinggal) yang nantinya akan dijadikan desa sebagai kegiatan program CSR bebas belajar online Bersama wifi.id & indihome study. (3) Brainstroming, yang dilakukan oleh customer marketing dalam setiap rapatnya dilakukan sebanyak 3 kali. Rapat pertama memaparkan konsep ke kantor witel, rapat kedua adalah memaparkan progresnya sudah sampai dimana dan rapat ketiga adalah persiapan untuk pelaksanaan programnya. Hal ini bertujuan untuk semua konsep yang telah dibuat dikembangkan dengan baik dari informasi yang telah didapat, dalam prosesnya brandstroming dilakukan oleh customer marketing dan 6 kantor witel yang berkaitan mengenai informasi yang didapat. (4) Berkoordinasi, pada tahapan ini, yang dilakukan adalah berupa mencari kesepakatan antara bagian customer marketing dengan unit lain yang merumuskan mengenai informasi yang didapatnya mengenai desa-desa yang akan dilaksanakannya kegiatan CSR. Koordinasi dilakukan melalui kepala Deputy EVP Marketing kemudian dilakukan briefing dengan bagian Customer Marketing. Setelah itu koordinasi dimulai dengan menciptakan kesepakatan terkait desa-desa yang akan dilakukan kegiatan CSR. (5) Survey, pada tahapan ini 6 kantor witel wilayah bandung melakukan survey ke desa-desa yang telah ditentukan, salah satunya adalah desa melatiwangi. Survey ini dilakukan untuk pengecekan jaringan di desa, yang diharapkan adalah desa yang dituju memiliki jaringan yang bagus serta memiliki akses point untuk dipasangkan satelit jaringan. Selain itu survey fasilitas dan tempat untuk dilaksanakannya kegiatan seminar di desa.

Hambatan yang terjadi melalui pelaksanaan kegiatan CSR Program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & Indihome Study dalam Pemulihan Pendidikan di Desa Melatiwangi di Masa Pandemi Covid-19 sebagai upaya meningkatkan corporate image

Ada beberapa hambatan yang terjadi dilapangan yaitu sulitnya perizinan, terhambatnya satelit jaringan yang terhalang oleh pohon dan sekat, dan ketersediaan akses point serta jarak penerima manfaat yang jauh.

Hambatan dalam komunikasinya yaitu bahasa yang disampaikan pembicara dalam seminar itu sulit dimengerti oleh masyarakat desa, dan sisi pemahaman yang berbeda antara komunikator (pembicara seminar) dan komunikan (masyarajat desa).

Alasan PT. X melakukan kegiatan CSR Program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & IndiHome Study dalam Pemulihan Pendidikan di Desa Melatiwangi sebagai upaya meningkatkan corporate image

Kegiatan csr merupakan salah satu program kegiatan yang penting dilakukan. Sebagai salah satu BUMN, X berkewajiban melaksanakan kegiatan CSR.

Program bebas belajar online ini adalah program yang berkaitan dengan kepedulian PT.X dengan kondisi anak bangsa, dengan menghadirkan satu program yang dimana program tersebut bisa merangkul masyarakat desa yang tidak tersentuh oleh teknologi. Hal ini merupakan salah satu cara PT.X untuk bisa bersentuhan dengan masyarakat dan akhirnya akan meningkatkan image masyarakat terhadap PT.X.

Beberapa daerah yang tidak memiliki jaringan internet, sedangkan dimasa pandemic seperti saat ini kegiatan belajar banyak dilakukan secara online. PT.X sebagai salah satu perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, bekerja sama dengan pemerintah untuk membantu pelaksanaan sekolah online melalui kegiatan csr program bebas belajar online. Oleh karena itu, pada program csr bebas belajar online ini, maka masyarakat akan berhubungan langsung dengan PT.X, karena PT.X secara langsung akan terjun ke lapangan untuk bersosialisasi melalui kegiatan seminar serta untuk memasang wifi gratis yang nantinya bisa digunakan oleh masyarakat, sehingga pada akhirnya nama X sebagai salah satu perusahaan yang bergerak di bidang telekomunikasi itu bisa tertanam dibenak masyarakat desa.

PT.X membuat corporate strategi yang sudah ditanamkan selama 5-6 tahun kedepan, sehingga PT.X bisa dikenal oleh orang-orang yang berada di desa yang termasuk kedalam kategori 3T (Terpencil, Terdepan, dan Tertinggal) sehingga mereka yang tadinya tidak mengetahui PT.X, akhirnya menjadi tahu dengan melalui kegiatan CSR bebas belajar online ini juga akan membuat masyarakat luas lebih menerima atas keberadaan PT.X yang akhirnya akan menguntungkan bagi PT.X. PT.X Indonesia Regional III-Jawa Barat sendiri sudah berpengalaman menjalani kegiatan CSR selama puluhan tahun dan dapat berhasil membuat citra perusahaan yang baik dan positif dimata masyarakat. Oleh karena itu, hal tersebut maka bisa meningkatkan corporate image dari PT.X, dimana PT.X juga

mengenalkan produk yang dimilikinya seperti wifi.id dan indihome kepada masyarakat desa. Karena Image yang baik di mata masyarakat akan lebih dihargai oleh masyarakat.

D. Kesimpulan

Pendekatan yang dilakukan PT.X pada kegiatan csr dengan Melakukan penyuluhan dengan berkomunikasi secara langsung kepada masyarakat mengenai penggunaan teknologi wifi sebagai salah satu bentuk kegiatan CSR PT.X, dimana pemasangan wifi ini merupakan salah satu cara PT.X untuk bisa mengakomodasi para siswa disaat pandemi seperti sekarang ini mereka harus melakukan pembelajaran dirumah dengan menggunakan teknologi.

Tahapan yang dilakukan pada kegiatan CSR program bebas belajar online yaitu pembuatan konsep antara customer marketing dengan tim kantor witel, lalu mencari informasi melalui internet dan web untuk menemukan desa-desa yang termasuk kategori 3T (Terpencil, Terdepan, dan Tertinggal) yang nantinya akan dijadikan desa sebagai kegiatan program CSR bebas belajar online Bersama wifi.id & indihome study, kemudian brainstorming dilakukan oleh customer marketing dengan tim kantor witel dalam setiap rapatnya dilakukan sebanyak 3 kali, berkoordinasi pada tahapan ini, yang dilakukan adalah berupa mencari kesepakatan antara bagian customer marketing dengan unit lain yang merumuskan mengenai informasi yang didapatnya mengenai desa-desa yang akan dilaksanakannya kegiatan CSR. dan yang terakhir yaitu survey, pada tahapan ini 6 kantor witel wilayah bandung melakukan survey ke desa-desa yang telah ditentukan, salah satunya adalah desa melatiwangi. Survey ini dilakukan untuk pengecekan jaringan di desa.

Hambatan yang terjadi dilapangan adalah hambatan mengenai perizinan dan fasilitas pada kegiatan seminar, lalu jarak antara penerima manfaat yang jauh, sehingga masyarakat enggan untuk datang dan yang terakhir terhambatnya satelit jaringan yang terhalang oleh pohon-pohon dan sekat, sehingga membuat jaringan wifi tidak lancar. Sedangkan hambatan dalam komunikasi yang terjadi antara pembicara dengan masyarakat desa adalah Bahasa yang disampaikan oleh pembicara seminar tidak dimengerti oleh masyarakat desa dan dari segi sisi pemahaman yang berbeda antara komunikator dan komunikan.

Alasan PT.X melakukan kegiatan CSR Program Bebas Belajar Online Bersama Wifi.id & IndiHome Study karena CSR merupakan kegiatan penting yang dilakukan. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang bersentuhan langsung dengan masyarakat, sehingga mempermudah PT.X untuk bisa langsung berkomunikasi dengan masyarakat dan bisa menanamkan image yang baik kepada masyarakat sebagai salah satu strategi untuk membangun image.

Daftar Pustaka

- Budiasni, N. W. N. (2020). *Corporate Social Responsibility dalam Ekonomi Berbasis Kearifan Lokal di Bali: Kajian dan Penelitian Lembaga Perkreditan Desa*. Nilacakra.
- Chalil, R. D. (2020). *BRAND, ISLAMIC BRANDING dan RE-BRANDING Peran Strategi Merek Dalam Menciptakan Daya Saing Industri Dan Bisnis Global*. PT RajaGrafindo Persada.
- Irfan Fauzi, M., & Yuliati, N. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Upaya Edukasi Pencegahan Penyebaran COVID-19. *Jurnal Riset Public Relations*, 1(2), 148–155. <https://doi.org/10.29313/jrpr.v1i2.500>
- Kotler, P. and N. L. (2005). *Corporate Social Responsibility Doing the Most Good for Your Company and Your Cause*.
- Maria R, N. R. (2014). *Sustainable Business & Corporate Social Responsibility (CSR)* (1st ed.). CECT Universitas Trisakti.
- Nayenggita, G. B., Raharjo, S. T., & Resnawaty, R. (2019). Praktik Corporate Social Responsibility (Csr) Di Indonesia. *Focus : Jurnal Pekerjaan Sosial*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23119>
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.