



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam suatu interaksi sosial, yang turut berpengaruh dalam dunia kerja. Lingkungan kerja merupakan suatu komunitas sosial yang menghadirkan keberagaman individu yang tentunya harus mampu dihubungkan dengan sangat baik melalui proses komunikasi, sehingga berbagai tujuan pada pekerjaan bisa betul-betul dioptimalkan. Penggunaan komunikasi baik secara verbal maupun non verbal tentu memiliki peranan yang sangat besar dalam lingkungan kerja agar tercipta suatu kondisi yang kondusif dan juga produktif untuk mencapai visi dan misi serta tujuan dari perusahaan. Secara tidak langsung dibutuhkan suatu komunikasi yang efektif dalam menggerakkan jalannya perusahaan (Priatna, W.B, et.al, 2019:130). Menurut Priatna, W.B, et.al, (2019:9) Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari suatu pihak ke pihak yang lain dengan tujuan tercapainya persepsi atau pengertian yang sama.

Pada sebuah organisasi atau institusi, komunikasi perlu betul-betul mendapatkan perhatian ataupun fokus yang sangat baik, terutama menyangkut pada bagian strategi komunikasi perlu digunakan atau perlu dirancang dengan sangat efektif agar tercapainya tujuan perusahaan. Salah satu Kementerian Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang juga melibatkan interaksi dengan masyarakat secara umum salah satunya adalah PT Telkom Indonesia. PT Telkom Indonesia merupakan perusahaan bergerak di bidang informasi dan komunikasi berlabel BUMN yang menjalankan amanat Kementerian BUMN, yaitu melalui unit *Community Development Center* (CDC). Pada unit ini, CDC melaksanakan peran sebagai pemegang mandat pengelola Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL). Program CSR ini dilaksanakan serta dikelola oleh Telkom melalui unit CDC yang diatur oleh Organisasi Direktorat *Human Capital* baik tugas, wewenang dan tanggung jawab unit CDC. *Corporate Social Responsibility* (CSR) adalah tanggung jawab sosial perusahaan dalam pembangunan berkelanjutan pada aspek sosial dan lingkungan. Bowen dalam Mardikanto (2014:86) mendefinisikan CSR sebagai kewajiban pengusaha untuk merumuskan kebijakan, membuat keputusan, atau mengikuti garis tindakan yang diinginkan dalam hal tujuan dan nilai-nilai masyarakat.

Komitmen telkom terkait pelaksanaan PKBL sejalan dan mengacu pada ketentuan peraturan menteri nomor PER-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan dan Bina Lingkungan BUMN. Sehingga untuk kebijakan pengelolaan PKBL Telkom diatur dalam KD.21/PR000/COP-B0030000/2010 tanggal 19 April 2010 tentang Pengelolaan Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan yang telah diganti dengan PD.701.00/r.00/PR000/CDC-A104000/2015 tanggal 10 Desember 2015 tentang Pengelolaan Program Kemitraan dan Bina Lingkungan yang dikelola dibawah unit *Community Development Center* (CDC).

PKBL bukanlah sekedar menjalankan peraturan Kementerian BUMN, tetapi merupakan upaya untuk mengelola dampak dari kebijakan dan kegiatan operasional terhadap masyarakat dan lingkungan alam secara transparan dan beretika. Penerapan PKBL Telkom juga sejalan dengan konsep 3P (profit, people, planet) yang bersinegri dengan Program Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Telkom

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IPB (Institut Pertanian Bogor)

Bogor Agricultural University

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

(TJSL Telkom). Dalam strategi komunikasi yang diterapkan pihak CDC Telkom ialah berusaha untuk mengikutsertakan Mitra Binaan dalam perencanaan kegiatan pemberdayaan sehingga dapat mengetahui tentang tujuan dari Program Kemitraan dalam PKBL Telkom.

Menurut (Effendy, 2018:32) strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, melainkan harus mampu menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan, dalam arti kata bahwa pendekatan (approach) bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung pada situasi dan kondisi.

Strategi komunikasi juga memberikan kontribusi dalam keseluruhan aktivitas dan kinerja, serta capaian atas tujuan organisasi itu sendiri. Sebagaimana dapat dilihat bahwa organisasi merupakan suatu sistem aktivitas kerja sama yang dilakukan oleh dua orang atau lebih (Suryadi, 2018:52).

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, terdapat beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam laporan akhir ini, yaitu:

- 1) Bagaimana pelaksanaan Program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan di Telkom Sukabumi?
- 2) Bagaimana strategi komunikasi dalam Program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan di Telkom Sukabumi?
- 3) Apa saja hambatan dan solusi dalam Program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan di Telkom Sukabumi?

Tujuan

Tujuan yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini berdasarkan rumusan masalah di atas, yaitu:

- 1) Menjelaskan pelaksanaan Program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan di Telkom Sukabumi.
- 2) Menjelaskan strategi komunikasi dalam Program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan di Telkom Sukabumi.
- 3) Menjelaskan hambatan dan solusi Program CSR Kemitraan dan Bina Lingkungan di Telkom Sukabumi.