

**STRATEGI *COMMUNITY RELATIONS* PT.TELEKOMUNIKASI  
INDONESIA (PT. TELKOM, Tbk.) DALAM USAHA  
PENINGKATAN PEMANFAATAN INTERNET UNTUK USAHA  
KECIL MENENGAH MELALUI PROGRAM *BROADBAND  
LEARNING CENTRE***

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:

Cornelia Maureen Sinaga

NRP: 1423011059

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**

**SURABAYA**

**2015**

**STRATEGI *COMMUNITY RELATIONS* PT.TELEKOMUNIKASI  
INDONESIA (PT. TELKOM, Tbk.) DALAM USAHA  
PENINGKATAN PEMANFAATAN INTERNET UNTUK USAHA  
KECIL MENENGAH MELALUI PROGRAM *BROADBAND  
LEARNING CENTRE***

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya**



Disusun Oleh:  
Cornelia Maureen Sinaga  
NRP: 1423011059

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2015**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Cornelia Maureen Sinaga

NRP : 1423011059

menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

**STRATEGI COMMUNITY RELATIONS  
PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PT. TELKOM, Tbk.)  
DALAM USAHA PENINGKATAN PEMANFAATAN  
INTERNET UNTUK USAHA KECIL MENENGAH  
MELALUI PROGRAM BROADBAND LEARNING CENTRE**

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar kesajarjanaannya saya dicabut.

Surabaya, 9 Juli 2015

Penulis,



Cornelia Maureen Sinaga

NRP. 1423011059

# HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI *COMMUNITY RELATIONS* PT. TELEKOMUNIKASI  
INDONESIA (PT. TELKOM, Tbk.) DALAM USAHA  
PENINGKATAN PEMANFAATAN INTERNET UNTUK USAHA  
KECIL MENENGAH MELALUI PROGRAM *BROADBAND  
LEARNING CENTRE***

Oleh:

Cornelia Maureen Sinaga

NRP: 1423011059

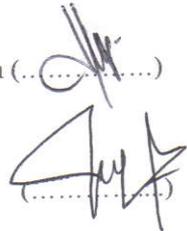
Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan P. Hartiana S.Sos., M.I.Kom (.....)

NIK. 142.10.0651

Pembimbing II : Lusy Evylia Puspita, SE., M.Si.

NIK. 142.10.0661



## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada: 23 Juni 2015

Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,



Dewan Penguji:

1. Ketua : Anastasia Yuni W., S.Sos., M.Med.Kom (.....)  
NIK. 142.09.0634
2. Sekretaris : Lusy Evylia Puspita, SE., M.Si. (.....)  
NIK. 142.10.0661
3. Anggota : Theresia Intan P. Hartiana S.Sos., M.I.Kom (.....)  
NIK. 142.10.0651
4. Anggota : Maria Yuliasuti, S. Sos., M.Med. Kom (.....)  
NIK. 142.09.0645

**LEMBAR PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Cornelia Maureen Sinaga

NRP : 1423011059

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **STRATEGI *COMMUNITY RELATIONS* PT.TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PT. TELKOM, Tbk.) DALAM USAHA PENINGKATAN PEMANFAATAN INTERNET UNTUK USAHA KECIL MENENGAH MELALUI PROGRAM *BROADBAND LEARNING CENTRE***

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 9 Juli 2015

Yang menyatakan,



Cornelia Maureen Sinaga

## **KATA PERSEMBAHAN**

Penulis ingin mempersembahkan hasil skripsi ini untuk keluarga, sahabat dan orang-orang yang penulis kasihi sebagai bukti terima kasih penulis kepada mereka yang tiada hentinya memberikan semangat kepada penulis.

Selama penulis menyelesaikan skripsi ini penulis mendapatkan motivasi dari motto

**“ketekunan akan membawamu pada keberhasilan, ketekunan  
mengalahkan intelegensi”**

Dan hal tersebut yang penulis pegang hingga penulis dapat menyelesaikannya dan akan penulis bawa sepanjang perjalanan hidup penulis.

Surabaya, 9 Juli 2015

Cornelia Maureen Sinaga

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis hanturkan kepada Tuhan Yesus Kristus karena kasihNya dan berkatNya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **STRATEGI *COMMUNITY RELATIONS* PT. TELEKOMUNIKASI INDONESIA (PT. TELKOM, Tbk.) DALAM USAHA PENINGKATAN PEMANFAATAN INTERNET UNTUK USAHA KECIL MENENGAH MELALUI PROGRAM *BROADBAND LEARNING CENTRE***. Laporan ini penulis susun sebagai salah satu syarat wajib yang harus dilalui untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membimbing dan memberikan dukungan, sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan lancar:

1. Kepada Tuhan Yesus Kristus atas berkatNya penulis bisa menyelesaikan laporan ini dengan baik.
2. Theresia Intan P. Hartiana S.Sos., M.I.Kom serta Lusy Evylia Puspita , SE., M.Si. yang merupakan dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing dan membagi ilmunya.
3. Seluruh Dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
4. Seluruh pimpinan dan karyawan PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom, Tbk.) terutama pada divisi *corporate communication*. Terima kasih telah memberi kesempatan kepada penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan.

5. Selain itu kepada Joshua, Amelinda, Ivi, Yohanes, Teguh, Freddy, dan Weilly teman penulis yang dengan setia membantu dan memberikan semangat sehingga makalah ini dapat terselesaikan, dan seluruh teman-teman FIKOM Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih banyak kesalahan dan kekurangan. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran untuk perbaikan laporan ini. Semoga laporan skripsi ini dapat berguna bagi penulis dan pembaca pada umumnya.

Terimakasih.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
KATA PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xviii
DAFTAR TABEL.....	xix
DAFTAR BAGAN.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxi
ABSTRAK.....	xxii
ABSTRAC.....	xxiii
BAB I Pendahuluan.....	1
I.1. Latar Belakang.....	1
I.2. Rumusan Masalah.....	10

I.3. Tujuan Penelitian.....	10
I.4. Batasan Masalah.....	11
I.5. Manfaat Penelitian .....	11
I.5.1. Manfaat Teoritis.....	11
I.5.2. Manfaat Praktis.....	12
BAB II Prespektif Teoritis.....	13
II.1. Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	13
II.2. Definisi <i>Community Relations</i> .....	16
II.3. <i>Community Relations</i> sebagai Kegiatan <i>Public Relations</i> .....	20
II.4. Proses Manajemen Strategis.....	21
II.5. Studi Kasus.....	24
II.6. Kerangka Berpikir.....	28
BAB III Metodologi Penelitian.....	29
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	29
III.2. Metode Penelitian.....	30
III.3. Subjek Penelitian.....	31
III.4. Unit Analisis.....	31

III.5. Teknik Pengumpulan Data.....	32
III.6. Teknik Analisis Data.....	34
III.7. Teknik Triangulasi Data.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
IV.1. Gambaran Subjek Penelitian.....	40
IV. 1. 1. Sejarah PT. Telekomunikasi Indonesia.....	40
IV. 1. 2. Visi dan Misi Perusahaan.....	42
IV. 1. 2. 1. Visi PT. Telekomunikasi Indonesia.....	42
IV. 1. 2. 2. Misi PT. Telekomunikasi Indonesia.....	42
IV. 1. 3. Budaya Perusahaan.....	42
IV. 1. 4. Inisiatif Strategi.....	43
IV. 1. 5. Logo Perusahaan.....	44
IV.1.6. PT. Telekomunikasi Indonesia Divre V Jawa Timur.....	45
IV.1.7. Struktur Organisasi PT. Telekomunikasi Indonesia Divre V.....	46
IV. 1. 8. <i>Broadband Learning Centre</i> .....	46
IV. 2. Profil Narasumber.....	48

IV. 2. 1. Ivone Andhayani.....	48
IV. 2. 2. Djodi Supriatno, SE. ....	49
IV. 2. 3. Muhammad Solikhin Lazuardi.....	49
IV.3. Strategi <i>Community Relations</i> PT. Telkom dalam Program <i>Broadband Learning Centre</i> .....	50
IV. 3. 1. 1. <i>Scanning Lingkungan</i> (Pengumpulan Fakta) sebagai Latar Belakang Pembuatan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	51
IV. 3. 1. 1. 1. Permasalahan dari Pihak Eksternal Menjadi Peluang dalam Pembuatan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	52
IV. 3. 1. 1. 1. 1. Rendahnya Tingkat Pemanfaatan Internet.....	52
IV. 3. 1. 1. 1. 2. <i>Broadband Learning Centre</i> Persiapkan Masyarakat Hadapi Masyarakat Ekonomi Asean.....	56
IV. 3. 1. 1. 2. Kekuatan dan Kelemahan yang Mempengaruhi Pelaksanaan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	60

IV. 3. 1. 1. 2. 1.	<i>Community Relations</i> sebagai Bentuk Kepedulian PT. Telkom.....	60
IV. 3. 1. 1. 2. 2.	Internet Sebagai Modal Utama.....	62
IV. 3. 1. 1. 2. 3.	Pemerintah Surabaya sebagai Mitra Kerja PT. Telkom dalam Pembuatan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	64
IV. 3. 1. 1. 2. 4.	Pendanaan Terpusat Menjadi Hambatan Pembuatan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	66
IV. 3. 1. 2. Proses Perencanaan Program		
	Kegiatan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	68
IV. 3. 1. 2. 1.	Tujuan <i>Broadband Learning Centre</i> dan Visi Perusahaan.....	69
IV.3.1.2.2.	Usaha Kecil Menengah (UKM) sebagai Target Utama <i>Broadband Learning Centre</i> .....	72
IV. 3. 1. 2. 3.	Penyusunan Bahan Pelatihan	

	<i>Broadband Learning Centre</i> .....	77
IV. 3. 1. 3.	Pelaksanaan Program Kegiatan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	78
IV. 3. 1. 3. 1.	Pelaksanaan Awal <i>Broadband Learning Centre</i> .....	79
IV. 3. 1. 3. 2.	Realisasi Kerjasama PT. Telkom dengan Pihak Pemerintah Kota Surabaya.....	81
IV. 3. 1. 3. 3.	Tahapan Pelatihan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	89
IV. 3. 1. 3. 4.	Alumni <i>Broadband Learning Centre</i> sebagai Saluran Komunikasi Utama.....	97
IV. 3. 1. 3. 5.	Menambah Mitra Kerjasama Menutupi Kelemahan PT. Telkom.....	100
IV. 3. 1. 4.	Evaluasi <i>Broadband Learning Centre</i> ....	102
IV. 3. 1. 4. 1.	Pentingnya Evaluasi <i>Public Relations dalam Community Relations</i> .....	111

IV. 3. 1. 4. 2.	Pentingnya Pengukuran pada Program Kegiatan <i>Community Relations</i> ...	112
IV. 3. 2.	Peningkatan Pemanfaatan Internet dengan Program Pelatihan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	114
IV. 3. 2. 1.	Tantangan dan Perubahan Masyarakat sebagai Dasar Pembuatan Program <i>Broadband Learning Centre</i> .....	114
IV. 3. 2. 2.	Keterlibatan Komunitas bagi Keberhasilan Organisasi.....	116
IV. 3. 2. 3.	Komunikasi Kelompok sebagai Media Penyampaian Utama dalam Program <i>Broadband Learning Centre</i> .....	117
IV. 4.	Manajemen Strategis <i>Community Relations</i> .....	119
IV. 5.	Manajemen Strategis <i>Community Relations</i> sebagai Proses Komunikasi.....	124
V. KESIMPULAN DAN SARAN		
V. 1.	Kesimpulan.....	126
V. 2.	Saran.....	128
V. 2. 1	Saran Praktis.....	128

V. 2. 2 Saran Akademis.....	129
DAFTAR PUSTAKA .....	130

## DAFTAR GAMBAR

Gambar II. 1. Segitiga 3P.....	15
Gambar IV. 1. 1. Logo Perusahaan.....	44
Gambar IV. 1. 2. Logo <i>Broadband Learning Centre</i> .....	48
Gambar IV. 3. 1. Data Peringkat The Digital Opportunity Index.....	53
Gambar IV. 3. 2. 1. Grafik Target Peserta <i>Broadband Learning Centre</i> .....	77
Gambar IV. 3. 3. 1. Pemetaan Tempat Pelatihan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	79
Gambar IV. 3. 3. 2. Pelatihan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	80
Gambar IV. 3. 3. 3. Peresmian <i>Broadband Learning Centre</i> di Taman Flora dan Fauna.....	82
Gambar IV. 3. 3. 4. Peresmian <i>Broadband Learning Centre</i> di Rusun Grudo.....	83
Gambar IV. 3. 3. 5. Pelatihan perdana di <i>Broadband Learning Centre</i> Eks. Dolly.....	84
Gambar IV. 3. 3. 6. Piagam Penghargaan	92
Gambar IV. 3. 1.4 Progress <i>Broadband Learning Centre</i> 2014.....	107
Gambar IV. 3. 3. 6. Pemberitaan Peresmian BLC.....	86
Gambar IV. 3. 3. 7. <i>Brand</i> Perangkat di Pelatihan BLC.....	89

## DAFTAR TABEL

Tabel II. 1. Perbandingan Konsep Publik dan Komunitas.....	17
Tabel II. 2. Manfaat Keterlibatan Komunitas Organisasi.....	19
Tabel IV. 3. 1. Data Penetrasi Internet di Indonesia.....	54
Tabel IV. 2. 2. 1. Visi PT. Telekomunikasi dan Tujuan <i>Broadband Learning Centre</i> .....	69

## DAFTAR BAGAN

Bagan II. 1 Proses Manajemen Strategis.....	22
Bagan III. 1 Komponensial Analisis Model Interaktif.....	34
Bagan IV. 1. 1. Struktur Organisasi PT. Telkom Divre V.....	46
Bagan IV. 3. 3. 1. Tahapan Pelatihan <i>Broadband Learning Centre</i> ....	91
Bagan IV. 4. 1. Proses Manajemen Strategis.....	120
Bagn IV. 4. 2. Manajemen Strategis <i>Community Relations</i> <i>Broadband Learning Centre</i> .....	123
Bagan IV.4.3 Bagan Manajemen Strategi <i>Community Relations</i> Sebagai Proses Komunikasi.....	125

## DAFTAR LAMPIRAN

Daftar Pertanyaan.....	134
Panduan Pertanyaan Wawancara.....	137
Transkrip Wawancara.....	141
Matriks Wawancara.....	167

## ABSTRAK

Cornelia Maureen Sinaga. NRP. 1423011059. Strategi *Community Relations* PT. Telekomunikasi Indonesia (PT. Telkom, Tbk.) dalam Usaha Peningkatan Pemanfaatan Internet untuk Usaha Kecil Menengah Melalui Program *Broadband Learning Centre*.

Penelitian ini berfokus pada strategi *community relations* yang dilaksanakan oleh PT. Telkom dalam melaksanakan program kegiatan *Broadband Learning Centre*. Teori utama yang terdapat pada penelitian ini adalah teori manajemen strategis didukung dengan teori *community relations*. Teori manajemen strategis terdiri dari empat tahapan yaitu *scanning* (pengumpulan fakta), formulasi strategi (perencanaan), implementasi strategi (pelaksanaan), dan evaluasi dan kontrol.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode wawancara dan observasi untuk mendapatkan data dari pihak PT. Telkom mengenai strategi yang mereka terapkan untuk program *Broadband Learning Centre* dan observasi secara langsung terhadap pelatihan yang diikuti oleh komunitas pelaku Usaha Kecil Menengah. Hasil dari penelitian ini menunjukkan tahapan-tahapan yang dilakukan oleh PT. Telkom dalam mencapai keberhasilan PT. Telkom.

Kata kunci: Strategi *community relations*, *Broadband Learning Centre*.

## **ABSTRAC**

Cornelia Maureen Sinaga. NRP. 1423011059. Strategy Community Relations of PT. Telecommunications Indonesia (PT. Telkom, Tbk.) of Improvement Use of Internet for Medium Social Class Enterprise through Broadband Learning Centre.

This study focuses on community relations strategy implemented by PT. Telkom in implementing to the program of activities Broadband Learning Centre. The grand theory contained in this research is management strategy theory supported with the theory of community relations. Strategic management theory consists of four stages, named scanning (gathering facts), strategy formulation (planning), implementation of the strategy (implementation), and evaluation and control.

In this study, researchers used interview and observations method to obtain data from the PT. Telkom regarding the strategies they applied to program Broadband Learning Centre and direct observation of the training which followed by a community Medium Class Social Enterprises. Results from this study showed the stages done by PT. Telkom to achieve the success.

Keywords: Strategy of community relations, Broadband Learning Centre.