

## Analisis Program *Corporate Social Responsibility* PT. X Regional Jawa Barat

Felicetiani Safrida\*, Riza Hernawati

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

\* feisafrida@gmail.com, riza@unisba.ac.id

**Abstract.** Corporate Social Responsibility is a company obligation that must be carried out as a form of responsibility to the community. In addition, this activity is part of a business strategy in which there is a form of company concern for improving welfare. CSR can be done through various sectors, one of which is education. With the Covid-19 pandemic, learning activities have been hampered. Therefore, PT. West Java Regional X carries out CSR activities in the field of education through the "Merdeka Belajar" program by distributing starter packs and free quota to students. This program collaborates with the West Java Provincial Government. This research was conducted to determine the stages of Telkomsel West Java in determining the segmentation of quota recipients, and the stages of the "Merdeka Belajar" Program. In addition, this study aims to determine the reasons for Telkomsel West Java to partner with the West Java Provincial Government, as well as the reasons for Telkomsel West Java to carry out the CSR program "Merdeka Belajar". Researchers used qualitative research methods with a case study approach. With observation data collection techniques, interviews, documents, and literature study. The results of this study explain the stages of Telkomsel in determining the segmentation of recipients through coordination between divisions at the head office and coordination of distribution segmentation strategies at the regional level. Then the stages of the CSR program "Merdeka Belajar" from the ideation stage of the head office to the implementation at the regional level by carrying out the stages of launching, distribution to aftersales and evaluation. In addition, in this study, it was found that the reason for the West Java Regional Telkomsel to collaborate with the West Java Provincial Government is to facilitate the bureaucracy and obtain data on aid recipients, and the reason for conducting CSR "Merdeka Belajar" is to contribute to meeting the needs of students doing distance learning.

**Keywords:** Program, Corporate Social Responsibility, Telkomsel, Merdeka Belajar.

**Abstrak.** *Corporate Social Responsibility* adalah kewajiban perusahaan yang harus dilakukan sebagai bentuk tanggung jawab kepada masyarakat. Di samping itu, kegiatan ini merupakan bagian dari strategi bisnis yang di dalamnya terdapat wujud kepedulian perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan. CSR dapat dilakukan melalui berbagai sektor, salah satunya adalah pendidikan. Dengan adanya pandemic Covid-19, kegiatan pembelajaran menjadi terhambat. Maka dari itu, PT. X Regional Jawa Barat melakukan kegiatan CSR di bidang pendidikan melalui program "Merdeka Belajar" dengan membagikan kartu perdana dan kuota gratis untuk para pelajar. Program ini bekerja sama dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tahap Telkomsel Jawa Barat menentukan segmentasi penerima kuota, tahapan kegiatan Program "Merdeka Belajar". Selain itu penelitian ini ditujukan untuk mengetahui alasan Telkomsel Jawa Barat bermitra dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat, serta alasan Telkomsel Jawa Barat melakukan program CSR "Merdeka Belajar". Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Dengan teknik pengumpulan data observasi, wawancara, dokumen, dan studi kepustakaan. Hasil penelitian ini menjelaskan tahapan Telkomsel menentukan segmentasi penerima melalui koordinasi antar divisi di kantor pusat dan koordinasi strategi segmentasi distribusi di tingkat regional. Kemudian tahapan program CSR "Merdeka Belajar" dari tahap *ideation* kantor pusat hingga pelaksanaannya di tingkat regional dengan melakukan tahap *launching*, distribusi hingga *aftersales* dan evaluasi. Selain itu, pada penelitian ini ditemukan alasan Telkomsel Regional Jabar melakukan kerja sama dengan Pemprov Jabar yakni untuk mempermudah birokrasi dan mendapat data penerima bantuan, serta alasan melakukan CSR "Merdeka Belajar" adalah untuk turut berkontribusi memenuhi kebutuhan siswa melakukan pembelajaran jarak jauh.

**Kata Kunci:** Program, *Corporate Social Responsibility*, Telkomsel, Merdeka Belajar.

## A. Pendahuluan

PT. X Regional Jawa Barat melakukan salah satu kegiatan CSR yakni “Merdeka Belajar” atau Merdeka Belajar Jarak Jauh (MBJJ) dengan membagikan 3.2 juta kartu perdana kepada pelajar di provinsi Jawa Barat. Warhust (dalam Kartini, 2013: 2) mengatakan, *CSR is the key to operationalizing the strategic role of business in contributing towards this sustainable development process, so that business is able to engage in and contribute to society as a corporate citizen*. Pernyataan ini dapat diartikan bahwa CSR adalah kunci untuk menjalankan strategi bisnis perusahaan yang bersifat berkelanjutan. Sehingga, bisnis tersebut dapat terlibat dan berkontribusi kepada masyarakat sebagai cara perusahaan berperilaku dan meningkatkan keunggulan kompetitif di hadapan masyarakat. Perusahaan sudah seharusnya melaksanakan tanggung jawab sosial tersebut, karena baik langsung maupun tidak, *image* atau citra perusahaan akan terpengaruh setelah dilakukannya CSR. Disesuaikan dengan adanya pandemi covid-19, pada dasarnya, seluruh provider di Indonesia membagikan kuota gratis kepada pelajar dan mahasiswa di Indonesia, bekerja sama dengan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), begitupun juga dengan Telkomsel. Namun berbeda dengan provider lain, Telkomsel kali ini merupakan *pioneer* dalam pembagian kuota di masa pandemi. Bermula sejak adanya pandemi, Telkomsel telah menyediakan kuota belajar sebesar 10 GB dengan harga 10 rupiah. Kemudian dilanjutkan dengan pembagian kartu perdana bagi siswa dan pengajar di seluruh pelosok Indonesia. Dalam kartu perdana tersebut, terdapat kuota sebesar 10 GB, dengan masa berlaku selama 30 hari dan hanya diperuntukkan untuk mengakses 18 aplikasi belajar dan pertemuan daring. Beberapa aplikasi tersebut tidak termasuk dalam aplikasi yang disediakan oleh *provider* lain seperti CloudX yang merupakan aplikasi baru buatan TelkomGrup sendiri. Ditengah kegiatan distribusi kartu perdana itulah, Kemendikbud mengajak kerja sama Telkomsel dan seluruh provider untuk memberi subsidi kuota belajar sejumlah 20-50 *Gigabyte* (GB).

Selain itu, berbeda dengan program dari provider lain, “Merdeka Belajar” ini menjadi satu-satunya program yang secara simbolis diluncurkan dan dipublikasikan oleh akun sosial media Dinas Pendidikan Provinsi Jawa Barat dan Gubernur Jawa Barat, Ridwan Kamil. Berbagai program CSR telah dilakukan oleh Telkomsel Jabar hingga mendapat predikat “Penghargaan Mitra CSR Terbaik” dari Pemerintah Provinsi Jawa Barat pada Tahun 2014, 2016, dan 2017 tersebut. Tahun 2020 ini, salah satu program CSR yang dilakukan adalah “Merdeka Belajar”. Dilaksanakannya kegiatan ini, didasarkan oleh karena sejak awal tahun 2020, masyarakat Indonesia mengalami perubahan yang diakibatkan oleh adanya wabah virus COVID-19. Adapun program pemerintah yakni Pembatasan Sosial Berskala Besar (PSBB) mengubah seluruh tatanan sosial. Seluruh kegiatan tatap muka diubah menjadi daring, baik pertemuan, berbelanja, hingga kegiatan belajar mengajar. Pada saat pandemi seperti ini, seluruh sistem pembelajaran berubah darstis dari *offline* atau tatap muka, menjadi *online* atau secara daring melalui berbagai media. Dilaksanakannya program “Merdeka Belajar” oleh Telkomsel Jabar, menuai banyak respon publik, mayoritas berasal dari orang tua murid.

Sebagai perusahaan pertama yang melaksanakan program CSR di bidang kuota belajar, banyak aspek yang dapat ditemukan, terutama dalam menghadapi kebutuhan mendadak dengan jumlah yang besar dan segmentasi penerima yang luas. Selain itu, kerja sama dengan pemerintah provinsi setempat menjadi daya tarik tersendiri dalam melaksanakan kegiatan CSR “Merdeka Belajar” kali ini. Maka dari itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui dan menganalisis program CSR “Merdeka Belajar” oleh Telkomsel Regional Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses PT. X Jawa Barat menentukan segmentasi penerima kuota dan mengetahui tahapan kegiatan Program “Merdeka Belajar”. Selain itu juga, untuk mengetahui alasan PT. X Jawa Barat bermitra dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam program CSR “Merdeka Belajar”. Kemudian untuk mengetahui alasan PT. X Jawa Barat melakukan program CSR “Merdeka Belajar”. Untuk mencapai tujuan tersebut, penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai pengumpulan data pada suatu latar secara alami yang memiliki tujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi, dengan peneliti berposisi sebagai instrumen kunci (dalam Anggito & Setiawan, 2018: 8). Sedangkan pendekatan yang digunakan pada peneltian ini adalah studi kasus untuk memahami suatu kasud

secara mendalam, detail, dan komprehensif.

## B. Metodologi Penelitian

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah sebuah paham penelitian yang berusaha melihat bahwa realita sosial dibangun oleh pemaknaan dari masyarakat yang ada dan terlibat di dalamnya. Paradigma konstruktivisme memandang suatu realita sebagai sesuatu yang relatif, bergantung dari pengalaman subjek yang melakukannya dan hal tersebut bisa secara umum digeneralisasikan (dalam Adi, *et al.*, 2016: 83).

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif dapat didefinisikan sebagai pengumpulan data pada suatu latar secara alami yang memiliki tujuan untuk menafsirkan fenomena yang terjadi, dengan peneliti berposisi sebagai instrumen kunci (dalam Anggito & Setiawan, 2018: 8). Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah studi kasus. Menurut Faisal (dalam Ardianto, 2019: 64), studi kasus merupakan tipe pendekatan untuk meneliti dan memahi satu kasus secara intensif, mendetail, mendalam, dan komprehensif.

Penelitian ini menggunakan teori yang mengacu pada *Corporate Social Responsibility* tentunya, dan dengan dilengkapi konsep *new media*. Definisi CSR dari Jhonatan Sofian menyebutkan, bahwa CSR merupakan konsep ketika perusahaan dalam kegiatan operasinya, wajib untuk memenuhi dan memperhatikan kepentingan stakeholder agar mendapat keuntungan (dalam Marthin & Marthen, 2017: 112). Dalam CSR, terdapat konsep *Triple Bottom Line* (TBL) yang menurut H. Alhaddi (dalam Michael, *et al.*, 2019: 24 & 26) kerangka *triple bottom line* (*profit, people, planet*) memiliki target tanggung jawab perusahaan melalui tiga nilai yang dipercaya dapat menyeimbangkan kondisi korporat dalam beroperasi yaitu fokus pada ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kemudian ditambahkan dengan satu aspek *procedure* oleh Suharto (dalam Salmi, 2011:24) untuk menerapkan TBL yang berkelanjutan. Logan (2010: 4) menyampaikan mengenai definisi *New Media* dalam bukunya *Understanding New Media, the term new media will in general refer to those digital media that are interactive, incorporate two-way communication, and involve some form of computing as opposed to old media such as telephone, radio and TV*. Hal ini dapat diartikan bahwa Logan memaknai media baru/*new media* secara umum mengacu pada media digital yang interaktif, menggabungkan komunikasi dua arah, dan melibatkan beberapa bentuk komputerisasi yang bertentangan dengan media lama seperti telepon, radio, dan TV.

Media sosial sebagai bagian dari salah satu perkembangan teknologi, telah merubah tatanan komunikasi seorang PR, terutama untuk kebutuhan publikasi. Seperti yang disampaikan oleh Olivia (dalam Palapah, 2020: 219), *technology has shifted the PR communication pattern, allowing easier access and interaction between PR and its users. The potential influence of the internet cannot be measured, but there is strategic potential in using the internet as a channel of information, to distribute news, to build a communication channel and as a channel for transactions*. Melalui definisi tersebut, dapat diketahui bahwa teknologi dapat membuat akses informasi dan interaksi menjadi lebih mudah, juga salah satu penggunaan internet adalah untuk media informasi dan komunikasi, menyebarkan berita, dan sebagai media bertransaksi. Adapun teori tambahan yakni komunikasi organisasi yang secara fungsional, komunikasi organisasi dapat diartikan sebagai penafsiran pesan antar unit dalam organisasi tersebut. Hal ini dapat terjadi kapanpun, dan penafsiran tersebut dilakukan oleh banyak individu di saat yang sama, melalui berbagai faktor yang disebut sistem komunikasi organisasi. Sedangkan secara interpretif, komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi (dalam Pace & Don, 2018: 31-33).

## C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini, peneliti akan memaparkan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi kepustakaan terkait Program CSR “Merdeka Belajar” oleh PT. X Regional Jawa Barat.

### **Penentuan segmentasi penerima kuota pada program “Merdeka Belajar”**

Segmentasi penerima pada program “Merdeka Belajar” ini ditentukan oleh Telkomsel pusat (HQ) dengan melibatkan divisi *sales*, *marketing*, dan *product development*. Melalui rapat koordinasi antar divisi tersebut, hal pertama yang diputuskan adalah bahwa penerima bantuan merupakan siswa dan tenaga pengajar di tingkat TK, SD, SMP, SMA, SMK, Mahasiswa S1 dan S2 dengan total jumlah keseluruhan sebanyak 13 juta kartu perdana, dan angka tersebut diketahui tak lepas dari data Kemendikbud. Selanjutnya untuk mengisi kuota di kartu perdana tersebut ditentukan sejumlah 10 GB karena dianggap cukup memenuhi kebutuhan pembelajaran jarak jauh berdasarkan riset pembelian kuota siswa pada umumnya. Kartu perdana yang dibagikan hanya dapat mengakses aplikasi edukasi, pertemuan, dan chat tertentu, yang telah bekerja sama dengan Telkomsel baik telah lama maupun semenjak program ini dilaksanakan. Adapun aplikasi yang berbeda dari provider lain adalah CloudX yang merupakan produk TelkomGroup.

Kemudian tahap kedua yakni pembagian wilayah provinsi Jawa Barat menjadi dua kantor regional yakni regional *eastern* dan regional Jawa Barat. Selanjutnya Telkomsel Regional Jabar menentukan segmentasi distribusi, guna mewujudkan pelaksanaan distribusi yang efektif. Segmentasi tersebut ditentukan berdasarkan zona wilayah terdampak Covid-19 yang terparah hingga yang terendah. Di tengah proses distribusi, tahap selanjutnya adalah koordinasi antara Kemendikbud dan divisi yang ada di kantor pusat (HQ) untuk mengklasifikasi subsidi kuota yang diberikan dari Kemendikbud disesuaikan dengan kebutuhan setiap tingkat pendidikan. Setiap bulannya, untuk peserta didik tingkat TK/PAUD mendapatkan 20 GB, SD, SMP, dan SMA sebesar 35GB, dan tenaga pendidik pada tingkat ini mendapatkan 42GB. Untuk tingkat mahasiswa dan dosen, mendapat kuota sebanyak 50GB setiap bulan.

### **Tahapan kegiatan Program “Merdeka Belajar”**

Tahapan program CSR “Merdeka Belajar” ini terdiri dari tahap pertama yakni *ideation*, yang dilakukan ketika Telkomsel pusat menentukan segmentasi, tujuan, dan mekanisme pelaksanaan tiga kegiatan yakni 10GB 10rupiah, kartu perdana, dan subsidi kuota dari Kemendikbud dan keseluruhannya menghasilkan *brief program*. Kemudian di tahap selanjutnya, *brief program* tersebut disosialisasikan ke level area dan regional untuk kemudian disusun strateginya oleh tiap kantor regional. Melalui strategi tersebut, tahap selanjutnya yang dipilih Telkomsel Regional Jabar adalah dengan bekerja sama dengan Pemprov untuk memperoleh data dan mempermudah birokrasi di level kota dan sekolah. Kemudian kesepakatan tersebut diresmikan secara simbolis melalui tahap *launching*, yang kemudian melalui tahap publikasi ke sosial media @ridwankamil dan @disdikjabar selaku *key opinion leader*. Selain itu, program ini dipublikasikan ke media massa yang telah terafiliasi dengan pemerintah dan Telkomsel. Setelah itu, pelaksanaan distribusi ke tiap sekolah melibatkan pihak ke-3 yakni SBP.

Seiring dengan dilaksanakannya distribusi, Telkomsel HQ mensosialisasikan setiap kegiatan melalui akun sosial media resmi dan juga SMS *blast*, dan di tingkat regional Jabar melalui *WhatsApp Group* kepada setiap perwakilan sekolah. Setelah itu, terdapat tahap *aftersales* guna mengkonfirmasi terkait aktivasi dan pendaftaran subsidi kuota Kemendikbud. Tahap selanjutnya, setiap hari tim MMSS di tiap regional melakukan tahap evaluasi dengan level area terkait pelaksanaan program, yang kemudian menjadi laporan ke tingkat pusat. Di sisi lain, MMSS juga melakukan evaluasi bulanan dengan Disdik Jabar. Program ini ditutup dengan *outbond call* untuk konfirmasi kesediaan pelanggan untuk menggunakan kuota tersebut dan penawaran perpanjangan kuota belajar.

### **Alasan PT. X Jawa Barat bermitra dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam program CSR “Merdeka Belajar”**

Telkomsel Regional Jabar memilih bekerja sama dengan Pemprov Jabar, melalui dinas pendidikan dengan berbagai alasan. Pertama karena memang pada dasarnya Telkomsel telah lama menjalin kerja sama di berbagai bidang. Sehingga untuk kerja sama pada program CSR kali ini menjadi lebih mudah. Kemudian kerja sama ini dilakukan untuk mempermudah birokrasi di level kota dengan memanfaatkan *key opinion leader* di tingkat provinsi. Alasan

selanjutnya adalah untuk mendapatkan data pasti terkait kebutuhan para siswa dan pengajar penerima bantuan kartu perdana. Selain itu, adanya kesamaan tujuan antara pihak Telkomsel dan Pemprov Jabar menjadi salah satu alasan terjadinya kerja sama ini.

Meski begitu, dari kantor pusat Telkomsel, tidak mewajibkan tiap kantor regional untuk bekerja sama dengan pemetintah provinsi di wilayahnya. Selain bekerja sama dengan pemerintah di tingkat provinsi, Telkomsel Regional Jabar juga menjalin kerja sama dengan Pemkot di 18 kota/kabupaten cakupan wilayahnya. Berdasarkan isi kesepakatan, Disdik Jabar memiliki tupoksi untuk memberikan data kebutuhan kartu perdana, sedangkan Telkomsel selaku penyedia produk dan pelaksana distribusi. Untuk itu, seluruh biaya produksi dan distribusi ditanggung sepenuhnya oleh Telkomsel. Kerja sama ini berdampak pada kemudahan birokrasi di level kota maupun sekolah karena telah mendapat arahan dari tingkat provinsi.

### **Alasan PT. X Jawa Barat melakukan program CSR “Merdeka Belajar**

Dengan adanya pandemi Covid-19 ini menjadi alasan utama Telkomsel melakukan CSR “Merdeka Belajar” tahun 2020. Hal ini dilakukan karena mengingat banyaknya permasalahan yang timbul akibat tatanan yang timbul akibat pandemi utamanya di bidang Pendidikan. Selain itu, Telkomsel telah lama melaksanakan program CSR setiap tahunnya. Oleh karena itu, Telkomsel telah menyiapkan dana tersendiri untuk program kali ini.

Alasan selanjutnya adalah Telkomsel melihat adanya kebutuhan siswa khususnya dalam jaringan internet untuk melakukan pembelajaran jarak jauh. Kemudian Telkomsel juga ingin turut berkontribusi kepada masyarakat melalui kemampuan perusahaan yakni jaringan internet, untuk menunjang pembelajaran jarak jauh para siswa dan tenaga pengajar. Selain bertujuan untuk mendukung kegiatan belajar-mengajar, secara jangka panjang, juga bertujuan untuk memperkuat jaringan di pelosok Indonesia. Program ini seiring waktu terus berkembang dari kuota 10GB 10 rupiah, kemudian distribusi kartu perdana, hingga subsidi kuota bekerja sama dengan Kemendikbud. Dapat dikatakan, program CSR “Merdeka Belajar” berdampak langsung terhadap kemudahan siswa dalam mengakses internet, terutama di wilayah pelosok Indonesia, dan secara tidak langsung berdampak pada citra perusahaan dan *brand acknowledgement*.

### **D. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil temuan penelitian yang telah dipaparkan oleh peneliti berjudul Analisis Program Corporate Social Responsibility PT. X Regional Jawa Barat (Studi Kasus pada Program “Merdeka Belajar”), maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Penentuan segmentasi penerima kartu perdana dilakukan oleh divisi *sales, marketing*, dan *product development* Telkomsel Indonesia (HQ) dengan hasil TK, SD, SMP, SMA, SMK, Mahasiswa S1 dan S2 sebagai segmentasi *youth*, dan tenaga pengajar sebagai kelengkapannya. Kemudian pada tahap selanjutnya, segmentasi wilayah Provinsi Jawa Barat dibagi ke dalam dua kantor regional yakni *eastern* dan Jawa Barat. Di regional Jabar sendiri ada tahap ketiga yakni pembagian wilayah distribusi bergantung pada zona wilayah terdampak covid. Setelah itu terdapat tahap koordinasi di Telkomsel pusat dengan Kemendikbud untuk menentukan segmentasi subsidi kuota belajar.
2. Terdapat 11 tahapan kegiatan pada CSR kali ini, yang pertama tahapan *ideation* di Telkomsel HQ untuk menentukan tujuan dan segmentasi kemudian menghasilkan *brief program* yang selanjutnya disosialisasikan ke level area dan regional. Tahap ketiga berlangsung di level regional Jawa Barat, yakni penentuan strategi distribusi, hingga diputuskan untuk melakukan tahap kerja sama dengan Pemprov Jabar untuk mendapat data dan mempermudah birokrasi, yang diresmikan dengan tahap *launching* yang juga melalui tahap publikasi di media massa dan media sosial. Kemudian dilanjutkan dengan tahap ketujuh yakni distribusi kartu oleh Telkomsel Jabar, dan dilengkapi dengan tahap sosialisasi distribusi melalui SMS *blast*, media sosial HQ, dan grup WhatsApp. Kemudian tahap *aftersales* dilakukan untuk menangani masalah registrasi dan isi ulang. Adapun tahap evaluasi dilakukan secara harian di level regional dan area, yang kemudian menjadi laporan ke kantor HQ, dan secara bulanan di level regional dan Disdik Jabar. Di akhir periode dilakukan tahap terakhir, yakni *outbond call* untuk memastikan

- penggunaan kuota, dan penawaran perpanjangan kuota belajar.
3. Terdapat beberapa alasan dilakukannya kemitraan dengan Pemprov Jabar dalam program CSR kali ini. Telkomsel, utamanya Regional Jabar telah lama menjalin kerjasama dengan Pemerintah Provinsi Jawa Barat baik melalui program CSR, maupun kegiatan lainnya. Hal itu berdampak pada alasan kedua kerja sama kali ini yang dilakukan Telkomsel, yaitu untuk mempermudah birokrasi di level kota dan sekolah saat distribusi kartu. Selanjutnya, kerja sama ini juga dilakukan untuk mendapat data pasti jumlah penerima kartu di Jawa Barat. Disamping itu, pihak Pemprov Jabar pun membutuhkan program ini untuk memenuhi kebutuhan para siswa. Dengan adanya kesamaan tujuan antar dua pihak tersebut, kemitraan ini dapat berjalan.
  4. Alasan utama Telkomsel melakukan program CSR kali ini adalah adanya pandemi Covid-19 mengingat berbagai sistem kegiatan berubah dari tatap muka menjadi daring. Alasan selanjutnya, Telkomsel memiliki pengalaman CSR tahunan sebelumnya sehingga siap secara strategi dan finansial untuk melaksanakan program kali ini. Selain itu, Telkomsel menyadari adanya kebutuhan siswa di seluruh pelosok Indonesia untuk dapat mengakses internet dalam pembelajaran jarak jauh. Untuk itu, Telkomsel juga ingin berkontribusi untuk masyarakat melalui kapabilitas yang dimiliki perusahaan yakni jaringan internet.

#### Daftar Pustaka

- [1] Anggito, A., & Setiawan J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- [2] Ardianto, E. 2019. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations*. Cetakan ke-5. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- [3] Kartini, D. 2013. *Corporate Social Responsibility: Transformasi Konsep Sustainability Management Dan Implementasi Di Indonesia*. Cetakan ke-2. Bandung: Refika Aditama.
- [4] Logan, R. K. 2010. *Understanding New Media: Extending Marshall McLuhan*. Bern: Peter Lang Publishing.
- [5] Pace, R. W. & Don F. F. 2018. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Cetakan ke-10. Penerjemah: Deddy Mulyana. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- [6] Adi, A. N., et al. 2016. "Motif Anggota Komunitas Musik HIP HOP RUN BDG Bandung" dalam *Jurnal Manajemen Komunikasi Universitas Padjajaran* Volume 1, Nomor 1, Tahun 2016, (hlm. 79-94).
- [7] Marthin., & Marthen B. S. 2017. "Implementasi Prinsip *Corporate Social Responsibility* (CSR) Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 Tentang Perseroan Terbatas" dalam *Journal Of Private And Commercial Law*, Volume 1, Nomor 1, Tahun 2017, (hlm. 111-132).
- [8] Michael, R., et al. 2019. "Program CSR Yayasan Unilever Indonesia Berdasarkan Teori *Triple Bottom Line*" dalam *Jurnal Pekerjaan Sosial*, Volume 2, Nomor 1, Tahun 2019 (hlm. 23-31).
- [9] Palapah, M.A.O. 2020. "*Instagram Activation as a part of University Public Relations Social Media Orchestration*" dalam *MediaTor* Volume 13, Nomor 2, Tahun 2020, (hlm. 217-232).
- [10] Salmi, F. 2011. "Pengaruh Penerapan *Corporate Social Responsibility* (CSR) Terhadap Marjin Laba Perusahaan: Survei Pada 3 Perusahaan Pertambangan Peraih ISRA 2009". Skripsi. Universitas Widyatama.