

ABSTRAK

Perkembangan *Corporate Social Responsibility* (CSR) sebagai salah satu kegiatan sosial perusahaan, dari tahun ke tahun semakin menjadi perbincangan. Setiap perusahaan yang berbadan hukum PT wajib untuk memberlakukan CSR pada kegiatan perusahaannya. Selain itu, kini CSR dapat dilakukan dalam bentuk keterlibatan program atau kegiatan pengembangan komunitas (*Community Development*). Hal ini dilakukan PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. sebagai perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) ternama di Indonesia. Dengan memiliki unit *Community Development Center* (CDC) yang terdiri dari Program Kemitraan dan Bina Lingkungan, Telkom selalu berupaya memberdayakan masyarakat melalui program *Broadband Learning Center* yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pendidikan.

Hal tersebut yang menarik penulis untuk melakukan penelitian mengenai “Proses Operasional Public Relations dalam Program CSR “*Broadband Learning Center*” Oleh CDC PT. Telkom, Tbk. Untuk Pengadaan Laboratorium IT PAUD Al-Hidayah Desa Dayeuhkolot Bandung”. Adapun penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses operasional *public relations* dalam program CSR “*Broadband Learning Center*” melalui tahap *defining public relations problems, planning and programming, taking action and communicating, dan evaluating the program*.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Deskriptif Analisis, dimana hanya menggambarkan dan memaparkan situasi dan peristiwa yang terjadi di lapangan dan sesuai dengan fakta yang ada. Dalam hal ini peneliti bertindak sebagai pengamat dan terjun langsung ke lapangan. Sedangkan teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, dimana sampel pada penelitian ini ditentukan sesuai karakteristik penelitian.

Dari penelitian ini dapat diambil kesimpulan mengenai empat tahap proses operasional *public relations* yang dilakukan CDC Telkom, dalam melakukan program CSR “*Broadband Learning Center*” untuk pengadaan Laboratorium IT PAUD Al-Hidayah. Kesimpulan keempat tahap tersebut yaitu: tahap *defining public relations problems* yang dilakukan adalah pengamatan di lapangan dengan mencari opini masyarakat dan menanggapi opini masyarakat, serta menetapkan pihak-pihak yang akan terlibat dalam pelaksanaan program. Pada tahap *planning and programming* yang telah dilakukan antara lain memproses proposal yang masuk ke sekretariat dan lebih fokus kepada perencanaan kegiatan yang akan dilakukan. Tahap *taking action and communicating* CDC Telkom tidak bekerja sendirian tetapi melibatkan KOPEGTEL sebagai pihak yang membeli bantuan dan menyerahkan bantuan pada objek bantuan. Sedangkan pada tahap *evaluating the program* dapat diketahui bahwa pelaksanaan program ini dinilai cukup efektif. Namun terdapat beberapa perbaikan seperti kurangnya personil CDC Telkom untuk mengontrol pelaksanaan secara langsung.

ABSTRACT

The development of Corporate Social Responsibility (CSR) as one of the social activities of the company, from years is become a conversation. Any incorporated company obliged to enact CSR in their business activities. In addition, CSR have done in the form of program involvement or community development activities (Community Development). This is done by PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. as state-owned enterprises (SOEs) famous in Indonesia. By having a unit of Community Development Center (CDC) consisting of the Partnership and Community Development Program, Telkom always seeks to empower communities through Broadband Learning Center program that aims to improve the quality of education.

It is interesting authors to conduct research on "Operational Process of Public Relations in the CSR Program" Broadband Learning Center "By CDC PT. Telkom, Tbk. For IT Procurement Laboratories ECD Al-Hidayah Dayeuhkolot Village Bandung ". This study will aims to determine how the operational processes of public relations in CSR program "Broadband Learning Center" through the stages of defining public relations problems, planning and programming, taking action and communicating, and evaluating the program. The method have used in this research is descriptive method of analysis, which only describe and explain the situation and the events that happened on the field and in accordance with the facts. In this case the researchers acted as observers and go directly to the field. While the sampling technique used was purposive sampling, where the sample in this study was determined according to the characteristics of the study.

From this study have concluded about the four stages of the operational process that conducted public relations CDC Telkom, the CSR programs "Broadband Learning Center" for the procurement of IT Laboratory ECD Al-Hidayah. The Conclusion of four stages are: stage of defining public relations problems is the observation made in the field by seeking public opinion and respond to public opinion, and to determine the parties that will be involved in the implementation of the program. At this stage of planning and programming process has been carried out, among others, proposals for sekretariat and more focused on planning activities to be carried out. Phase-taking action and communicating CDC Telkom does not work alone but involves Kopegtel as the party purchasing assistance and help deliver aid on the object. While at stage of evaluating the program have seen that the implementation of this program is effective. However, there are some improvements such as a lack of personnel to control the implementation of CDC Telkom directly.