

Modal Sosial dalam Transformasi Program CSR IndonesiaNEXT PT. Telekomunikasi Selular = Social Capital in PT. Telekomunikasi Selular's IndonesiaNEXT CSR Program Transformation.

Rangga Putera Perdana, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504524&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang penerapan modal sosial yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Selular dalam upaya membangun citra perusahaan melalui program CSR Indonesia NEXT. Modal sosial merupakan jaringan keterikatan sosial yang diatur oleh norma-norma yang menentukan produktivitas suatu kelompok masyarakat atau komunitas, sehingga memberikan kontribusi dalam aktivitas ekonomi masyarakat. IndonesiaNEXT yang bergerak di bidang pendidikan dengan menysasar peningkatan kualitas mahasiswa melalui acara seminar, pelatihan kompetensi bidang TIK dan kompetisi nasional. Tesis ini bertujuan untuk mengetahui penerapan modal sosial yang dilakukan oleh PT. Telekomunikasi Selular dalam upaya mengubah citra perusahaan melalui program CSR Indonesia NEXT. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara secara virtual, studi dokumen dan tinjauan literatur. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penerapan aspek modal sosial yang dilakukan oleh Telkomsel dalam upayanya membangun citra perusahaan melalui transformasi program CSR Indonesia NEXT ini belum terlaksana dengan sempurna. Rencana strategis perusahaan sebagai norma/aturan tertulis yang memuat tentang transformasi perusahaan digital belum mengakomodasi proses pelaksanaan program Indonesia NEXT. Dibutuhkan kolaborasi dengan stakeholder lain, baik divisi lain maupun mitra dalam mencapai tujuan tersebut. Hal ini juga berkaitan dengan kepercayaan yang harus terus dibangun dalam jangka panjang.

.....This study discusses the application of social capital conducted by PT. Telekomunikasi Selular in an effort to build a corporate image through the IndonesiaNEXT CSR program. Social capital is a network of social ties governed by norms that determine the productivity of a group of people or community, thus contributing to the economic activities of society. IndonesiaNEXT is engaged in education by targeting the improvement of the quality of students through seminars, ICT competency training and national competitions. This thesis aims to determine the application of social capital carried out by PT.

Telekomunikasi Selular in an effort to change the company's image through the Indonesia NEXT CSR program. The method used is qualitative with a descriptive approach. Data collection is done by virtual interviews, document studies and literature reviews. The research findings show that the application of social capital aspects by Telkomsel in its efforts to build a corporate image through the transformation of the Indonesia NEXT CSR program has not been implemented perfectly. The company's strategic plan as written norms/rules that contain the transformation of digital companies has not accommodated the Indonesia NEXT program implementation process. Collaboration is needed with other stakeholders, both divisions and partners in achieving these goals. This also relates to trust that must be built in the long run.