

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Perkembangan zaman membuat adanya perubahan pada kebutuhan manusia, salah satunya yaitu internet yang menjadi kebutuhan utama saat ini. Segala sesuatu dikerjakan dengan menggunakan internet. PT. Telkom sadar akan berkembangnya internet menjadi kebutuhan jauh sebelumnya. Dengan permasalahan secara global yaitu masih rendahnya penetrasi internet yang memberi dampak bagi pertumbuhan ekonomi negara maka PT. Telkom melakukan suatu tindakan nyata yaitu membuat program pelatihan *Broadband Learning Centre* dengan target sasaran komunitas Usaha Kecil Menengah agar dapat mendukung mereka dalam memasarkan produk dan turut serta memberi dampak pada peningkatan penetrasi internet dan perekonomian negara. Pelaksanaan program tidak hanya berjalan begitu saja namun dibutuhkan strategi tersendiri agar program kegiatan dapat menjadi solusi dan bermanfaat bagi kedua belah pihak.

V.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi *community relations* program pelatihan *Bradband Learning Centre* yang dilaksanakan oleh PT. Telkom, dimana analisis ini dilakukan berdasarkan hasil wawancara dan observasi, maka didapat kesimpulan sebagai berikut.

Program *community relations Broadband Learning Centre* dalam pelaksanaannya mempunyai strategi sendiri dan strategi yang dijalankan terbagi ke dalam empat tahapan yaitu *scanning* (pengumpulan fakta) yaitu dengan melihat peluang dari luar yaitu rendahnya penetrasi internet dan adanya masyarakat bebas Asean, setelah itu melihat kekuatan dari PT. Telkom

yaitu kegiatan *community relations* yang dilaksanakan secara berkelanjutan, PT. Telkom sebagai penyedia jasa internet dan adanya mitra kerja dengan Pemkot Surabaya, selain itu juga melihat kelemahan PT. Telkom yaitu terpusatnya dana untuk kegiatan pelatihan ini. Tahapan kedua yaitu perencanaan dengan menyelaraskan visi perusahaan dengan tujuan program, menetapkan komunitas Usaha Kecil Menengah sebagai sasaran utama, dan penyusunan bahan materi pelatihan.

Tahapan ketiga yaitu pelaksanaan dengan penempatan awal tempat pelatihan, realisasi kerjasama dengan Pemkot Surabaya, tahapan pelatihan yang ada, pemanfaatan alumni sebagai saluran komunikasi utama, dan menjalin kerjasama dengan perusahaan lain untuk menutupi kelemahan PT. Telkom. Tahapan terakhir yang tidak dilaksanakan oleh PT. Telkom yaitu evaluasi karena menurut mereka program *Broadband Learning Centre* merupakan sumbangsih organisasi untuk masyarakat luas sehingga untuk evaluasi yang mendalam mereka tidak melakukannya.

Walaupun tidak melakukan evaluasi secara mendalam namun mereka meyakini bahwa program *Broadband Learning Centre* telah mencapai keberhasilan yang besar. Pihak PT. Telkom menilai keberhasilan yang telah dicapai hanya dari satu sisi yaitu banyaknya peserta yang mengikuti dan juga banyaknya lulusan atau alumni dari *Broadband Learning Centre*.

Tepatnya target sasaran dan adanya kerjasama PT. Telkom dengan Disperindag membuat PT. Telkom tidak perlu bersusah payah untuk mengumpulkan peserta sehingga pelatihan dapat terlaksana dengan cepat. Peningkatan peserta juga dikarenakan PT. Telkom mengangkat cerita

kesuksesan dari para lulusan *Broadband Learning Centre* yang telah mengikuti pelatihan dan mengaplikasikan apa yang telah mereka dapatkan selama pelatihan ke dalam usaha mereka, sehingga banyak pelaku Usaha Kecil Menengah yang belum mengenal *Broadband Learning Centre* pada akhirnya mengetahui dan memutuskan untuk bergabung.

Tahapan strategi yang dilaksanakan oleh PT. Telkom dalam pembuatan dan pelaksanaan program *Broadband Learning Centre* ini memberikan dampak keberhasilan atas kegiatan pelatihan ini.

IV.2. Saran

IV.2.2. Saran Praktis

Berdasarkan hasil analisis terhadap strategi *community relations* PT. Telkom dalam program *Broadband Learning Centre*, dimana analisis ini dilakukan, terdapat beberapa kekurangan.

Dari tahapan manajemen strategi yang dijalankan oleh PT. Telkom seharusnya PT. Telkom tidak melewatkan untuk melaksanakan evaluasi. Karena tahapan pada manajemen strategis merupakan tahapan yang berlangsung secara berkelanjutan dan saling mempengaruhi antara satu tahapan-dengan tahapan yang lain, sehingga semua tahapan harus dilakukan untuk membuat program yang dilaksanakan berkembang dan memberikan hasil yang lebih signifikan sesuai dengan target yang ditetapkan ataupun lebih. Terlebih evaluasi atas kinerja program yang telah diimplementasikan merupakan sebuah keharusan manajemen guna melihat seberapa tepat tujuan yang akan dicapai dan seberapa besar capaian yang telah dihasilkan oleh program

Penyampaian kepada masyarakat khususnya target sasaran sudah cukup tepat melalui kerjasama dengan Disperindag, namun tidak semua pelaku Usaha Kecil Menengah tergabung di Disperindag sehingga dibutuhkan media untuk menyampaikan kepada para pelaku Usaha Kecil Menengah lainnya agar mereka juga dapat mengikuti pelatihan.

IV.2.2 Saran Akademis

Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat memperdalam mengenai program *Broadband Learning Centre* yang berhasil ini dan dengan penelitian yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, E. (2011). *Handbook of Public Relations*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. (2007). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Elkington, John. (1997). *Cannibals With Forks The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. United Kingdom: Capstone Publishing Limited.
- Gozali, Dodi. (2005). *Communication Measurement Konsep dan Aplikasi Pengukuran Kinerja Public Relations*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Iriantara, Yosol. (2013). *Community Relations Konsep dan Aplikasinya*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Lattimore, Dan & Otis Baskin. (2010). *Public Relations Profesi dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulayana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. (2007). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Wheelen, Thomas L. & Hunger, J. David. (2012). *Strategic Management and Business Policy*. 13th ed. Reading, Mass.: Addison-Wesley Publishing Company.

- Wibisono, Yusuf. (2007). *Membedah Konsep & Aplikasi CSR Corporate Social Responsibility*. Gresik: Fascho Publishing.
- Yin, Robert K. (2008). *Studi Kasus Desain dan Metode*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Yusuf, Muri. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Grup.

Website

- Asosiasi Penyelenggara Internet Indonesia. (2014, Oktober 11). *PRESS RELEASE-Profil Terkini Internet Industri Indonesia*. Diakses pada tanggal 25 November 2014 dari <http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/213/press-release-profil-terkini-internet-industri-ind.html>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2014, 26 Oktober). Profil Pengguna Internet Indonesia. APJII (on-line). Diakses pada tanggal 25 November 2014 dari <http://www.apjii.or.id/v2/read/content/laporan-publik/177/profil-internet-indonesia-2012.html>
- Echnusa. (2014, Oktober 25). *Daftar Jumlah Pengguna Internet Dunia 1995-2008*. Diakses pada tanggal 25 November 2014 dari <http://nusantaranews.wordpress.com/2009/02/28/daftar-jumlah-pengguna-internet-dunia-1995-2008/>
- Agnes Swetta. (2012, Juni 10). *Surabaya Menuju Kota “Cyber”*. Diakses pada tanggal 8 Mei 2015 dari
<http://regional.kompas.com/read/2012/06/10/18330431/Surabaya.Menuju.Kota.Cyber>
- Samiaji. (2012, November 2012). *Pertumbuhan Jumlah Pengguna Internet Indonesia Kuantitas VS Kualitas*. Diakses pada tanggal 8 Mei 2015 dari <http://teknologi.kompasiana.com/internet/2012/11/02/pertumbuhan-jumlah-pengguna-internet-indonesia-kuantitas-vs-kualitas-pengguna-506079.html>

Samuel A. Pangerapan. (2015, Maret 23). Pengguna Interenet Indonesia Tahun 2014, Sebanyak 88,1 Juta (34,9%). Diakses pada tanggal 8 Mei 2015 dari <http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html>

Wawancara

Supriatno, Djodi. (2015, Januari 22). *Strategi Community Relations Broadband Learning Centre*. (C. Maureen Sinaga, interviewer).

Adhayani, Ivone. (2015, Maret 10). *Strategi Community Relations Broadband Learning Centre*. (C. Maureen Sinaga, interviewer).

Solikhin, Muhammad. (2015, Febuari 2). *Strategi Community Relations Broadband Learning Centre*. (C. Maureen Sinaga, interviewer).

Chotimah, Noor. (2015, Febuari 2015). *Manfaat Pelatihan Broadband Learning Centre*. (C. Maureen Sinaga, interviewer).

Latifah, Lilik. (29 Juni 2015). *Manfaat Pelatihan Broadband Learning Centre*. (C. Maureen Sinaga, interviewer).

Pujianti, Ariani. (30 Juni 2015). *Manfaat Pelatihan Broadband Learning Centre*. (C. Maureen Sinaga, interviewer).

Fahmi, Muhammad. (2015, Febuari 2015). *Pengajaran di Broadband Learning Centre*. (C. Maureen Sinaga, interviewer).