BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek Penelitian

3.1.1 Sejarah PT.Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat

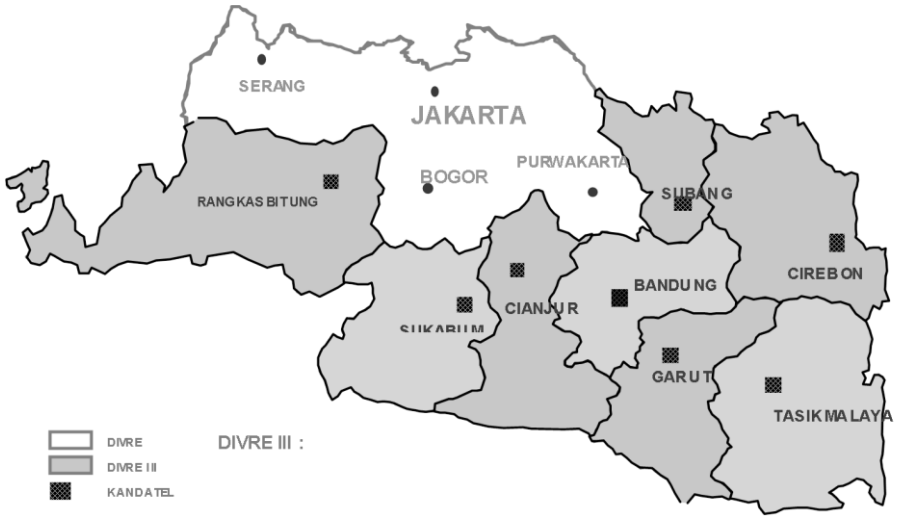
PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat dalam peta bisnis layanan jasa telekomunikasi menguasai wilayah propinsi Jawa Barat dengan bentang geografi dari kawasan Ujungkulon hingga Losari.

Torehan perjalanan PT TELKOM Regional Jawa Barat dimulai ketika masih menyandang sebutan DTEL V Bandung dimasa TELKOM masih berstatus Perusahaan Negara (PN), selanjutnya berganti sebutan menjadi WITEL V Jawa Barat saat status TELKOM sebagai Perusahaan Umum (PERUM), ketika TELKOM mulai akan "*Go Public*" sebagai *Public Corporation*, TELKOM telah menyandang predikat sebagai perusahaan terbuka Perseroan Terbatas (PT), sebutan WITEL V-pun berubah menjadi Regional untuk wilayah Jawa Barat & Banten secara utuh.

Kehadiran Mitra Kerjasama Operasi (KSO) PT. Ariawest International dalam kancah bisnis jasa informasi dan telekomunikasi di PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat tahun 1995, membawa konsekuensi adanya penciutan area bisnis, dengan di masukkannya Bogor, Serang dan Purwakarta (BOSEPUR) sebagai bagian dari wilayah bisnis PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat Jakarta.

Gambar 3.1

Area PT. Telkom RegionalJawa Barat

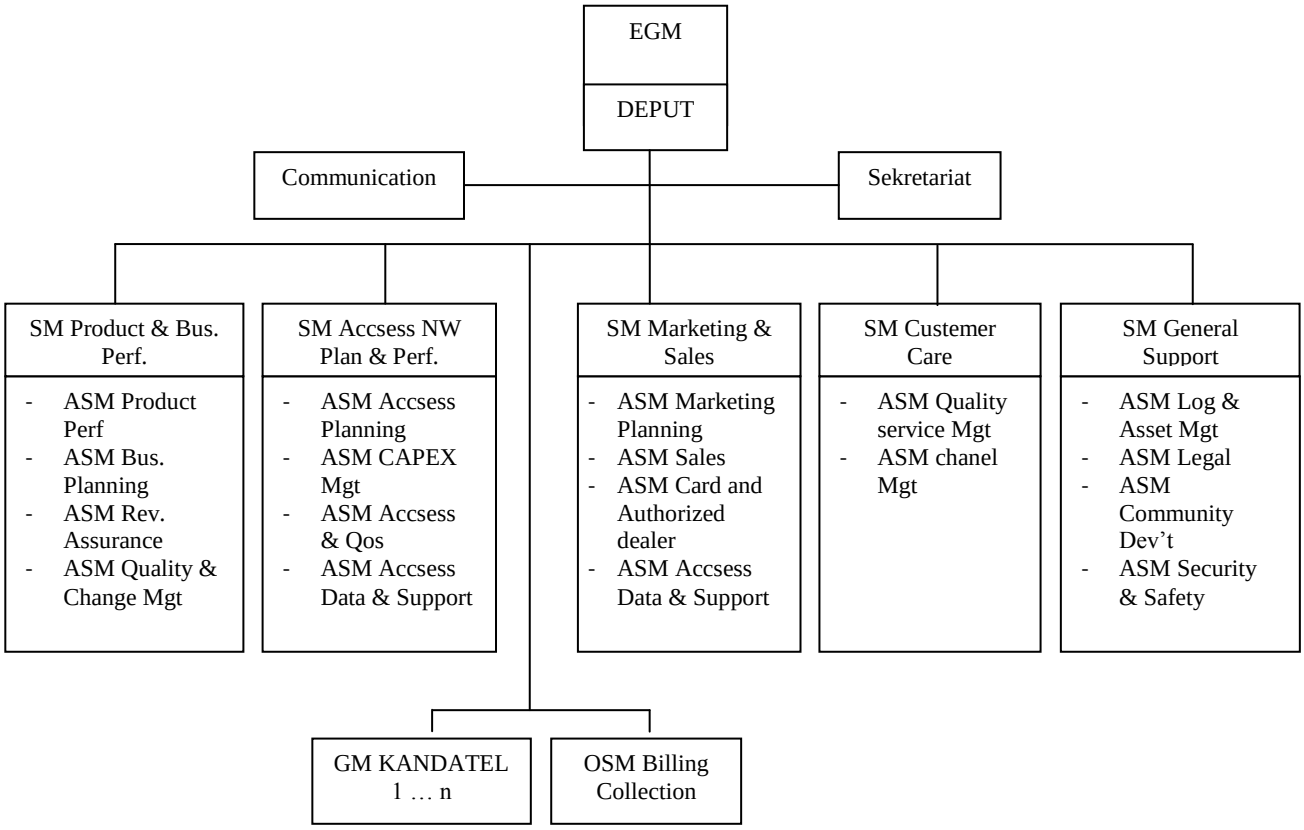


Sumber: PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat 2014

3.1.2 Struktur PT.Telekomunikasi Indonesia RegionalJawa Barat

Gambar 3.2

Struktur PT.Telkom Regional Jawa Barat



Sumber: *Divisi Communication* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat

Gambar tersebut menunjukkan bahwa PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat dipimpin oleh seorang EGM yang bertanggung jawab atas tercapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi Regional. EGM dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh Deputi yang berperan sebagai koordinator untuk membantu EGM dalam mengendalikan dan memfasilitasi kelancaran dan penyelenggaraan operasional unit-unit operasi

yang berada dalam kendali PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat, yaitu KANDATEL.

EGM juga dibantu bidang komunikasi untuk membentuk *image* yang positif atas representasi Telkom di wilayah Regional Jawa Barat, dan bidang sekretariat yang bertanggung jawab atas kelancaran dan efektivitas dukungan berbagai kegiatan perkantoran dan protokoler pada kantor Regional.

EGM membawahi bagian-bagian berikut :

a. Product & Business Performance.
b. Access Network Planning & Performance
c. Marketing & Sales
d. Customer Care
e. General Support
f. Kandatel
g. Unit Billing dan Collection

Uraian tanggung jawab jabatan di PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat adalah sebagai berikut :

1. EGM

EGM bertanggung jawab atas tercapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi Regional di wilayah geografisnya. Yaitu mencakup :

a. Tercapainya target *revenue*
b. Tertagihnya piutang usaha dari *revenue* yang dihasilkan
c. Efisiensi biaya penyelenggaraan fungsi *delivery channel* dan layanan *customer* dengan tetap menjaga efektivitas dalam upaya pemenangan kompetisi perebutan *customer* segmen.

d. Optimalisasi sumberdaya perusahaan, termasuk pendayagunaan infrastruktur *access.*
e. Terkendalinya aktivitas operasi layanan *customer, sales, customer care,* serta operasi dan pemeliharaan infrastuktur *access* yang diselenggarakan di berbagai wilayah diareanya oleh kandatel.
f. Efektivitas penyelenggaraan kerjasama dengan pihak eksternal dalam rangka penyelenggaraan fungsi *delivery channel*
g. Terjaganya perimbangan alokasi sumberdaya operasional di Regional, khususnya yang terkait dengan operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access.*
h. Terkoordinasinya seluruh aktivitas operasi bisnis Telkom
i. Memastikan bahwa semua resiko pada proses bisnis didalam ruang lingkup Regional diidentifikasi, dievaluasi, dan dikontrol
j. Mewakili Telkom di wilayah geografisnya dalam hubungannya dengan pihak eksternal

Dalam menjalankan perannya, EGM dibantu oleh beberapa posisi *Senior Manager* (SM), *General Manager* (GM), dan *Operation Senior* Manager (OSM), yaitu :

a. SM. Product & Business Performance
b. SM. Access Network Planning & Performance
c. SM. Marketing & Sales
d. SM. Customer Care
e. SM. General Support

f. GM. Kandatel

g. OSM. Billing & Collection

2. Deputy

Deputy EGM adalah posisi yang diberikan peran sebagai coordinator untuk membantu EGM dalam mengendalikan dan memfasilitasi kelancaran penyelenggaraan operasional unit-unit yang berada dalam kendali PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat, yaitu Kandatel.

3. Sekretariat

Bagian sekretaris PT. Telekomunikasi Indonesia RegionalJawa Baratdipimpin oleh pejabat setingkat *Manager,* yang disebut*Divisi Secretary*. *Divisi Secretary*, bertanggung jawab atas kelancaran dan efektivitas dukungan bagai kegiatan-kegiatan perkantoran dan protokoler pada kantor Regional.

Untuk melakukan perannya, *Divisi Secretary* melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Melakukan peran sebagai coordinator *speech writer* dan *content profider* terhadap materi yang akan disampaikan EGM dalam berbagai pertemuan.
b. Mengelola jadwal aktivitas-aktivitas EGM dan Deputy EGMyang bersifat strategis, khususnya yang terkait komitmen pada pihak ketiga.

c. Menyelenggarakan peran sekretariat dan dukungan administrasi perkantoran pada kantor Jawa Barat dan Banten,termasuk pengelolaan korespondensi dengan *eksternal constituen.*

d. Mengkoordinasi kegiatan protokoler PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat .

4. *Communication*

Bagian komunikasi PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Baratdipimpin oleh pejabat setingkat *Manager,* yang disebut *Divisi Communication. Divisi Communication* merupakan *public relations* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat, bertanggung jawab atas terkordinasinya *public image* yang positif atas representasi TELKOM di wilayah Regional Jawa Barat, yang dilakukan melalui upaya pengelolaan komunikasi efektif.

Untuk melakukan perannya, *Divisi Communication* / *Public Relations*PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat , melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Mengelola mekanisme komunikasi, termasuk pengelolaan medianya, sehingga komunikasi PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat dengan pihak eksternal dapat secara optimal menjadi sarana yang efektif dalam menjaga dan membangun *Corporate Image.*

b. Mengkoordinir program pengembangan informasi, yang mencakup kegiatan-kegiatan yang terkait dengan penyaringan informasi (disesuaikan dengan norma/peraturan publikasi informasi bagi

perusahaan *go public*), pengkayaan jenis dan nilai informasi, pengemasan, pengelolaan mekanisme *feedback* yang sistematis.

c. Mengkoordinir program-program yang terkait dengan *news & information managemen.*

d. Menyelenggarakan program hubungan *public,* yang mencakup kegiatan-kegiatan yang terkait dengan proses komunikasi dengan public (*press conference*), layanan kunjungan *study* banding/*benchmark,* merespon saran/masukan/kritik dari media massa, membina hubungan dengan komunitas industri & asosiasi terkait/PEMDA setempat, dll).

e. Mengkoordinasi kegiatan komunikasi internal di lingkungan PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat.

5. SM. Product & Business Performance

Bidang *Product & Business Performance,* dipimpin oleh seorang *Senior Manager* yang disebut *Senior Manager Product & Business Performance,* dan disingkat *SM. Product & Business Performance.*

SM. Product & Business Performance bertanggung jawab atas penyiapan strategi, kebijakan penyelenggaraan bisnis pada lingkup PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat yang mencakup perencanaan operasi bisnis, pengelolaan portofolio produk, pengaturan *revenue assurance,* serta pengelolaan *quality* dan performasinya, sehingga dapat dipastikan bahwa penyelenggaraan operasi bisnis

PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat dilaksanakan dalam koridor pengendalian manajemen secara memadai.

Untuk melakukan peranannya *SM. Product & Business Performance* dibantu oleh:

a. *Manager Product Performance.*
b. *Manager Business Planning.*
c. *Manager Revenue assurance.*
d. *Manager Quality & Change Management.*

6. SM. Access Network Planning & Performance

Bidang Access Network Planning & Performance, dipimpin oleh seorang Senior Manager yang disebut *Senior Manager Access Network Planning & Performance,* dan disingkat *SM. Access Network Planning & Performance.*

SM. Access Network Planning & Performance bertanggung jawab atas perencanaan pengembangan, penyediaan, serta pendayagunaan *access network,* sehingga dapat dipastikan bahwa penyelenggaraan operasi layanan kepada *customer,* baik kepada *customer* segmen konsumen/retail maupun *customer segmen corporate customer/OLO,* dapat didukung dengan pendayagunaan *access network* secara efisiensi dan berkualitas.

Sejalan dengan proses transformasi organisasi di Telkom, mulai media tahun 2009, bidang ANPP secara garis komando telah berpisah dengan PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat, dan

bergabung menjadi divisi tersendiri bersama Divisi Akses. Divisi Akses Regional Jawa Barat dan Banten dipimpin oleh GM.

Untuk melakukan perannya, SM. *Access Network Planning & Performance* ditugaskan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Menyusun rencana pendayagunaan *Access Network,* mencakup perencanaan pembangunan, *quality enhancement* dan *replacement/*modernisasi jaringan akses (*Copper, Radio, Fiber)* termasuk NMS (*Network Management System).*
b. Menyusun program yang diperlukan sebagai rujukan dalam alokasi anggaran LOP, *commitment budget, payment budget, monitoring* dan evaluasi pelaksanaan project.
c. Mengelola performansi infrastruktur & *QoS measures, standard setting, supervise & control performance* untuk *access personal customer* dan *corporate customer* & OLO.
d. Mengelola manajemen data yang diperlukan untuk pendayagunaan *access network,* serta pengelolaan fasilitas pendukung *access network (supporting access facilities).*
e. Merumuskan kebijakan dan prosedur operasional *access network* pada lingkup operasi PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat, khususnya yang terkait dengan *public access,* dan performansi &*Qos public access.*

f. Mengelola dan mengendalikan pendayagunaan *access network* yang terkait dengan *public access.*

Dalam menjalankan perannya, *SM. Access Network Planning & Performance* dibantu oleh :

a. *Manager Access Planning.*
b. *Manager CAPEX Management.*
c. *Manager Access Performance & Qos.*
d. *Manager Access Data & Support*

7. SM. Marketing & Sales

SM. Marketing & Sales bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan fungsi marketing & sales pada lingkup wilayah operasi PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat, sehingga dapat dipastikan bahwa upaya pemasaran seluruh produk TELKOM dilakukan secara kompetitif dan sesuai dengan karakteristik pasar serta direspon dengan upaya *sales* yang mampu secara efektif menghasilkan *revenue* maksimal.

Untuk melakukan perannya, *SM. Marketing & Sales* ditugaskan untuk melakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Merumuskan penJawa Baratan di wilayah operasinya strategi dan kebijakan pemasaran dari rumusan yang telah ditetapkan oleh *Corporate Office.*
b. Merumuskan marketing &*sales planning*, serta menyusun dan mengendalikan program promosi.

c. Menyusun program dan dukungan promosi.
d. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan efektivitas kerjasama dengan pihak eksternal dalam hal *channel distribution.*
e. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan kinerja *sales operation.*
f. Mengkoordinasi dan mengendalikan penyediaan, sirkulasi dan penjualan kartu flexi/*voucher*, yang diselaraskan dengan kebijakan *card management* ditetapkan oleh *Corporate Office.*
g. Mengkoordinasi pelaksanaan fungsi penjualan kartu flexi/voucher yang bersifat lintas area KANDATEL.

8. SM. Customer Care

SM. Customer Care bertanggung jawab atas kualitas dan efektivitas penyelenggaraan layanan *customer* pada lingkup wilayah operasi Regional Jawa Barat, sehingga dapat dipastikan bahwa upaya pelayanan kepada *customer segmenconsumer*/retail dilakukan secara kompetitif dan sesuai dengan karakteristik segmennya serta mampu secara efektif menjaga kepuasan *customer.*

Untuk melakukan perannya, *SM, Customer Care* digunakan untuk malakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Merumuskan kebijakan customer care yang telah ditetapkan oleh *Corporate Office.*
b. Memonitor, mengevaluasi, dan mengembangkan kualitas pengelolaan *customer.*

c. Mengembangkan metode pelayanan *customer*, yang diselaraskan dengan karakteristik *customer* di wilayah operasinya.

9. SM. General Support

SM. General Support bertanggung jawab atas efektivitas penyelenggaraan fungsi *General Support* pada lingkup wilayah operasi PT. Telekomunikasi Indonesia RegionalJawa Barat, sehingga dapat dipastikan bahwa kebutuhan fasilitas penyelenggaraan operasional Regional Jawa Barat dapat dipenuhi dan dilaksanakan dengan lancar, didukung dengan lindungan aspek *legal & compliance* yang memadai, serta dilaksanakan secara efisien, dan dengan administrasi yang tertib.

Untuk melaksanakan perannya *SM General Support* ditugaskan untuk malakukan kegiatan-kegiatan sebagai berikut :

a. Mengelola proses management *logistic*, dalam rangka pemenuhan kebutuhan *logistic* dan sarana umum yang diperlukan atas seluruh *asset* yang berada di lingkungan wilayah operasi Regional Jawa Barat.
b. Mengelola, mengatur mekanisme pandayagunaan, mengadministrasikan, serta memenuhi aspek-aspek perlindungan yang diperlukan atas seluruh aset yang berada dilingkungan wilayah operasi Regional Jawa Barat.
c. Mengelola aktivitas legal, dalam rangka pemenuhan perlindungan dan prasyarat aspek legal yang diperlukan dalam penyelenggaraan seluruh aspek operasional Regional Jawa Barat .

d. Mengelola aktivitas yang terkait dengan pembinaan hubungan dengan lingkungan, termasuk *community development*, serta dukungan penyelenggaraan tanggung jawab perusahaan dalam hal penyaluran dana kemitraan (usaha kecil dan menengah, dan bina lingkungan)
e. Menyelenggarakan kegiatan pengamanan *asset*, personil, informasi dan data operasional perusahaan serta kesehatan dan keselamatan kerja.

Dalam menjalankan perannya *SM. General Support* dibantu oleh :

a. *Manger Logistic*
b. *Manager Asset Management*
c. *Manager Legal*
d. *Manager Community Development*
e. *Manager Security and safety*

10. GM. Kandatel

GM. KANDATEL bertanggung jawab atas tecapainya tujuan bisnis yang diselenggarakan melalui operasi KANDATEL di wilayah geografisnya, yaitu mencakup ;

a. Tercapainya target *revenue.*
b. Tertagihnya piutang usaha dari *revenue* yang dihasilkan.
c. Efisiensi biaya penyelenggaraan fungsi *delivery channel* dan layanan *customer segmen* consumer/retail, dengan tetap menjaga efektivitas

dalam upaya pemenangan kompetisi perebutan *customer* segmen consumer/retail.

d. Kesiapan dan kehandalan infrastruktur *access.*
e. Terselenggaranya aktivitas operasi layanan *customer, sales, customer care,* serta operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access,* yang diselenggarakan di wilayah geografisnya.
f. Terpilihnya alokasi sumber daya operasional Regional, khususnya yang terkait dengan operasi dan pemeliharaan infrastruktur *access* dalam rangka eksekusi layanan yang diperlukan baik untuk *customer segmen* consumer/retail, maupun dukungan yang diperlukan untuk eksekusi layanan kepada *customer segmen corporate customer/OLO*.
g. Memastikan bahwa semua resiko pada proses bisnis di lingkup KANDATEL yang bersangkutan diidentifikasi, dievaluasi, dan dikontrol dengan semestinya.

Dalam melaksanakan perannya, GM. KANDATEL dibantu oleh beberapa posisi *Manager* dan *Senior General Supervisor*, yaitu :

a. *Manager Business Performance.*
b. *Manager Access Network Maintenance.*
c. *Manager Access Network Operation.*
d. *Manager Customer Care.*
e. *Manager Sales Fixed Phone.*
f. *Manager Data & VAS Sales.*
g. *Manager General Support.*

h. *Junior Manager KANDATEL*.

Untuk efektivitas dan kelancaran penyelenggaraan operasinya, GM. KANDATEL dibantu oleh Deputy GM. KANDATEL, dengan pembagian fokus tugas diselaraskan dan disesuaikan dengan kondisi di masing-masing KANDATEL, yang pengaturannya ditetapkan oleh EGM. PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat .

11. OSM. Billing & Collection

Unit Billing & Collection dipimpin oleh seorang ***Operation Senior Manager*** yang bertanggung jawab langsung kepada EGM , dan selanjutnya disebut OSM UBC.

Peran OSM. UBC bertanggung jawab atas :

a. Penyelenggaraan proses *billing*, layanan pembayaran, penyelesaian, piutang dan komplain.
b. Perencanaan dan pengembangan proses *billing dan system payment*.
c. Evaluasi performansi pencapaian proses *billing*, layanan pembayaran, penyelesaian piutang dan complain.
d. Kerjasama dengan unit-unit internal dan eksternal.

Sejalan dengan transformasi organisasi di Telkom, pada media tahun 2009, OSM UBC telah terpisah dari PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat dan tidak lagi bertanggung jawab terhadap EGM, melainkan langsung ke *Corporate Office.*

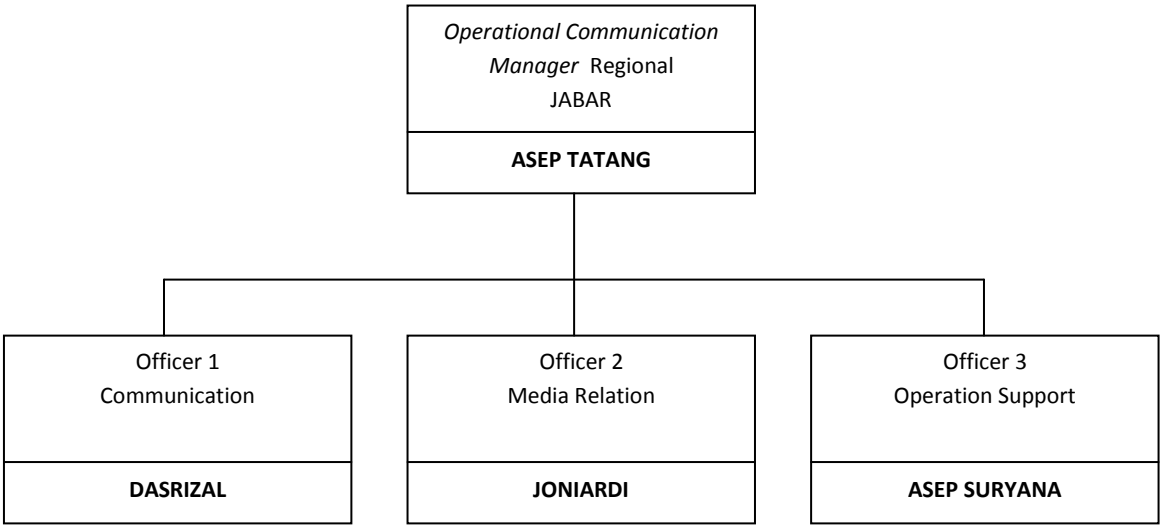
3.1.3 Struktur Organisasi Divisi*Communication* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat.

Divisi *Communication* adalah salah satu divisi yang ada di PT. Telkom Regiona l Jawa Barat. Divisi ini mengelola seluruh aktifitas komunikasi, baik internal maupun eksternal, yang dilakukan oleh PT.Telekomunikasi Indonesia Regiona l Jawa Barat. Berikut, adalah struktur organisasi Divisi *Communication* PT. Telkom Regiona l Jawa Barat

Gambar 3.3

Struktur Organisasi Divisi *Communication*

PT. Telkom Regional Jawa Barat



Sumber:PT. Telkom Regional *Communication* Jawa Barat2014

3.1.4 *JobDescription*

Job Description setiap bagian dalam setiap perusahaan pasti memiliki *jobdesc* yang berbeda-beda, berikut *Job Description* Divisi *Communication*

Telkom Jawa Barat:

1. *Operation Manager Communication*
    a) Memastikan tujuan/sasaran bidang regional *communication* untuk di Jawa Barat dan dikomunikasikan kepada seluruh karyawan/staf unit kerja untuk menyusun program kerja / RKA, dan indikator-indikator kinerja fungsi secara komperhensif.
    b) Memastikan kebijakan *internal, regulasi, investor insight, statement / opini / content media, opini publik dan voice of employee* digunakan sebagai pedoman untuk pelaksanaan aktifitas program komunikasi secara *internal / eksternal.*
    c) Memastikan undang-undang,usulan program, kebiajakan yang terkait *CSR* dan rencana program *CSR.*
    d) Mewakili perusahaan (Unit *Coorporate Communications & Affair)* pada pertemuan fungsi-fungsi formal dan legislatif.
    e) Memastikan laporan kegiatan dan pembiayaan Unit *Coorporte Communication & Affair* di review untuk memastikan bahwa tujuan-tujuan yang telah ditetepkan organisasi tercapai.
2. *Communications Officer*
    a) Memastikan data perusahaan yang mencakup seluruh aspek potensi dan performansi *enterprice* dikelola sebagai informasi bisnis yang diperlukan dalam perencanaan strategis dan pengendalian perusahaan.
    b) Memastikan terselenggaranya sistem monitoring, evaluasi dan rekomendasi proyek-proyek strategis perusahaan.

c) Memastikan perubahan pada ruang lingkup unit *coorporate communications and affair* dikelola secara efektif untuk menjadi *role model* bagi karyawan dengan upaya bersama-sama meningkatkan kinerja perusahaan.

d) Menyajikan laporan dan anggaran pembiayaan unit *coorporate affair* sesuai yang dibutuhkan Dewan Direksi, Dewan Komisaris, dan lembaga-lembaga lain yang berkepentingan.

3. *Media Relations*

a) Memastikan aliran informasi dikelola oleh pesan BOD dan BOC, serta jadwal kegiatan BOD dikelola secara efektif.

b) Memastikan negosiasi dilakukan untuk melakukan kerjasama dengan pihak-pihak ekternal dengan kewenangan tertentu.

c) Memastikan hubungan dengan organisasi dan *key* person sema nasional dan internasional diciptakan dan dipelihara dalam rangka menjalani hubungan kerja yang luas untuk mengembangkan bisnis dan mewakili perusahaan.

d) Memastikan hubungan baik dengan berbagai media baik cetak maupun elektronik.

e) Memastikan kebijakan *coorporate image / reputation* yang digunakan sebagai *framework* dan standarisasi pelaksanaan komunikasi ektrenal / internal di luar investor relations berdasarkan strategi yang telah ditetapkan.

4. *Operating Support*

   a) Memastikan terselenggaranya aktifitas dukungan terkait fungsi *logistic dan procurement* pada *unit Coorporate Office.*

   b) Memastikan terselenggaranya kegiatan yang diselenggarakan unit *Coorporate Communication.*

3.1.5 *Smart City*Wifi Bandung Juara

Smart City pertama kali diperkenalkan di Indonesia oleh *Schneider Electric*, sebuah perusahaan dari Jepang saat kegiatan *Xperience Efficiency* di Jakarta pada tahun 2013. Konsep kota masa depan bernama *Smart City* berbentuk*platform* teknologi, dimana bagi negara berkembang *Smart City* bisa menjadi salah satu solusi terhadap permasalahan kota seperti urbanisasi dan berbagai problematika yang mengikutinya. Di Indonesia, konsep *Smart City* pertama kali diterapkan di Kota Bandung.[1]

Konsep *Smart City* adalah konsep sebuah kota yang memiliki koneksi terintegrasi dalam berbagai bidang hingga memberikan dampak praktis dan efisiensi dalam pengelolaan kota, dari percepatan tekhnologi dan informasi, permasalahan penanggulangan kemacetan, penumpukan sampah, perbaikan jalan rusak, mengetahui kontur tanah suatu daerah, apakah daerah tersebut cocok untuk didirikan bangunan atau sebagai lahan pertanian.

[1]http://www.beritasatu.com/nasional/153479-bangun-kota-masa-depan-lewat-smart-city.html, Diakses 21 maret 2014 pukul 21.30 WIB

WiFi Bandung Juara adalah bagian dari WiFi ID, salah satu pengembangan produk unggulan dari Telkom.WiFi Bandung Juara dapat diakses secara gratis oleh masyarakat Bandung melalui internet diarea *hotspot* yang dibangun di ruang-ruang publik seperti taman, tempat-tempat ibadah, seperti masjid, gereja dan lainnya. WiFi Bandung Juara tak ubahnya sarana percepatan tekhnologi informasi serta sebagai saranakomunikasi antara masyarakat Bandung dengan Pemerintah Kota Bandung yang terintegrasi melalui internet, dimana melalui WiFi Bandung Juara masyarakat dapat melaporkan kejadian kriminal, kemacetan, kondisi jalan ataupun persoalan sosial yang dihadapi oleh masyarakat.

WiFi Bandung Juara merupakan salah satu bentuk implementasi dari konsep *Smart City* yang diterapkan di Kota Bandung. Hasil pra riset peneliti, WiFi Bandung Juara dibangun dengan harapan agar masyarakat Kota Bandung dapat mengakses informasi secara luas, serta masyarakat dapat menyampaikan pesan permasalahan sosial secara cepat pada Pemerintah Kota Bandung. Hal ini sejalan dengan konsep *Smart City* dimana dengan pembangunan jaringan WiFi kota, berbagai macam data dan informasi dari masyarakat dapat dikumpulkan melalui sensor-sensor yang terpasang di setiap sudut kota.[2]

3.2 Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan prosedur yang digunakan peneliti dalam upaya mendapatkan data atau informasi guna memperoleh jawaban atas

[2]http//:www.telkom.co.id/wifi-bandung-juara, Diakses 21 maret 2014 pukul 21.10 WIB

pertanyaan penelitian. Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan dan kegunaan. Cara ilmiah berarti kegiatan penelitian itu didasarkan pada ciri-ciri keilmuan, yaitu rasional, empiris, dan sistematis.Rasional berarti kegiatan penelitian itu dilakukan dengan cara-cara yang masuk akal.Sehingga terjangkau oleh penalaran manusia. Empiris berarti cara-cara yang dilakukan itu dapat diamati oleh indera manusia, sehingga orang lain dapat mengamati dan mengetahui cara-cara yang digunakan. Sistematis artinya, proses yang digunakan dalam penelitian itu menggunakan langkah-langkah tertentu yang bersifat logis (Sugiyono, 2005:2).

3.2.1 Desain Penelitian

Menurut Creswell (2010) dalam buku Elvinaro Ardianto(2011 : 60-61) menyatakan metode deskriptif-kualitatif termasuk paradigma penelitian post-positivistik. Asumsi dasar yang menjadi inti paradigma penelitian post-positivistik adalah :

a. Pengetahuan bersifat konjektural dan tidak berlandaskan apapun
b. Penelitian merupakan proses membuat klaim-klaim kemudian disaring menjadi klaim-klaim lain yang kebenarannya jauh lebih kuat.
c. Pengetahuan dibentuk oleh data, bukti dan pertimbangan logis.

d. Penelitian harus mampu mengembangkan pernyataan yang relevan dan benar.
e. Aspek terpenting dalam penelitian adalah sikap objektif.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metodedeskriptif.Pendekatan kualitatif menurut Strauss dan Corbin (1997:11-13) adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang tidak dapat dicapai atau diperoleh dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara-cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran.

Dalam definisi yang dikemukakan Sugiyono bahwasannya pendekatan kualitatif ini digunakan untuk meneliti suatukondisi obyek yang alamiah.Objek yang alamiah adalah obyek yang apaadanya, tidak dimanipulasi oleh peneliti sehingga kondisi pada saatpeneliti memasuki objek, dan setelah peneliti berada di obyek dan setelahkeluar dari obyek relatif tidak berubah. Bertolak dari pembahasan di atas,secara ringkas, seperti yang dikutip dalam buku Sugiyono "MemahamiPenelitian Kualitatif" pendekatan kualitatif merupakan:

> "Metode penelitian yang digunakan untuk meneliti pada kondisi obyekyang alamiah (sebagai lawanya adalah eksperimen) dimanapeneliti adalah sebagai instrument kunci, teknik pengumpulan data dilakukansecara triangulasi (gabungan), analisi data bersifat induktif, dan hasilpenelitian kualitatif lebih menekankan makna dari padageneralisasi." (Sugiyono,2005:1)

Sedangkan metode deskriptif menurut Djalaludin Rakhmat, metode deskriptif yaitu dengan cara mempelajari masalah – masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi – situasi tertentu dengantujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis, fakta atau

karakteristik, populasi tertentu atau bidang tertentu secara faktual dan cermat". (Rakhmat, 2007:22)

Metode penelitian deskriptif ini dilakukan untuk menggambarkan proses atau peristiwa yang sedang berlaku pada saat ini dilapangan yang dijadikan objek penelitian, kemudian data atau informasinya di analisis sehingga diperoleh suatu pemecahan masalah peneliti menggunakan metode deskriptif ini dikarenakan suatu perhatian pada informan yang menarik dari segi proses *Public Relation* divisi *communication melalui program Corporate Social Responsibility* dalam mensosialisasikan *Smart City* WiFi Bandung Juara. Dengan tujuan untuk menggambarkan atau menjelaskan secara faktual dan cermat.

3.2.2 Teknik Pengumpulan Data

3.2.2.1. Studi Pustaka

A. Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka yaitu, mencari sumber dari literatur atau referensilain yang relevan untuk memperoleh konsep atau teori yang diperlukan.Studi pustaka merupakan satu cara mendapatkan sumber dengan cara menemukan sumber tepat dari suatu spesialis tertentu. Dalam melengkapi data yang mendukung dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dan mencari informasi dari buku-buku, jurnal, dan skripsi yang relevan dengan penelitian yang peneliti teliti. Selain itu untuk mendukung penelitian ini, peneliti juga

menggunakan artikel dari website yang isinya berhubungan dengan penelitian ini.

B. *Internet Searching* atau penelusuran data *online*

Untuk menghasilkan data yang lebih maksimal, peneliti juga memanfaatkan dunia maya (internet) dalam mengumpulkan data-datayang diperlukan untuk penelitian ini.

Penelusuran data onlinemenurut Burhan Bungin adalah :

> "Tata cara melakukan penelusuran data melalui media onlineseperti internet atau media jaringan lainnya yang menyediakanfasilitas online,sehingga memungkinkan peneliti dapatmemanfaatkan data informasi onlineyang berupa data maupuninformasi teori, secepat atau semudah mungkin dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademis".(Bungin,2003:148)

Untuk memperoleh data secara *online* ini dilakukan dengan cara *browsing* atau mengunduh data yang diperlukan dari internet melalui website tertentu.

3.2.2.2. Studi Lapangan

Tekhnik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data adalah sebagai berikut :

A. Wawancara Mendalam

Wawancara Mendalam Adalah "Percakapan dengan maksud dan tujuan tertentu, percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interview*) yang mengajukan pertanyaan dan yang diwawancarai (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu". (Moleong2010: 135).

Wawancara juga dimaksudkan untuk memverifikasi khususnya pengumpulan data. Wawancara yang akan dilakukan secara terstruktur bertujuan mencari data yang mudah dikuantifikasi, digolongkan, diklasifikasikan dan tidak terlalu beragam, dimana sebelumnya peneliti menyiapkan daftar pertanyaan. Dalam hal ini peneliti melakukan wawancara mendalam kepada Divisi *communication* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat, yang terlibat sebagai sumber informasipenelitian untuk mendapatkan informasi yang benar-benar relevan dari narasumber terkait.

B. Observasi Non Partisipan

Pengertian menutut Margono observasi nonpartisipan merupakan suatu proses pengamatan dimana peneliti melakukan penelitian tanpa ikut atau terjun langsung dalam kegiatan atau objek yang diobservasi dan secara terpisah kedudukan sebagai pengamat saja. (Margono,2005 : 161)

Dalam observasi ini peneliti memilih observasi nonpartisipan karena dalam penelitian yang berlangsung, peneliti tidak ikut atau tidak terlibat langsung dalam kegiatan sosialiasi, tetapi peneliti hanya mengikuti dan mengamati bagaimana proses *public relations*yang dilakukan oleh divisi *Communication* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat melalui program *Corporate Social Responsibility* dalam mensosialisasikan *Smart City* WiFi Bandung Juara kepada masyarakat di kota Bandung. Peneliti mengadakan observasi dengan

cara terjun langsung kelapangan yaitu di PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat Jln. Supratman No. 66A Telp. 022-76820055

C. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis baik berupa karangan, memo, pengumuman, instruksi, majalah, buletin, pernyataan, aturan suatu lembaga masyarakat, dan berita yang disiarkan kepada media massa. Dari uraian di atas maka metode dokumentasi adalah pengumpulan data dengan meneliti catatan-catatan penting yang sangat erat hubungannya dengan objek penelitian. Dalam pengertian lain disebutkan juga bahwa :

> "Sebuah dokumentasi juga bisa diartikan sebagai tulisan, gambar, atau karya monumental dari seseorang. Dokumen sudah lama digunakan dalam penelitian sebagai sumber data karena dalam banyak hal dokumen sebagai sumber data dapat dimanfaatkan untuk menguji, menafsirkan, bahkan untuk meramalkan" (Moleong, 2010: 161).

Metode atau teknik pengumpulan data melalui dokumentasi adalahsalah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitiansosial. Dokumen merupakan catatan yang didalamya terdapat sebuahperistiwa yang sudah berlalu. Dokumen tersebut bisa dalam bentuktulisan, gambar, atau video pada saat dilaksanakannya sosialisasi *Smart City* WiFi Bandung Juara oleh divisi *Communication* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat.

3.2.3 Teknik Penentuan Informan

Teknik penentuan Informan yang dilakukan oleh peneliti adalah menggunakan teknik *Purposive Sampling*.*Purposive sampling* dikenal juga dengan *sampling* pertimbangan. *Purposive sampling* ialah teknik sampling yang digunakan peneliti jika peneliti mempunyai pertimbangan-pertimbangan tertentu di dalam pengambilan sampelnya atau penentuan sampel untuk tujuan tertentu. Pertimbangan yang dimaksudkan oleh peneliti ini, misalnya orang yang dianggap tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek atau situasi sosial yang diteliti. (Sugiyono, 2005:218). Oleh karena itu, pemilihan informan yang dilakukan penelitipun mempertimbangkan kriteria-kriteria tertentu yang terbaik sebagai sumber yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan oleh peneliti.

Sedangkan menurut Bouma Gary D. (1993 : 119) dalam bukunya *The Research* Process, edisi revisi menyatakan :

> *"Purposive sampling. Some researchers believe that they can, using judgement or intuition, select the best people or groups to be studied. The typical rural school is selected and studied, and the results generalized to rural schools".*
>
> (Purposif sampling.Sejumlah peneliti yakin bahwa mereka dapat menggunakan pertimbangan yang mendalam atau intuisi dalam memilih orang-orang atau kelompok yang dinilai paling baik untuk diteliti.Misalnya, sekolah pedesaan tertentu yang khas *(typical)* sesuai dengan tujuan penelitian dipilih dan diteliti, sebagai responden.Hasilnya digeneralisasikan ke sekolah-sekolah pedesaan secra menyeluruh). (Hamidi, 2010 : 88)

Kelompok dengan sebutan *the typical* and *best people* yang dipertimbangkan oleh peneliti untuk dipilih sebagai subjek penelitian oleh

Williamson, at. al. (1982 : 107) merupakan *"respondents who are hard to locate and crucial to the study"*, para responden yang dinilai akan banyak memberikan pengalaman yang unik dan pengetahuan yang memadai yang dibutuhkan peneliti. Jadi,informan yang diambil dalam penelitian ini adalah divisi *communication* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat yang memang menguasai dan mempunyai pengetahuan dan pengalaman yang memadai tentang Proses *Public Relations* divisi *communication* PT. Telekomunikasi Indonesia melalui program *Corporate Social Responsibility* dalam mensosialisasikan *Smart City* WiFi Bandung Juara kepada masyarakat di kota Bandung.

Dalam penelitian ini, informan penelitian adalah divisi *communication* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat yang berjumlah 4 orang, untuk lebih jelas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.1

Informan Penelitian

No	Nama	Jabatan	Keterangan
1	Asep Tatang	*Oprational Manager Communication* Regional Jawa Barat	Pelaksana dan Penyaji dari program *Smart City* WiFi Bandung Juara
2	Dasrizal	*Communication Officer*	Penghubung antara divisi *Communication* PT. Telkom dengan Public eksternal
3	Joniardi	*Media Relation*	Penghubung antara divisi *Communication* PT. Telkom dengan media-media massa
4	Asep Suryana	*Operation Support*	Membantu sosialisasi *Smart City* WiFi Bandung Juara

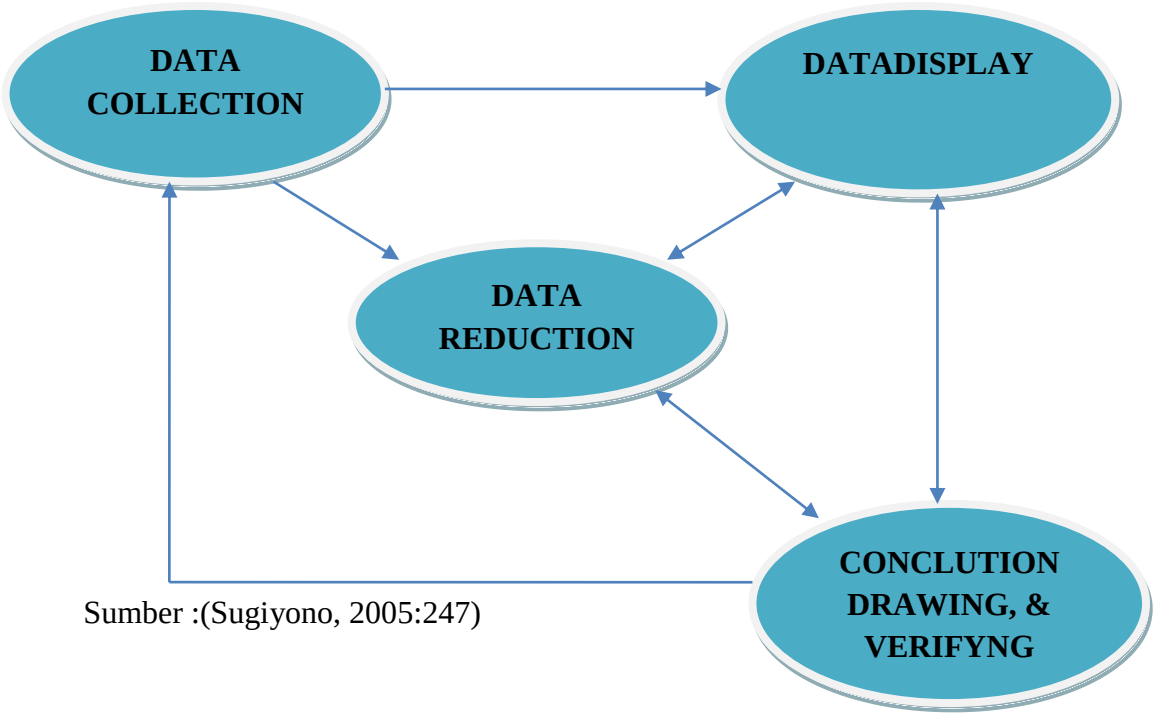
Sumber : Catatan Penelitian, 2014

3.2.4 Teknik Analisis Data

Analisa data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kedalam kategori, menjawabaratkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain (Sugiyono, 2005:244). Terdapat beberapa tahap dalam analisa data yang umum dilakukan dalam penelitian kualitatif, yaitu (Huberman dan Miles dalam Sugiyono, 2005:246).

Gambar 3.4

Komponen-Komponen Analisa Data Model Kualitatif



Sumber :(Sugiyono, 2005:247)

Data yang diperoleh dari lapangan dilakukan analisis melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. **Pengumpulan Data** (*Data collection*): Data yang dikelompokkan selanjutnya disusun dalam bentuk narasi-narasi, sehingga berbentuk rangkaian informasi yang bermakna sesuai dengan masalah penelitian.
2. **Reduksi Data** (*Data reduction*) : Kategorisasi dan mereduksi data, yaitu melakukan pengumpulan terhadap informasi penting yang terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya data dikelompokkan sesuai topik masalah.
3. **Penyajian Data** (*Data Display*): Melakukan interpretasi data yaitu menginterpretasikan apa yang telah diinterpretasikan informan terhadap masalah yang diteliti.
4. **Penarikan Kesimpulan** (*Conclusion Drawing/verification*): Pengambilan kesimpulan berdasarkan susunan narasi yang telah disusun pada tahap ketiga, sehingga dapat memberi jawaban atas masalah penelitian.

3.2.5 Uji Keabsahan Data

Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi beberapa pengujian. Peneliti menggunakan uji *credibility* (validitas inverbal) atau uji kepercayaan terhadap hasil penelitian. Uji keabsahan ini diperlukan untuk menentukan valid atau tidaknya suatu temuan atau data yang akan dilaporkan peneliti dengan apa yang terjadi sesuanggguhnya dilapangan.

Cara pengujian kredibilitas data terhadap hasil penelitian menurut sugiyono dilakukan dengan perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan dalam penelitian, triangulasi, diskusi dengan teman sejawat, analisis kassus negatif, dan *membercheck* (Sugiyono, 2005 : 270).

Adapun uji keabsahan data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. **Peningkatan ketekunan dalam penelitian**

   Berarti melakukan pengamatan secara lebih cemat dan berkesinambungan, dengan cara tersebut maka kepastian data dan urutan peristiwa akan dapat direkam secara pasti dan sistematis.

   Peningkatan ketekunan ini, dilakukan oleh peneliti dengan sangat cermat, teliti, dan secara rinci sesuai dengan urutan proses *public relations* divisi *Communication* melalui program *Corporate Social Responsibility* dalam sosialisasi *Smart City* WiFi Bandung Juara yang dilakukan oleh divisi *Communications* PT. Telekomunikasi Indonesia Regional Jawa Barat.

2. **Triangulasi**

   Triangulasi data dilakukan dengan cara membandingkan jawaban yang disampaikan informan utama dengan informan kunci untuk mendapatkan data yang cocok dan sesuai.(sugiyono, 2005:270-274).

   Triangulasi yang digunakan oleh peneliti pada penelitian ini, adalah triangulasi data dengan menambah informan kunci yaitu

Operational Manager Communication Regional Jawa Baratyang memiliki pengetahuan lebih, menguasai dan mempunyai pengetahuan serta berpengalaman dalam melakukan Proses *Public Relations*, hal ini dilakukan peneliti untuk membandingkan hasil jawaban yang disampaikan informan utama untuk mendapatkan suatu data yang cocok dan sesuai dengan apa yang dibutuhkan peneliti.

3. Diskusi dengan teman sejawat

Teknik ini dilakukan dengan mengekpos hasil sementara atau hasil akhir yang diperoleh dalam bentuk diskusi dengan teman-teman sejawat. Pemeriksaan sejawat bearti pemeriksaan yang dilakukan dengan jalan mengumpulkan teman sebaya yang memiliki pengetahuan umum yang sama tentang apa yang sedang diteliti. Sehingga bersama mereka peneliti dapat me-*review*persepsi. Pandangan dan analisis yang sedang dilakukan. (moleong, 2010:334).

Sesuai dengan pengertian diatas, diskusi dengan teman sejawat dilakukan oleh peneliti dengan tujuan untuk me-*review* persepsi, melakukan dengan diskusi sesuai dengan masalah yang dihadapi pada saat penelitian. Peneliti mendapatkan teman sejawat yang memang sesuai dengan masalah yang diteliti oleh peneliti yaitu seorang mahasiswa dari Universitas Komputer Indonesia yang

memang mempunyai pengetahuan juga tentang ilmu komunikasi mengenai proses *Public Relations*.

3.3 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.3.1 Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di PT. Telekomunikasi Indonesia Jawa Barat Jalan. WR Supratman No.66A Bandung 40122, Indonesia.

Phone :022-76820055

Website :www.telkom.co.id

3.3.2 Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian berlangsung selama kurang lebih 6 bulan, yaitu dari bulan Februari 2014 hingga bulan Agustus 2014. Secara terperinci maka jadwal kegiatan penelitian akan dijelaskan dalam tabel di bawah ini

Tabel 3.2

Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Bulan																											
		Februari				Maret				April				Mei				Juni				Juli				Agustus			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pengajuan Judul																												
2	Penulisan Bab 1																												
	Bimbingan																												
3	Penulisan Bab II																												
	Bimbingan																												
4	Pengumpulan Data Lapangan																												
5	Penulisan Bab																												
	Bimbingan																												
6	Seminar UP																												
7	Penulisan BAB IV																												
	Bimbingan																												
8	Penulisan BAB V																												
	Bimbingan																												
9	Penyusunan Keseluruhan Draft																												
10	Sidang Skripsi																												