

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi berkelanjutan atau *sustainability communications* adalah suatu pendekatan yang digunakan oleh perusahaan untuk mengkomunikasikan upaya-upaya berkelanjutan kepada para pemangku kepentingan. Pemahaman mengenai komunikasi berkelanjutan di sini tidak terbatas hanya pada penyampaian informasi tentang program *corporate social responsibility* (CSR) dan dampaknya.

Konsep ini lebih luas daripada itu. Komunikasi berkelanjutan yang efektif harus melibatkan karyawan, pelanggan, dan investor sebagai pemangku kepentingan utama. Selain itu, komunikasi harus selaras dengan tujuan strategis perusahaan secara keseluruhan tercermin dalam rencana berkelanjutan jangka panjang.

Komunikasi berkelanjutan yang efektif dan meyakinkan adalah komunikasi yang berdampak positif pada nilai saham, kesetiaan pelanggan dan karyawan, serta reputasi perusahaan di mata pemangku kepentingan utama (Verlyana Hitipeuw CEO and Principal Consultant Kiroyan Partners, 2021). Pada intinya, komunikasi berkelanjutan memungkinkan perusahaan untuk menginformasikan kepada pelanggan, karyawan, dan pihak-pihak yang berkepentingan lainnya mengenai bisnis, operasi, serta cara perusahaan menerapkan pendekatan berkelanjutan dalam semua aspek aktivitas organisasi perusahaan.

Corporate sustainability communication (CSC) adalah perkembangan yang merujuk pada komunikasi *corporate* mengenai isu-isu berkelanjutan. Saat ini, perusahaan telah mulai menerapkan CSC sebagai bagian dari operasional bisnis mereka, CSC merupakan dimensi baru dalam ranah *public relations* (PR) yang memberikan tantangan baru, terutama dalam aspek komunikasi (Shandy, 2022). Komunikasi berkelanjutan perusahaan yaitu melalui program *corporate social responsibility*.

Melalui program tersebut yang merupakan salah satu bentuk komunikasi berkelanjutan perusahaan dengan masyarakat dan pemangku kepentingan lainnya dapat membantu keberlanjutan di berbagai bidang yaitu pendidikan, kesehatan dan lingkungan (Ardiyanto, 2023).

Konsep berkelanjutan perusahaan dan komunikasi berkelanjutan yang mencakup berbagai aspek seperti dialog dengan pemangku kepentingan mengenai isu-

isu keberlanjutan, kampanye, hubungan dengan media, serta iklan berkelanjutan, memiliki potensi untuk memberikan manfaat yang besar, baik dalam hal kesuksesan ekonomi maupun dalam mewujudkan visi masa depan yang lebih berkelanjutan. Tidak hanya berlaku untuk perusahaan, tetapi juga relevan bagi lembaga perguruan tinggi (Proxl, 2008).

Hal ini disebabkan karena perguruan tinggi berperan dalam persiapan generasi mendatang untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh masyarakat global saat ini dan yang akan dihadapi di masa depan, baik dari segi lingkungan, sosial, maupun ekonomi (Ardiyanto, 2023).

Salah satu komunikasi berkelanjutan yang dilakukan oleh perguruan tinggi yaitu program abdimas atau pengabdian masyarakat. Program ini diterapkan dalam berbagai bentuk, seperti pelatihan, pendidikan, pelayanan masyarakat, dan evaluasi terhadap hasil-hasil dari penelitian ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEKS) yang dihasilkan oleh perguruan tinggi.

Tujuan utama dari program ini adalah menerapkan hasil-hasil dari IPTEKS untuk memberdayakan masyarakat, sehingga menghasilkan perubahan dalam pengetahuan, keterampilan, dan sikap dari kelompok masyarakat yang menjadi target dari program abdimas tersebut (Noor, 2010).

Perguruan tinggi memiliki kewajiban untuk melaksanakan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat sesuai dengan ketentuan yang diamanatkan dalam Pasal 20 Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Pendidikan Nasional. Kegiatan penelitian di perguruan tinggi ditujukan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi, serta untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan daya saing bangsa, sebagaimana dijelaskan dalam Pasal 45 dan 46 Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (berdasarkan website kementerian pendidikan, kebudayaan, riset dan teknologi, 2023). Komunikasi berkelanjutan di Telkom University salah satunya yaitu melalui pengabdian masyarakat, pengabdian masyarakat yang dilakukan di Telkom University berupa kegiatan yang wajib dilaksanakan oleh dosen, namun mahasiswa bisa ikut untuk membantu konteksnya dalam membantu proses pembelajaran dan dosen dalam mengimplementasikan penelitiannya.

Kegiatan pengabdian masyarakat tersebut salah satu contohnya seperti membantu masyarakat dalam mengelola sampah dengan memberikan alat yang dapat

menghasilkan polusi yang sangat kecil. Setelah itu Unit PPM yang mengelola pengabdian masyarakat tersebut melakukan monitoring untuk memastikan kegiatan tersebut berjalan dan akan ada laporan akhir untuk menjelaskan anggaran tersebut dan hasilnya akan didokumentasikan dalam karya ilmiah ataupun video untuk mempresentasikan efektivitas kegiatan tersebut (Kepala Bagian Jurnal Publikasi dan Abdimas).

Berdasarkan pemeringkatan The World University Ranking for Innovation (WURI) Tahun 2023 salah satu perguruan tinggi No 1 di Indonesia yaitu Telkom University berhasil menduduki peringkat ke-54 Dunia dalam Top 100 Global Innovative. Keberhasilan ini dapat diatribusikan pada konsistensi Telkom University dalam mempertahankan eksistensinya hingga saat ini.



Gambar 1.1 The World University Ranking for Innovation (WURI) 2023

Menurut laporan yang diterbitkan oleh Webometrics, sebuah lembaga pemeringkatan global, Telkom University baru-baru ini dinobatkan sebagai Universitas terbaik di antara perguruan tinggi negeri dan swasta di Indonesia berdasarkan inovasi dan kontribusi nyata terhadap masyarakat (berdasarkan informasi yang diakses pada tanggal 7 Februari 2023 melalui Kapol.ID). Oleh karena itu, Telkom University dalam mempertahankan konsistensinya menjadi perguruan tinggi terbaik dengan melalui strategi komunikasi berkelanjutan untuk mempertahankan peringkat tersebut berdasarkan inovasi dan kontribusi nyata terhadap masyarakat



Gambar 1.2 WEBOMETRICS 2023

Telkom University telah berkomitmen untuk menjaga keberlanjutan kampus dan juga Indonesia secara keseluruhan. Telkom University sudah berkomitmen dalam bentuk CSR yaitu program abdimas atau pengabdian masyarakat. Hal tersebut dibuktikan dalam pernyataan Telkom University yaitu *contribute to the world* untuk memberikan kontribusi melalui riset dan inovasi sebagai tujuan khusus dalam program abdimas tersebut. Jadi tidak hanya di dalam negeri saja namun ingin memberikan kontribusi ke dunia juga melalui riset, inovasi dll. Itulah yang menjadi program *corporate sustainability communication*.

Akan tetapi, dalam integrasi pengelolaan yang ada di Telkom University untuk mengukur kegiatan pengabdian masyarakat sudah cukup, namun untuk keseluruhan masih belum optimal (Almadudi, 2023) dan unit public relations tidak memiliki matriks atau standar yang ditetapkan sebagai acuan untuk penggunaan media (Daris, 2023). Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengoptimalkan integrasi pengelolaan strategi komunikasi berkelanjutan yang ada di Telkom University melalui pengabdian masyarakat untuk menciptakan *corporate sustainability communication* dengan menggunakan model komunikasi berkelanjutan dan *corporate sustainability communication* sebagai acuan untuk mengoptimalkan strategi komunikasi berkelanjutan dalam integrasi pengelolaan di Telkom University

Hal ini disebabkan karena perguruan tinggi berperan dalam persiapan generasi mendatang untuk memahami tantangan yang dihadapi oleh masyarakat global saat ini dan yang akan dihadapi di masa depan, baik dari segi lingkungan, sosial, maupun ekonomi (Ardiyanto, 2023). Terdapat juga pernyataan yang diungkapkan Prof Adiwijaya bahwa Telkom University akan terus memberikan yang terbaik untuk masyarakat Indonesia dan menciptakan inovasi-inovasi untuk keberlangsungan masa depan, kolaborasi antar dunia pendidikan, dan dunia industri serta pemerintah (berdasarkan informasi yang diakses pada tanggal 25 April 2021 melalui Kompas.com)

Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi berkelanjutan dalam pendidikan perlu diterapkan untuk dapat membantu mempersiapkan generasi mendatang untuk memahami tantangan lingkungan, sosial, dan ekonomi yang dihadapi oleh masyarakat global saat ini serta pada masa depan (Ardiyanto, 2023).

Mewujudkan tujuan *corporate sustainability communication* melalui pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat perlu adanya strategi komunikasi berkelanjutan, karena strategi komunikasi berkelanjutan merupakan langkah pertama membangun hubungan perguruan tinggi dengan para *stakeholders*.

Corporate sustainability communication diharapkan akan memberikan dampak positif pada fungsi institusi pendidikan, maka *corporate sustainability communication* perlu diintegrasikan ke dalam strategi perusahaan. Mempertimbangkan situasi saat ini, riset ini menjadi sangat relevan bagi Telkom University dan perguruan tinggi di Indonesia.

Hal ini terutama untuk menunjukkan bahwa strategi komunikasi berkelanjutan dan *corporate sustainability communication* memiliki peran yang signifikan bagi integrasi pengelolaan yang ada di Telkom University maupun perguruan tinggi lainnya. Oleh karena itu, peneliti menganggap penting untuk menjalankan penelitian ini karena belum terdapat banyak penelitian yang mengulas secara mendalam tentang komunikasi berkelanjutan dari integrasi pengelolaan yang diterapkan di perguruan tinggi sebagai upaya membentuk *corporate sustainability communication*.

Pendekatan penelitian yang diterapkan dalam studi ini adalah pendekatan kualitatif dengan menggunakan studi kasus yaitu dengan menganalisis integrasi pengelolaan Telkom University dalam menciptakan *corporate sustainability communication*. Menurut Hendryadi (2019:218), penelitian kualitatif adalah suatu proses investigasi yang alami yang bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam tentang fenomena sosial. Penelitian ini akan berlangsung di Telkom University, yang terletak di Bandung, Provinsi Jawa Barat. Dari penjelasan sebelumnya, penelitian ini mengangkat judul **“Analisis Integrasi Pengelolaan Strategi Komunikasi Berkelanjutan dalam menciptakan *Corporate Sustainability Communication* di Telkom University”**

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang telah disampaikan, penelitian ini akan berfokus pada Analisis Integrasi Pengelolaan Strategi Komunikasi Berkelanjutan dalam Menciptakan *Corporate Sustainability Communication* di Telkom University. Fokus utama penelitian ini adalah ingin melihat proses integrasi pengelolaan strategi komunikasi berkelanjutan pada perguruan tinggi dalam menciptakan *corporate sustainability communication*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana proses integrasi pengelolaan strategi komunikasi berkelanjutan dalam menciptakan *corporate sustainability communication* di Telkom University?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan penjelasan latar belakang di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami proses integrasi pengelolaan strategi komunikasi berkelanjutan dalam menciptakan *corporate sustainability communication*.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini dapat menjadi referensi bagi keilmuan *public relations* khususnya di bidang *corporate sustainability communication* untuk melakukan komunikasi CSR yang memperkuat keberlanjutan perusahaan, serta berkontribusi pada pengembangan ilmu kehumasan di dalam perguruan tinggi

1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini memiliki potensi untuk menjadi sumber pembelajaran bagi anggota Telkom University dan juga anggota perguruan tinggi lainnya untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam tentang proses integrasi pengelolaan komunikasi berkelanjutan dalam menciptakan *corporate sustainability communication*.

1.6 Waktu Penelitian

Tabel 1.1 Waktu dan Periode Penelitian

Tahapan	Waktu Pengerjaan					
	Agu	Sep	Okt	Nov	Des	Jan
Menentukan Topik, Judul, dan Metode Penelitian	■					
Proses Penyusunan Bab I	■					
Proses Penyusunan Bab II		■				
Proses Penyusunan Bab III		■				
Desk Evaluation			■			
Pengumpulan dan Pengolahan data				■		
Proses Penyusunan Bab IV				■	■	
Proses Penyusunan Bab V					■	
Sidang Skripsi						■

Sumber: Olah Data Peneliti (2023)