

## ABSTRAKSI

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan secara sosial terhadap lingkungan di sekitarnya. Dewasa ini CSR dianggap sebagai cara pihak korporasi membantu pemerintah dalam pembangunan negara. Di Indonesia, telah ditetapkan peraturan yang dikeluarkan oleh Menteri Badan Usaha Milik Negara (BUMN) mengenai kewajiban BUMN Indonesia untuk menyelenggarakan CSR atau Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Sebagai salah satu BUMN, PT. Telekomunikasi Indonesia, Tbk. (TELKOM) telah melaksanakan program CSR sejak tahun 2001. Pada April 2007, TELKOM meraih penghargaan *The Most Coverage and Target in Corporate Social Responsibility*. Program CSR tidak hanya diselenggarakan di sekitar kantor pusat yang terletak di Bandung, melainkan di seluruh wilayah Indonesia, Jawa Timur salah satunya.

Salah satu program CSR TELKOM Divre V Jawa Timur di bidang lingkungan adalah Program Revitalisasi Taman Bungkul Surabaya yang bekerja sama dengan Pemerintah Kota (Pemkot) Surabaya. Berkat partisipasi TELKOM Divre V Jawa Timur yang mengeluarkan dana hingga 1,2 Milyar, perusahaan telekomunikasi ini diberikan hak oleh Pemkot Surabaya untuk melakukan *corporate branding* di taman tersebut selama empat tahun. Apakah CSR menjadi salah satu alat promosi perusahaan? Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan serta pemanfaatan Program Revitalisasi Taman Bungkul Surabaya oleh TELKOM Divre V Jawa Timur sebagai bentuk CSR. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif, metode studi kasus, tipe deskriptif serta teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi.

Dari penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa pelaksanaan CSR TELKOM Divre V Jawa Timur, khususnya Program Revitalisasi Taman Bungkul, dilaksanakan oleh unit CDC (Community Development Center) yang bekerja sama dengan Communications Division untuk publikasi melalui media massa dan unit *marketing* untuk penyediaan produk TELKOM yang akan digunakan (*hot spot Speedy*). Program CSR dimanfaatkan sebagai pendongkrak citra perusahaan yang tujuan akhirnya adalah meningkatnya penggunaan produk perusahaan oleh konsumen. Program Revitalisasi Taman Bungkul Surabaya memiliki manfaat tambahan, yaitu semakin eratnya hubungan perusahaan dengan pemerintah, yakni antara TELKOM Divre V Jawa Timur dengan Pemerintah Kota Surabaya. Hubungan ini mendatangkan keuntungan bagi perusahaan di bidang perijinan, dan lainnya. Maka dapat disimpulkan bahwa pelaksanaan program CSR oleh BUMN, dalam hal ini TELKOM Divre V Jawa Timur, masih berorientasi pada keuntungan perusahaan.

Kata kunci: Public Relations, Corporate Social Responsibility, Tanggung Jawab Sosial Perusahaan BUMN