

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL DALAM	ii
HALAMAN PERNYATAAN TIDAK MELAKUKAN PLAGIAT	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING	vii
LEMBAR PENGESAHAN PANITIA PENGUJI	viii
ABSTRAK	ix
KATA PENGANTAR	xi
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis / Akademis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
1.5 Tinjauan Pustaka	13
1.5.1 Penelitian Terdahulu	13
1.5.2 Pelaksanaan CSR dalam Keberlangsungan Perusahaan Bisnis	19
1.5.3 Komunitas Pemuda sebagai Penerima Program	27
1.5.4 Respon sebagai <i>Feedback</i> Program Perusahaan	28
1.5.5 Riset Evaluasi dalam Keberlanjutan Program Perusahaan	30
1.6 Metodologi Penelitian	35
1.6.1 Pendekatan dan Fokus Penelitian	35
1.6.2 Tipe Penelitian	35
1.6.3 Metode Penelitian	35
1.6.4 Lokasi Penelitian	36
1.6.5 Pertimbangan Pemilihan Informan	36
1.6.6 Instrumen	38
1.6.7 Teknik Pengumpulan Data	38
1.6.8 Teknik Analisis Data	39

BAB II	39
GAMBARAN OBJEK PENELITIAN.....	39
2.1 Profil Umum PT. Telekomunikasi Selular (Telkomsel)	39
2.1.1 Sejarah dan Profil.....	39
2.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	40
2.1.3 Produk yang Dihasilkan.....	41
2.1.4 Program CSR	42
2.2 Loop Station Surabaya	44
2.2.1 Profil dan Penjelasan Singkat Loop Station Surabaya.....	44
2.2.2 Struktur Organisasi	48
2.2.3 Kegiatan Harian Loop Station Surabaya.....	49
2.3 Komunitas Pemuda Surabaya	50
BAB III	51
Hasil dan Pembahasan.....	51
3.1 Latar Belakang Informan	52
3.1.1 Informan 1 : Satrio Widodo (Rio Brama)	52
3.1.2 Informan 2 :Noval Firmansyah	52
3.1.3 Informan 3 : Benny Dwi P	53
3.1.4 Informan 4 : Zayn Adam Akbar.....	53
3.1.5 Informan 5 : Risky Ramadhani	54
3.1.6 Informan 6 : Hafizh Azra Pribadi.....	55
3.1.7 Informan 7 : Mohd. Asrul bin Hamdani	55
3.1.8 Informan 8 : Fachrezy	56
3.2 Konsep Awal Pendirian Loop Station Surabaya.....	56
3.2.1 Image Awal Telkomsel dan Pengadaan Kartu Loop.....	58
3.2.2 Kartu Loop dan Kebutuhan Pemuda	59
3.2.3 Kartu Loop dan Loop Station.....	61
3.3 Pelaksanaan Kegiatan di Loop Station Surabaya.....	72
3.4 Respon Komunitas Pemuda terhadap Loop Station Surabaya.....	75
3.4.1 Pemahaman Komunitas terhadap Keberadaan Loop Station Surabaya	76
3.4.2 Konsep Evaluasi Program Kotler dan Lee	80
3.5 Peran Loop Station sebagai Strategi Bisnis Telkomsel	102
BAB IV PENUTUP	105
4.1 Kesimpulan	105
4.2 Saran.....	109
4.2.1 Bagi Peneliti Selanjutnya	109

4.2.2 Bagi Loop Station	109
4.2.3 Bagi Telkomsel	109
Daftar Pustaka	xii
LAMPIRAN	xvi
Lampiran 1	xvi
Lampiran 2	xxi
Lampiran 3	xix

DAFTAR GAMBAR

1.1 Tampilan Produk Kartu Loop	4
1.2 Nuansa Interior Loop Station Surabaya	6
1.3 Fasilitas <i>Game</i> di Loop Station Surabaya	6
1.4 Tampilan Instagram Loop Station Surabaya.....	7
1.5 Tampilan Konten Instagram Loop Station Surabaya	8
1.6 Ulasan tentang Loop Station Surabaya (1)	9
1.7 Ulasan tentang Loop Station Surabaya (2)	9
1.8 Ulasan tentang Loop Station Surabaya (3)	9
1.9 Pemetaan Konsep CSR Garriga dan Mele (2004).....	22
2.1 Logo Telkom.....	39
2.2 Infografis Telkomsel hingga tahun 2014	39
2.3 Logo Kartu Halo	41
2.4 Logo Simpati.....	41
2.5 Logo Kartu As.....	42
2.6 Logo Loop.....	42
2.7 Tampak Depan Loop Station saat CFD	45
2.8 Ruang Utama Loop Station Surabaya	46
2.9 Ruang Kedua Loop Station Surabaya	46
2.10 Area Panggung Loop Station Surabaya	47
2.11 Ruang Utama lantai 2 Loop Station Surabaya	47
2.12 Struktur Organisasi Loop Station Surabaya.....	49
2.13 Proyeksi Penduduk Kota Surabaya	50
3.1 Infografis Tarif Internet antar Provider.....	59
3.2 Tampilan Produk Kartu Loop	60
3.3 Konsep <i>Instrumental Theories</i> Garriga dan Mele (2004)	64
3.4 Konsep Evaluasi CSR Kotler dan Lee (2005) dalam Penelitian.....	80

DAFTAR TABEL

1.1 Rangkuman Penelitian Terdahulu	15
1.2 Definisi CSR menurut Para Tokoh	18
1.3 Jenis Evaluasi CSR menurut Kotler dan Lee (2005)	31
3.1 <i>Corporate Association</i> Telkomsel.....	82