

KOMUNIKASI PROGRAM CSR BERBASIS DIGITAL DAN KEBERDAYAAN MASYARAKAT: KASUS PROGRAM INTERNET DESA DIGITAL PT. TIRTA INVESTAMA

LITA AMALIA



PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PERTANIAN DAN PEDESAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026

PERNYATAAN MENGENAI TESIS DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa tesis dengan judul “Komunikasi Program CSR Berbasis Digital dan Keberdayaan Masyarakat: Kasus Program Internet Desa Digital PT. Tirta Investama” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir tesis ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Agustus 2026

Lita Amalia
I3502221004

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

RINGKASAN

LITA AMALIA. Komunikasi Program CSR Berbasis Digital dan Keberdayaan Masyarakat: Kasus Program Internet Desa Digital PT. Tirta Investama. Dibimbing oleh DWI RETNO HAPSARI dan KRISHNARINI MATINDAS.

Transformasi digital mendorong perusahaan mengembangkan program *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang tidak hanya berfokus pada penyediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga pada penguatan komunikasi dan pemberdayaan masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping terhadap keberdayaan masyarakat dalam Program Internet Desa Digital PT Tirta Investama di Desa Ciherang Pondok, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 100 penerima manfaat yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang didukung oleh observasi lapangan, kemudian dianalisis menggunakan regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik penerima manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat, sedangkan terpaan media dan peran pendamping berpengaruh signifikan, dengan peran pendamping sebagai variabel yang memberikan pengaruh paling besar. Pengujian simultan menunjukkan bahwa ketiga variabel secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat dan mampu menjelaskan 51,3% variasi keberdayaan masyarakat. Temuan tersebut menunjukkan bahwa keberdayaan masyarakat lebih dipengaruhi oleh proses komunikasi melalui media dan pendampingan dibandingkan karakteristik awal penerima manfaat. Dominasi responden Generasi Z juga mengindikasikan bahwa manfaat program lebih banyak diwujudkan dalam bentuk peningkatan kapasitas digital dibandingkan peningkatan pendapatan secara langsung. Penelitian ini memberikan dukungan empiris terhadap penerapan *CSR Communication Model* dalam konteks program CSR berbasis digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi melalui berbagai media yang didukung oleh proses pendampingan berkontribusi dalam membangun pemahaman masyarakat mengenai tujuan dan manfaat program sehingga mendukung peningkatan keberdayaan masyarakat. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan program CSR berbasis digital tidak hanya ditentukan oleh penyediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga oleh proses komunikasi yang mendorong pembelajaran, partisipasi, dan perubahan perilaku masyarakat secara berkelanjutan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi perusahaan, pemerintah, dan pemangku kepentingan dalam merancang program CSR berbasis digital yang lebih efektif, partisipatif, dan berkelanjutan.

Kata kunci : *CSR Communication Model, Corporate Social Responsibility (CSR), Keberdayaan Masyarakat, Terpaan Media, Peran Pendamping, External Stakeholder Communication.*



SUMMARY

LITA AMALIA. Digital-Based CSR Communication and Community Empowerment: A Case Study of the Internet Desa Digital Program of PT Tirta Investama. Supervised by DWI RETNO HAPSARI and KRISHNARINI MATINDAS.

Digital transformation has encouraged companies to develop Corporate Social Responsibility (CSR) programs that focus not only on providing digital infrastructure but also on strengthening communication and community empowerment. This study aims to analyze the effects of beneficiary characteristics, media exposure, and facilitator roles on community empowerment in PT Tirta Investama's Internet Desa Digital Program in Ciherang Pondok Village, Caringin District, Bogor Regency. A quantitative survey approach was employed involving 100 program beneficiaries selected through purposive sampling. Data were collected using questionnaires supported by field observations and analyzed using multiple linear regression. The results indicate that beneficiary characteristics have no significant effect on community empowerment, whereas media exposure and facilitator roles have significant positive effects, with the facilitator role emerging as the most influential variable. Simultaneous analysis shows that the three independent variables collectively have a significant effect on community empowerment and explain 51.3% of its variance. These findings suggest that community empowerment is influenced more by communication through media and facilitation processes than by the beneficiaries' initial characteristics. The predominance of Generation Z respondents also indicates that the program primarily enhances digital capacity rather than generating immediate income improvement. This study provides empirical support for the application of the CSR Communication Model in the context of digital-based CSR programs. The findings demonstrate that communication through various media, supported by continuous facilitation, contributes to developing beneficiaries' understanding of the program's objectives and benefits, thereby supporting community empowerment. The study further indicates that the success of digital-based CSR programs depends not only on the provision of digital infrastructure but also on communication processes that encourage learning, participation, and sustainable behavioral change. These findings are expected to provide practical insights for companies, governments, and other stakeholders in designing more effective, participatory, and sustainable digital-based CSR programs.

Keywords : CSR Communication Model, Corporate Social Responsibility (CSR), Community Empowerment, Media Exposure, Facilitator Role, External Stakeholder Communication.



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

KOMUNIKASI PROGRAM CSR BERBASIS DIGITAL DAN KEBERDAYAAN MASYARAKAT: KASUS PROGRAM INTERNET DESA DIGITAL PT. TIRTA INVESTAMA

LITA AMALIA

Tesis
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Magister Sains pada
Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan

**PROGRAM STUDI
KOMUNIKASI PEMBANGUNAN PERTANIAN DAN PEDESAAN
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN EKOLOGI MANUSIA
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**

Komunikasi Program CSR Berbasis Digital dan Keberdayaan
Masyarakat: Kasus Program Internet Desa Digital PT. Tirta
Investama
Lita Amalia
I3502221004

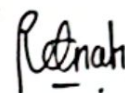
@Hak cipta milik IPB University

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Disetujui oleh

Pembimbing 1:

Dr. Dwi Retno Hapsari, S.P., M.Si.



Pembimbing 2:

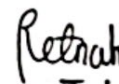
Dr. Krishnarini Matindas, MS.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:

Dr. Dwi Retno Hapsari, S.P., M.Si.
NIP. 19851009 201404 2 001



Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ekologi Manusia:

Prof. Dr. Sofyan Sjaf, S.Pt., M.Si.
NIP. 19781003 200912 1 003



Tanggal Ujian: 27 Juli 2026

Tanggal Lulus: 12 AUG 2026



PRAKATA

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyusun dan menyelesaikan penelitian ini dengan judul “Komunikasi Program CSR Berbasis Digital dan Keberdayaan Masyarakat: Kasus Program Internet Desa Digital PT. Tirta Investama”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Karakteristik Penerima Manfaat, Terpaan Media dan Peran Pendamping Terhadap Keberdayaan Masyarakat dalam Program CSR berbasis digital.

Dalam penyusunan tesis ini, peneliti memperoleh banyak bantuan dan dukungan dari berbagai pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada

1. Ketua Komisi Pembimbing Ibu Dr. Dwi Retno Hapsari, S.P., M.Si dan Anggota Komisi Pembimbing Ibu Dr. Krishnarini Matindas, M.S., atas segala arahan, bimbingan, serta saran-saran yang sangat berharga demi kelancaran dan penyempurnaan tesis ini.
2. Ketua Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan Dr. Dwi Retno Hapsari, SP., M.Si.,
3. Seluruh jajaran pimpinan IPB, Dekan Sekolah Pascasarjana, Dekan FEMA, dosen dan staf administrasi Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan yang telah berkontribusi dalam proses penyelesaian studi.
4. Responden dan informan penelitian masyarakat Desa Ciherang yang telah membantu dalam proses pengumpulan data.
5. Suami tercinta serta Kedua orang tua tercinta dan teman-teman terdekat yang telah memberikan dukungan moril dan motivasi selama proses penulisan tesis ini.

Peneliti menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan saran dan masukan yang bersifat konstruktif dari berbagai pihak, terutama dari dosen pembimbing dan para pembaca, demi perbaikan dan peningkatan kualitas penelitian ini.

Akhir kata, semoga tesis ini dapat memberikan gambaran yang jelas dan sistematis mengenai penelitian yang telah dilakukan, serta memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang komunikasi pembangunan dan tanggung jawab sosial perusahaan.

Bogor, Agustus 2026

Lita Amalia

DAFTAR ISI

DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iii
DAFTAR GAMBAR	iv
DAFTAR LAMPIRAN	iv
I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	4
1.3. Tujuan Penelitian	5
1.4. Manfaat Penelitian	5
II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1. <i>Corporate Social Responsibility Communication Model</i>	7
2.2. Karakteristik Penerima Manfaat	10
2.3. Terpaan Media	11
2.4. Peran Pendamping	13
2.5. Keberdayaan Masyarakat dalam Program CSR berbasis digital	14
2.6. Penelitian Terdahulu	15
2.7. Kerangka Berpikir	20
III METODE	23
3.1. Desain Penelitian	23
3.2. Lokasi dan Waktu	23
3.3. Populasi dan Sampel Penelitian	24
3.3.1. Populasi Penelitian	24
3.3.2. Sampel Penelitian	24
3.3. Data dan Instrumentasi	25
3.4. Definisi Operasional	26
3.4.1. Karakteristik Penerima Manfaat (X1)	26
3.4.2. Terpaan Media (X2)	27
3.4.3. Peran Pendamping (X3)	27
3.4.4. Keberdayaan Masyarakat (Y)	28
3.5. Teknik Pengumpulan Data	28
3.6. Teknik Analisis Data	30
3.6.1. Skala Pengukuran	30
3.6.2. Uji Validitas	30
3.6.3. Uji Reliabilitas	31
3.6.4. Analisis Deskriptif	31
3.6.5. Uji Asumsi Klasik	32
3.6.6. Analisis Regresi Linear Berganda	34
3.6.7. Uji Hipotesis	34
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	37

4.1.1.	Kondisi Umum Kecamatan Caringin	37
4.1.2.	Profil Desa Ciherang Pondok	37
4.1.3.	Gambaran Program Internet Desa Digital PT Tirta Investama	38
4.2.	Karakteristik Responden	40
4.3.	Analisis Deskriptif Variabel Penelitian	43
4.4.	Analisis Hubungan Antarvariabel	44
4.4.1.	Uji Validitas	45
4.4.2.	Uji Reliabilitas	46
4.4.3.	Uji Asumsi Klasik	47
4.4.4.	Analisis Regresi Linear Berganda	50
4.4.5.	Uji t (Pengaruh Parsial)	51
4.4.6.	Uji F (Pengaruh Simultan)	52
4.4.7.	Koefisien Determinasi (R^2)	53
4.5.	Pembahasan Hasil Penelitian	53
4.5.1.	Pengaruh Karakteristik Penerima Manfaat terhadap Keberdayaan Masyarakat	54
4.5.2.	Pengaruh Terpaan Media terhadap Keberdayaan Masyarakat	56
4.5.3.	Pengaruh Peran Pendamping terhadap Keberdayaan Masyarakat	58
4.5.4.	Pengaruh Karakteristik Penerima Manfaat, Terpaan Media, dan Peran Pendamping secara Simultan terhadap Keberdayaan Masyarakat	61
4.6.	Keterbatasan Penelitian	63
V	SIMPULAN DAN SARAN	65
5.1.	Simpulan	65
5.2.	Saran	66
	DAFTAR PUSTAKA	69
	LAMPIRAN	73



DAFTAR TABEL

1 Penelitian Terdahulu	17
2 Operasionalisasi Variabel Karakteristik Penerima Manfaat (X1)	27
3 Operasionalisasi Variabel Terpaan Media (X2)	27
4 Operasionalisasi Variabel Peran Pendamping (X3)	28
5 Operasionalisasi Variabel Keberdayaan Masyarakat (Y)	28
6 Kriteria Penilaian Skala Likert	30
7 Rentang Kriteria Interpretasi Skor Rataan	32
8 Karakteristik Responden	41
9 Karakteristik Variabel	43
10 Hasil Uji Validitas Instrumen Penelitian	45
11 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian	46
12 Hasil Uji Normalitas	48
13 Hasil Uji Linearitas	48
14 Hasil Uji Multikolinearitas	49
15 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	50
16 Hasil Uji t	51
17 Hasil Uji F	52
18 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)	53

DAFTAR GAMBAR

1 Adaptasi CSR <i>Communication Model</i>	9
2 Normal P–P Plot Residual Terstandarisasi	47
3 Scatterplot Uji Heteroskedastisitas pada Model Regresi	50

DAFTAR LAMPIRAN

1 Observasi Lapangan	75
2 Kuisisioner Penelitian	77
3 Hasil Analisis Penelitian	83