

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM
MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI
PROGRAM EDUKASI DIGITAL SKUL.ID PADA
TELKOMSEL BRANCH MEDAN**

TUGAS AKHIR

Oleh:

**MUHAMMAD RIFAI SARAGIH
2203110104**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA PENGESAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Tugas akhir ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Tugas Akhir
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara:

Nama : Muhammad Rifai Saragih

NPM : 2203110104

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada Hari, tanggal: Sabtu, 18 April 2026

Waktu : Pukul 08.15 s/d Selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Dr. Irwan Syari Tanjung, S.Sos., M.AP

PENGUJI II : H.Tenerman, S.Sos, M.I.Kom

PENGUJI III : Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S.Sos., M.M., M.I.Kom

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S. Sos., M. SP

Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S. Sos., M.I.Kom.

BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Bismillahirrahmanirrahim

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan tugas akhir sehingga naskah tugas akhir ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian tugas akhir, oleh :

Nama : Muhammad Rifai Saragih
NPM : 2203110104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Strategi Komunikasi Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Edukasi Digital Skul.id Pada Telkomsel Branch Medan

Medan, 6 April 2026

Pembimbing



Assoc. Prof. Dr. Faustyna S.SOS., M.M., M.I.Kom

NIDN : 0126127401

Disetujui Oleh :

Ketua Program Studi



Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom.

NIDN : 0127048401



Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S. Sos., M.SP.

NIDN : 0030017402

PERNYATAAN

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan ini saya, **Muhammad Rifai Saragih**, NPM 2203110104 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah oleh orang lain dengan sesuai imbalan atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa tugas akhir ini adalah hasil karya dan tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat atau karya jiplakan dari karya orang lain.
3. Bahwa di dalam tugas akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, saya bersedia tanpa mengajukan banding menerima sanksi :

1. Tugas Akhir saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian tugas akhir saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijasah sarjana dan transkrip nilai yang telah saya terima.

Medan, 27 April 2026

Yang menyatakan



Muhammad Rifai Saragih

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabaraakatuh

Puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah Subhanahu Wata'ala karena Rahmat dan karunia-Nya penulis mampu dan diberikan keberkahan juga kesehatan dalam menyelesaikan penulisan tugas akhir ini. Shalawat serta salam tentunya tak lupa dihadiahkan kepada Nabi Muhammad Shallallahu Alaihi Wassalam yang telah membawa islam yang penuh dengan ilmu-ilmu pengetahuan, sehingga dapat menjadi petunjuk bagi kehidupan umat islam baik di dunia maupun di akhirat.

Merupakan suatu kebanggaan dan juga kebahagiaan bagi penulis atas terselesaikannya penulisan tugas akhir akademik ini. Pada skripsi ini yang berjudul **“Strategi Komunikasi Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Edukasi Digital Skul.id Pada Telkomsel Branch Medan”**. Penulis sadar banyak sekali tantangan serta rintangan yang dihadapi selama proses penyelesaian penulisan penelitian skripsi ini, sehingga dibutuhkan keseriusan juga kesabaran serta ketekunan dalam penyusunan hingga penyelesaiannya.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada cinta pertama dan panutanku, ayahanda **Julianus Saragih** dan pintu surgaku ibunda **Asnik**, serta kakak kandung tercinta **Putri Suliani Br Saragih** dan adik kandung tersayang **Shifa Khairunnisa Saragih**. Penulis menyadari bahwa tiada kata yang mampu

sepenuhnya menggambarkan rasa syukur ini. Namun dengan penuh cinta dan ketulusan izinkan penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kalian. Terima kasih menjadi rumah pertama dalam hidupku. Terima kasih untuk cinta yang tidak pernah habis, untuk pelukan yang menguatkan saat dunia terasa berat dan untuk setiap doa yang selalu menjadi cahaya di setiap langkahku. Serta dukungan, perhatian, pujian, bimbingan, dan cinta kasih sayang tiada hentinya sehingga penulis selalu termotivasi, dan bahagia dalam perjuangan dibangku kuliah, mama dan papa berhasil mengkuliahkan anak-anaknya untuk menjadi sarjana, dan mereka senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini sampai meraih gelar sarjana.

Dalam kesempatan ini penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi tidak akan selesai, tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis juga mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof Dr. Agussani, M.AP, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Saleh, S. Sos, MSP, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S. Sos., M.I.Kom, selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP, selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.I.Kom, selaku ketua Program Studi Ilmu

Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos., M.I.Kom selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Ibu Assoc. Prof. Dr. Faustyna S.Sos.,M.M.,M.I.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang sudah membimbing penulis dengan sangat baik dan penuh kesabaran mulai dari penyusunan proposal skripsi hingga tuntas menjadi skripsi yang insya Allah akan bermanfaat bagi pembaca.
8. Kepada Bapak dan Ibu Dosen serta Staff Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah banyak membantu penulis dalam proses perkuliahan dan mengurus berkas-berkas perkuliahan.
9. Kepada para narasumber penelitian, penulis mengucapkan terima kasih atas waktu, pengetahuan, serta perspektif yang telah diberikan selama proses wawancara, sehingga sangat membantu penulis dalam melakukan analisis dan menyusun laporan penelitian ini.
10. Penulis juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada teman – teman Road Struggle, khususnya Leo Ferdinand, Zuardhi Luthfi, R.A. Suandi, M.Grahyudha Asmara, serta teman – teman lainnya, atas kehadiran, dukungan, dan kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Kalian menjadi bagian penting dalam perjalanan ini, sebagai tempat berbagi cerita, bertukar pikiran, serta saling memberikan semangat di tengah berbagai tantangan yang dihadapi. Kebersamaan yang terjalin tidak hanya memberikan dukungan secara akademik, tetapi juga menjadi penguat secara emosional

dalam menyelesaikan proses ini. Terima kasih atas setiap momen , bantuan, dan dukungan yang telah di berikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

11. Kepada teman – teman kelas C Ilmu Komunikasi dan Kehumasan , penulis mengucapkan terima kasih atas kebersamaan yang telah di lalui selama ini. Dalam perjalanan yang tidak selalu mudah, kehadiran kalian menjadi warna yang membuat setiap proses terasa lebih berarti. Kebersamaan, dukungan, serta momen yang telah dilalui bersama menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam perjalanan penulis selama masa perkuliahan.
12. Kepada seseorang yang tak pernah lelah berjalan di samping penulis yang namanya mungkin tak tertulis, namun kehadirannya begitu berarti. Terima kasih atas waktu, kesabaran, dan kehangatan yang selalu menguatkan penulis, terutama di saat lelah dan hampir menyerah. Kehadiranmu adalah tenang di tengah riuh dan alasan bagi penulis untuk terus melangkah hingga titik ini. Semoga setiap kebaikan yang telah diberikan dibalas dengan cara yang paling indah, dan semoga langkah kita selalu dipertemukan dalam doa yang sama.
13. Dan yang terakhir, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu bertahan, berjuang, dan terus melangkah hingga sampai pada titik ini. Perjalanan dalam menyusun skripsi ini bukanlah hal yang mudah, penuh dengan berbagai tantangan, keraguan, serta rasa lelah yang tidak jarang datang silih berganti. Namun, di tengah semua itu, penulis tetap berusaha untuk bangkit, belajar, dan tidak menyerah dalam menyelesaikan apa yang telah dimulai. Terima kasih karena telah memilih untuk tetap kuat ketika keadaan

terasa sulit, tetap percaya pada proses meskipun hasil belum terlihat, serta tetap melangkah walaupun langkah terasa berat. Setiap usaha, doa, dan air mata yang telah dilalui menjadi bagian dari perjalanan yang berharga dan penuh makna. Semoga segala proses ini menjadi pembelajaran berharga untuk melangkah ke tahap kehidupan berikutnya dengan lebih baik dan lebih kuat.

Penulis menyadari bahwa penulisan tugas akhir ini masih jauh dari kata sempurna. oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak demi penyempurnaan tugas akhir ini. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi parapembaca serta memperluas wawasan dan pengetahuan.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 4 April 2026

**Muhammad Rifai Saragih
2203110104**

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM EDUKASI DIGITAL SKUL.ID PADA TELKOMSEL BRANCH MEDAN

Muhammad Rifai Saragih
2203110104

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi humas dalam membangun citra perusahaan melalui program edukasi digital Skul.id pada Telkomsel Branch Medan. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya peran humas dalam membangun citra perusahaan melalui pemanfaatan media digital, khususnya dalam konteks transformasi digital di bidang pendidikan. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini merupakan pihak internal Telkomsel Branch Medan yang terlibat langsung dalam pelaksanaan program Skul.id. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi humas Telkomsel Branch Medan dalam program Skul.id menerapkan model komunikasi Grunig dan Hunt, yaitu publicity, public information, two-way asymmetrical, dan two-way symmetrical. Strategi tersebut dilakukan melalui pemanfaatan media digital seperti media sosial dan website, serta pendekatan langsung melalui sosialisasi, workshop, dan kunjungan ke sekolah. Selain itu, Telkomsel juga melakukan komunikasi dua arah melalui pengumpulan feedback dari pengguna sebagai bahan evaluasi program. Program Skul.id terbukti mampu memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan, di mana Telkomsel dipersepsikan tidak hanya sebagai penyedia layanan telekomunikasi, tetapi juga sebagai perusahaan yang mendukung digitalisasi pendidikan. Citra perusahaan dalam penelitian ini terbentuk melalui pengalaman langsung yang dirasakan oleh pengguna program. Dengan demikian, strategi komunikasi humas yang terintegrasi serta berorientasi pada pengalaman pengguna memiliki peran penting dalam membangun citra perusahaan di era digital.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Humas, Citra Perusahaan, Skul.id, Telkomsel, Edukasi Digital

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Pembatasan Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
2.1. Strategi	8
2.2. Komunikasi	9
2.3. Strategi Komunikasi.....	11
2.4. Humas	12
2.5. Citra Perusahaan.....	13
2.6. Program Edukasi Digital.....	14
2.7. Skul.id	15
2.8 Teori Grunig & Hunt (1984).....	16
BAB III METODE PENELITIAN	19
3.1. Jenis Penelitian.....	19

3.2. Kerangka Konsep	20
3.3. Definisi Konsep.....	21
3.4. Kategorisasi Penelitian.....	23
3.5. Informan atau Narasumber.....	23
3.6. Teknik Pengumpulan Data	24
3.7. Teknik Analisis Data	25
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	28
4.1. Identitas Narasumber	28
4.2. Hasil Penelitian	29
4.3. Pembahasan.....	48
4.3.1 Publicity (Press Agency) dalam Strategi Komunikasi Humas	48
4.3.2 Public Information dalam Penyampaian Pesan Program Skul.id.....	51
4.3.3 Two-Way Asymmetrical dalam Pengelolaan Feedback Publik.....	54
4.3.4 Two – Way Symmetrical dalam Interaksi dengan Publik.....	56
4.3.5 Citra Perusahaan yang Terbentuk melalui Program Skul.id	59
4.3.6 Analisis Temuan Penelitian.....	61
BAB V PENUTUP	65
5.1 Kesimpulan	65
5.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian	22
Tabel 4.1 Data Informan	28

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Kerangka Konsep	19
Gambar 3.2 Peta Lokasi Penelitian	26
Gambar 3.3 Lokasi Penelitian	26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi publik atau humas (public relations) merupakan elemen strategis dalam dunia bisnis modern yang berperan dalam membangun dan mempertahankan citra positif perusahaan di mata para pemangku kepentingan. Citra perusahaan tidak hanya dibentuk oleh kualitas produk atau layanan yang ditawarkan, tetapi juga oleh bagaimana perusahaan merancang, mengelola, dan menyampaikan komunikasi kepada masyarakat secara terencana dan berkelanjutan. Oleh karena itu, praktik humas menempatkan strategi komunikasi sebagai instrumen penting dalam membangun kepercayaan, reputasi, dan hubungan jangka panjang antara perusahaan dan publik.

Seiring perkembangan teknologi informasi, strategi humas bergeser dari pendekatan konvensional ke pemanfaatan platform digital sebagai media utama komunikasi. Media digital memungkinkan perusahaan menyampaikan pesan secara cepat, luas, dan interaktif. Salah satu bentuk strategi tersebut adalah penggunaan program edukasi digital sebagai sarana komunikasi perusahaan untuk membangun hubungan dengan audiens melalui penyampaian konten yang informatif dan relevan. Tren global menunjukkan bahwa perusahaan, khususnya di sektor teknologi, semakin mengandalkan strategi komunikasi digital untuk menjaga citra perusahaan di tengah persaingan industri.

Industri telekomunikasi di Indonesia menjadi contoh nyata penerapan strategi komunikasi humas berbasis digital. Telkomsel sebagai salah satu operator telekomunikasi terbesar mengembangkan platform edukasi digital bernama Skul.id yang menyediakan berbagai konten pembelajaran seperti video edukasi, kuis interaktif, dan materi pendidikan gratis bagi pelajar dan masyarakat umum. Program tersebut dirancang oleh Telkomsel sebagai bentuk kontribusi perusahaan dalam mendukung transformasi digital di bidang pendidikan sekaligus sebagai sarana komunikasi perusahaan dalam membangun citra positif.

Implementasi Skul.id pada tingkat regional dilakukan di berbagai cabang, termasuk Telkomsel Branch Medan. Kota Medan menjadi wilayah strategis bagi pelaksanaan program edukasi digital karena memiliki populasi usia muda yang tinggi serta tingkat penggunaan teknologi digital yang terus meningkat. Program Skul.id dalam konteks regional tidak hanya berfungsi sebagai program CSR, tetapi juga sebagai bagian dari strategi komunikasi humas Telkomsel dalam membangun citra perusahaan yang peduli terhadap pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia, khususnya pada masa pasca-pandemi COVID-19 yang mendorong percepatan digitalisasi pendidikan.

Pelaksanaan program Skul.id dalam praktiknya melibatkan berbagai unit kerja di Telkomsel. Fungsi humas dalam pelaksanaan program tersebut memiliki peran strategis dalam perencanaan komunikasi, pengelolaan pesan, pemilihan media, serta pembingkajian citra perusahaan yang dibangun melalui program Skul.id. Peran humas tetap menjadi penting dalam menentukan arah dan strategi

komunikasi yang disampaikan kepada publik meskipun humas tidak selalu bertindak sebagai pelaksana teknis program.

Program Skul.id menunjukkan potensi dampak positif berupa meningkatnya keterlibatan audiens terhadap konten edukasi digital serta munculnya persepsi positif terhadap Telkomsel. Namun, implementasi strategi komunikasi humas melalui program tersebut masih menghadapi sejumlah tantangan, seperti ketidakmerataan penyebaran informasi program, keterbatasan interaksi langsung dengan audiens lokal, serta potensi kesenjangan antara ekspektasi masyarakat terhadap program edukasi digital dengan manfaat yang dirasakan. Persaingan dengan operator telekomunikasi lain yang memiliki program serupa juga dapat memengaruhi efektivitas Skul.id dalam membangun citra perusahaan yang unik apabila strategi komunikasi humas belum sepenuhnya disesuaikan dengan karakteristik lokal masyarakat Medan.

Secara teoretis, praktik humas menekankan pentingnya komunikasi dua arah yang simetris sebagaimana dikemukakan dalam model Grunig dan Hunt. Model ini menempatkan dialog, partisipasi, dan pemahaman audiens sebagai kunci dalam membangun kepercayaan jangka panjang antara perusahaan dan publik. Namun, dalam praktik komunikasi berbasis digital, masih ditemukan kesenjangan antara konsep ideal dan implementasi di lapangan akibat kurangnya evaluasi terhadap persepsi audiens serta minimnya adaptasi terhadap kondisi sosial dan budaya lokal.

Penelitian yang secara khusus mengkaji kontribusi strategi komunikasi humas Telkomsel melalui program edukasi digital Skul.id dalam membangun

citra perusahaan pada tingkat regional hingga saat ini masih terbatas, khususnya di Telkomsel Branch Medan. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis peran dan strategi komunikasi humas dalam memanfaatkan Skul.id sebagai sarana pembentukan citra perusahaan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademik bagi kajian komunikasi humas serta memberikan rekomendasi praktis bagi Telkomsel dalam mengoptimalkan strategi komunikasi perusahaan di tengah persaingan industri telekomunikasi yang semakin kompetitif.

Penelitian (Salsabila.,dkk 2025) menunjukkan bahwa strategi public relations Telkomsel melalui program edukasi digital mampu meningkatkan citra perusahaan di tingkat regional, seperti pada Telkomsel Branch Balikpapan melalui program Digi School. Namun, penelitian yang secara khusus mengkaji strategi komunikasi humas Telkomsel melalui program edukasi digital Skul.id dalam membangun citra perusahaan pada tingkat regional, khususnya di Telkomsel Branch Medan, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis strategi komunikasi humas Telkomsel melalui platform Skul.id dengan mempertimbangkan karakteristik masyarakat lokal serta penerapan prinsip komunikasi dua arah yang simetris.

1.2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, penelitian ini dibatasi pada kajian strategi komunikasi humas Telkomsel Branch Medan melalui program edukasi digital Skul.id dalam membangun citra perusahaan. Penelitian ini tidak membahas aspek teknis pengembangan platform Skul.id, kebijakan internal

perusahaan secara menyeluruh, dampak program terhadap peningkatan penjualan atau kinerja bisnis Telkomsel, serta implementasi program di cabang lain di luar Kota Medan. Fokus penelitian diarahkan pada peran humas dalam perencanaan komunikasi dan penyampaian pesan kepada publik di tingkat regional Telkomsel Branch Medan.

1.3. Rumusan Masalah

Bagaimana strategi komunikasi humas dalam membangun citra perusahaan melalui program edukasi digital Skul.id pada Telkomsel Branch Medan ?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian :

Untuk mengetahui Bagaimana strategi komunikasi humas dalam membangun citra perusahaan melalui program edukasi digital Skul.id pada Telkomsel Branch Medan.

Manfaat Penelitian :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya di bidang public relations, dengan memperkaya pemahaman mengenai strategi komunikasi humas dalam membangun citra perusahaan melalui program edukasi digital.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi Telkomsel Branch Medan dalam merancang dan

mengoptimalkan strategi komunikasi humas melalui program Skul.id guna membangun dan memperkuat citra perusahaan. Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi praktisi humas dalam mengelola program komunikasi perusahaan berbasis edukasi digital.

1.5. Sistematika Penulisan

- BAB I** : Bagian ini berisi pendahuluan yang di dalamnya terdapat uraian latar belakang masalah, pembatasan masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.
- BAB II** : Bagian ini membahas tentang uraian teoritis yang meliputi strategi komunikasi humas, teori komunikasi humas menurut Grunig dan Hunt, konsep citra perusahaan, serta program edukasi digital Skul.id pada Telkomsel Branch Medan.
- BAB III** : Bagian ini mengungkapkan dan menguraikan bagaimana metode penelitian yang digunakan dalam pelaksanaan penelitian ini, seperti jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, Lokasi dan waktu penelitian, serta deskripsi singkat mengenai objek penelitian.
- BAB IV** : Bagian ini menyajikan hasil penelitian yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi, serta pembahasan hasil penelitian yang dikaitkan dengan teori dan konsep komunikasi yang digunakan.

BAB V : Bagian ini berisi tentang simpulan dan saran berdasarkan penelitian yang telah dilakukan.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1. Strategi

Kata "strategi" berasal dari istilah Yunani "Strategos", yang merupakan gabungan "Stratos" (tentara) dan "ego" (pemimpin). Strategi memiliki fondasi atau kerangka untuk mencapai target yang diinginkan. Pada intinya, strategi adalah instrumen untuk meraih tujuan. Strategi didefinisikan sebagai seni pemanfaatan kemampuan dan sumber daya organisasi guna mencapai sasaran melalui interaksi efektif dengan lingkungan eksternal dalam kondisi optimal. Selain itu, strategi merupakan langkah penyesuaian sadar untuk merespons situasi lingkungan krusial, berdasarkan pertimbangan rasional. Strategi dirancang agar jelas menguraikan kegiatan yang sedang dan akan dilakukan perusahaan untuk mencapai tujuan yang ditetapkan.(Budiono, 2019)

Menurut Calam & Qurniati dalam jurnal (Dhamayanti, 2022) strategi merupakan cara atau dasar umum untuk mencapai sasaran dalam rangka melaksanakan misi. Strategi memberikan arahan yang terpadu dan menjadi petunjuk dalam penggunaan sumber daya organisasi. Penyusunan strategi melalui langkah-langkah berikut: 1) menentukan tujuan, 2) menetapkan ukuran, 3) menghilangkan perbedaan, 4) memilih alternatif, 5) penerapan rencana strategis, dan 6) mengevaluasi tujuan. Adanya langkah-langkah dalam menyusun strategi adalah supaya dalam proses pelaksanaan mencapai tujuan lebih terarah. Tentunya strategi dalam konteks pembelajaran apabila tidak

dilakukan penyusunan strategi yang tepat akan berdampak pada hasil belajar dari peserta didik

Dalam lingkungan organisasi atau perusahaan, strategi memegang peranan yang sangat penting dalam mencapai tujuan. Strategi berfungsi sebagai pedoman dalam menentukan arah tindakan serta cara pelaksanaannya, sehingga tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Menurut Grant dalam Jurnal (Budiono, 2019) strategi memiliki tiga peranan penting dalam pencapaian tujuan perencanaannya, yaitu:

1. Strategi sebagai pendukung pengambilan keputusan. Strategi berperan sebagai unsur penting dalam mencapai keberhasilan karena menjadi pola atau tema yang menyatukan berbagai keputusan yang diambil oleh individu maupun organisasi.
2. Strategi sebagai sarana koordinasi dan komunikasi. Strategi berfungsi untuk mengoordinasikan berbagai kegiatan serta menjadi alat komunikasi yang memberikan kesamaan arah dan tujuan bagi perusahaan.
3. Strategi sebagai target. Konsep strategi dipadukan dengan visi dan misi perusahaan untuk menentukan posisi dan arah perusahaan di masa yang akan datang.

2.2. Komunikasi

Istilah komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Dari pengertian tersebut, komunikasi dapat dipahami sebagai proses saling berbagi informasi antara pihak-pihak yang terlibat di dalamnya. Ketika dua orang

melakukan komunikasi, tujuan utamanya adalah agar pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan makna yang sama oleh kedua belah pihak, (Pohan Damayani Desi, 2021) upaya ini melibatkan pengirim pesan oleh komunikator, isi pesan, saluran atau media, penerima pesan yakni komunikan, serta umpan balik sebagai respon. (Rahmawati dkk, 2025)

1. Fungsi dan tujuan komunikasi

Komunikasi memiliki berbagai fungsi yakni menyampaikan pikiran, pendapat, dan perasaan kepada orang lain agar dapat dipahami dengan baik. Selain itu, komunikasi juga berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi yang bertujuan memberikan pengetahuan sehingga seseorang dapat mengambil keputusan yang tepat dalam berbagai situasi. Komunikasi juga memiliki fungsi edukatif, yaitu menambah pengetahuan dan wawasan melalui proses interaksi dan pertukaran informasi antar individu. Di samping itu, komunikasi berfungsi sebagai sarana persuasif yang digunakan untuk memengaruhi sikap, pendapat, dan perilaku individu atau kelompok secara tidak langsung, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima tanpa adanya paksaan.(Hardianto dkk., 2020)

Sedangkan tujuan komunikasi secara umum terdiri dari tiga, yaitu informatif, persuasif, dan instruktif. Tujuan informatif adalah menyampaikan informasi agar orang lain mengetahui dan memahami hal yang belum diketahui sehingga menambah pengetahuan. Tujuan persuasif bertujuan mempengaruhi sikap, pendapat, atau keyakinan seseorang agar bersedia menerima pesan yang disampaikan secara sukarela. Sementara itu, tujuan instruktif adalah memberikan

arahan atau perintah agar seseorang melakukan tindakan tertentu sesuai dengan pesan yang disampaikan.(Hardianto dkk., 2020)

2.3. Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi merupakan suatu proses perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang disusun secara sadar dan sistematis untuk mencapai tujuan tertentu. Strategi komunikasi tidak hanya berkaitan dengan penyampaian pesan, tetapi juga mencakup berbagai unsur penting dalam komunikasi, seperti penentuan pihak yang menyampaikan pesan, sasaran komunikasi, isi dan bentuk pesan yang disampaikan, serta pemilihan media yang digunakan. Penyusunan strategi komunikasi bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima, dipahami, dan direspons dengan baik oleh khalayak sesuai dengan tujuan yang diharapkan, dan mampu meminimalkan kesalahpahaman antara pihak-pihak yang terlibat. (Faisal, 2023)

Strategi komunikasi, baik pada tingkat makro yang direncanakan melalui berbagai media (planned multi-media strategy) maupun pada tingkat mikro yang menggunakan satu media komunikasi (single communication medium strategy), memiliki dua fungsi utama (Faustyna & Rudianto, 2024), yaitu:

- a. Menyebar luaskan pesan komunikasi yang bersifat informatif, persuasif, dan instruktif secara terencana dan sistematis kepada sasaran agar hasil yang dicapai lebih efektif. Selain itu, strategi ini juga berfungsi untuk menjembatani cultural gap yang muncul akibat kemudahan akses informasi serta kemudahan dalam penggunaannya.

- b. Says What (Pesan) Komunikator menyampaikan pesan kepada sasaran yang dituju. Pesan merupakan isi atau informasi yang dikirimkan dalam proses komunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung, serta dapat disampaikan dalam bentuk verbal maupun nonverbal.
- c. In Which Channel (Media) Dalam menyampaikan pesan, komunikator perlu menggunakan media komunikasi yang sesuai dengan kondisi dan karakter pesan yang akan disampaikan. Media berfungsi sebagai sarana penyalur pesan dari komunikator kepada komunikan.
- d. To Whom (Komunikan) Komunikan adalah individu atau kelompok yang menjadi sasaran dalam proses komunikasi dan berperan sebagai penerima pesan. Oleh karena itu, komunikator harus memahami karakteristik komunikan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan menghasilkan dampak yang optimal.
- e. Affect (Efek) Efek merupakan respons, tanggapan, atau reaksi yang muncul pada komunikan setelah menerima pesan dari komunikator. Dengan demikian, efek dapat dipahami sebagai akibat dari proses komunikasi. Berdasarkan formula Lasswell, komunikasi didefinisikan sebagai proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media tertentu yang kemudian menimbulkan efek.

2.4. Humas

Hubungan Masyarakat (Humas) atau Public Relations (PR) merupakan salah satu fungsi strategis dalam perusahaan yang berperan penting dalam membangun, memelihara, serta mempertahankan hubungan yang harmonis dan

saling menguntungkan antara perusahaan dengan publiknya. Humas berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan publik internal maupun eksternal melalui proses komunikasi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan. Melalui kegiatan komunikasi yang informatif, persuasif, dan edukatif, Humas berperan dalam membentuk citra positif serta meningkatkan reputasi perusahaan. Selain itu, Humas turut mendukung pencapaian tujuan perusahaan melalui pengelolaan komunikasi yang efektif dan terarah. (Dwi, 2025)

Tujuan Hubungan Masyarakat (Humas) adalah membangun dan memelihara hubungan yang baik dan harmonis antara perusahaan dengan publiknya, baik publik internal maupun eksternal. Selain itu, Humas bertujuan untuk meningkatkan citra positif serta menjaga dan memperkuat reputasi perusahaan di mata masyarakat. Humas juga berperan dalam menyampaikan informasi secara efektif, jelas, dan berkesinambungan kepada publik. Melalui proses komunikasi yang terencana dan strategis, Humas berupaya membentuk opini publik yang menguntungkan perusahaan. Humas membantu perusahaan dalam mengelola serta menyelesaikan permasalahan komunikasi agar tidak menimbulkan dampak negatif terhadap citra perusahaan. (Ritonga dkk, 2022).

2.5. Citra Perusahaan

Citra perusahaan merupakan persepsi yang relatif konsisten dalam jangka panjang yang terbentuk di benak publik dan pelanggan mengenai keseluruhan perusahaan. Citra tersebut mencerminkan nilai, kepercayaan, ide, serta kesan yang melekat pada perusahaan sebagai hasil dari interaksi dan pengalaman publik. Pembentukan citra perusahaan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik dari dalam

maupun luar perusahaan, yang tidak seluruhnya dapat dikendalikan secara langsung. Persepsi ini muncul dari pengetahuan, informasi, serta pengalaman masyarakat terhadap produk, layanan, dan aktivitas perusahaan. Citra perusahaan yang positif berperan penting dalam meningkatkan kepercayaan pelanggan dan menjadi aset strategis dalam menghadapi persaingan bisnis.(Maulyan,dkk 2022)

Menurut Triamah dalam junal (Maulyan,dkk 2022) citra bersifat abstrak (intangible), tidak berwujud secara fisik, serta tidak dapat digambarkan maupun diukur secara langsung karena keberadaannya hanya ada dalam pikiran individu. Meskipun demikian, citra dapat dirasakan melalui penilaian yang muncul dari publik, baik dalam bentuk penerimaan maupun tanggapan yang bersifat positif ataupun negatif. Citra juga dapat diketahui, diukur, dan diubah melalui proses tertentu. Berbagai penelitian mengenai citra organisasi (corporate image) menunjukkan bahwa citra dapat diukur dan mengalami perubahan, meskipun proses perubahan tersebut cenderung berlangsung secara bertahap dan memerlukan waktu.

2.6. Program Edukasi Digital

Program edukasi digital merupakan suatu kegiatan yang dirancang secara sistematis untuk meningkatkan literasi digital masyarakat. Program ini berfokus pada pengembangan kemampuan dalam menggunakan media digital, teknologi informasi, dan internet secara bijak dan bertanggung jawab. Tujuan program edukasi digital adalah membekali peserta dengan kompetensi dalam mengakses, memahami, mengevaluasi, serta memanfaatkan informasi digital secara efektif dan etis. Selain itu, program ini mendorong terbentuknya sikap kritis terhadap

konten digital sehingga individu mampu memanfaatkan media digital secara positif dalam kehidupan sehari-hari.(Inayah,dkk 2024)

Program edukasi digital merupakan sistem pembelajaran yang memanfaatkan teknologi informasi dan komunikasi untuk menyampaikan pengetahuan dan keterampilan melalui platform digital. Program ini berfungsi sebagai pendekatan pembelajaran terintegrasi guna meningkatkan aksesibilitas dan efektivitas pendidikan. Program edukasi digital dirancang untuk menyesuaikan kebutuhan peserta didik serta kondisi sosial dan budaya setempat. Dalam konteks pendidikan di Indonesia, program edukasi digital berperan dalam memperluas akses pendidikan dan mengatasi keterbatasan ruang serta waktu. Oleh karena itu, implementasi program edukasi digital memerlukan dukungan infrastruktur dan literasi digital agar tujuan pembelajaran dapat tercapai secara optimal. (Huda, 2024).

2.7. Skul.id

Mobile Skul.id merupakan aplikasi digital berbasis perangkat seluler yang dirancang khusus untuk mendukung kegiatan pembelajaran di lingkungan sekolah. Platform ini menyediakan berbagai fitur akademik, seperti pengelolaan materi pelajaran, penilaian, penugasan, agenda pembelajaran, serta sarana komunikasi daring antara guru dan siswa. Aplikasi Skul.id dikembangkan untuk menjawab kebutuhan digitalisasi pendidikan di sekolah-sekolah Indonesia. Selain itu, platform ini juga berperan dalam mendukung implementasi program Merdeka Belajar yang dicanangkan oleh Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (Yanto,dkk 2025)

Skul.id merupakan platform digital berbasis aplikasi yang dirancang untuk mendukung pengelolaan kegiatan akademik dan administrasi pendidikan secara terintegrasi. Berdasarkan kajian dalam jurnal Efektivitas Presensi Real-time Berbasis Skul.id, Skul.id berfungsi sebagai sistem manajemen sekolah yang menyediakan fitur presensi digital real-time, pengolahan data kehadiran otomatis, serta monitoring aktivitas akademik secara daring. Aplikasi ini memungkinkan pencatatan data yang lebih akurat, transparan, dan efisien dibandingkan sistem manual. Dengan memanfaatkan teknologi digital, Skul.id mendukung proses digitalisasi pendidikan serta meningkatkan efektivitas pengelolaan administrasi dan pembelajaran di lingkungan sekolah. (Noer, 2026)

2.8 Teori Grunig & Hunt (1984)

James E. Grunig dan Todd Hunt pada 1984 (Made,dkk 2025) memperkenalkan empat model PR yang menggambarkan cara organisasi berkomunikasi dengan publik. Model ini membantu memahami pendekatan strategis dalam praktik Humas. Model-modelnya adalah (1) Publicity (Press Agency); (2) Public Information; (3) Two-way Asymmetrical; (4) Two-way Symmetrical.

1. Publicity Model (Press Agency)

Karakteristik:

- a. Fokus pada publisitas dan atensi / perhatian publik.
- b. Komunikasi satu arah (one-way), dari organisasi ke publik.
- c. Sering menggunakan teknik persuasif atau sensasional untuk menarik perhatian.

- d. Tidak terlalu peduli pada akurasi atau keseimbangan informasi.

2. Public Information Model

Karakteristik:

- a. Komunikasi satu arah (one-way), tapi lebih informatif daripada persuasif.
- b. Fokus pada penyampaian informasi akurat dan faktual.
- c. Tidak memanipulasi atau membesar-besarkan fakta.
- d. Etika informasi lebih dijunjung.

3. Two-way Asymmetrical Model

Karakteristik:

- a. Komunikasi dua arah, tetapi tidak seimbang.
- b. Organisasi menggunakan feedback publik untuk mempengaruhi atau membujuk sesuai tujuannya.
- c. Riset digunakan untuk mengetahui opini publik, tapi organisasi tidak mengubah sikapnya sendiri.

4. Two-way Symmetrical Model

Karakteristik:

- a. Komunikasi dua arah yang seimbang (two-way, balanced).
- b. Dialog yang jujur dan terbuka.
- c. Organisasi mendengarkan publik dan bersedia menyesuaikan kebijakan atau tindakannya.
- d. Fokus pada hubungan saling menguntungkan.

Anggapan Dasar

Penelitian ini didasarkan pada anggapan bahwa strategi komunikasi yang

dirancang dan dijalankan oleh Humas memiliki peran penting dalam membangun citra perusahaan di mata publik. Melalui komunikasi yang terencana, sistematis, dan berkelanjutan, Humas mampu menyampaikan pesan perusahaan secara efektif sehingga membentuk persepsi positif terhadap perusahaan. Program edukasi digital Skul.id yang dilaksanakan oleh Telkomsel Branch Medan dipandang sebagai salah satu bentuk strategi komunikasi Humas dalam menjalin hubungan dengan publik, khususnya di bidang pendidikan. Anggapan dasar penelitian ini adalah bahwa pelaksanaan program edukasi digital Skul.id, jika dikomunikasikan dengan strategi yang tepat, dapat berkontribusi dalam membangun dan memperkuat citra positif Telkomsel sebagai perusahaan yang peduli terhadap pengembangan pendidikan dan literasi digital masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

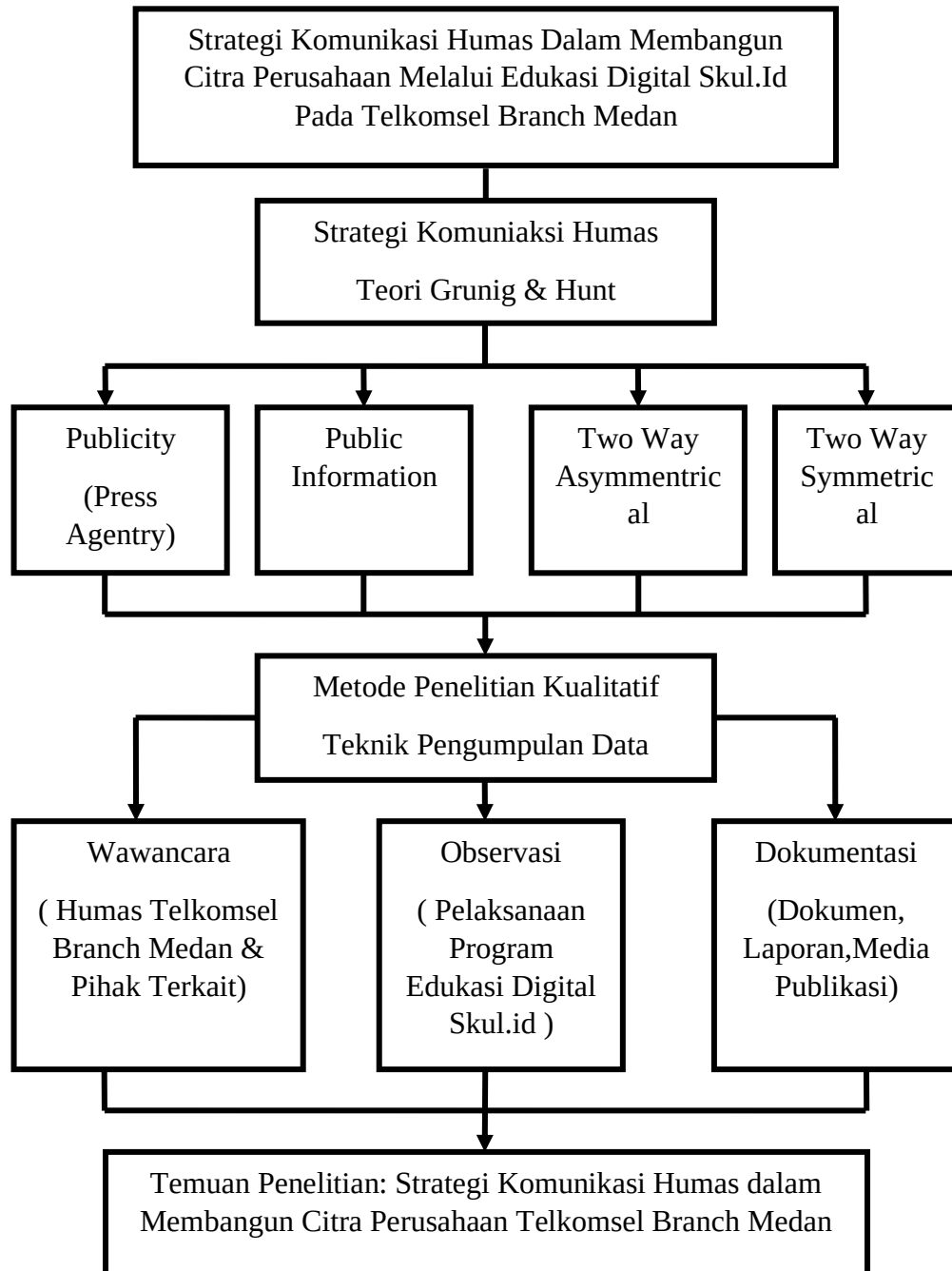
3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam proses pembentukan citra perusahaan melalui penerapan strategi komunikasi humas oleh Telkomsel Branch Medan dalam program edukasi digital skul.id. Pendekatan kualitatif dipilih agar peneliti dapat menggali secara mendalam pengalaman, pandangan, serta pemaknaan yang diberikan oleh pihak-pihak terkait terhadap efektivitas pelaksanaan komunikasi humas yang dijalankan oleh Telkomsel Branch Medan.

Kemudian, pendekatan deskriptif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai fenomena yang diteliti, yaitu proses penerapan strategi komunikasi humas Telkomsel Branch Medan dalam program edukasi digital skul.id. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menelusuri secara rinci dinamika komunikasi yang terjadi, baik dari sudut pandang pihak Telkomsel sebagai pelaksana komunikasi humas maupun pihak sasaran program sebagai penerima pesan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang menyeluruh mengenai bagaimana strategi komunikasi humas Telkomsel diterapkan serta perannya dalam membangun citra perusahaan melalui program edukasi digital skul.id. (Faustyna, 2023)

3.2. Kerangka Konsep

Gambar 3.1 Kerangka Konsep



Sumber : Penelitian, 2026

3.3. Definisi Konsep

Definisi konsep adalah penjelasan rinci dari kerangka konsep, berikut adalah definisi kerangka konsep berdasarkan kerangka konsep.

a. Strategi Komunikasi Humas

Strategi komunikasi humas adalah serangkaian perencanaan dan pengelolaan komunikasi yang dilakukan oleh fungsi Hubungan Masyarakat dalam perusahaan untuk menyampaikan pesan secara terarah, sistematis, dan berkelanjutan kepada publik. Dalam penelitian ini, strategi komunikasi humas dipahami sebagai upaya Telkomsel Branch Medan dalam merancang, mengelola, dan mengevaluasi komunikasi melalui program edukasi digital Skul.id guna membangun persepsi positif terhadap perusahaan.

b. Model Komunikasi Humas Grunig dan Hunt

Model komunikasi humas Grunig dan Hunt merupakan kerangka teoretis yang menjelaskan empat bentuk praktik komunikasi humas, yaitu Publicity (Press Agency), Public Information, Two-Way Asymmetrical, dan Two-Way Symmetrical. Dalam penelitian ini, model tersebut digunakan sebagai pisau analisis untuk memahami bagaimana Telkomsel Branch Medan menerapkan strategi komunikasi humas melalui program Skul.id, baik dalam penyebaran informasi, persuasi, maupun dialog dengan publik.

c. Publicity (Press Agency)

Publicity atau Press Agency merupakan bentuk strategi komunikasi humas yang berorientasi pada penyebaran informasi dan publikasi kegiatan perusahaan guna menarik perhatian publik. Dalam konteks penelitian ini, publicity merujuk

pada upaya Humas Telkomsel Branch Medan dalam mempublikasikan program edukasi digital Skul.id melalui media massa dan media digital.

d. Public Information

Public Information adalah model komunikasi humas yang menekankan penyampaian informasi yang akurat dan faktual kepada publik tanpa unsur persuasi yang berlebihan. Pada penelitian ini, public information dimaknai sebagai penyampaian informasi mengenai program Skul.id, tujuan, manfaat, serta aktivitas edukasi digital Telkomsel kepada masyarakat secara terbuka.

e. Two-Way Asymmetrical

Two-way asymmetrical merupakan bentuk komunikasi dua arah yang bersifat tidak seimbang, di mana perusahaan tetap berupaya memengaruhi publik dengan menyesuaikan pesan berdasarkan respons yang diterima. Dalam penelitian ini, model ini digunakan untuk melihat bagaimana Humas Telkomsel menyesuaikan pesan program Skul.id berdasarkan tanggapan publik, namun tetap berorientasi pada kepentingan perusahaan.

f. Two-Way Symmetrical

Two-way symmetrical adalah model komunikasi humas yang menekankan dialog, keterbukaan, dan hubungan saling menguntungkan antara perusahaan dan publik. Dalam penelitian ini, two-way symmetrical dipahami sebagai upaya Telkomsel Branch Medan dalam membangun komunikasi timbal balik melalui program Skul.id dengan memperhatikan masukan, kebutuhan, dan persepsi publik.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Tabel 3.1 Kategorisasi Penelitian

Kategorisasi Penelitian	Indikator
Strategi Komunikasi Humas	• Publicity
Telkomsel Branch Medan	• Public Information • Two-Way Asymmetrical • Two-Way Symmetrical
Program Edukasi Digital Skull.id	• Persiapan • Perencanaan • Pelaksanaan • Hasil dan Evaluasi

Sumber: Penelitian 2026

3.5. Informan atau Narasumber

Informan atau narasumber dalam penelitian ini adalah individu yang memberikan informasi dan jawaban terkait objek penelitian. Narasumber dalam penelitian ini terdiri dari pihak-pihak yang terlibat langsung dalam pelaksanaan strategi komunikasi humas Telkomsel Branch Medan melalui program edukasi digital Skull.id. Informan meliputi Humas Telkomsel Branch Medan serta tim pelaksana program Skull.id yang berperan dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan. Selain itu, informan juga mencakup pihak sekolah atau peserta program sebagai sasaran kegiatan untuk memperoleh gambaran mengenai tanggapan dan persepsi publik terhadap program serta citra perusahaan.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data untuk memperoleh informasi yang akan menjadi hasil atau fakta pendukung penelitian. adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi, dan dokumentasi.

a. Wawancara

Wawancara merupakan teknik pengumpulan data berupa tanya jawab antara peneliti dengan narasumber untuk memperoleh informasi yang berkaitan dengan permasalahan penelitian. Wawancara dilakukan secara terstruktur dan tidak terstruktur, sehingga peneliti dapat menggali data secara mendalam. Dalam penelitian ini, pengumpulan data dilakukan melalui wawancara terstruktur kepada informan yang terkait untuk memperoleh data yang akurat mengenai strategi komunikasi humas dalam membangun citra perusahaan melalui program edukasi digital Skul.id.

b. Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan secara langsung terhadap objek penelitian. Observasi dilakukan untuk melihat secara nyata pelaksanaan program edukasi digital Skul.id serta aktivitas komunikasi humas yang berlangsung. Melalui observasi, peneliti dapat memperoleh gambaran mengenai proses kegiatan, interaksi antara pihak perusahaan dengan publik, serta penerapan strategi komunikasi dalam program tersebut.

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara mengumpulkan data pendukung yang berkaitan dengan penelitian. Dokumentasi dalam penelitian ini meliputi dokumen tertulis, foto kegiatan, arsip program, serta materi publikasi yang berkaitan dengan pelaksanaan program edukasi digital Skul.id. Data dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil wawancara dan observasi serta sebagai bahan pendukung dalam analisis data penelitian.

3.7. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan analisis data kualitatif yang dilakukan secara interaktif dan berkesinambungan. Analisis data dimulai dengan reduksi data, yaitu memilih, memfokuskan, dan menyederhanakan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi yang relevan dengan penelitian. Pada penelitian ini, digunakan teknik analisis data model Miles dan Huberman. (Pandu,dkk 2025)

a. Redaksi Data (Data Reduction)

Reduksi data adalah proses seleksi, pemusatan perhatian, penyederhanaan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan. kegiatan ini dilakukan sejak pengumpulan data dimulai. reduksi data membantu peneliti memfokuskan pada data yang benar-benar relevan dengan masalah penelitian. Contoh kegiatan reduksi data antara lain meringkas data, mengkode data, membuang data yang tidak perlu, dan mengelompokkan data ke dalam tema-tema tertentu.

b. Penyajian Data (Data Display)

Setelah diredaksi, data perlu disajikan dalam suatu format yang ringkas dan terorganisir sehingga memudahkan peneliti untuk melihat hubungan antar data dan menarik kesimpulan, tampilan data yang baik adalah yang mampu menyajikan informasi secara utuh dan memungkinkan peneliti untuk mengambil tindakan analitis yang tepat.

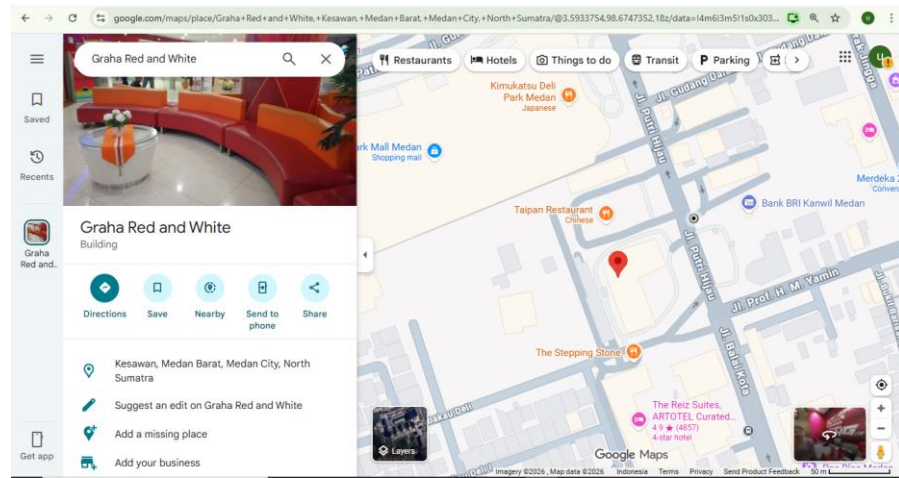
c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi

Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi, yaitu merumuskan makna dan temuan penelitian berdasarkan data yang telah dianalisis serta melakukan pengecekan ulang untuk memastikan keabsahan data. Teknik analisis data ini digunakan untuk mengetahui dan memahami secara mendalam Strategi Komunikasi Humas dalam membangun citra perusahaan melalui Program Edukasi Digital Skul.id pada Telkomsel Branch Medan.

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini bertempat di kantor Gedung Graha Merah Putih (GMP) Medan. Jl. Putri Hijau No. 1, Kel. Kesawan, Kec. Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara 20111. Kegiatan penelitian ini di mulai saat SK II saya di tetapkan pada bulan Desember 2025 sampai selesai.

Gambar 3.2 Peta Lokasi Penelitian



Sumber: Google Maps

Gambar 3.3 Lokasi Penelitian



Sumber: Instagram @ telkomproperty_reg1_gmpmedan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Identitas Narasumber

Dalam penelitian ini, penulis memilih narasumber yang dianggap memiliki pengetahuan, pengalaman, serta keterlibatan langsung dalam kegiatan yang berkaitan dengan strategi komunikasi humas pada Telkomsel Branch Medan, khususnya dalam program edukasi digital Skul.id. Pemilihan narasumber dilakukan secara purposive, yaitu berdasarkan pertimbangan tertentu agar data yang di peroleh lebih relevan, mendalam, dan, sesuai dengan kebutuhan penelitian.

Meskipun penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi humas, narasumber yang dipilih tidak hanya berasal dari divisi Humas, tetapi juga melibatkan divisi lain yang tergabung dalam tim pelaksana program Skul.id. Hal ini dikarenakan dalam praktiknya, pelaksanaan program edukasi digital Skul.id melibatkan berbagai divisi yang memiliki peran masing-masing, termasuk dalam proses penyampaian pesan, koordinasi kegiatan, serta interaksi dengan publik.

Narasumber dalam penelitian ini berasal dari pihak internal Telkomsel Branch Medan, yaitu bagian Humas serta tim pelaksana program Skul.id yang memiliki peran dalam perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi kegiatan komunikasi. Narasumber dipilih karena memiliki peran strategis dalam menjalankan fungsi komunikasi perusahaan serta memahami secara langsung proses implementasi program edukasi digital Skul.id.

Adapun narasumber dalam penelitian ini terdiri dari beberapa informan yang memiliki jabatan dan peran berbeda di lingkungan Telkomsel Branch

menyeluruh mengenai strategi komunikasi humas melalui program edukasi digital Skul.id.

Tabel 4.1 Data Informan

No	Nama	Jenis Kelamin	Jabatan
1	Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T.	Laki - Laki	Mobile Postpaid Consumer & Community
2	Reza Agung Ajiansyah S. Kom	Laki - Laki	Youth Buddy Account Branch Medan

Sumber : Olahan Peneliti 2026

4.2. Hasil Penelitian

Wawancara dalam penelitian ini dilakukan melalui proses tanya jawab secara tatap muka antara peneliti dengan narasumber. Untuk mendukung pelaksanaan wawancara mendalam, peneliti telah menyiapkan sejumlah pertanyaan yang berkaitan dengan fokus penelitian mengenai strategi komunikasi humas dalam pelaksanaan program edukasi digital Skul.id pada Telkomsel Branch Medan. Dalam penelitian ini, peneliti memilih narasumber yang merupakan pegawai internal Telkomsel Branch Medan yang tergabung dalam tim pelaksana program Skul.id.

Narasumber berasal dari beberapa divisi yang memiliki keterlibatan langsung dalam perencanaan, pelaksanaan, serta evaluasi program. Kegiatan wawancara diawali dengan pengenalan antara peneliti dan narasumber, kemudian peneliti menyampaikan maksud dan tujuan penelitian serta fokus permasalahan

yang akan dikaji. Dalam proses wawancara, narasumber diminta untuk memberikan jawaban berdasarkan pengalaman, pengetahuan, serta kondisi yang sebenarnya terkait pelaksanaan strategi komunikasi dalam program Skul.id.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada dua orang narasumber terkait. Bagaimana cara Telkomsel Branch Medan mempublikasikan program edukasi digital Skul.id kepada masyarakat, dalam hal ini narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi S.T menyatakan :

“Telkomsel Branch Medan mempublikasikan program edukasi digital Skul.id melalui beberapa platform dari media sosial sampai dengan direct approach ke sekolah-sekolah.”

Sejalan dengan hal tersebut, Narasumber II, Reza Ajiansyah juga menambahkan bahwa publikasi program dilakukan dengan pendekatan yang lebih luas dan terintegrasi :

“Kalau untuk publikasi program Skul.id sendiri, kami menggunakan beberapa pendekatan. Jadi tidak hanya dari satu sisi saja, tapi memang kami kombinasikan. Salah satunya melalui kerja sama dengan pemerintah daerah dan dinas pendidikan, supaya program ini bisa lebih mudah masuk ke sekolah-sekolah. Selain itu, kami juga melakukan pendekatan langsung ke sekolah, jadi tim Telkomsel datang untuk melakukan sosialisasi, demo, sekaligus onboarding ke guru, siswa, dan juga orang tua. Kami juga ikut dalam event-event edukasi seperti webinar pendidikan untuk memperkenalkan Skul.id ke masyarakat yang lebih luas. Di samping itu, kami juga menjalankan program literasi digital, supaya masyarakat paham bahwa Skul.id ini bukan hanya aplikasi, tapi solusi untuk mendukung kegiatan belajar dan administrasi sekolah.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa Telkomsel Branch Medan dalam mempublikasikan program Skul.id tidak hanya mengandalkan satu metode komunikasi saja, melainkan menggunakan pendekatan yang terintegrasi antara media digital dan pendekatan langsung. Selain itu, adanya kerja sama dengan pemerintah serta kegiatan edukatif seperti webinar dan literasi

digital menunjukkan bahwa strategi publikasi yang dilakukan tidak hanya bertujuan untuk memperkenalkan program, tetapi juga membangun pemahaman masyarakat terhadap pentingnya digitalisasi dalam dunia pendidikan.

Kemudian peneliti menanyakan terkait media apa saja yang digunakan oleh Humas untuk menyebarluaskan informasi tentang program Skul.id. Dalam hal ini narasumber I Muhammad Sultan Aqil Rafi S.T memberi pernyataan :

“Beberapa media yang aktif digunakan oleh Telkomsel berupa Instagram, tiktok, website telkomsel, aplikasi myTelkomsel dengan penawaran paket kuota bundling dengan paket premium skul.id, kemudian whatsapp blast ke pihak sekolah, dan pendekatan melalui direct sales untuk visit ke sekolah.”

Sejalan dengan hal tersebut, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah menyatakan:

“Untuk media, kami menggunakan kombinasi antara media digital dan juga pendekatan langsung. Dari sisi digital, kami menggunakan website resmi Telkomsel dan Skul.id, kemudian media sosial seperti Instagram, TikTok, dan juga YouTube untuk live atau konten edukasi. Selain itu, kami juga memanfaatkan ekosistem digital Telkomsel untuk membantu meningkatkan awareness. Kalau dari sisi offline atau langsung, kami biasanya melakukan presentasi ke sekolah, membagikan brosur atau materi edukasi, dan juga melakukan demo aplikasi secara langsung di lapangan.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa media publikasi yang digunakan oleh Telkomsel Branch Medan bersifat terintegrasi dengan mengombinasikan media digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, website, serta aplikasi MyTelkomsel dengan pendekatan langsung seperti presentasi ke sekolah, WhatsApp blast, pembagian brosur, dan demo aplikasi. Penggunaan berbagai media ini menunjukkan bahwa Telkomsel menerapkan strategi komunikasi yang adaptif dan menyeluruh untuk menjangkau berbagai kalangan, khususnya pihak sekolah, guru, dan siswa, sehingga informasi

mengenai program Skul.id dapat tersampaikan secara efektif serta meningkatkan pemahaman dan awareness masyarakat terhadap program tersebut.

Kemudian peneliti menanyakan terkait bagaimana strategi Humas Telkomsel Branch Medan dalam menarik perhatian masyarakat atau pihak sekolah terhadap program Skul.id. Dalam hal ini narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T. menyatakan:

"Pihak Telkomsel aktif memberikan bundling atau add on khusus untuk sekolah-sekolah yang mau dan aktif menggunakan Skul ID seperti diskon atau potongan khusus harga kartu perdana untuk siswa/siswi sekolah bersangkutan."

Sejalan dengan hal tersebut, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah menyatakan:

"Strategi yang kami lakukan lebih ke menonjolkan nilai atau manfaat dari Skul.id itu sendiri. Jadi kami fokus menjelaskan bahwa dengan Skul.id, proses belajar bisa lebih fleksibel, administrasi sekolah jadi lebih efisien, dan akses materi pembelajaran juga lebih luas. Selain itu, kami juga langsung menyasar stakeholder pendidikan seperti kepala sekolah, guru, dan dinas pendidikan, karena mereka yang berperan dalam pengambilan keputusan. Kami juga memberikan kesempatan uji coba langsung di beberapa sekolah, supaya mereka bisa merasakan manfaatnya secara langsung. Dari sisi branding, kami juga menekankan bahwa Skul.id ini bisa digunakan secara gratis, sehingga lebih menarik untuk sekolah. Selain itu, kami juga membangun pendekatan komunitas dengan melibatkan siswa dan guru sebagai pengguna aktif, sehingga terbentuk ekosistem pengguna yang saling mendukung."

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa strategi yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Medan dalam menarik perhatian sekolah menggabungkan pendekatan promosi dan pendekatan edukatif. Hal ini terlihat dari pemberian penawaran menarik seperti bundling dan potongan harga yang bertujuan untuk meningkatkan minat awal sekolah, serta penekanan pada manfaat nyata dari penggunaan Skul.id dalam mendukung proses pembelajaran dan

administrasi. Selain itu, strategi yang dilakukan juga menasar langsung pengambil keputusan di lingkungan pendidikan serta memberikan pengalaman penggunaan secara langsung melalui uji coba, sehingga dapat membangun kepercayaan dan pemahaman yang lebih mendalam. Dengan demikian, strategi yang diterapkan tidak hanya berorientasi pada ketertarikan awal, tetapi juga pada pembentukan hubungan jangka panjang dan keberlanjutan penggunaan program.

Kemudian peneliti menanyakan apakah terdapat kegiatan khusus seperti event, seminar, atau sosialisasi untuk meningkatkan publikasi program Skul.id. Dalam hal ini narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T. menyatakan:

"Pihak Telkomsel memberikan event khusus seperti aktif mengadakan perlombaan edukasi maupun event games ke sekolah-sekolah tersebut."

Sejalan dengan hal tersebut, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah menyatakan:

"Ya, ada beberapa kegiatan yang kami lakukan. Salah satunya sosialisasi langsung ke sekolah dalam bentuk workshop atau pelatihan penggunaan Skul.id, termasuk demo fitur kepada guru dan siswa. Kami juga mengadakan seminar dan webinar yang membahas tentang digitalisasi pendidikan dan literasi teknologi. Selain itu, kami juga ikut dalam event pendidikan seperti festival pendidikan, di mana Telkomsel biasanya membuka booth untuk memperkenalkan dan mendemokan Skul.id. Tidak hanya itu, kami juga melakukan program kolaborasi dengan pemerintah daerah dan institusi pendidikan untuk memperluas jangkauan program ini."

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa Telkomsel Branch Medan memanfaatkan berbagai kegiatan seperti event, workshop, seminar, dan sosialisasi sebagai sarana untuk meningkatkan publikasi program Skul.id. Kegiatan tersebut tidak hanya berfungsi sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga sebagai wadah interaksi langsung dengan pihak sekolah, guru, dan siswa. Selain itu, melalui perlombaan edukasi, webinar, serta kolaborasi dengan

instansi terkait, Telkomsel berupaya membangun engagement dan meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya digitalisasi pendidikan. Dengan demikian, kegiatan ini menjadi strategi yang efektif dalam memperluas jangkauan informasi sekaligus membangun ketertarikan dan kepercayaan terhadap program Skul.id.

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana Humas Telkomsel Branch Medan menyampaikan informasi mengenai tujuan dan manfaat program Skul.id kepada masyarakat. Dalam hal ini narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T. menyatakan:

” Pihak Telkomsel menggunakan media sosial, media cetak, dan presentation deck ke sekolah yang ditawarkan.”

Sejalan dengan hal tersebut, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah menyatakan:

“Kami menyampaikan informasi dengan pendekatan yang lebih edukatif dan persuasif. Biasanya dilakukan melalui sosialisasi langsung ke sekolah, di mana kami menjelaskan fungsi Skul.id sebagai platform digital yang mendukung pembelajaran, komunikasi, dan juga administrasi sekolah. Selain itu, kami juga menggunakan presentasi dan demo aplikasi supaya pihak sekolah bisa langsung melihat cara penggunaannya. Dari sisi digital, kami juga menyampaikan melalui media sosial, dan kami juga bekerja sama dengan dinas pendidikan agar informasi yang disampaikan lebih kredibel dan tepat sasaran.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa penyampaian informasi mengenai tujuan dan manfaat program Skul.id dilakukan melalui kombinasi media komunikasi serta pendekatan edukatif yang menekankan pemahaman langsung kepada pihak sekolah. Penggunaan media sosial, media cetak, serta presentation deck menunjukkan adanya pemanfaatan berbagai saluran

komunikasi, sementara kegiatan sosialisasi, demo, dan kerja sama dengan dinas pendidikan memperkuat kredibilitas informasi yang disampaikan. Dengan demikian, strategi komunikasi yang diterapkan tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada upaya membangun pemahaman dan kepercayaan masyarakat terhadap manfaat program Skul.id.

Kemudian peneliti menanyakan bagaimana Humas Telkomsel Branch Medan menyampaikan informasi mengenai tujuan dan manfaat program Skul.id kepada masyarakat. Dalam hal ini narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T. menyatakan:

“Kami memberikan informasi terkait pentingnya platform digital dalam mengawal kegiatan sekolah sehari-sehari. Selain untuk membantu administrasi sekolah, Skul ID juga menunjang kemudahan komunikasi, interaksi, dan dampak Skul ID untuk efisiensi kegiatan sekolah.”

Sejalan dengan hal tersebut, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah menyatakan:

“Informasi yang kami sampaikan biasanya bersifat praktis dan mudah dipahami. Kami menjelaskan fungsi utama Skul.id sebagai media pembelajaran digital dan sistem manajemen sekolah. Kami juga menjelaskan manfaatnya, seperti membantu efisiensi administrasi, memudahkan akses materi pembelajaran, serta memungkinkan monitoring perkembangan siswa oleh guru maupun orang tua. Selain itu, kami juga memperkenalkan fitur-fitur utama seperti absensi digital, penugasan online, dan informasi sekolah. Kami juga memberikan panduan penggunaan aplikasi serta menjelaskan bahwa Telkomsel menyediakan dukungan teknis dan pendampingan selama proses implementasi di sekolah.”

Dari pernyataan kedua narasumber tersebut, terlihat bahwa informasi yang disampaikan kepada sekolah tidak hanya bersifat umum, tetapi juga mencakup aspek praktis dan teknis terkait penggunaan platform Skul.id. Penekanan pada manfaat seperti efisiensi administrasi, kemudahan komunikasi, serta akses

pembelajaran menunjukkan bahwa Telkomsel berupaya menyesuaikan pesan komunikasi dengan kebutuhan nyata di lingkungan pendidikan. Selain itu, adanya penjelasan fitur serta panduan penggunaan menunjukkan pendekatan yang lebih aplikatif, sehingga pihak sekolah tidak hanya memahami konsep, tetapi juga siap dalam mengimplementasikan platform tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian informasi dilakukan secara komprehensif untuk mendorong penerimaan dan penggunaan Skul.id secara optimal.

Dalam wawancara yang dilakukan, peneliti menggali bagaimana humas memastikan informasi yang disampaikan kepada publik mengenai program Skul.id bersifat jelas dan akurat. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T. menyatakan:

“Skul id merupakan kolaborasi platform antara Telkomsel dengan Kuncie. Sehingga secara guidance dan SOP sudah dimatangkan oleh pihak HQ serta Kuncie di mana ketika platform ini diturunkan ke level Branch maka sudah jelas secara alurnya.”

Selain itu, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah mengungkapkan:

“Untuk memastikan informasi yang disampaikan itu akurat, kami mengacu pada panduan resmi dari pusat. Jadi semua materi yang kami gunakan sudah distandarisasi, sehingga tidak ada perbedaan informasi antara pusat dan di lapangan.”

Dari penjelasan kedua narasumber tersebut, terlihat bahwa kejelasan dan keakuratan informasi dalam program Skul.id dijaga melalui penggunaan standar operasional dan panduan resmi yang telah ditetapkan oleh pihak pusat. Adanya kolaborasi dengan pihak Kuncie serta penerapan SOP yang telah dimatangkan menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan telah melalui proses

perencanaan yang sistematis. Selain itu, penggunaan materi yang terstandarisasi juga memastikan konsistensi pesan antara tingkat pusat dan pelaksanaan di lapangan, sehingga dapat meminimalisir kesalahan informasi serta meningkatkan kepercayaan masyarakat terhadap program Skul.id.

Dalam wawancara yang dilakukan, peneliti menggali bagaimana respon masyarakat atau pihak sekolah terhadap informasi yang diberikan mengenai program Skul.id. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T. menyatakan:

“Mayoritas positif, terutama dari sekolah yang membutuhkan solusi digital learning, meskipun ada juga tantangan dari sisi adaptasi teknologi.”

Selain itu, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah mengungkapkan:

“Secara umum responnya cukup baik, terutama dari sekolah yang memang membutuhkan solusi digital. Namun memang ada beberapa yang masih perlu penyesuaian, terutama dalam hal penggunaan teknologi.”

Dari pernyataan kedua narasumber tersebut, dapat dilihat bahwa respon masyarakat terhadap program Skul.id cenderung positif, khususnya dari sekolah yang memiliki kebutuhan terhadap digitalisasi pembelajaran. Hal ini menunjukkan bahwa program yang ditawarkan relevan dengan kebutuhan di lapangan. Namun demikian, masih terdapat tantangan dalam hal adaptasi teknologi, yang mengindikasikan bahwa tidak semua pihak memiliki kesiapan yang sama dalam mengimplementasikan platform digital. Oleh karena itu, diperlukan upaya pendampingan dan edukasi yang berkelanjutan agar program Skul.id dapat diterima dan dimanfaatkan secara optimal oleh seluruh pihak sekolah.

Dalam wawancara yang dilakukan, peneliti menggali apakah humas Telkomsel melakukan riset atau pengumpulan informasi mengenai kebutuhan masyarakat sebelum menjalankan program Skul.id. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T. menyatakan:

”Betul, sebelum adanya rilis resmi pihak Telkomsel sudah melakukan survey dan sampling ke beberapa sekolah karena salah satu concern Telkomsel yaitu untuk memajukan pendidikan di Indonesia melalui platform Digital.”

Selain itu, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah mengungkapkan:

“Ya, sebelum program dijalankan, kami sudah melakukan pengumpulan data dan melihat kebutuhan sekolah. Hal ini penting supaya program yang dijalankan benar-benar sesuai dengan kondisi di lapangan.”

Dari penjelasan tersebut, terlihat bahwa kegiatan riset dan pengumpulan data menjadi langkah awal yang penting dalam pelaksanaan program Skul.id. Melalui survei dan sampling yang dilakukan ke beberapa sekolah, Telkomsel berupaya memahami kebutuhan nyata di lapangan sehingga program yang dirancang tidak bersifat asumsi semata. Selain itu, pendekatan ini juga menunjukkan bahwa Telkomsel memiliki perhatian terhadap pengembangan pendidikan berbasis digital yang sesuai dengan kondisi dan kesiapan masing-masing sekolah. Dengan demikian, riset yang dilakukan berfungsi sebagai dasar dalam menentukan strategi serta memastikan program dapat berjalan secara efektif dan tepat sasaran.

Dalam wawancara yang dilakukan, peneliti menggali Bagaimana cara Telkomsel mengetahui tanggapan atau respon masyarakat terhadap program

Skul.id. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T. menyatakan:

”Pastinya melalui feedback langsung kepada sekolah yang mengikuti kegiatan ini. Di lain sisi Telkomsel juga melakukan survey kepada pihak yang sudah mengikuti dan menjalankan platform skul id ini.”

Selain itu, narasumber II, yaitu Reza Ajiansyah mengungkapkan:

“Kami biasanya mendapatkan respon langsung dari sekolah, baik melalui komunikasi saat kunjungan maupun setelah penggunaan program. Selain itu, kami juga melakukan evaluasi melalui feedback dari pengguna.”

Dari pemaparan kedua narasumber tersebut, dapat dipahami bahwa proses pengumpulan tanggapan masyarakat menjadi bagian penting dalam evaluasi program Skul.id. Melalui berbagai metode, baik secara langsung maupun tidak langsung, Telkomsel dapat memperoleh masukan yang berguna untuk mengetahui tingkat kepuasan serta kendala yang dihadapi pengguna. Dengan demikian, respon masyarakat tidak hanya menjadi indikator keberhasilan program, tetapi juga menjadi dasar dalam melakukan perbaikan dan pengembangan program ke depannya.

Dalam proses wawancara, peneliti juga menyoroti bagaimana peran feedback masyarakat dalam pengembangan program Skul.id. Hal ini penting untuk mengetahui sejauh mana masukan dari pihak sekolah dijadikan sebagai bahan evaluasi oleh Telkomsel. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

”Tujuan skul id adalah untuk membantu sekolah supaya menjadi tempat yang lebih seru dan menarik. Pastinya feedback akan disampaikan ke HQ untuk peningkatan skul id.”

Sejalan dengan hal tersebut, narasumber II, Reza Ajiansyah, mengungkapkan:

“Iya, feedback tersebut sangat kami perhatikan. Biasanya akan kami teruskan ke pihak pusat sebagai bahan evaluasi dan pengembangan program ke depannya.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa feedback dari masyarakat, khususnya pihak sekolah, memiliki peran penting dalam proses pengembangan program Skul.id. Setiap masukan yang diperoleh tidak hanya menjadi bahan evaluasi di tingkat pelaksana, tetapi juga diteruskan ke pihak pusat (HQ) untuk dilakukan pengembangan lebih lanjut. Hal ini menunjukkan bahwa Telkomsel memanfaatkan feedback sebagai bagian dari upaya peningkatan kualitas program, meskipun proses pengambilan keputusan tetap berada pada tingkat pusat.

Untuk memahami lebih jauh pola komunikasi yang diterapkan, peneliti kemudian mengkaji apakah Telkomsel membuka ruang komunikasi dua arah dengan pihak sekolah dalam pelaksanaan program Skul.id. Hal ini menjadi penting untuk melihat sejauh mana interaksi yang terjalin antara perusahaan dan publiknya. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

“Betul. Telkomsel aktif mengadakan dialog terbuka terkait kebutuhan apa yang dibutuhkan oleh sekolah untuk peningkatan skul id.”

Sejalan dengan hal tersebut, narasumber II, Reza Ajiansyah, mengungkapkan:

“Ya, kami membuka komunikasi secara langsung dengan sekolah, baik melalui kunjungan maupun komunikasi online. Hal ini penting supaya kami bisa memahami kebutuhan mereka secara lebih detail.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa Telkomsel telah membuka ruang komunikasi dua arah dengan pihak sekolah melalui berbagai bentuk interaksi, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi online. Adanya dialog terbuka serta komunikasi yang dilakukan secara berkelanjutan menunjukkan bahwa Telkomsel tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga berupaya memahami kebutuhan sekolah. Dengan demikian, komunikasi yang terjalin bersifat interaktif dan memungkinkan terjadinya pertukaran informasi antara kedua belah pihak.

Untuk mengetahui bagaimana hubungan yang terjalin antara Telkomsel dan pihak sekolah, peneliti kemudian menelusuri upaya yang dilakukan dalam menjaga komunikasi melalui program Skul.id. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

"Komunikasi via whatsapp dan kunjungan langsung oleh pihak telkomsel."

Selanjutnya, narasumber II, Reza Agung Ajiansyah S. Kom, mengungkapkan:

"Kami menjaga komunikasi secara rutin, baik melalui WhatsApp maupun kunjungan langsung, sehingga hubungan dengan sekolah tetap terjalin dengan baik."

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa humas Telkomsel menjaga hubungan dengan pihak sekolah melalui komunikasi yang dilakukan secara rutin, baik melalui media WhatsApp maupun kunjungan langsung. Bentuk komunikasi ini menunjukkan adanya upaya untuk mempertahankan hubungan yang berkelanjutan dengan pihak sekolah, sehingga

interaksi tidak hanya terjadi pada saat pelaksanaan program, tetapi juga setelahnya.

Untuk memahami bagaimana tahapan awal sebelum program Skul.id dijalankan, peneliti kemudian menelusuri proses perencanaan yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Medan. Hal ini bertujuan untuk mengetahui langkah-langkah yang dilakukan sebelum program diimplementasikan di lapangan. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

“Kami menentukan dari daerah-daerah yang secara data memang masih kurang dalam penggunaan kartu Telkomsel. Jadi untuk mulai mengaukisasi dan membangun youth school ecosystem maka kami mulai program skul id dari daerah tersebut.”

Selanjutnya, narasumber II, Reza Agung Ajiansyah S. Kom, mengungkapkan:

“Untuk tahap awal, kami biasanya melihat dulu kondisi di lapangan, terutama dari sisi penggunaan layanan Telkomsel di lingkungan sekolah. Dari situ kami bisa menentukan area mana yang potensial untuk dikembangkan. Selain itu, kami juga melihat kebutuhan sekolah, apakah mereka sudah siap secara digital atau masih menggunakan sistem manual. Dari hasil itu, baru kami susun langkah pendekatan melalui program Skul.id.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa proses perencanaan program Skul.id dilakukan dengan mempertimbangkan data penggunaan layanan Telkomsel serta kondisi dan kebutuhan sekolah di lapangan. Selain itu, kesiapan digital sekolah juga menjadi faktor penting dalam menentukan langkah pendekatan program. Dengan adanya perencanaan yang berbasis data dan kondisi nyata, program Skul.id dapat dijalankan secara lebih terarah sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing sekolah.

Dalam pendalaman lebih lanjut, peneliti juga menggali bagaimana strategi komunikasi yang dirancang oleh humas dalam memperkenalkan program Skul.id. Terkait hal tersebut, narasumber I Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T menyatakan:

“Kami melakukan pendekatan yang edukatif ke pihak sekolah dan interaktif ke siswa siswi sekolah tersebut dari kegiatan-kegiatan yang dimainkan”

Sementara itu, narasumber II Reza Agung Ajjansyah S. Kom mengungkapkan:

“Strateginya lebih ke pendekatan edukatif dan juga interaktif. Jadi kami tidak hanya menjelaskan, tapi juga mengajak pihak sekolah untuk terlibat langsung. Biasanya melalui presentasi, demo, dan juga kegiatan yang melibatkan siswa supaya mereka bisa lebih mudah memahami penggunaan Skul.id.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa proses perencanaan program Skul.id tidak hanya didasarkan pada analisis data dan kondisi lapangan, tetapi juga disertai dengan perancangan strategi komunikasi yang bersifat edukatif dan interaktif. Pendekatan ini dilakukan dengan melibatkan pihak sekolah serta siswa secara langsung agar program lebih mudah dipahami dan diterima. Dengan demikian, perencanaan yang dilakukan tidak hanya berfokus pada penentuan sasaran, tetapi juga pada cara penyampaian program kepada masyarakat.

Untuk mengetahui bagaimana implementasi program Skul.id setelah tahap perencanaan dilakukan, peneliti kemudian menggali proses pelaksanaan program di lapangan. Hal ini bertujuan untuk melihat bagaimana program dijalankan serta bentuk kegiatan yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Medan. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

“Pelaksanaan berjalan dengan lancar walaupun memang ada beberapa kendala terkait adaptasi teknologi digital.”

Selanjutnya, narasumber II, Reza Agung Ajiansyah S. Kom, mengungkapkan:

“Secara umum pelaksanaannya berjalan dengan baik. Program dijalankan melalui sosialisasi, demo, dan pendampingan langsung ke sekolah. Namun memang di beberapa kasus masih ada kendala, terutama dalam proses adaptasi teknologi dari sistem manual ke digital.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa pelaksanaan program Skul.id di lapangan berjalan dengan cukup baik meskipun masih terdapat beberapa kendala, khususnya dalam proses adaptasi teknologi digital. Program ini dilaksanakan melalui berbagai kegiatan seperti sosialisasi, demonstrasi, serta pendampingan langsung kepada pihak sekolah. Dengan adanya pelaksanaan yang terstruktur, program Skul.id dapat dijalankan sesuai dengan tujuan yang telah direncanakan, meskipun masih memerlukan penyesuaian dalam proses adaptasinya.

Dalam pelaksanaan program yang telah berjalan, peneliti kemudian mendalami berbagai kendala yang dihadapi oleh Telkomsel Branch Medan di lapangan. Hal ini penting untuk mengetahui hambatan yang muncul selama program berlangsung. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

“Kendala pasti ada dari masih banyaknya kesulitan integrasi atau pemindahan data dari manual ke platform digital, maupun integrasi sistem sekolah ke sistem kunci.”

Selanjutnya, narasumber II, Reza Agung Ajiansyah S. Kom, mengungkapkan:

“Kendala pasti ada, terutama dalam hal adaptasi teknologi. Beberapa sekolah masih membutuhkan waktu untuk beralih dari sistem manual ke digital. Selain itu, ada juga tantangan dalam integrasi data dan penyesuaian sistem dengan kebutuhan masing-masing sekolah.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa kendala utama dalam pelaksanaan program Skul.id terletak pada proses integrasi data serta adaptasi teknologi digital di lingkungan sekolah. Proses pemindahan data dari sistem manual ke platform digital serta penyesuaian sistem dengan kebutuhan masing-masing sekolah menjadi tantangan yang cukup signifikan. Selain itu, perbedaan tingkat kesiapan digital di setiap sekolah juga mempengaruhi kelancaran implementasi program. Dengan demikian, kendala tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital di lingkungan pendidikan memerlukan waktu serta proses penyesuaian yang berkelanjutan.

Setelah mengetahui proses pelaksanaan serta kendala yang dihadapi, peneliti kemudian menggali dampak yang dirasakan oleh masyarakat, khususnya pihak sekolah, setelah adanya program Skul.id. Hal ini bertujuan untuk melihat sejauh mana manfaat yang diberikan oleh program tersebut. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

“Dampak yang didapat sangat positif karena pihak siswa, guru, bahkan orang tua dapat langsung memonitor melalui one for all platform di Skul id ini tanpa perlu berbelit belit mencari data di archive sekolah sehingga sangat efisien dan membantu kegiatan administrasi sekolah.”

Selanjutnya, narasumber II, Reza Agung Ajiansyah S. Kom mengungkapkan:

“Dampaknya cukup positif. Dengan adanya Skul.id, proses administrasi menjadi lebih mudah, dan komunikasi antara guru, siswa, serta orang tua juga lebih terstruktur. Selain itu, kegiatan sekolah jadi lebih efisien karena semua sudah terintegrasi dalam satu platform.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa program Skul.id memberikan dampak yang positif bagi pihak sekolah, baik dari segi administrasi maupun komunikasi. Penggunaan platform digital memudahkan proses pengelolaan data serta memungkinkan siswa, guru, dan orang tua untuk mengakses informasi secara lebih efisien. Selain itu, komunikasi antar pihak yang terlibat dalam lingkungan sekolah menjadi lebih terstruktur. Dengan demikian, program Skul.id berperan dalam mendukung efektivitas kegiatan administrasi serta meningkatkan kualitas komunikasi di lingkungan pendidikan.

Dalam rangka mengetahui keberlanjutan program Skul.id, peneliti kemudian menelusuri bagaimana proses evaluasi yang dilakukan oleh Telkomsel setelah program dijalankan. Hal ini penting untuk melihat apakah terdapat upaya perbaikan dan pengembangan program ke depannya. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

“Dari jumlah peserta yang bertambah setiap bulannya dan engagement positif yang disampaikan dari pihak sekolah ke Telkomsel terkait program ini.”

Selanjutnya, narasumber II, Reza Agung Ajiansyah S. Kom, mengungkapkan:

“Evaluasi dilakukan dengan melihat perkembangan jumlah sekolah yang bergabung serta respon dari pengguna. Selain itu, kami juga melihat tingkat penggunaan platform dan feedback yang diberikan oleh pihak sekolah.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa proses evaluasi program Skul.id dilakukan dengan mengumpulkan feedback dari pihak sekolah sebagai pengguna program. Feedback tersebut diperoleh melalui komunikasi langsung maupun komunikasi lanjutan setelah program dijalankan.

Selain itu, hasil evaluasi juga disampaikan kepada pihak pusat untuk menjadi bahan pertimbangan dalam pengembangan program ke depan. Dengan demikian, evaluasi program dilakukan secara berkelanjutan guna meningkatkan kualitas dan efektivitas program Skul.id.

Sebagai bagian akhir, peneliti kemudian menggali bagaimana kontribusi program Skul.id terhadap citra Telkomsel di mata masyarakat. Hal ini penting untuk mengetahui dampak program tidak hanya dari sisi manfaat, tetapi juga terhadap persepsi publik terhadap perusahaan. Terkait hal tersebut, narasumber I, yaitu Muhammad Sultan Aqil Rafi, S.T., menyatakan:

”Sangat membantu membangun citra Telkomsel sebagai digital ecosystem enabler bukan hanya sebuah provider.”

Selanjutnya, narasumber II, Reza Ajiansyah, mengungkapkan:

“Program ini cukup berperan dalam membangun citra Telkomsel sebagai perusahaan yang mendukung digitalisasi, khususnya di bidang pendidikan. Jadi tidak hanya dikenal sebagai provider, tetapi juga sebagai bagian dari solusi dalam perkembangan teknologi di sektor pendidikan.”

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat dijelaskan bahwa program Skul.id memberikan kontribusi positif terhadap citra Telkomsel di mata masyarakat. Perusahaan tidak hanya dipandang sebagai penyedia layanan telekomunikasi, tetapi juga sebagai pihak yang berperan dalam mendukung digitalisasi pendidikan. Dengan adanya program ini, Telkomsel berhasil membangun persepsi sebagai perusahaan yang memiliki kepedulian terhadap perkembangan pendidikan serta transformasi digital di lingkungan sekolah.

4.3. Pembahasan

Pembahasan dalam penelitian ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam strategi komunikasi humas Telkomsel Branch Medan dalam membangun citra perusahaan melalui program edukasi digital Skul.id. Analisis dilakukan dengan mengaitkan temuan hasil wawancara dengan teori public relations Grunig dan Hunt serta membandingkannya dengan penelitian terdahulu yang relevan.

4.3.1 Publicity (Press Agency) dalam Strategi Komunikasi Humas

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, Telkomsel Branch Medan mempublikasikan program edukasi digital Skul.id melalui berbagai saluran komunikasi yang bersifat terintegrasi, yaitu media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, website resmi Telkomsel, serta kegiatan offline seperti webinar, workshop, sosialisasi, dan kunjungan langsung ke sekolah

Penggunaan media sosial dalam strategi komunikasi ini memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat kepada masyarakat, khususnya pelajar dan tenaga pendidik yang menjadi target utama program Skul.id. Selain itu, media sosial juga dimanfaatkan untuk menyampaikan konten edukatif yang berkaitan dengan literasi digital dan penggunaan platform pembelajaran. Di sisi lain, kegiatan seperti webinar, workshop, dan sosialisasi langsung ke sekolah berfungsi untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam kepada audiens mengenai manfaat dan cara penggunaan Skul.id.

Pendekatan langsung ke sekolah yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Medan juga menjadi bagian penting dalam strategi publikasi, karena

memungkinkan terjadinya interaksi secara langsung dengan pihak sekolah, guru, dan siswa. Melalui pendekatan ini, Telkomsel dapat menjelaskan secara detail mengenai program Skul.id serta memberikan demonstrasi penggunaan aplikasi secara langsung. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan tidak hanya berfokus pada penyebaran informasi, tetapi juga pada upaya meningkatkan pemahaman audiens terhadap program yang ditawarkan.

Jika dikaitkan dengan teori Grunig dan Hunt (1984), strategi komunikasi tersebut termasuk dalam model publicity (press agentry), yaitu bentuk komunikasi satu arah yang bertujuan untuk menarik perhatian publik melalui berbagai aktivitas publikasi. Model ini menekankan pada penyebaran informasi secara luas guna menciptakan awareness terhadap program atau kegiatan organisasi. Dalam konteks ini, penggunaan media sosial, website, serta kegiatan event seperti webinar dan sosialisasi merupakan bentuk implementasi dari model publicity dalam praktik public relations.

Dalam kajian komunikasi modern, strategi publicity tidak hanya dipahami sebagai upaya promosi semata, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun citra perusahaan melalui penyampaian pesan yang memiliki nilai bagi masyarakat. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa strategi komunikasi public relations yang efektif harus mampu mengombinasikan fungsi publikasi dengan penyampaian informasi yang relevan dan bermanfaat bagi audiens (Amelia & Wahid, 2025). Penelitian tersebut menegaskan bahwa publicity yang efektif tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan eksposur, tetapi juga untuk membangun persepsi positif melalui konten yang informatif dan edukatif.

Temuan dalam penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Salsabila et al., 2025) mengenai strategi public relations Telkomsel Branch Balikpapan dalam program DigiSchool, yang menunjukkan bahwa publikasi program dilakukan melalui media sosial, sosialisasi ke sekolah, serta kerja sama dengan instansi pendidikan. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa strategi publicity mampu meningkatkan citra perusahaan sebagai pendukung pendidikan digital dan generasi muda. Kesamaan yang terlihat adalah penggunaan media sosial sebagai saluran utama publikasi serta pelaksanaan kegiatan edukatif seperti sosialisasi dan workshop sebagai sarana untuk menarik perhatian publik.

Namun demikian, dalam penelitian ini ditemukan bahwa publikasi program Skul.id tidak hanya berfungsi sebagai sarana promosi, tetapi juga sebagai media edukasi yang menekankan pada peningkatan literasi digital masyarakat. Hal ini menunjukkan adanya pengembangan fungsi publicity dari yang semula berorientasi pada promosi menjadi lebih berorientasi pada pemberian nilai dan manfaat kepada audiens.

Dengan demikian, strategi publicity yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Medan tidak hanya bertujuan untuk meningkatkan awareness terhadap program Skul.id, tetapi juga untuk membangun pemahaman masyarakat mengenai pentingnya digitalisasi dalam dunia pendidikan. Pendekatan ini menunjukkan bahwa publicity dalam praktik komunikasi humas telah berkembang menjadi lebih adaptif terhadap kebutuhan masyarakat, khususnya dalam konteks transformasi digital di bidang pendidikan.

4.3.2 Public Information dalam Penyampaian Pesan Program Skul.id

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, Telkomsel Branch Medan menyampaikan informasi mengenai program edukasi digital Skul.id melalui berbagai media komunikasi, seperti media sosial, website resmi, presentation deck, serta kegiatan sosialisasi dan demonstrasi langsung kepada pihak sekolah

Penyampaian informasi dilakukan dengan menekankan kejelasan, kemudahan pemahaman, serta kesesuaian dengan kebutuhan audiens, khususnya pihak sekolah, guru, dan siswa. Informasi yang disampaikan tidak hanya mencakup gambaran umum mengenai program Skul.id, tetapi juga menjelaskan secara rinci fungsi, manfaat, serta fitur-fitur yang tersedia dalam platform tersebut, seperti sistem administrasi digital, pembelajaran daring, serta monitoring aktivitas siswa. Selain itu, Telkomsel juga menggunakan pendekatan demonstrasi langsung untuk memperlihatkan cara kerja aplikasi, sehingga audiens dapat memahami penggunaan Skul.id secara praktis.

Dalam proses penyampaian informasi, Telkomsel Branch Medan juga mengacu pada standar operasional dan panduan resmi yang telah ditetapkan oleh pihak pusat (HQ), sehingga seluruh informasi yang disampaikan bersifat konsisten, akurat, dan tidak mengalami perbedaan antara tingkat pusat dan pelaksanaan di lapangan. Jika dikaitkan dengan teori Grunig dan Hunt (1984), strategi komunikasi ini termasuk dalam model public information, yaitu komunikasi satu arah yang menekankan pada penyampaian informasi yang faktual, akurat, dan transparan kepada publik. Model ini berfokus pada

penyebaran informasi tanpa adanya unsur manipulasi, dengan tujuan untuk membangun pemahaman dan kepercayaan publik terhadap organisasi.

Dalam kajian komunikasi modern, model public information dianggap sebagai salah satu pendekatan yang efektif dalam membangun kredibilitas organisasi, karena menekankan pada transparansi dan konsistensi pesan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa komunikasi yang berbasis informasi yang jelas dan akurat dapat meningkatkan kepercayaan publik serta memperkuat citra organisasi (Sapariah, Hamidah, 2025)

Penelitian tersebut menegaskan bahwa penggunaan pesan yang informatif dan mudah dipahami menjadi faktor penting dalam membangun hubungan awal antara organisasi dan publik, khususnya dalam konteks komunikasi berbasis digital. Temuan dalam penelitian ini juga memiliki kesamaan dengan penelitian lain yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi public relations yang efektif harus didukung oleh penyampaian informasi yang konsisten dan terstruktur agar tidak menimbulkan kesalahpahaman di kalangan audiens (Amelia & Wahid, 2025)

Dalam penelitian tersebut dijelaskan bahwa organisasi yang mampu menjaga konsistensi pesan akan lebih mudah membangun kepercayaan publik, karena informasi yang diterima oleh audiens bersifat stabil dan dapat di pertanggungjawabkan. Kesamaan yang ditemukan dalam penelitian ini adalah bahwa Telkomsel Branch Medan telah menerapkan prinsip konsistensi dan keakuratan informasi melalui penggunaan materi komunikasi yang telah distandarisasi oleh pihak pusat. Hal ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi

yang dilakukan tidak hanya berorientasi pada penyebaran informasi, tetapi juga pada upaya menjaga kredibilitas pesan yang disampaikan.

Namun demikian, dalam penelitian ini ditemukan bahwa penyampaian informasi tidak hanya dilakukan secara satu arah melalui media komunikasi, tetapi juga didukung oleh kegiatan sosialisasi dan demonstrasi langsung yang memungkinkan audiens untuk memahami informasi secara lebih mendalam. Hal ini menunjukkan adanya pengembangan dalam praktik public information, di mana penyampaian informasi tidak hanya bersifat tekstual, tetapi juga bersifat visual dan interaktif.

Dengan demikian, strategi komunikasi yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Medan dalam menyampaikan informasi mengenai program Skul.id dapat dipahami sebagai bentuk public information yang dikombinasikan dengan pendekatan edukatif dan demonstratif, sehingga tidak hanya meningkatkan pemahaman audiens, tetapi juga memperkuat kepercayaan terhadap program yang ditawarkan.

Pendekatan ini menunjukkan bahwa dalam praktiknya, model public information telah mengalami perkembangan, di mana penyampaian informasi tidak hanya berfokus pada distribusi pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dapat dipahami dan diterima secara optimal oleh audiens. Hal ini menjadi penting dalam konteks program edukasi digital, di mana tingkat pemahaman pengguna sangat mempengaruhi keberhasilan implementasi program.

4.3.3 Two-Way Asymmetrical dalam Pengelolaan Feedback Publik

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, Telkomsel Branch Medan melakukan pengumpulan data dan informasi sebelum pelaksanaan program Skul.id melalui survei dan sampling ke beberapa sekolah. Selain itu, setelah program dijalankan, Telkomsel juga mengumpulkan feedback dari pihak sekolah melalui komunikasi langsung, evaluasi penggunaan program, serta survei kepada pengguna

Pengumpulan feedback ini bertujuan untuk mengetahui respon masyarakat terhadap program Skul.id, baik dari segi manfaat, kemudahan penggunaan, maupun kendala yang dihadapi dalam implementasi di lingkungan sekolah. Informasi yang diperoleh dari feedback tersebut kemudian digunakan sebagai bahan evaluasi program yang selanjutnya diteruskan kepada pihak pusat (HQ) untuk pengembangan lebih lanjut.

Selain itu, Telkomsel Branch Medan juga melakukan komunikasi langsung dengan pihak sekolah melalui kunjungan serta interaksi berkelanjutan, sehingga memungkinkan perusahaan untuk memahami kebutuhan dan kondisi pengguna secara lebih mendalam. Proses ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan tidak hanya bersifat penyampaian informasi, tetapi juga melibatkan pengumpulan respon dari publik sebagai bagian dari proses komunikasi.

Jika dikaitkan dengan teori Grunig dan Hunt (1984), praktik komunikasi ini termasuk dalam model two-way asymmetrical, yaitu komunikasi dua arah yang memungkinkan organisasi menerima umpan balik dari publik, namun tetap berorientasi pada kepentingan organisasi. Dalam model ini, organisasi

memanfaatkan hasil riset dan feedback untuk meningkatkan efektivitas komunikasi tanpa harus mengubah kebijakan secara mendasar.

Dalam kajian public relations modern, penggunaan riset dan umpan balik publik merupakan elemen penting dalam strategi komunikasi organisasi. (Kriyantono, 2019) menjelaskan bahwa praktik public relations yang efektif harus didasarkan pada penelitian serta pemahaman terhadap respon publik, sehingga organisasi dapat menyesuaikan pesan dan program komunikasi sesuai dengan kebutuhan audiens. Dengan demikian, feedback publik tidak hanya berfungsi sebagai tanggapan, tetapi juga sebagai dasar dalam pengambilan keputusan strategis dalam komunikasi.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Telkomsel Branch Medan telah menerapkan komunikasi dua arah melalui pengumpulan feedback dari publik. Feedback tersebut digunakan sebagai bahan evaluasi untuk meningkatkan efektivitas program Skul.id, terutama dalam menyesuaikan pendekatan komunikasi dengan kebutuhan sekolah. Hal ini sejalan dengan konsep two-way asymmetrical yang menekankan pentingnya riset dan data publik dalam mendukung keberhasilan komunikasi organisasi.

Namun demikian, dalam penelitian ini ditemukan bahwa feedback yang diperoleh tidak langsung digunakan untuk pengambilan keputusan di tingkat lokal, melainkan diteruskan kepada pihak pusat untuk diproses lebih lanjut. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun terdapat komunikasi dua arah, proses pengambilan keputusan masih bersifat terpusat.

Dengan demikian, praktik komunikasi yang dilakukan oleh Telkomsel Branch Medan menunjukkan karakteristik two-way asymmetrical, di mana komunikasi dua arah digunakan untuk memahami dan menyesuaikan strategi organisasi, tetapi belum sepenuhnya melibatkan publik dalam proses pengambilan keputusan. Dalam konteks program edukasi digital Skul.id, penggunaan feedback juga menunjukkan adanya upaya untuk menyesuaikan program dengan kondisi dan kebutuhan masyarakat, khususnya dalam menghadapi tantangan adaptasi teknologi di lingkungan sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi dua arah tidak hanya berfungsi sebagai sarana evaluasi, tetapi juga sebagai dasar dalam pengembangan program yang lebih relevan dan adaptif.

Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa penerapan two-way asymmetrical dalam program edukasi digital tidak hanya berfungsi sebagai strategi komunikasi, tetapi juga sebagai mekanisme evaluasi berbasis feedback yang mendukung pengembangan program sesuai dengan tingkat kesiapan digital masyarakat di sektor pendidikan.

4.3.4 Two – Way Symmetrical dalam Interaksi dengan Publik

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, Telkomsel Branch Medan membuka ruang komunikasi dua arah dengan pihak sekolah melalui berbagai bentuk interaksi, seperti kunjungan langsung ke sekolah, komunikasi melalui WhatsApp, serta dialog terbuka untuk mengetahui kebutuhan dan kendala yang dihadapi dalam penggunaan program Skul.id

Komunikasi yang dilakukan tidak hanya terbatas pada penyampaian informasi, tetapi juga mencakup proses pertukaran informasi antara perusahaan

dan publik. Dalam hal ini, pihak sekolah diberikan kesempatan untuk menyampaikan pendapat, kebutuhan, serta pengalaman mereka dalam menggunakan platform Skul.id. Selain itu, komunikasi yang dilakukan secara berkelanjutan menunjukkan adanya upaya dari Telkomsel untuk menjaga hubungan dengan publik, tidak hanya pada tahap awal pelaksanaan program, tetapi juga setelah program berjalan.

Interaksi yang terjalin melalui komunikasi langsung maupun media digital seperti WhatsApp memungkinkan terciptanya hubungan yang lebih dekat antara Telkomsel dan pihak sekolah. Melalui komunikasi tersebut, Telkomsel dapat memahami kondisi nyata di lapangan, sementara pihak sekolah juga memperoleh ruang untuk menyampaikan masukan secara langsung kepada perusahaan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan telah mengarah pada hubungan yang lebih interaktif dan berkelanjutan.

Jika dikaitkan dengan teori Grunig dan Hunt (1984), praktik komunikasi ini termasuk dalam model two-way symmetrical, yaitu komunikasi dua arah yang bersifat seimbang dan menekankan pada dialog, keterbukaan, serta hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik. Dalam model ini, organisasi tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai pihak yang aktif mendengarkan dan mempertimbangkan masukan dari publik.

Dalam kajian public relations modern, komunikasi dua arah yang simetris menekankan pentingnya dialog antara organisasi dan publik sebagai dasar dalam membangun hubungan yang berkelanjutan. Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi simetris dua arah mampu mendorong terciptanya interaksi, dialog,

serta keterlibatan publik secara aktif dalam proses komunikasi organisasi (Girsang & Kartikawangi, 2021). Selain itu, komunikasi timbal balik yang terbuka juga memungkinkan terciptanya hubungan yang saling menguntungkan antara organisasi dan publik (Nababan, 2020)m. Lebih lanjut, komunikasi simetris juga mendorong adanya proses penyesuaian antara organisasi dan publik, sehingga hubungan yang terjalin menjadi lebih harmonis dan berkelanjutan.

Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Telkomsel Branch Medan telah menerapkan prinsip komunikasi dua arah melalui interaksi langsung dengan pihak sekolah. Hal ini terlihat dari adanya dialog terbuka, komunikasi berkelanjutan, serta upaya untuk memahami kebutuhan publik secara lebih mendalam. Praktik ini menunjukkan adanya kesesuaian dengan konsep two-way symmetrical yang menekankan pentingnya komunikasi yang bersifat dialogis.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian di Indonesia yang menunjukkan bahwa komunikasi dua arah yang aktif antara organisasi dan publik dapat meningkatkan kualitas hubungan serta memperkuat citra organisasi, terutama dalam konteks komunikasi digital yang berkembang saat ini. Dalam praktiknya, keterlibatan publik dalam proses komunikasi menjadi faktor penting dalam membangun hubungan yang lebih kuat dan berkelanjutan.

Namun demikian, dalam penelitian ini ditemukan bahwa meskipun komunikasi dua arah telah dilakukan, proses pengambilan keputusan masih berada pada tingkat pusat. Hal ini menunjukkan bahwa masukan dari publik belum sepenuhnya mempengaruhi kebijakan atau strategi yang diambil oleh organisasi.

Dalam konteks program edukasi digital Skul.id, komunikasi dua arah yang dilakukan oleh Telkomsel menunjukkan adanya upaya untuk membangun hubungan yang lebih dekat dengan pihak sekolah, khususnya dalam memahami kebutuhan dan kendala yang dihadapi dalam penggunaan teknologi digital. Hal ini menjadi penting, karena keberhasilan program edukasi digital sangat bergantung pada tingkat penerimaan dan keterlibatan pengguna.

Dengan demikian, penerapan two-way symmetrical dalam strategi komunikasi humas Telkomsel Branch Medan telah mulai diwujudkan melalui interaksi langsung dan komunikasi berkelanjutan dengan publik. Selain itu, kebaruan dalam penelitian ini terletak pada temuan bahwa komunikasi dua arah tidak hanya dilakukan melalui media digital, tetapi juga diperkuat melalui pendekatan langsung ke sekolah, sehingga menciptakan kombinasi komunikasi yang lebih adaptif dalam konteks edukasi digital.

4.3.5 Citra Perusahaan yang Terbentuk melalui Program Skul.id

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan, program edukasi digital Skul.id yang dijalankan oleh Telkomsel Branch Medan memberikan dampak positif terhadap citra perusahaan di mata masyarakat, khususnya di lingkungan pendidikan.

Program Skul.id dinilai mampu memberikan manfaat nyata bagi sekolah, seperti mempermudah proses administrasi, meningkatkan efektivitas komunikasi antara guru, siswa, dan orang tua, serta mendukung proses pembelajaran berbasis digital. Manfaat yang dirasakan secara langsung oleh pengguna tersebut menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi positif terhadap Telkomsel sebagai

perusahaan yang tidak hanya berorientasi pada bisnis, tetapi juga memiliki kepedulian terhadap dunia pendidikan.

Citra perusahaan dalam konteks ini terbentuk melalui pengalaman langsung yang dirasakan oleh publik dalam menggunakan program Skul.id. Hal ini menunjukkan bahwa citra tidak hanya dibangun melalui komunikasi yang bersifat informatif, tetapi juga melalui implementasi program yang memberikan dampak nyata bagi masyarakat.

Dalam kajian public relations, citra perusahaan merupakan hasil dari persepsi publik terhadap organisasi yang terbentuk melalui pengalaman, informasi, serta interaksi antara organisasi dan publik. (Kriyantono,2017) menjelaskan bahwa citra perusahaan merupakan akumulasi dari penilaian publik terhadap aktivitas organisasi yang mencerminkan bagaimana organisasi tersebut dipersepsikan oleh masyarakat.

Selain itu, penelitian dalam bidang komunikasi menunjukkan bahwa pengalaman positif yang dirasakan oleh publik terhadap suatu layanan akan memperkuat citra positif organisasi di mata masyarakat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pengalaman pengguna menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi publik terhadap perusahaan. Temuan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Telkomsel Branch Medan berhasil membangun citra sebagai perusahaan yang mendukung digitalisasi pendidikan melalui program Skul.id. Citra tersebut terbentuk tidak hanya melalui komunikasi yang dilakukan, tetapi juga melalui manfaat nyata yang dirasakan oleh pengguna program.

Temuan ini juga sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa citra perusahaan dapat terbentuk secara kuat ketika organisasi mampu memberikan pengalaman positif kepada publik melalui layanan yang diberikan. Dalam konteks ini, pengalaman penggunaan Skul.id menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi positif terhadap Telkomsel. Namun demikian, dalam penelitian ini ditemukan bahwa pembentukan citra perusahaan masih lebih banyak dipengaruhi oleh manfaat program dibandingkan dengan kualitas hubungan komunikasi yang terjalin antara perusahaan dan publik. Hal ini menunjukkan bahwa citra perusahaan dalam penelitian ini lebih bersifat berbasis pengalaman (*experience-based image*).

Dalam konteks program edukasi digital, hal ini menjadi penting karena tingkat penerimaan teknologi sangat dipengaruhi oleh pengalaman pengguna dalam menggunakan platform tersebut. Semakin positif pengalaman yang dirasakan, maka semakin kuat pula citra perusahaan yang terbentuk. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa program Skul.id berperan sebagai media strategis dalam membangun citra perusahaan Telkomsel sebagai entitas yang peduli terhadap pendidikan dan transformasi digital. Selain itu, kebaruan dalam penelitian ini terletak pada temuan bahwa citra perusahaan tidak hanya dibangun melalui komunikasi, tetapi juga melalui pengalaman langsung pengguna dalam memanfaatkan program edukasi digital.

4.3.6 Analisis Temuan Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, strategi komunikasi humas Telkomsel Branch Medan dalam membangun citra perusahaan melalui

program edukasi digital Skul.id menunjukkan adanya penerapan model komunikasi yang dikemukakan oleh Grunig dan Hunt (1984), yang meliputi publicity, public information, two-way asymmetrical, dan two-way symmetrical.

Pada tahap awal, strategi komunikasi yang dilakukan cenderung menggunakan pendekatan publicity melalui pemanfaatan media sosial, kegiatan sosialisasi, serta event edukatif untuk meningkatkan awareness masyarakat terhadap program Skul.id. Hal ini menunjukkan bahwa media digital memiliki peran penting sebagai sarana penyebaran informasi secara luas dan cepat kepada publik. Selanjutnya, pendekatan public information diterapkan melalui penyampaian informasi yang terstruktur, jelas, dan konsisten mengenai fungsi serta manfaat program kepada masyarakat.

Seiring dengan pelaksanaan program, Telkomsel mulai menerapkan komunikasi dua arah melalui pengumpulan feedback dari pengguna, yang menunjukkan adanya penerapan model two-way asymmetrical. Pada tahap ini, komunikasi tidak hanya bersifat satu arah, tetapi juga melibatkan respon dari publik sebagai bahan evaluasi program. Lebih lanjut, komunikasi tersebut berkembang menuju model two-way symmetrical, yang ditandai dengan adanya dialog, interaksi langsung, serta komunikasi berkelanjutan antara Telkomsel dan pihak sekolah. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian pesan, tetapi juga sebagai sarana membangun hubungan dengan publik.

Temuan ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi organisasi pada dasarnya bersifat fleksibel dan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi untuk mencapai efektivitas penyampaian pesan serta membangun hubungan dengan publik .(Lubis et al., 2021) Selain itu, penelitian lain juga menegaskan bahwa kualitas komunikasi, terutama yang melibatkan interaksi dan respon publik, memiliki peran penting dalam membentuk kepercayaan serta persepsi masyarakat terhadap suatu program atau organisasi .(Adhani et al., 2022)

Namun demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa keempat model komunikasi tersebut tidak diterapkan secara terpisah, melainkan saling melengkapi dalam satu strategi komunikasi yang terintegrasi. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi komunikasi humas bersifat dinamis dan menyesuaikan dengan kebutuhan serta kondisi publik. Dalam konteks pembentukan citra perusahaan, temuan penelitian menunjukkan bahwa citra Telkomsel lebih banyak terbentuk melalui pengalaman langsung yang dirasakan oleh pengguna program Skul.id. Hal ini menunjukkan bahwa citra perusahaan tidak hanya dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukan, tetapi juga oleh manfaat nyata yang diberikan kepada masyarakat. Dengan demikian, citra yang terbentuk dalam penelitian ini cenderung bersifat *experience-based image*, yaitu citra yang dibangun berdasarkan pengalaman pengguna.

Selain itu, meskipun komunikasi dua arah telah diterapkan, proses pengambilan keputusan masih bersifat terpusat sehingga partisipasi publik dalam mempengaruhi kebijakan organisasi belum sepenuhnya optimal. Hal ini

menunjukkan bahwa penerapan model two-way symmetrical masih berada pada tahap pengembangan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi humas dalam program edukasi digital Skul.id tidak hanya mengandalkan satu model komunikasi, tetapi merupakan kombinasi dari berbagai model komunikasi yang dijalankan secara bertahap dan saling melengkapi. Selain itu, pembentukan citra perusahaan dalam konteks ini tidak hanya dipengaruhi oleh komunikasi, tetapi juga oleh pengalaman langsung pengguna. Hal ini mengindikasikan bahwa dalam era digital, strategi komunikasi humas yang efektif tidak hanya berfokus pada penyampaian pesan, tetapi juga pada penciptaan pengalaman positif bagi publik sebagai bagian dari proses pembentukan citra perusahaan..

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai strategi komunikasi humas dalam membangun citra perusahaan melalui program edukasi digital Skul.id pada Telkomsel Branch Medan , maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi humas yang diterapkan Telkomsel Branch Medan dalam program Skul.id dilakukan secara terencana dan terintegrasi dengan memanfaatkan berbagai saluran komunikasi, baik media digital seperti media sosial dan website, maupun pendekatan langsung ke sekolah melalui sosialisasi, workshop, dan kunjungan langsung.
2. Dalam pelaksanaannya, strategi komunikasi tersebut mencerminkan penerapan model Grunig dan Hunt, yaitu publicity, public information, two-way asymmetrical, dan two-way symmetrical. Keempat model ini tidak digunakan secara terpisah, melainkan saling melengkapi sesuai dengan kebutuhan komunikasi di lapangan.
3. Model publicity digunakan untuk meningkatkan awareness masyarakat, melalui publikasi di media sosial, kegiatan edukatif, serta event seperti webinar dan sosialisasi, sehingga program Skul.id dapat dikenal secara luas oleh masyarakat, khususnya di lingkungan pendidikan.
4. Model public information diterapkan melalui penyampaian informasi yang jelas, akurat, dan terstruktur, baik melalui media digital maupun presentasi

langsung, sehingga masyarakat dapat memahami fungsi, manfaat, dan penggunaan program Skul.id secara komprehensif.

5. Model two-way asymmetrical terlihat dari adanya pengumpulan feedback dari pihak sekolah, di mana tanggapan dan masukan dari pengguna digunakan sebagai bahan evaluasi program, meskipun keputusan pengembangan tetap berada pada pihak pusat.
6. Model two-way symmetrical diwujudkan melalui komunikasi dua arah yang interaktif, seperti dialog langsung, komunikasi melalui WhatsApp, serta kunjungan ke sekolah, yang menunjukkan adanya upaya membangun hubungan yang lebih dekat dan berkelanjutan dengan publik.
7. Program Skul.id terbukti berperan dalam membangun citra positif perusahaan, di mana Telkomsel dipersepsikan tidak hanya sebagai penyedia layanan telekomunikasi, tetapi juga sebagai perusahaan yang peduli terhadap digitalisasi pendidikan dan pengembangan sumber daya manusia.
8. Citra perusahaan dalam penelitian ini terbentuk melalui pengalaman langsung pengguna (experience-based image), seperti kemudahan administrasi, efisiensi kegiatan sekolah, serta peningkatan kualitas komunikasi antara guru, siswa, dan orang tua.
9. Meskipun strategi komunikasi telah berjalan dengan baik, masih terdapat beberapa kendala, seperti adaptasi teknologi digital di lingkungan sekolah serta keterbatasan peran publik dalam mempengaruhi pengambilan keputusan program.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di jabarkan di atas oleh peneliti, berikut saran dan masukan dari peneliti :

1. Bagi Telkomsel Branch Medan Disarankan agar Telkomsel Branch Medan dapat lebih mengoptimalkan penerapan komunikasi dua arah yang bersifat simetris dengan melibatkan pihak sekolah secara lebih aktif dalam proses pengembangan program Skul.id.
2. Bagi Humas Telkomsel Branch Medan diharapkan dapat meningkatkan kegiatan pendampingan serta pelatihan kepada pihak sekolah dalam menghadapi kendala adaptasi teknologi digital, sekaligus menyesuaikan strategi komunikasi dengan karakteristik masyarakat lokal agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan mudah dipahami.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai strategi komunikasi humas dengan menggunakan pendekatan metode yang berbeda serta memperluas objek penelitian agar memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, A., Anshori, A., & Mahardika, A. (2022). Public Attitudes towards the Government ' s Policy Communication in Preventing COVID-19. *Jurnal ASPIKOM*, 7(1), 61–70.
- Amelia, N., & Wahid, U. (2025). Komunikasi Strategis Public Relations dan Praktik Account Management dalam Mendukung Transformasi Digital di Sektor Publik. *MUKASI (Jurnal Ilmu Komunikasi)*, 4(4), 1722–1736.
<https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i4.6009>
- Budio, S. (2019). STRATEGI MANAJEMEN SEKOLAH. *Jurnal Menata*, 2.
- Dhamayanti, P. V. (2022). SYSTEMATIC LITERATURE REVIEW : PENGARUH STRATEGI. *Indonesian Journal of Educational Development*, 3, 209–219.
- Dwi, N. A. (2025). *Pengelolaan Humas Dan Keprotokolan* (T. J. Cleony (ed.)).
- Faisal, I. (2023). *Komunikasi Strategis Dan Strategi Komunikasi Organisasi* (M. Hkikmat (ed.)). Prenada.
- Faustyna. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi (Teori dan Praktek)*. UMSU PRESS.
- Faustyna, & Rudianto. (2024). *Strategi Komunikasi Krisis (Dilengkapi Dengan Studi Kasus)* (R. Ginting & Pujisantoso (eds.)). UMSU PRESS.
- Girsang, C. N., & Kartikawangi, D. (2021). Two-Way Symmetrical Communication Pattern : Company Strategy to Build Engagement Through Social Media Pola Komunikasi Simetris Dua Arah : Strategi Perusahaan Membangun Engagement Melalui Media Sosial. *Jurnal Komunikasi*, 271–286.
- Hardianto, A., Lukito, A. F., Salsabila, A. D., Geraldus, A., Nagatha, A. L., Hamada, A., Prawira, A. V., Salem, B. D., Jayadi, C., Christopher, Reynaldy, D., Adellia, D. M. P., Juhandi, E., Febimillinesia, F., Aliudin, F., Fernando, Setiadi, F., William, F., Septiansya, G., ... Lingas, Y. (2020). *Business Communication: Konsep & Pratek Berkomunikasi* (A. F. Lukito, D. M. P. Adellia, J. T. Setiawan, L. A. Meriandi, M. B. A. Sugih, & N. Saputra (eds.)). SCOPINDO MEDIA PUSTAKA.
- Huda, M. (2024). *Edukasi Digital dalam Konteks Global*. Bisakimia.
- Ika Rahmawati, Sutopo, Musdalipah H, Olivia Ridheta Citrawijaya, Aditya Angger Wibowo, Achmad Tasmi, Nieke Monika Kuslum, A. P. (2025). *Pengenalan Ilmu Komunikasi: Konsep Teori Dan Aplikasi*.

- Inayah, A., Matondang, A. H., Ritonga, D. P., & Widia, F. (2024). Meningkatkan Literasi Digital Siswa di Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(3).
- Kriyantono, R. (2017). *Teori - Teori Public Relations Perspektif Barat & Lokal*. Kencana.
- Kriyantono, R. (2019). Research Strategies and Media Relations in Public Relations Practices. *Journal KOMUNIKATIF*, 8(2), 178–190.
- Lubis, F. H., Hidayat, F. P., & Hardiyanto, S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi PK IMM FISIP UMSU Dalam Melaksanakan Program Kerja di Masa Pandemi Covid - 19. *Journal Seminar Nasional Teknologi Edukasi Dan Humaniora*, 1039–1045.
- Made, D., Misnawaty, U., Fitria, N., Yaredi, W., Eni, L., Deden, N., Metty, T., Maria, P., Ulinsa, U., & Muhammad, H. (2025). *Komunikasi Terapan: Hubungan Masyarakat Dan Komunikasi*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Maulyan Fatimah Feti, Drajat Yniati Devi, Angliawati Yuli Ria, S. D. (2022). Terhadap Citra Perusahaan dan Loyalitas Pelanggan. *Sains Manajemen*, 4(1), 8–17.
- Nababan, S. (2020). Model Komunikasi Humas dalam Literasi Media Sosial (Studi Kasus Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik Kementerian Komunikasi dan Informatika) Public Relations Communication Model in Social Media Literacy Communication. *Jurnal Ilmiah Manajemen Informasi Dan Komunikasi*, 4, 1–15.
- Noer Izzuddin Fikri Achmad, Karimah Sa'adatul Nafik, Al hamdany Magroby Mohammad, Fizah Ika Mala Nur, Mubarok Ramadhan Kautsar, H. L. (2026). Efektivitas Presensi Real-time Berbasis Skul.id di Smk Unggulan NU. *Jurnal Ilmu Sosial & Hukum*, 1313–1321.
- Pandu Jecson Marvin, Muazam Arif, Fauzin Aris, Baiti Noor, Alwi Akbar.M, Warcito, Warsyidah Auliyah Andi, Serang Samad.A, Pallo Marchy, Eddiwan, Massiseng Apung Nur Andi, D. L. (2025). *Dasar-Dasar Metode Penelitian "Dari Filosofi Hingga Praktik"* (H. AlifLukmanul (ed.)). Tohar Media.
- Pohan Damayani Desi, F. S. U. (2021). Jenis jenis komunikasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, 2, 29–37.
- Ritonga Syahputra Ali Mhd, Monang Sori, A. A. A. (2022). Peran Humas Madrasah Dalam Mengembangkan Brand Image (Studi Kasus Humas Man LabuhanBatu). *Berajah Journal*, 979–988.
- Salsabila, S., Molekandella Boer, K., Ni'matu Rohmah, A., & Muhammad, H. I. (2025). Strategi public relations Telkomsel branch Balikpapan untuk

meningkatkan citra melalui program Digi School. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 11(1).

Sapariah, Hamidah, H. M. R. (2025). Kekuatan Komunikasi : Strategi Public Relations dalam Membangun School Branding Pada SDIT Al-Furqon Palembang. *Journal Communication Science*, 2(1), 1–13.

Yanto Indra, Cheriani, H. A. (2025). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Mobile Skul.Id Platform Sekolah Terhadap Hasil Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Informatika Kelas X Sma Negeri 14 Bone. *Edueco*, 8, 406–415.

LAMPIRAN



**Wawancara dengan Bapak Muhammad Sultan Aqil Rafi S.T selaku Humas
Mobile Pospaid Community**



**Wawancara dengan Bapak Reza Agung Ajiansyah S. Kom, selaku Youth
Buddy Account Branch Medan**



**Sosialisasi aplikasi Skul.id di SMA Negeri 9 Medan Kec Medan Labuhan
& Sosialisasi aplikasi Skul.id pada acara pelatihan peningkatan Kompetensi
Guru Indonesia dan PT. Telkomsel**



**Sosialisasi aplikasi Skul.id di SMA NEGERI 6 Medan & SMA NEGERI 3
Medan**



**Sosialisasi aplikasi Skul.id di SMP NEGERI 3 Medan & SMPS Kesatria
Medan**



**Sosialisasi aplikasi Skul.id di SMK NEGERI 3 Medan & SMP NEGERI 33
Medan**



**Sosialisasi aplikasi Skul.id di SMA NEGERI 14 Medan & SMK NEGERI 2
Medan**



**Sosialisasi aplikasi Skul.id di SMA NEGERI 8 Medan & SMA NEGERI 6
Medan**



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarakan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/AK.KP/PT/KU/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtir Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003

<https://fslp.umsu.ac.id> * fslp@umsu.ac.id * iumsuamedan, @umsuamedan * iumsuamedan * umsumedan

Sk-1

PERMOHONAN PERSETUJUAN
JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak/Ibu
Ketua Program Studi ILMU Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan

Medan, 23 Desember 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : Muhammad Rizki Saregih
N P M : 2203110109
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Tabungan sks : 125 sks, IP Kumulatif 3,82

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Strategi komunikasi Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Educas Digital Studi Kasus Telkomse Branch Medan	 19 des 2025
2	Peran komunikasi Internal Humas BPSDM Pemerintah Kota Medan Dalam Meningkatkan Transparansi dan Kepercayaan Pegawai Pemerintah Kota	
3	Peran Humas BPSDM Pemerintah Kota Medan Dalam Implementasi Program CSR Pemerintah untuk Penguatan Kepercayaan Publik dan Pegawai	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Rekomendasi Ketua Program Studi:

Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl. 23 Desember 2025

Ketua,

Dr. H. KH. YAR ANSHORI, S.Sos., M. Kom.
NIDN: 127098401

Pemohon,

(Muhammad Rizki Saregih)
Dosen Pembimbing yang ditunjuk
Program Studi





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAH-PT/Ak.Pg/PT/II/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
🌐 <https://fkip.umsu.ac.id> ✉ fkip@umsu.ac.id 📱 umsumedan 📠 umsumedan 🌐 umsumedan 📠 umsumedan

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2259/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/II.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : **23 Desember 2025**, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa	: MUHAMMAD RIFAI SARAGIH
N P M	: 2203110104
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah)	: STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM EDUKASI DIGITAL SKULID PADA TELKOMSEL BRANCH MEDAN

Pembimbing : Assoc. Prof. Dr. FAUSTYNA, S.Sos., M.M., M.I.Kom.

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 128.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 23 Juni 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 07 Rajab 1447 H
27 Desember 2025 M



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. *Pertinggal.*

Assoc. Prof. Dr. **ARIFIN SALEH., MSP.**
NIDN 0030017402





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/GK/BAH-PT/IAK.KP/PT/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Hauri No. 3 Medan 20234 Telp. (061) 8622400 - 86224567 Fax. (061) 8625474 - 8631003
<http://fkip.umsu.ac.id> fkip@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id umsu@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 10 Februari 2026

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU:

Nama lengkap : Muhammad Rifa Soragih
NPM : 2203110104
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 2253/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025 tanggal 27 Desember 2025 dengan judul sebagai berikut:

'Strategi Komunikasi Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan Melalui Program Edukasi Digital Skul.id Pada Telkom Branch Medan'

Bersama permohonan ini saya lampirkan:

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Petunjuk Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

(Dr. Achyar Ansori, S.S., M.H.Kom)

NIDN: 0127043401

(Assaf Nur U. Fauziah, S.S., M.H.Kom)

NIDN: 0126127401



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR

[SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH]

Nomor : 316/UND/II.3.AU/UMSU-C3/F/2026

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Kamis, 12 Februari 2026
Waktu : 14.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Penyimpin Seminar : Dr. AKHYAR ANSHORI, M.I.Kom.



No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENANGGAP	PEMBIMBING	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
36	BAGUS AYUB ALFATH	2203110404	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Soc., M.I.Kom.	Dr. ZUL FAHMI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PEMERINTAH KOTA TEBING TINGGI DALAM MENGEKUIKASI MASYARAKAT TENTANG PENGELOLAAN SAMPAH ORGANIK MENJADI PUPUK KOMPOS
37	MUHAMMAD RIFAI SARAGIH	2203110104	Assoc. Prof. Dr. YAN HENDRA, M.Si.	Assoc. Prof. Dr. FAUSTIYA, S.Soc., M.M., M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MENBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM EDUKASI DIGITAL SKULID PADA TELKOMSEL BRANCH MEDAN
38	SYLVANA MAHARANI	2203110269	Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Soc., M.I.Kom.	Dr. ZUL FAHMI, M.I.Kom.	STRATEGI KOMUNIKASI PKK MEDAN JOHOR DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PEMBERIAN MAKANAN TAMBAHAN UNTUK PENANGANAN STUNTING
39	IM RASID HARAHAP	2203110022	Dr. ZUL FAHMI, M.I.Kom.	ELVITA YENNI, SS., M.Hum.	POLA KOMUNIKASI NONVERBAL ORANGTUA DALAM BERINTERAKSI DENGAN ANAK BERKEBUTUHAN KHUSUS DI KOTA MEDAN
40	MUHAMMAD NAUFAL RIDWAN	2203110280	Dr. ZUL FAHMI, M.I.Kom.	Dr. IRWAN SYARI TUG, S.Soc., M.AP.	STRATEGI KOMUNIKASI PANTI ASUHAN ACEH SEPAKAT DARUL ATAM DALAM MENJALIN KERJASAMA DENGAN DONATUR

Medan, 23 Syaban 1447 H
11 Februari 2026 M
Dipetik
(Assoc. Prof. Dr. KRIFEN SALEH, MSP.)
MOB 0815 STARS
088-97

SK-4





UMSU
Unggul, Cerdas, Terpercaya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PT/Ak.KP/PT/XI/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fisip.umh.ac.id> fisip@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Muhammad Rizki Sorangin
N.P.M : 2203110104
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan melalui Program Edukasi Digital Suku.id Pada Telkom Indonesia Branch Medan

No.	Tanggal	Kegiatan/Advisi Bimbingan	Peny. Pembimbing
1	23-12-2025	Acc Judul Skripsi	/
2	27-12-2025	Penetapan Judul Skripsi	/
3	12-1-2026	Bimbingan Proposal Tugas Akhir	/
4	3-2-2026	ACC Proposal Tugas Akhir	/
5	24-2-2026	Bimbingan Draft Wawancara	/
6	25-2-2026	ACC Draft Wawancara	/
7	12-3-2026	Bimbingan Skripsi	/
8	30-3-2026	Bimbingan Skripsi BAB IV	/
9	31-3-2026	Bimbingan ACC BAB IV	/
10	1-3-2026	Bimbingan Jan Acc BAB V	/
11	6-3-2026	ACC Skripsi	/



(Dr. Arifin Saleh, S.Sos., MSP.)
NIDN:

Medan, ... 6 ... APRIL ... 2026.

Ketua Program Studi,

Pembimbing,

(Dr. Remy Ansoni, S.S., M.Icom)
NIDN: 0127048401

(Asiac Pop Q. Fakhry S.Sos., M.M., M.Icom)
NIDN: 0126127401



Agensi Kelayakan Malaysia
Malaysia Quality Standard Agency



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAH-PT/Ak.KP/PT/KU/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<https://fslp.umsu.ac.id> fslp@umsu.ac.id [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#) [umsu.medan](#)

Nomor : 631/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2026
Lampiran : -
Hal : *Mohon Diberikan izin
Penelitian Mahasiswa*

Medan, 12 Syawal 1447 H
31 Maret 2026 M

Kepada Yth : Human Capital Management Telkomsel
di-
Tempat.

Bismillahirrahmanirrahim
Assalamu'alaikum Wr.Wb

Teriring salam semoga Bapak/Ibu dalam keadaan sehat wal'afiat serta sukses dalam menjalankan segala aktivitas yang telah direncanakan.

Untuk memperoleh data dalam penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi), kami mohon kiranya Bapak/Ibu berkenan memberikan izin penelitian kepada mahasiswa kami di Telkomsel, atas nama :

Nama mahasiswa	: MUHAMMAD RIFAI SARAGIH
NPM	: 2203110104
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Semester	: VIII (Delapan) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa	: STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM EDUKASI DIGITAL SKULID PADA TELKOMSEL BRANCH MEDAN

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kesediannya memberikan izin penelitian diucapkan terima kasih. Nashrun minallah, wassalamu 'alaikum wr. wb.

Dekan,


Dr. ARIEF SAKTH, S.Sos., MSP.
NIDN: 0030017402



Cc : File.





Nomor : 021/HR.01/HF-12/IV/2026

Medan, 1 April 2026

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Perihal : Ijin Melaksanakan Penelitian

Dengan hormat,

Menunjuk Surat Saudara Nomor: 631/KET/II.3.AU/UMSU-03/F/2026 bersama ini disampaikan bahwa mahasiswa tersebut dapat melaksanakan kegiatan Penelitian di PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel) Medan mulai tanggal **1 April 2026 s.d. 6 April 2026**. Adapun detail terkait Penelitian mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut :

No.	NAMA	NIM	TEMPAT MAGANG	NAMA MENTOR
1.	Muhammad Rifai Saragih	2203110104	Mobile Consumer Branch Medan Department	Goldfried Edo Sinambela

Selama melaksanakan Penelitian mahasiswa diwajibkan untuk mengikuti seluruh Peraturan Perusahaan yang berlaku dan tidak diperkenankan untuk memberikan informasi kepada pihak lain tanpa seijin PT Telekomunikasi Selular (Telkomsel).

Sehubungan dengan hal tersebut apabila ada pertanyaan, mahasiswa yang bersangkutan dapat menghubungi Sdri. **Mila Sari** di nomor 0811 639599 atau alamat email mila_sari@telkomsel.co.id.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Hormat kami

RIEDHO AGUSTIAN

Pj. Lead - People Development and Management Area Sumatera

PT TELEKOMUNIKASI SELULAR
The Telkom Hub
Telkomsel Smart Office
Jl. Jend. Gatot Subroto Kav. 52, Jakarta Selatan 12710
Tel. +62-21 5240811 (Hunting) | Fax. +62-21 52906090 | www.telkomsel.com

Internal

DRAFT WAWANCARA PENELITIAN SKRIPSI

IDENTITAS WAWANCARA

Nama : Muhammad Rifai Saragih
NPM : 2203110104
Prodi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Humas
Dosen Pembimbing : Assoc. Prof. Dr. Faustyna, S.Sos., M.I.Kom.
Judul : Strategi Komunikasi Humas Dalam Membangun Citra Perusahaan
Melalui Program Edukasi Digital Skul.id Pada Telkomsel Branch
Medan
Lokasi : Gedung Graha Merah Putih (GMP) Medan. Jl. Putri Hijau No.1, Kel.
Kesawan, Kec. Medan Barat, Kota Medan, Sumatera Utara 20111.

IDENTITAS NARASUMBER

Nama : Muhammad Sultan Aqil Rafi
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Usia : 24 Tahun
Jabatan : Mobile Postpaid Consumer & Community

- Strategi Komunikasi Humas Telkomsel Branch Medan

Publicity / Press Agency

1. Bagaimana cara Telkomsel Branch Medan mempublikasikan program edukasi digital Skul.id kepada masyarakat?
2. Media apa saja yang digunakan oleh Humas untuk menyebarluaskan informasi tentang program Skul.id?
3. Apakah kegiatan publikasi program Skul.id juga melibatkan media massa atau media sosial perusahaan?
4. Bagaimana strategi Humas agar program Skul.id dapat menarik perhatian masyarakat atau pihak sekolah?
5. Apakah ada kegiatan khusus seperti event, seminar, atau sosialisasi untuk meningkatkan publikasi program ini?



1. Bagaimana Humas Telkomsel Branch Medan menyampaikan informasi mengenai tujuan dan manfaat program Skul.id kepada masyarakat?
2. Informasi apa saja yang biasanya disampaikan kepada sekolah atau peserta program mengenai Skul.id?
3. Bagaimana humas memastikan informasi yang disampaikan kepada publik mengenai program ini bersifat jelas dan akurat?
4. Apakah Telkomsel menyediakan materi publikasi atau informasi resmi terkait program Skul.id?
5. Bagaimana respon masyarakat atau pihak sekolah terhadap informasi yang diberikan mengenai program ini?

Two-Way Asymmetrical

1. Apakah humas Telkomsel melakukan riset atau pengumpulan informasi mengenai kebutuhan masyarakat sebelum menjalankan program Skul.id?
2. Bagaimana cara Telkomsel mengetahui tanggapan atau respon masyarakat terhadap program Skul.id?
3. Apakah feedback dari masyarakat atau sekolah digunakan untuk menyesuaikan strategi komunikasi program?
4. Dalam pelaksanaan program Skul.id, apakah ada upaya dari Telkomsel untuk mempengaruhi persepsi masyarakat mengenai perusahaan?
5. Bagaimana cara humas memanfaatkan tanggapan masyarakat untuk meningkatkan keberhasilan program?

Two-Way Symmetrical

1. Apakah Telkomsel membuka ruang dialog atau komunikasi langsung dengan masyarakat atau sekolah terkait program Skul.id?
2. Bagaimana bentuk interaksi antara Telkomsel dengan peserta program atau pihak sekolah?
3. Apakah masukan dari masyarakat atau peserta program pernah mempengaruhi kebijakan atau pelaksanaan program Skul.id?
4. Bagaimana humas menjaga hubungan yang baik dengan masyarakat atau pihak sekolah melalui program ini?
5. Menurut Anda, sejauh mana program Skul.id membantu membangun hubungan yang saling menguntungkan antara Telkomsel dan masyarakat?

• Program Edukasi Digital Skul.id
 Persiapan



1. Bagaimana proses awal perencanaan program edukasi digital Skul.id di Telkomsel Branch Medan?
2. Siapa saja pihak yang terlibat dalam persiapan program ini?
3. Apa tujuan utama Telkomsel menjalankan program Skul.id di wilayah Medan?
4. Bagaimana penentuan sasaran program, seperti sekolah atau peserta?

Perencanaan

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dirancang oleh humas dalam memperkenalkan program Skul.id?
2. Apakah ada perencanaan khusus terkait media komunikasi yang digunakan?
3. Bagaimana humas menentukan pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada masyarakat?
4. Apakah program ini disesuaikan dengan kondisi atau karakteristik masyarakat di Medan?

Pelaksanaan

1. Bagaimana pelaksanaan program Skul.id di Telkomsel Branch Medan?
2. Apa saja bentuk kegiatan yang dilakukan dalam program edukasi digital ini?
3. Bagaimana peran humas dalam mendukung pelaksanaan program tersebut?
4. Apakah ada kendala yang dihadapi selama pelaksanaan program?

Hasil dan Evaluasi

1. Bagaimana dampak program Skul.id terhadap masyarakat atau peserta program?
2. Apakah program ini memberikan pengaruh terhadap citra Telkomsel di masyarakat?
3. Bagaimana cara Telkomsel mengevaluasi keberhasilan program Skul.id?
4. Apa saja perubahan atau perbaikan yang dilakukan setelah evaluasi program?
5. Menurut Anda, bagaimana kontribusi program Skul.id dalam membangun citra perusahaan Telkomsel?



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 896/UND/II.3.AU/UMSU-03/F/2026



Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 18 April 2026
Tempat : Aula FISIP UMSU Lt. 2
Pembukaan : 08.15 WIB

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	Waktu	TIM PENGULI			Judul Ujian Tugas Akhir
				PENGULI I	PENGULI II	PENGULI III	
21	MUHAMMAD RIFAI SABAGIH	2203110104		Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	H. TENERMAN, S.Sos, M.Kom	Asoc. Prof. Dr. FAUSTIYA, S.Sos, M.M., M.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS DALAM MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN MELALUI PROGRAM EDUKASI DIGITAL SKUL ID PADA TELKOMSEL BRANCH MEDAN
22	TRYANDIKA PUTRA RAHMAT	2103110187		Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	H. TENERMAN, S.Sos, M.Kom	Dr. SIGIT HARDYANTO, S.Sos, M.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM GEMA DAYA K3 DI PT. PLN (PERSERO) UP385 UPT KOTA MEDAN
23	ANGGI FERDIANSYAH HARAHAP	2203110048		Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	Dr. ZULFAHMI, M.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI UNTUK MEMBANGUN BRANDING CAFE TERSEKRAH
24	SYLVANA MAHARANI	2203110289		Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	H. TENERMAN, S.Sos, M.Kom	Dr. ZULFAHMI, M.Kom	STRATEGI KOMUNIKASI PKK MEDAN JOHOR DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM PEMBERIAN MAKANAN TAMBAHAN UNTUK PENANGANAN STUNTING
25	MAYANDANU DWI INSANI	2203110217		Dr. ZULFAHMI, M.Kom	H. TENERMAN, S.Sos, M.Kom	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos, MAP	STRATEGI IMAGE RESTORATION PTPN IV DALAM MENGHADAPI KRISIS KEPERCAYAAN PUBLIK PADA KONFLIK ALIH FUNGSI LAHAN BAH BUTONG

Modul Sistem :

1.

Ditandatangani oleh :
Ket. Prodi : DR. MOHAMMAD KHAIFAN, SH, M.Hum.
Rektor :
Ket. Prodi : DR. MOHAMMAD KHAIFAN, SH, M.Hum.

Asoc. Prof. Dr. ARFIN SALEH, MSP.



Medan, 28 Syawal 1447 H
16 Maret 2026 M



Sekretaris :
Prof. Dr. ABRAR ADHANI, M.Kom

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi

Nama : Muhammad Rifai Saragih
Tempat Tanggal Lahir : Kulasar. 18 September 2003
NPM : 2203110104
Jenis Kelamin : Laki – Laki
Warga Negara : Indonesia
Alamat : Jl. Besar Delitua Desa Suka Makmur Gg. Tj
Anak ke : 2 dari 3 bersaudara

Data Orang Tua

Ayah : Julianus Saragih
Ibu : Asnik

Pendidikan Formal

1. 2010 - 2016 : SD Nurul Huda
2. 2016 – 2019 : SMP Nurul Huda
3. 2019 - 2021 : SMK Swasta Istiqlal Deli Tua
4. 2022 - 2026 : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara