

**PENGARUH KARAKTERISTIK PENERIMA MANFAAT, TERPAAN MEDIA, DAN PERAN PENDAMPING TERHADAP KEBERDAYAAN MASYARAKAT DALAM PROGRAM CSR PERUSAHAAN**

**Lita Amalia<sup>1</sup>, Dwi Retno Hapsari<sup>2</sup>, Kris Harini Matindas<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Program Studi Komunikasi Pembangunan Pertanian dan Pedesaan, IPB University

<sup>2</sup>Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, FEMA, IPB University

Email Korespondensi: amalia@apps.ipb.ac.id

Email: retnokpm@apps.ipb.ac.id; krishnarini29@gmail.com

**ABSTRACT**

This study aimed to analyze the influence of beneficiary characteristics, media exposure, and the role of facilitators on community empowerment in a corporate social responsibility (CSR) program. The research was conducted in the Internet Desa Digital program implemented by PT Tirta Investama in Ciherang Village, Caringin District, Bogor Regency. This CSR initiative focuses on improving digital access, digital literacy, and community economic empowerment through internet-based activities in rural areas. A survey method was employed to collect data from community members who benefited from the program. Data were obtained through structured questionnaires distributed to respondents and were analyzed using descriptive statistics and multiple linear regression analysis to examine the influence of the independent variables on community empowerment. The findings show that media exposure and the role of facilitators significantly influence community empowerment, while beneficiary characteristics do not have a significant effect. Media exposure plays an important role in increasing public awareness and understanding of the program through the frequency, intensity, and duration of information dissemination. Meanwhile, the role of facilitators functions as a bridge between the company and the community by providing training, technical assistance, and participatory communication that support the community in utilizing digital technology. The Internet Desa Digital program contributes to strengthening digital literacy, improving economic opportunities, and enhancing community participation in village development.

**Keywords:** Corporate social responsibility, Media exposure, Facilitators.

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping terhadap keberdayaan masyarakat dalam program tanggung jawab sosial perusahaan (Corporate Social Responsibility/CSR). Penelitian ini dilakukan pada program Internet Desa Digital yang dilaksanakan oleh PT Tirta Investama di Desa Ciherang, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. Inisiatif CSR ini berfokus pada peningkatan akses digital, literasi digital, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui berbagai kegiatan berbasis internet di wilayah pedesaan. Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei untuk mengumpulkan data dari masyarakat yang menjadi penerima manfaat program. Data diperoleh melalui kuesioner terstruktur yang disebarluaskan kepada responden dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif serta analisis regresi linear berganda untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap keberdayaan masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media dan peran pendamping berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat, sedangkan karakteristik penerima manfaat tidak berpengaruh signifikan. Terpaan media berperan penting dalam meningkatkan kesadaran dan pemahaman masyarakat terhadap program melalui frekuensi, intensitas, dan durasi penyebaran informasi. Sementara itu, peran pendamping berfungsi sebagai penghubung antara perusahaan dan masyarakat melalui penyediaan pelatihan, pendampingan teknis, serta komunikasi

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

44

Indexed



SINTA 4



partisipatif yang mendukung masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital. Program Internet Desa Digital berkontribusi dalam memperkuat literasi digital, meningkatkan peluang ekonomi, serta mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan desa.

**Kata kunci:** Tanggung jawab sosial perusahaan, Terpaan media, Peran pendamping.

## PENDAHULUAN

*Corporate Social Responsibility* (CSR) merupakan strategi perusahaan dalam menjalankan tanggung jawab sosial terhadap masyarakat dan lingkungan di sekitar wilayah operasionalnya. CSR tidak hanya dipahami sebagai kegiatan filantropi, tetapi juga sebagai upaya pemberdayaan masyarakat yang berkelanjutan. Konsep CSR modern menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan yang dikenal sebagai konsep triple bottom line yang mencakup profit, people, dan planet (Elkington, 1997). Di Indonesia, pelaksanaan CSR juga didukung oleh regulasi pemerintah melalui Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas serta Peraturan Pemerintah Nomor 47 Tahun 2012 tentang Tanggung Jawab Sosial dan Lingkungan Perseroan Terbatas. Dalam konteks pembangunan masyarakat, program CSR semakin diarahkan pada upaya peningkatan kapasitas masyarakat melalui berbagai kegiatan pemberdayaan yang melibatkan partisipasi masyarakat secara aktif.

Perkembangan teknologi informasi mendorong munculnya berbagai program CSR berbasis digital yang bertujuan meningkatkan akses teknologi dan literasi digital masyarakat, khususnya di wilayah pedesaan. Keterbatasan akses internet serta rendahnya kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan teknologi digital masih menjadi salah satu tantangan pembangunan di banyak wilayah pedesaan. Oleh karena itu, berbagai perusahaan mulai mengembangkan program CSR yang berfokus pada peningkatan kapasitas digital masyarakat. Salah satu program tersebut adalah Program Internet Desa Digital yang dilaksanakan oleh PT Tirta Investama di Desa Ciharang, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor. Program ini bertujuan meningkatkan akses internet serta mendorong pengembangan usaha berbasis teknologi informasi sehingga masyarakat dapat memanfaatkan teknologi digital untuk kegiatan ekonomi dan sosial.

Keberhasilan program CSR berbasis digital tidak hanya ditentukan oleh ketersediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan komunikasi yang terjadi dalam proses pelaksanaan program. Karakteristik penerima manfaat, seperti usia, pendidikan, pekerjaan, dan pendapatan, dapat memengaruhi kemampuan masyarakat dalam menerima informasi serta mengadopsi inovasi teknologi (Morissan, 2013; Rogers, 2003). Selain itu, terpaan media berperan dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap program melalui frekuensi dan intensitas paparan informasi yang diterima (Shimp, 2012). Sementara itu, peran pendamping menjadi faktor penting dalam proses pemberdayaan masyarakat karena pendamping berfungsi sebagai fasilitator yang menjembatani komunikasi antara perusahaan dan masyarakat serta membantu masyarakat memanfaatkan program secara optimal (Suharto, 2005).

Meskipun berbagai penelitian telah membahas implementasi CSR dalam pemberdayaan masyarakat, sebagian besar penelitian masih menitikberatkan pada dampak ekonomi program atau keberhasilan program secara umum. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa program CSR dapat memberikan kontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat serta mendukung pembangunan lokal melalui penguatan kapasitas ekonomi dan sosial komunitas (Idemudia, 2014; Kumi et al., 2021). Namun demikian, penelitian yang secara khusus menganalisis peran faktor komunikasi, seperti terpaan media dan peran pendamping, dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat pada program CSR berbasis digital masih relatif terbatas, khususnya pada konteks masyarakat pedesaan. Padahal, dalam program CSR berbasis teknologi digital, proses komunikasi dan pendampingan menjadi faktor penting yang memengaruhi pemahaman masyarakat serta keberhasilan adopsi teknologi. Oleh karena itu, penting

untuk memahami bagaimana karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping berkontribusi dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat dalam program CSR berbasis teknologi digital. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping terhadap keberdayaan masyarakat dalam program Internet Desa Digital PT Tirta Investama di Desa Ciherang, Kabupaten Bogor.

## METODE

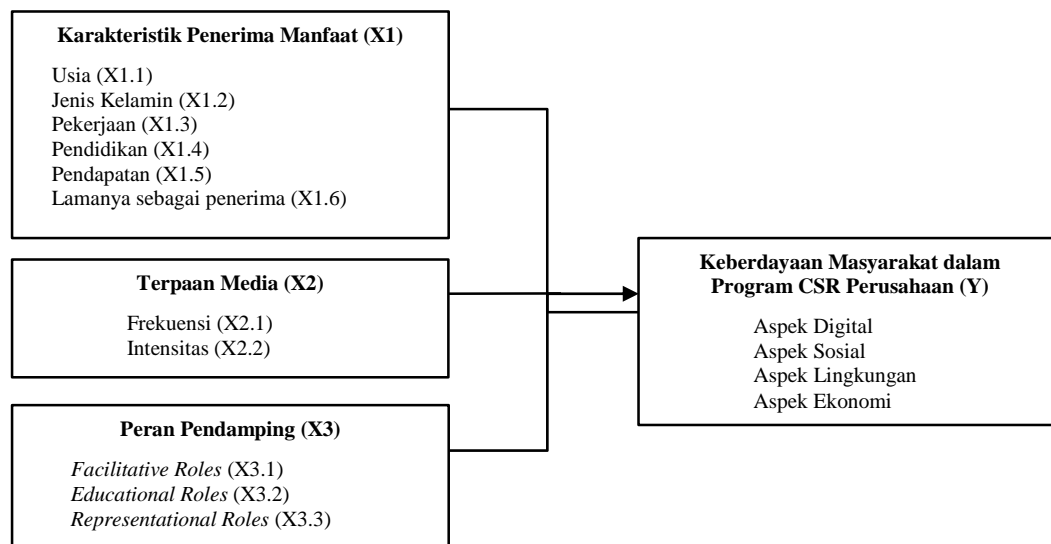
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei untuk menganalisis pengaruh karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping terhadap keberdayaan masyarakat dalam program CSR. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian secara statistik melalui data yang diperoleh dari responden penelitian (Sugiyono, 2019). Penelitian dilaksanakan di Desa Ciherang, Kecamatan Caringin, Kabupaten Bogor, yang merupakan lokasi pelaksanaan program CSR Internet Desa Digital PT Tirta Investama. Lokasi penelitian dipilih secara sengaja (*purposive*) karena desa tersebut merupakan wilayah penerima manfaat program CSR berbasis digital yang bertujuan meningkatkan akses internet serta mendorong pemberdayaan ekonomi masyarakat melalui pemanfaatan teknologi informasi.

Populasi penelitian adalah masyarakat yang terlibat sebagai penerima manfaat dalam program Internet Desa Digital di Desa Ciherang. Penentuan jumlah sampel dilakukan menggunakan rumus Slovin untuk memperoleh jumlah responden yang representatif dari populasi penelitian (Sevilla et al., 2007). Berdasarkan perhitungan tersebut diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Responden penelitian dipilih dari masyarakat yang secara aktif memanfaatkan fasilitas internet desa serta mengikuti kegiatan pelatihan yang diselenggarakan dalam program CSR tersebut.

Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden penelitian. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi dari responden melalui sejumlah pertanyaan tertulis yang berkaitan dengan variabel penelitian (Sugiyono, 2019). Instrumen penelitian disusun berdasarkan indikator variabel penelitian yang meliputi karakteristik penerima manfaat, terpaan media, peran pendamping, dan keberdayaan masyarakat. Pengukuran variabel dilakukan menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1–5 untuk menggambarkan tingkat persetujuan responden terhadap setiap pernyataan dalam kuesioner. Selain data primer yang diperoleh melalui kuesioner, penelitian ini juga menggunakan data sekunder yang bersumber dari dokumen program CSR, laporan kegiatan perusahaan, serta profil wilayah penelitian.

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan. Tahap pertama adalah analisis deskriptif untuk menggambarkan karakteristik responden dan kondisi variabel penelitian. Tahap berikutnya adalah pengujian instrumen penelitian melalui uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa instrumen penelitian mampu mengukur variabel secara tepat dan konsisten (Ghozali, 2018). Selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas untuk memastikan bahwa data memenuhi persyaratan analisis regresi. Pengaruh karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping terhadap keberdayaan masyarakat dianalisis menggunakan regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel baik secara parsial maupun simultan terhadap keberdayaan masyarakat. Seluruh proses analisis data dilakukan menggunakan program IBM SPSS.

**Gambar 1: Kerangka Berpikir**



Kerangka berpikir penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping diduga memengaruhi keberdayaan masyarakat dalam program CSR Internet Desa Digital.

## PEMBAHASAN

### Gambaran Umum Program Internet Desa Digital

Program Internet Desa Digital merupakan inisiatif CSR PT Tirta Investama yang bertujuan meningkatkan akses internet masyarakat desa serta mendukung pengembangan ekonomi berbasis digital. Program ini mulai dilaksanakan sebagai bagian dari inisiatif tanggung jawab sosial perusahaan untuk meningkatkan literasi digital masyarakat pedesaan serta memperluas peluang ekonomi berbasis teknologi. Program ini menyediakan layanan internet dengan biaya terjangkau bagi masyarakat serta memberikan pelatihan mengenai literasi digital dan pemanfaatan teknologi informasi. Program tersebut juga mendorong masyarakat untuk mengembangkan usaha berbasis internet, seperti pemasaran produk lokal secara daring. Keberadaan program ini memberikan peluang bagi masyarakat desa untuk mengakses informasi, meningkatkan keterampilan digital, serta memperluas jaringan ekonomi.

### Karakteristik Responden dan Variabel Penelitian

Karakteristik responden menggambarkan profil masyarakat penerima manfaat program Internet Desa Digital di Desa Ciharang. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 100 responden, mayoritas responden berada pada kelompok usia di bawah 25 tahun sebanyak 91,0%, sedangkan usia 25–40 tahun sebanyak 9,0%. Berdasarkan jenis kelamin, responden perempuan sebanyak 55,0% dan laki-laki sebanyak 45,0%. Dominasi kelompok usia muda menunjukkan bahwa responden memiliki potensi yang lebih besar dalam mengadopsi teknologi digital. Menurut Rogers (2003) dalam teori difusi inovasi, individu yang lebih muda cenderung lebih cepat menerima dan mengadopsi inovasi teknologi dibandingkan kelompok usia yang lebih tua.

Dilihat dari pekerjaan, responden didominasi oleh pelajar/mahasiswa sebesar 65,0%, diikuti pedagang/UMKM sebesar 14,0%, kategori lainnya sebesar 12,0%, karyawan sebesar 8,0%, dan ibu rumah tangga sebesar 1,0%. Berdasarkan pendidikan, sebagian besar responden memiliki pendidikan

SMA/SMK/ sederajat sebesar 79,0%, sedangkan Diploma/Sarjana sebesar 21,0%. Sementara itu, dari sisi pendapatan menunjukkan bahwa 48,0% responden berpenghasilan kurang dari Rp1.000.000, diikuti 29,0% berpenghasilan Rp1.000.000–Rp2.500.000, 13,0% berpenghasilan Rp2.500.000–Rp5.000.000, dan 10,0% berpenghasilan di atas Rp5.000.000. Selain itu, sebagian besar responden telah menjadi penerima manfaat program selama kurang dari 6 bulan sebesar 77,0%, diikuti 6 bulan–1 tahun sebesar 20,0%, dan lebih dari 1 tahun sebesar 3,0%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden masih berada pada tahap awal pemanfaatan program sehingga proses adaptasi terhadap teknologi digital masih berlangsung.

**Tabel 1: Karakteristik Responden**

Karakteristik	Kategori	Persentase (%)
Usia	< 25 tahun	91
	25- 40 tahun	9
Jenis Kelamin	Laki-laki	45
	Perempuan	55
Pekerjaan	Pedagang/UMKM	14
	Karyawan	8
	Ibu Rumah Tangga (IRT)	1
	Pelajar/Mahasiswa	65
	Lainnya	12
Pendidikan	SMA/SMK/Sederajat	79
	Diploma/Sarjana ke atas	21
Pendapatan	< Rp 1.000.000	48
	Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000	29
	Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000	13
	> Rp 5.000.000	10
Lama menjadi penerima manfaat program	< 6 bulan	77
	6 bulan – 1 tahun	20
	> 1 tahun	3

Sumber: Data primer, diolah

Analisis deskriptif variabel penelitian menunjukkan bahwa nilai rata-rata terpaan media sebesar 35,75, peran pendamping sebesar 59,56, dan keberdayaan masyarakat sebesar 61,16 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Nilai tersebut menunjukkan bahwa responden cukup sering menerima informasi mengenai program serta memperoleh pendampingan dalam pelaksanaan kegiatan program Internet Desa Digital.

**Tabel 2: Karakteristik Variabel Penelitian**

Variabel	N	Mean	Minimum	Maximum	Std. Deviation
Terpaan Media	100	35.75	12	53	7.292
Peran Pendamping	100	59.56	17	81	11.483
Keberdayaan Masyarakat	100	61.16	19	85	12.432

Sumber: Data primer, diolah

### Uji Kelayakan Instrumen dan Asumsi Model Regresi

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada variabel penelitian dinyatakan valid. Pada variabel terpaan media (X2) yang terdiri dari 12 item, peran pendamping (X3) sebanyak 17 item, dan keberdayaan masyarakat (Y) sebanyak 19 item, seluruh nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,361) dengan nilai signifikansi < 0,05, sehingga seluruh indikator dinyatakan layak digunakan dalam penelitian. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi

Penerbit:

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

[redaksigovernance@gmail.com](mailto:redaksigovernance@gmail.com)/[admin@lkispol.or.id](mailto:admin@lkispol.or.id)

yang sangat baik. Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel terpaan media sebesar 0,832, peran pendamping sebesar 0,983, dan keberadaan masyarakat sebesar 0,972, yang seluruhnya lebih besar dari 0,70, sehingga seluruh variabel dinyatakan reliabel dan dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut. Pengujian asumsi klasik dilakukan melalui tiga pengujian, yaitu uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig. sebesar 0,069 (>0,05) sehingga residual berdistribusi normal. Hasil uji linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen dan variabel dependen bersifat linear dengan nilai signifikansi < 0,05. Selain itu, uji heteroskedastisitas melalui scatterplot menunjukkan penyebaran titik yang acak dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengalami heteroskedastisitas. Dengan demikian, model regresi memenuhi asumsi klasik dan layak digunakan dalam analisis regresi linear berganda.

### Hasil Analisis Regresi dan Pengujian Hipotesis

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh karakteristik penerima manfaat (X1), terpaan media (X2), dan peran pendamping (X3) terhadap keberadaan masyarakat (Y) dalam program Internet Desa Digital. Berdasarkan hasil analisis regresi diperoleh persamaan model sebagai berikut:

$$Y = 5,926 + 0,052X_1 + 0,356X_2 + 0,467X_3$$

Persamaan tersebut menunjukkan bahwa terpaan media dan peran pendamping memiliki koefisien regresi positif yang relatif lebih besar dibandingkan karakteristik penerima manfaat, sehingga kedua variabel tersebut memberikan kontribusi yang lebih kuat terhadap peningkatan keberadaan masyarakat. Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel terpaan media ( $t = 4,384$ ;  $sig = 0,000$ ) dan peran pendamping ( $t = 5,762$ ;  $sig = 0,000$ ) berpengaruh signifikan terhadap keberadaan masyarakat karena nilai signifikansinya lebih kecil dari 0,05. Sebaliknya, variabel karakteristik penerima manfaat ( $t = 0,725$ ;  $sig = 0,470$ ) tidak berpengaruh signifikan terhadap keberadaan masyarakat. Temuan ini menunjukkan bahwa keberadaan masyarakat dalam program CSR berbasis digital lebih dipengaruhi oleh efektivitas penyampaian informasi melalui media serta kualitas pendampingan dibandingkan oleh karakteristik individu penerima manfaat.

Secara simultan, hasil uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 33,662 dengan tingkat signifikansi 0,000 (<0,05), yang berarti bahwa karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keberadaan masyarakat. Selain itu, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,513 menunjukkan bahwa 51,3% variasi keberadaan masyarakat dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam model penelitian, sedangkan 48,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian, seperti kondisi sosial ekonomi masyarakat, akses terhadap teknologi, maupun dukungan lingkungan sosial dalam pelaksanaan program CSR.

**Tabel 3: Hasil Analisis Regresi Linear Berganda**

Variabel	Koefisien (B)	t hitung	Sig.
Karakteristik Penerima Manfaat	0,052	0,725	0,470
Terpaan Media	0,356	4,384	0,000
Peran Pendamping	0,467	5,762	0,000
<b>Statistik Model</b>			
Konstanta	5,926		
F hitung	33,662		
Sig. F	0,000		
R Square ( $R^2$ )	0,513		

Sumber: Data primer, diolah

## **Pengaruh Karakteristik Penerima Manfaat terhadap Keberdayaan Masyarakat**

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa karakteristik penerima manfaat tidak berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat dalam program Internet Desa Digital. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,052 dengan nilai  $t = 0,725$  dan tingkat signifikansi 0,470 ( $p > 0,05$ ). Temuan ini menunjukkan bahwa variasi karakteristik individu seperti usia, jenis kelamin, pekerjaan, pendidikan, pendapatan, dan lama menjadi penerima manfaat tidak secara langsung menentukan tingkat keberdayaan masyarakat dalam program CSR berbasis digital. Temuan ini menunjukkan bahwa keberdayaan masyarakat tidak bergantung pada perbedaan latar belakang sosial individu, tetapi lebih dipengaruhi oleh proses pembelajaran kolektif yang terjadi selama pelaksanaan program. Kondisi ini mengindikasikan bahwa program CSR yang dilaksanakan memiliki pendekatan yang inklusif sehingga masyarakat dengan latar belakang sosial yang beragam tetap dapat memperoleh manfaat yang relatif sama dari program tersebut.

Secara teoritis, karakteristik individu sering dianggap memengaruhi kemampuan seseorang dalam menerima informasi dan mengadopsi inovasi teknologi. Rogers (2003) dalam teori difusi inovasi menjelaskan bahwa faktor sosial ekonomi seperti tingkat pendidikan, pengalaman, serta keterbukaan terhadap perubahan dapat memengaruhi kecepatan adopsi inovasi dalam masyarakat. Individu dengan tingkat pendidikan yang lebih tinggi biasanya memiliki kecenderungan lebih cepat dalam memahami serta memanfaatkan inovasi teknologi. Selain itu, karakteristik demografis seperti usia dan pekerjaan juga dapat memengaruhi preferensi individu dalam mengakses informasi dan memanfaatkan media komunikasi (Morissan, 2013).

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa dalam program pemberdayaan masyarakat, karakteristik individu tidak selalu menjadi faktor utama yang menentukan keberhasilan program. Penelitian Kumi et al. (2021) menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR dalam pengembangan masyarakat lebih dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara perusahaan dan komunitas dibandingkan oleh karakteristik sosial individu penerima manfaat. Selain itu, Idemudia (2014) menjelaskan bahwa efektivitas program CSR di tingkat komunitas sangat bergantung pada proses komunikasi, partisipasi masyarakat, serta hubungan kolaboratif antara organisasi dan masyarakat lokal. Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan masyarakat seringkali ditentukan oleh kemampuan aktor fasilitator atau pendamping dalam membangun hubungan sosial yang kuat serta memfasilitasi proses pembelajaran kolektif dalam komunitas (Avelino et al., 2020). Temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan masyarakat tidak hanya ditentukan oleh karakteristik individu penerima manfaat, tetapi juga oleh kualitas interaksi sosial, komunikasi program, serta proses pendampingan yang terjadi selama pelaksanaan program.

Kegiatan pelatihan dan pendampingan yang dilakukan dalam program Internet Desa Digital memungkinkan masyarakat dengan berbagai latar belakang sosial memperoleh pemahaman yang relatif seragam mengenai pemanfaatan teknologi digital. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa dalam program CSR berbasis digital, faktor komunikasi program dan proses pendampingan memiliki peran yang lebih menentukan dibandingkan karakteristik individu dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat.

## **Pengaruh Terpaan Media terhadap Keberdayaan Masyarakat**

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa terpaan media berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat dalam program Internet Desa Digital. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,356 dengan nilai  $t = 4,384$  dan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Temuan ini menunjukkan bahwa semakin tinggi tingkat terpaan media yang diterima masyarakat mengenai program CSR, maka semakin tinggi pula tingkat keberdayaan masyarakat dalam memanfaatkan program tersebut. Temuan ini menunjukkan bahwa intensitas penyebaran informasi mengenai program CSR memiliki

peran penting dalam meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap tujuan dan manfaat program. Informasi yang disampaikan secara berulang melalui berbagai media komunikasi memungkinkan masyarakat memahami program secara lebih baik sehingga mendorong keterlibatan masyarakat dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan dalam program Internet Desa Digital.

Dalam perspektif komunikasi, media memiliki fungsi sebagai saluran yang mentransmisikan pesan dari pengirim kepada penerima sehingga tercipta proses pertukaran informasi yang efektif (Littlejohn et al., 2021). Komunikasi yang efektif memungkinkan pesan yang disampaikan oleh organisasi dapat dipahami oleh audiens sesuai dengan tujuan komunikasi yang diharapkan. Konsep terpaan media menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh frekuensi, intensitas, dan durasi paparan informasi yang diterima audiens. Shimp (2012) menyatakan bahwa paparan pesan yang berulang dapat meningkatkan kesadaran serta pemahaman individu terhadap suatu pesan komunikasi. Hal ini sejalan dengan penelitian Lee dan Briley (2005) yang menunjukkan bahwa pengulangan pesan melalui media komunikasi dapat meningkatkan daya ingat audiens terhadap informasi yang disampaikan.

Temuan penelitian ini juga didukung oleh berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa strategi komunikasi melalui media memiliki peran penting dalam meningkatkan pemahaman dan keterlibatan masyarakat terhadap program CSR. Penelitian Jiang et al. (2022) menunjukkan bahwa komunikasi CSR yang disampaikan secara efektif melalui media, termasuk media digital dan media sosial, dapat meningkatkan keterlibatan publik serta memperkuat persepsi positif masyarakat terhadap program CSR yang dilaksanakan oleh perusahaan. Selain itu, penelitian Esposito (2021) juga menunjukkan bahwa penggunaan media komunikasi dalam menyampaikan aktivitas CSR mampu meningkatkan dialog antara organisasi dan pemangku kepentingan serta mendorong partisipasi masyarakat dalam program sosial yang dilaksanakan. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa perhatian publik terhadap informasi CSR yang disampaikan melalui media memiliki pengaruh terhadap persepsi dan keterlibatan masyarakat terhadap program CSR yang dilaksanakan oleh organisasi (Zhou, 2024).

Dengan demikian, penyebaran informasi program CSR melalui media komunikasi yang efektif dapat meningkatkan pemahaman masyarakat serta mendorong partisipasi masyarakat dalam kegiatan pemberdayaan yang dilaksanakan oleh perusahaan. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang efektif melalui peningkatan frekuensi dan intensitas penyampaian informasi merupakan faktor penting dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat, karena paparan informasi yang berulang dapat memperkuat pemahaman masyarakat terhadap manfaat program CSR berbasis digital.

## **Pengaruh Peran Pendamping terhadap Keberdayaan Masyarakat**

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa peran pendamping berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat dalam program Internet Desa Digital. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi sebesar 0,467 dengan nilai  $t = 5,762$  dan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Nilai koefisien regresi yang paling besar dibandingkan variabel lainnya menunjukkan bahwa peran pendamping merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan keberdayaan masyarakat dalam program CSR berbasis digital. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR tidak hanya ditentukan oleh penyediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga oleh kualitas interaksi sosial antara pendamping dan masyarakat dalam proses pelaksanaan program. Pendamping memiliki peran penting dalam membantu masyarakat memahami tujuan program, memberikan pelatihan teknis, serta memfasilitasi komunikasi antara perusahaan dan masyarakat.

Dalam perspektif pemberdayaan masyarakat, pendamping memiliki fungsi strategis dalam mendorong masyarakat untuk mengenali potensi serta memanfaatkan sumber daya yang tersedia secara optimal. Pendamping berperan sebagai fasilitator yang membantu masyarakat meningkatkan kapasitas, kemandirian, serta kemampuan dalam mengelola sumber daya yang dimiliki (Suharto, 2005). Selain itu, dalam perspektif komunikasi pembangunan, pendamping juga berperan sebagai mediator yang menjembatani komunikasi antara organisasi dan masyarakat sehingga proses penyampaian informasi

serta pembelajaran sosial dapat berlangsung secara efektif (Littlejohn et al., 2021). Penelitian Avelino et al. (2020) menunjukkan bahwa aktor pendamping atau fasilitator memiliki peran penting dalam mendorong perubahan sosial melalui proses pembelajaran kolektif serta penguatan kapasitas komunitas dalam mengelola inovasi sosial. Penelitian lainnya juga menunjukkan bahwa keberhasilan program pemberdayaan masyarakat sangat dipengaruhi oleh keberadaan aktor pendamping yang mampu memfasilitasi proses partisipasi masyarakat serta membangun hubungan kolaboratif antara pemangku kepentingan dalam program pembangunan (Westley et al., 2022). Selain itu, penelitian Kumi et al. (2021) menunjukkan bahwa efektivitas program CSR berbasis pemberdayaan sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi antara organisasi dan masyarakat yang difasilitasi oleh aktor penghubung atau fasilitator komunitas. Dengan demikian, keberadaan pendamping menjadi faktor penting dalam memastikan bahwa program pemberdayaan masyarakat dapat berjalan secara partisipatif dan berkelanjutan.

Dalam konteks program Internet Desa Digital, pendamping tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai fasilitator pembelajaran yang membantu masyarakat memahami serta memanfaatkan teknologi digital dalam kegiatan ekonomi dan sosial. Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa pendamping merupakan aktor kunci dalam proses pemberdayaan masyarakat karena melalui interaksi langsung, pendamping tidak hanya mentransfer pengetahuan tetapi juga membangun kepercayaan, meningkatkan kapasitas masyarakat, serta memperkuat partisipasi masyarakat dalam program CSR berbasis digital.

## **Pengaruh Simultan Variabel Penelitian terhadap Keberdayaan Masyarakat**

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat. Hal ini ditunjukkan oleh nilai F hitung sebesar 33,662 dengan tingkat signifikansi 0,000 ( $p < 0,05$ ). Selain itu, nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,513 menunjukkan bahwa 51,3% variasi keberdayaan masyarakat dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam model penelitian, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR berbasis digital tidak hanya dipengaruhi oleh satu faktor tertentu, tetapi merupakan hasil interaksi antara karakteristik masyarakat, intensitas komunikasi program melalui media, serta efektivitas pendampingan dalam proses pemberdayaan masyarakat. Dalam perspektif komunikasi organisasi, keberhasilan suatu program sosial sangat dipengaruhi oleh proses komunikasi yang terjadi antara organisasi dan publiknya (Littlejohn et al., 2021).

Sintesis temuan ini menunjukkan bahwa keberdayaan masyarakat dalam program CSR berbasis digital merupakan hasil dari sinergi antara strategi komunikasi program dan kualitas pendampingan masyarakat, sehingga implementasi program CSR perlu mengintegrasikan penyebaran informasi yang efektif dengan proses pendampingan yang berkelanjutan untuk mencapai dampak pemberdayaan yang optimal. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi pembangunan dan *corporate social responsibility* (CSR), khususnya dalam konteks pemberdayaan masyarakat berbasis digital di wilayah pedesaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keberdayaan masyarakat dalam program CSR tidak semata-mata ditentukan oleh karakteristik individu penerima manfaat, tetapi lebih dipengaruhi oleh faktor komunikasi program dan kualitas interaksi sosial yang terjadi dalam proses pendampingan. Temuan ini memperkuat perspektif komunikasi pembangunan yang menekankan pentingnya proses komunikasi partisipatif dalam meningkatkan kapasitas masyarakat (Littlejohn et al., 2021), sekaligus melengkapi teori difusi inovasi yang menyatakan bahwa adopsi inovasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam suatu sistem sosial (Rogers, 2003). Dengan demikian, penelitian ini menunjukkan bahwa dalam konteks program CSR berbasis digital, keberdayaan masyarakat merupakan hasil dari integrasi antara strategi komunikasi yang efektif melalui terpaan media dan peran pendamping sebagai fasilitator pembelajaran sosial di tingkat komunitas. Temuan ini

memperkaya literatur mengenai implementasi CSR berbasis pemberdayaan dengan menempatkan komunikasi program dan pendampingan sebagai mekanisme utama yang menjembatani transformasi teknologi dengan peningkatan kapasitas masyarakat desa.

## KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media dan peran pendamping berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat dalam program Internet Desa Digital di Desa Ciherang, sedangkan karakteristik penerima manfaat tidak berpengaruh signifikan. Hal ini menunjukkan bahwa keberdayaan masyarakat dalam program CSR berbasis digital lebih dipengaruhi oleh efektivitas penyampaian informasi serta kualitas pendampingan yang diberikan kepada masyarakat dibandingkan oleh karakteristik sosial individu penerima manfaat.

Secara simultan, karakteristik penerima manfaat, terpaan media, dan peran pendamping berpengaruh signifikan terhadap keberdayaan masyarakat. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa 51,3% variasi keberdayaan masyarakat dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa keberhasilan program CSR berbasis digital tidak hanya ditentukan oleh penyediaan infrastruktur teknologi, tetapi juga oleh strategi komunikasi program serta proses pendampingan yang berkelanjutan dalam mendukung pemberdayaan masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan. Pertama, perusahaan perlu meningkatkan efektivitas penyebaran informasi program melalui berbagai media komunikasi agar masyarakat dapat memperoleh pemahaman yang lebih baik mengenai tujuan dan manfaat program Internet Desa Digital. Kedua, peran pendamping perlu terus diperkuat melalui peningkatan kapasitas dan keterampilan pendamping dalam memberikan pelatihan serta pendampingan kepada masyarakat sehingga proses pemberdayaan dapat berjalan lebih optimal. Ketiga, penelitian selanjutnya disarankan untuk menambahkan variabel lain yang dapat memengaruhi keberdayaan masyarakat, seperti tingkat literasi digital, partisipasi masyarakat, atau dukungan kelembagaan dalam pelaksanaan program CSR berbasis digital.

## REFERENSI

- Avelino, F., Dumitru, A., Cipolla, C., Kunze, I., & Wittmayer, J. M. (2020). Translocal empowerment in transformative social innovation networks. *European Planning Studies*, 28(5), 955–977. <https://doi.org/10.1080/09654313.2019.1578339>
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
- Esposito, B. (2021). Corporate social responsibility engagement through social media communication. *Administrative Sciences*, 11(4), 147. <https://doi.org/10.3390/admsci11040147>
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Idemudia, U. (2014). Corporate social responsibility and development in Africa: Issues and possibilities. *Geography Compass*, 8(7), 421–435. <https://doi.org/10.1111/gec3.12143>
- Jiang, H., Cheng, Y., Park, K., & Zhu, W. (2022). Linking CSR communication to corporate reputation: Understanding hypocrisy, employees' social media engagement and CSR-related work engagement. *Sustainability*, 14(4), 2359. <https://doi.org/10.3390/su14042359>
- Kumi, E., Arhin, A., & Yeboah, T. (2021). Understanding the role of corporate social responsibility in community development: Evidence from mining companies in Ghana. *Resources Policy*, 72, 102109. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2021.102109>
- Lee, A. Y., & Briley, D. A. (2005). Cultural perspectives on advertising appeals and consumer responses. *Journal of Advertising Research*, 45(2), 123–136.

**Penerbit:**

**LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)**

[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

53

Indexed



SINTA 4

PKP|INDEX



# GOVERNANCE: Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal dan Pembangunan

ISSN: 2406-8721 (Media Cetak) dan ISSN: 2406-8985 (Media Online)

Volume 13 Nomor 5 Mei 2026

- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theories of Human Communication* (12th ed.). Waveland Press.
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi: Individu hingga Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations* (5th ed.). Free Press.
- Sevilla, C. G., Ochave, J. A., Punsalan, T. G., Regala, B. P., & Uriarte, G. G. (2007). *Research Methods*. Rex Printing Company.
- Shimp, T. A. (2012). *Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications* (9th ed.). South-Western Cengage Learning.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suharto, E. (2005). *Membangun Masyarakat Memberdayakan Rakyat: Kajian Strategis Pembangunan Kesejahteraan Sosial dan Pekerjaan Sosial*. Refika Aditama.
- Westley, F., Olsson, P., Folke, C., Homer-Dixon, T., Vredenburg, H., Loorbach, D., Thompson, J., Nilsson, M., Lambin, E., Sendzimir, J., Banerjee, B., Galaz, V., & van der Leeuw, S. (2022). Tipping toward sustainability: Emerging pathways of transformation. *Ambio*, 51, 1683–1698. <https://doi.org/10.1007/s13280-021-01665-7>
- Zhou, J. (2024). The role of social media in corporate social responsibility communication. *Journal of Business Research*, 174, 114471.

**Penerbit:**

LKISPOL (Lembaga Kajian Ilmu Sosial dan Politik)

[redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id](mailto:redaksigovernance@gmail.com/admin@lkispol.or.id)

54

