# ABSTRAK

## PENGARUH PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONBILITY* TELKOMSEL LAMPUNG TERHADAP CITRA PERUSAHAAN

**Oleh :**

**SELLY NUR FITRIANI**

Penurunan jumlah pelanggan Telkomsel tahun 2024 dibandingkan 2021 menunjukkan tantangan yang signifikan bagi perusahaan dalam mempertahankan loyalitas pelanggan dan memperkuat citra merek. Dalam menghadapi kondisi tersebut, strategi tanggung jawab sosial perusahaan menjadi salah satu pendekatan penting untuk membangun hubungan positif dengan masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh program CSR Telkomsel di wilayah Lampung terhadap citra perusahaan. Fokus utama penelitian ini adalah program *Grow Digital Education By U* yang dilaksanakan di SMA YP Unila Bandar Lampung, yang bertujuan meningkatkan literasi digital dan keterampilan teknologi di kalangan pelajar dan guru. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada penerima manfaat program CSR. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear sederhana untuk mengukur sejauh mana pelaksanaan program CSR memengaruhi citra perusahaan di mata masyarakat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa program *Grow Digital Education By U* memberikan pengaruh positif terhadap citra perusahaan sebesar 44,7%. Ini berarti bahwa 44,7% perubahan persepsi masyarakat terhadap citra Telkomsel dapat dijelaskan oleh pelaksanaan program CSR tersebut. Kesimpulannya, program CSR Telkomsel, khususnya *Grow Digital Education*, memiliki kontribusi signifikan terhadap peningkatan citra perusahaan. Oleh karena itu, penguatan program serupa sangat disarankan sebagai bagian dari strategi membangun reputasi dan meningkatkan loyalitas pelanggan di masa mendatang.



Kata Kunci : Citra Perusahaan, *Corporate Social Responsibility*, Telkomsel

## ABSTRACT

***THE INFLUENCE OF TELKOMSEL LAMPUNG'S CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY PROGRAM ON THE CORPORATE'S IMAGE***

***By :***

**SELLY NUR FITRIANI**

*The decrease in the number of Telkomsel customers in 2024 compared to 2021 indicates a significant challenge for the company in maintaining customer loyalty and strengthening brand image. In response to this situation, corporate social responsibility (CSR) strategies have become an important approach to building positive relationships with the community. This study aims to analyze the influence of Telkomsel's CSR program in the Lampung region on the company's image. The main focus of this research is the Grow Digital Education By.U program implemented at SMA YP Unila Bandar Lampung, which aims to enhance digital literacy and technological skills among students and teachers. This research uses a quantitative approach with a survey method. Data was collected through questionnaires distributed to beneficiaries of the CSR program. The analysis technique employed is simple linear regression to measure the extent to which the implementation of the CSR program influences the company's image in the eyes of the public. The results show that the Grow Digital Education By.U program has a positive effect on the company's image, with a coefficient of determination ($R^2$) of 44.7%. This means that 44.7% of the variation in public perception of Telkomsel's image can be explained by the implementation of the CSR program. In conclusion, Telkomsel's CSR program particularly Grow Digital Education By U makes a significant contribution to improving the company's image. Therefore, strengthening similar programs is highly recommended as part of the company's strategy to rebuild its reputation and increse customer loyalty in the future.*



*Keywords* : *Corporate Social Responsibility, Corporate Image, Telkomsel*