

**PEMBERDAYAAN *STARTUP* MELALUI PROGRAM
INDIGO CREATIVE NATION
(Studi Kasus *Corporate Social Responsibility* PT Telkom Indonesia Indonesia
di Jogja Digital Valley)**

DISERTASI

**Disusun untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Mencapai Gelar Doktor
Program Studi Penyuluhan ~~Pembangunan~~/ Pemberdayaan Masyarakat
Minat Utama: Pemberdayaan Masyarakat oleh Perusahaan/
*Corporate Social Responsibility***



Oleh
Maulana Agung Pratama
T631408001



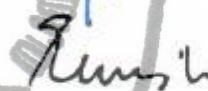
**PASCASARJANA UNIVERSITAS SEBELAS MARET
SURAKARTA**

com 2020 user

**PEMBERDAYAAN *STARTUP* MELALUI PROGRAM INDIGO
CREATIVE NATION**
(Studi Kasus CSR PT.Telkom Indonesia Indonesia di Jogja Digital Valley)

DISERTASI

Oleh
Maulana Agung Pratama
T631408001

Komisi Promotor	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Promotor	Prof.Dr.Widodo Muktiyo NIP.196402271988031002		3 Juli 2020
Ko-Promotor I	Dr.Ir.Joko Sutrisno, MP NIP.196708241992031003		3 Juli 2020
Ko-Promotor II	Prof.Dr.Ir.Suwarto, M.Si NIP.195611191983031002		3 Juli 2020

Telah dinyatakan memenuhi syarat
Pada tanggal : 3 Juli.2020

Kepala Program Doktor Penyuluhan Pembangunan/ Pemberdayaan Masyarakat
Program Pascasarjana UNS




Dr. Sapja Anantanyu, SP., M.Si
NIP.196812271994031002

**PEMBERDAYAAN *STARTUP* MELALUI PROGRAM INDIGO
CREATIVE NATION**
(Studi Kasus CSR PT.Telkom Indonesia Indonesia di Jogja Digital Valley)

DISERTASI

Oleh
MAULANA AGUNG PRATAMA
T631502002

Tim Penguji

Jabatan
Ketua

Nama

Dr. Dwi Purnanto, M.Hum
NIP. 196111111986011002

Sekretaris

Dr. Sapja Anantanyu, SP., M.Si.
NIP. 196812271994031002

Anggota Penguji

Prof. Dr. Widodo Muktiyo
NIP. 196402271988031002

Dr. Ir. Joko Sutrisno, MP
NIP. 196708241992031003

Prof. Dr. Suwanto, M.Si.
NIP. 195611191983031002

Dr. Sutanto, DEA
NIP. 197103021996031001

Dr. Pramono Hadi, SP., M.Si
NIP. 196908201994031004

Tanda Tangan

Telah dipertahankan di depan penguji
pada sidang Ujian Tertutup
dan dinyatakan telah memenuhi syarat
pada tanggal 3 Juli 2020

Mengetahui
Rektor
Universitas Sebelas Maret



Prof. Dr. Jamal Wiwoho, SH., M.Hum.
NIP. 196111081987021001

commit to user

PERNYATAAN ORISINALITAS DISERTASI

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Maulana Agung Pratama
NIM : T631408001
Program : Pascasarjana (S.3) UNS
Program Studi : Penyuluhan Pembangunan/Pemberdayaan Masyarakat
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 1 Maret 1970
Alamat Rumah : Jl. Malaka Raya, Malaka Residence B.30
Cipayung, Jakarta Timur
Telepon : 081333504650

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa disertasi berjudul "*Pemberdayaan Startup melalui Program Indigo Creative (Studi Kasus Corporate Social Responsibility PT Telkom Indonesia Indonesia di Jogja Digital Valley)*" ini adalah asli (bukan jiplakan) dan betul-betul karya saya sendiri serta belum pernah diajukan oleh penulis lain untuk memperoleh gelar akademik tertentu.

Semua temuan, pendapat, atau gagasan orang lain yang dikutip dalam disertasi ini saya tempuh melalui tradisi akademik yang berlaku dan saya cantumkan dalam sumber rujukan dan atau saya tunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi yang berlaku.

Surakarta,

Yang membuat pernyataan



Maulana Agung Pratama

NIM.T631408001

commit to user

PRAKATA

Segala puji hanya milik Allah Swt. Selawat dan salam semoga senantiasa tercurah ke haribaan Rasulullah Muhammad Saw. Disertasi *Pemberdayaan Startup Melalui Program Indigo Creative Nation (Studi Kasus CSR PT. TELKOM di Jogja Digital Valley)* ini ditulis untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar doktor pada Program Studi Penyuluhan Pembangunan/ Pemberdayaan Masyarakat dengan minat utama CSR di Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dari berbagai pihak disertasi ini tidak mungkin dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu dalam kesempatan yang berbahagia ini penulis hendak menyampaikan ucapan terima kasih dan penghargaan kepada mereka.

Terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya disampaikan dengan tulus dan ikhlas kepada yang terhormat:

1. Prof. Dr. Jamal Wiwoho, S.H., M.Hum., selaku Rektor Universitas Sebelas Maret Surakarta, yang telah memperkenankan penulis belajar pada Program Doktor Penyuluhan Pembangunan/ Pemberdayaan Masyarakat, Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Prof. Drs. Sutarno, M.Sc., Ph.D., selaku Direktur Pascasarjana Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menimba ilmu pada Program Doktor Penyuluhan Pembangunan/ Pemberdayaan Masyarakat, Universitas Sebelas Maret.
3. Dr. Sapja Amantanyu, S.P., M.Si., selaku Kepala Program Studi S-3 Penyuluhan Pembangunan/ Pemberdayaan Masyarakat sekaligus sebagai penguji yang banyak memberikan masukan dan arahan sehingga disertasi ini mampu terselesaikan dengan baik.
4. Prof. Dr. Widodo Muktiyo selaku Promotor yang telah memberikan dukungan dan bimbingan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan disertasi ini.

commit to user

5. Dr. Ir. Joko Sutrisno., M.P., selaku Co-Promotor 1 berkenan meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan dan masukan untuk mempertajam substansi disertasi ini.
6. Prof. Dr. Ir. Suwanto, M.Si., sebagai Co-Promotor 2 yang telah memberikan bimbingan dan motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian dan penulisan disertasi ini dengan baik.
7. Dr. Sutanto, DEA sebagai penguji yang telah memberikan kontribusi ide penulisan artikel dan berdiskusi untuk mempertajam substansi dari disertasi ini kepada penulis.
8. Dr. Dwi Purnanto selaku ketua tim penguji dan juga Wakil Direktur Pascasarjana Universitas Sebelas Maret yang telah memberikan kesempatan kepada penulis menimba ilmu pada Program Doktor Penyuluhan Pembangunan/ Pemberdayaan Masyarakat, Universitas Sebelas Maret.
9. Dr. Pramono Hadi, SP., M.Si sebagai penguji yang telah memberikan masukan dan berdiskusi untuk mempertajam substansi dari disertasi ini kepada penulis.
10. Seluruh bapak dan ibu dosen pengajar Program Studi Penyuluhan Pembangunan/ Pemberdayaan Masyarakat, Program Doktor Universitas Sebelas Maret yang telah menyumbangkan ilmu, pengetahuan dan pengalamannya kepada penulis
11. Segenap pimpinan dan staf di PT. Telkom Indonesia khususnya Divisi Digital Service dan Jogja Digital Valley, serta segenap *founder* dan *co-founder* perusahaan rintisan Botika dan Runsystem yang telah bersedia menjadi informan sehingga tulisan ini kaya akan data.
12. Segenap pimpinan dan staf di Badan Ekonomi Kreatif khususnya Deputy Infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi yang telah bersedia menjadi informan serta memberikan kesempatan mengikuti segala kegiatan yang dilaksanakan oleh Badan Ekonomi Kreatif untuk memperoleh informasi yang diperlukan oleh penulis.
13. Bapak dan ibu dosen Program Studi Sistem Informasi, Sekolah Tinggi Manajemen Informasi dan Komunikasi ESQ yang telah bersedia menjadi

informan dan memberi masukan peneliti

14. Bapak Rama dan Arif selaku *founder* dan *co-founder* perusahaan rintisan Daily Social yang telah bersedia menjadi informan dan berdiskusi tentang media online.
15. Ayahanda Drs. Suhardja, P.Apt., dan Ibu Diah Hastuti yang senantiasa mendoakan penulis dengan penuh keikhlasan dan ketulusan. Teriring doa “Wahai Tuhanku ampunilah aku beserta kedua orang tuaku serta sayangilah mereka berdua sebagaimana mereka menyayangiku di waktu kecil.”
16. Istri tercinta Chitra Pujiati yang senantiasa ikhlas mendoakan dan membantu dalam suka dan duka. Anak-anak kami tercinta Alula Farzanah Ayuningdyah dan Kawiara Paramudia yang sabar digunakan waktu dan hak-hak mereka bersama ayah mereka, semuanya memberi semangat spesial untuk terselesaikannya disertasi ini.
17. Seluruh teman di Program Studi Penyuluhan Pembangunan/ Pemberdayaan Masyarakat, Pak Marjo, Pak Agus, Pak Budi, dan lainnya, yang tidak mungkin disebut semuanya di sini, yang telah memberikan ide dan gagasan untuk kesempurnaan karya ini.
18. Rektor Universitas Lampung, Prof. Dr. Karomani, M.Si.; Dekan FISIP Dr. Syarief Makhya; dan Kepala Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Dr. Noverman Duadji, M.Si. yang telah memberikan kesempatan pada penulis untuk menyelesaikan karya ini.
19. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan, yang telah memberikan dorongan moral maupun material. Teriring doa *jazakumullah khairan katsira*. Amin.

Surakarta, Juli 2020

Penuli



Maulana Agung Pratama

commit to user

Maulana Agung Pratama, T631408001. 2020. **Pemberdayaan Startup Melalui Program Indigo Creative Nation (Studi Kasus CSR PT Telkom Indonesia di Jogja Digital Valley)**. Di bawah bimbingan (Promotor) : Prof. Dr. Widodo Muktiyo (Co Promotor 1) Dr.Ir.Joko Sutrisno, MP (Co Promotor 2) Prof.Dr.Ir.Suwarto,M.Si.Program Studi Penyuluhan Pembangunan/Pemberdayaan Masyarakat Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.

RINGKASAN

Pada era globalisasi saat ini terjadi transformasi besar dalam tatanan ekonomi dunia. Para pelaku bisnis dituntut memiliki wawasan, daya imajinasi, dan kreativitas yang tinggi agar produk mereka mempunyai nilai tambah ekonomi. Inovasi, berbagai penemuan, dan kreativitas menjadi modal utama untuk meningkatkan keunggulan dan menambah peluang untuk memimpin perekonomian dunia.

Pertumbuhan internet yang pesat memunculkan berbagai macam peluang baru. Termasuk, mendorong munculnya wirausahawan baru yang bergerak di bidang *Information Communicative Technology* (ICT). Pemanfaatan ICT utamanya diminati kalangan milenial, generasi yang sangat melek terhadap teknologi dan hidup di era digital. Mereka dituntut sangat kreatif, inovatif, dan dinamis. Oleh karena itu, generasi ini disebut-sebut dapat menciptakan ekosistem digital yang akan memajukan industri *startup*. Pada akhirnya, para generasi milenial inilah yang menjadi penggerak utama kemajuan *startup* dan inovasi teknologi lainnya.

Untuk mendorong perkembangan iklim digital di Indonesia, PT Telkom Indonesia meluncurkan program Corporate Social Responsibility (CSR) bernama Indigo. Program ini bertujuan membina talenta digital (*startup*) untuk membangun ekosistem *digitalpreneur* di Indonesia melalui fasilitas, kreatif digital, pendanaan, serta akses pasar. Sebelumnya, perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia ini juga menggagas Indigo Fellowship.

Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi hakikat penyebab belum optimalnya pengelolaan program Indigo PT Telkom Indonesia dalam memberdayakan *startup*.

Dari tujuan utama tersebut dapat dirumuskan tujuan penelitian yang lebih terperinci sebagai berikut: (1) Menganalisis pengelolaan program Indigo di PT Telkom Indonesia, (2) Menganalisis pemberdayaan *startup* melalui program Indigo di Jogja Digital Valley, (3) Menganalisis dukungan *stakeholder* dalam pemberdayaan *startup* melalui program Indigo, (4) Merumuskan model pemberdayaan *startup* melalui program Indigo dalam menumbuhkan industri kreatif digital di Indonesia.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kualitatif. Adapun strategi penelitian yang digunakan adalah studi kasus. Metode ini melibatkan peneliti dalam penyelidikan yang lebih mendalam dan pemeriksaan yang menyeluruh terhadap perilaku seorang (Sevilla, 1993). *commit to user*

Penelitian studi kasus memiliki kelebihan dapat mengantarkan peneliti memasuki unit-unit sosial terkecil, seperti perhimpunan kelompok dan berbagai bentuk unit sosial lainnya. Dengan demikian, studi kasus dalam khazanah metodologi jadi bersifat komprehensif, intensif, rinci, dan mendalam. Studi kasus juga lebih diarahkan sebagai upaya menelaah masalah-masalah atau fenomena yang bersifat kontemporer dan kekinian.

Hasil analisis penelitian ini menjelaskan bahwa pengelolaan program Indigo PT Telkom Indonesia dilakukan dengan membangun ekosistem yang diperlukan untuk mengembangkan industri kreatif digital di Indonesia. Salah satu wujud nyata ditunjukkan melalui program Indigo yang mendukung inovasi digital untuk pertumbuhan bisnis di masa mendatang. Program tersebut bergerak membangun ekonomi industri kreatif, termasuk di dalamnya industri kreatif digital yang merupakan tulang punggung pertumbuhan di Indonesia.

Proses pemberdayaan *startup* oleh PT Telkom Indonesia dilakukan untuk menumbuhkan industri digital yang kolaboratif melibatkan berbagai pihak, yang umumnya dikenal dengan istilah *penta-helix* ABGC-M (*Academic, Business, Government, Community, dan Media*). Sebagai perusahaan telekomunikasi terbesar di Indonesia, PT Telkom Indonesia memerlukan inovasi digital untuk pertumbuhan bisnis di masa mendatang. Inovasi tersebut bisa datang dari internal perusahaan, maupun eksternal perusahaan. Inovasi eksternal bisa berasal dari masyarakat ataupun komunitas yang dikenal dengan istilah *startup*.

Sebagai lembaga profit, PT Telkom Indonesia memilih *startup* yang dapat bekerjasama secara mutualisme. Salah satu bentuk kerjasama mutualisme ini lewat program Indigo. Melalui program tersebut, PT Telkom Indonesia menerapkan sistem pemberdayaan, yang tidak hanya menyediakan mentoring teori dalam proses inkubasi, tetapi juga menyediakan akses pasar.

Kebutuhan dana yang menjadi poin penting dalam sebuah usaha juga diberikan secara bertahap. Pemberian dana oleh PT Telkom Indonesia menjadi stimulan untuk modal awal bagi *startup* mengembangkan usahanya, terutama terkait urusan legalitas usaha. Pemberdayaan *startup* merupakan program CSR PT Telkom Indonesia. Sudut pandang yang digunakan PT Telkom Indonesia adalah menjadi perusahaan yang memiliki kepekaan sosial, melaksanakan CSR tidak hanya sekadar pelaksanaan kewajiban untuk memenuhi aturan dan tuntutan Undang-undang tentang tanggung jawab sosial, melainkan juga memenuhi tiga pilar pemberdayaan yaitu *people, profit, dan planet*.

Program Indigo PT Telkom Indonesia merupakan program pembinaan *talent digital (startup)* untuk membangun ekosistem *digital preneur* di Indonesia, yang meliputi: fasilitas kreatif digital, pendanaan, dan akses pasar. Tujuannya untuk mempercepat kemajuan industri kreatif digital Indonesia.

Pemberdayaan dalam program Indigo melalui proses inkubasi. Dalam proses inkubasi tersebut para *startup* mendapatkan pembinaan, baik itu secara teoretis maupun bantuan praktis agar produk mereka siap memasuki pasar. Selain itu, pemberian asistensi mentoring materi dimaksudkan untuk membuka atau memberi kesempatan bagi para *founder startup* binaan untuk melakukan *pitching* dan presentasi dihadapan para calon konsumen yang merupakan rekanan dari PT Telkom Indonesia, maupun anak perusahaan PT Telkom Indonesia sendiri.

Upaya PT Telkom Indonesia agar pemberdayaan *startup* pada program Indigo menjadi *sustainable* dilakukan dengan menfokuskan lebih mendalam terhadap karakteristik masing-masing *startup*. Hal ini dapat dilihat dari ide yang menjadi unggulan *startup*. PT Telkom Indonesia akan menilai seberapa menarik ide tersebut dan akan bermanfaat bagi masyarakat, atau seberapa penting dan berkaitan erat dengan produk dari PT Telkom. Untuk kasus Jogja Digital Valley (JDV), prosesnya diawali dengan pengadaan wadah yaitu Jogja Digital Valley. JDV merupakan tempat para *startup* dan calon *startup* untuk berkompetisi ide. Melalui program Indigo, PT Telkom Indonesia berusaha mewadahi para calon pendiri *startup* dalam berkompetisi ide *platform* berbasis digital. Selain itu, di DJV para calon *startup* juga berkesempatan untuk merealisasikan gagasannya. Era globalisasi membawa dampak pergeseran pada basis industri sekarang ini, efektivitas dan efisiensi menjadi tuntutan pasar.

Selain itu, program Indigo sampai saat ini masih bersifat *sustainable* karena dalam proses pelaksanaan, perusahaan menerapkan prinsip menghargai lokalitas (*valuing the local*). Cara menghargai lokalitas tersebut dilakukan dengan melakukan dialog. Bagi pengusaha *startup*, berdialog merupakan bagian komunikasi strategis dari pemberdayaan. Bahkan, berdialog juga menjadi kunci keberhasilan pelaksanaan program Indigo.

Dukungan *stakeholder* dalam pemberdayaan *startup* melalui program Indigo merupakan hal yang sangat penting. *Stakeholder* pemberdayaan *startup* terdiri dari akademisi, pebisnis, komunitas, pemerintah, dan media. Akademisi diharapkan mampu menyentuh pola pikir, melatih, dan membentuk kesiapan sumber daya manusia agar lebih matang dalam menghadapi revolusi digital, sehingga dapat mencetak *entrepreneur* setelah lulus. Akademisi juga diharapkan mampu melakukan pembinaan terhadap komunitas sejak tingkat dasar, terutama bagi para mahasiswa yang ingin terjun menjadi wirausaha berbasis inovasi teknologi.

Komunitas dan PT Telkom Indonesia memiliki irisan kepentingan yang begitu besar, untuk saling mempengaruhi. Kedekatan serta kelengkapan data yang dimiliki oleh komunitas menjadikan peran komunitas sebagai mitra pelaksana program Indigo begitu penting bagi perusahaan. Sebagai pelaksana kegiatan, komunitas jadi ujung tombak yang menjamin keberlangsungan dari program Indigo. Program Indigo di bawah PT Telkom Indonesia di antaranya adalah Jogja Digital Valley (JDV). JDV adalah bentuk peran komunitas yang menghimpun para *startup*. JDV merupakan wadah edukasi para *startup* dalam merancang ide dan berkompetisi dengan kematangan konsep yang jelas.

Pemerintah juga menjadi salah satu mitra perusahaan diharapkan mampu mengintegrasikan antara aspek sosial lingkungan setempat dengan kepentingan nasional. Untuk menaungi para pelaku industri kreatif, peran pemerintah diwakili oleh Bekraf. Bekraf merupakan representasi peran pemerintah yang hampir setiap kegiatannya memiliki kesamaan dengan program Indigo milik PT Telkom Indonesia, sehingga keduanya sering bekerjasama dalam memberdayakan masyarakat industri kreatif digital (*startup*).

Sementara itu, media berperan sebagai jembatan antarpihak yang mampu memberi banyak manfaat. Media mempunyai kedekatan serta kelengkapan data,

baik berkaitan dengan isu yang terjadi, kebutuhan *real* masyarakat, hingga data-data lainnya. Data-data tersebut digunakan *startup* untuk menstimulasikan pengembangan produk, layanan baru, layanan distribusi, dan pendorong aktivitas ekonomi, serta memberikan ruang inovasi.

Model pemberdayaan *startup* dalam program Indigo PT Telkom Indonesia merupakan temuan terakhir penelitian ini. Pemberdayaan yang dilakukan oleh PT Telkom Indonesia melalui program Indigo berangkat dari adanya kebutuhan pengembangan produk usaha PT Telkom Indonesia yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu, PT Telkom Indonesia juga ingin memanfaatkan ruang-ruang publik yang ada agar dapat lebih memaksimalkan pemanfaatannya untuk mencapai tujuan program Indigo. Dukungan berbagai pihak, serta kebijakan dari pemerintah yang mendorong terbukanya ekosistem digital dalam membentuk program Indigo menjadi sangat penting.

Seiring berjalannya waktu, serta akibat adanya pola ekonomi baru, PT Telkom Indonesia mempertimbangkan cara agar produk dapat berkembang dengan efisien dan efektif. Bertolak pada munculnya ide sebuah produk, kemudian program dirancang agar ide awal tersebut diadu dalam kompetisi. Dalam program Indigo, ide awal tersebut merupakan sebuah produk mentah para *talent* dimasukkan dalam tahapan program yang disebut dengan inkubasi. Dalam program inkubasi, para *talent* berkesempatan untuk dibina oleh PT Telkom Indonesia. Dalam melakukan pembinaan, PT Telkom Indonesia menggandeng beberapa *stakeholder*. Dengan demikian, diharapkan akan tercipta ekosistem yang dapat menghasilkan produk yang diterima pasar. Program inkubasi memberi manfaat bagi *talent* untuk mampu bertahan dan terus berinovasi, serta bekerja sama dengan PT Telkom Indonesia.

Maulana Agung Pratama, T631408001. 2020. **Pemberdayaan Startup Melalui Program Indigo Creative Nation (Studi Kasus CSR PT Telkom Indonesia di Jogja Digital Valley)**. Under the guidance of (Promotor) : Prof. Dr. Widodo Muktiyo (Co Promotor 1) Dr.Ir.Joko Sutrisno, MP (Co Promotor 2) Prof.Dr.Ir.Suwarto,M.Si.Program Studi Penyuluhan Pembangunan/Pemberdayaan Masyarakat Pascasarjana Universitas Sebelas Maret Surakarta.

SUMMARY

The massive transformation of global economic is happening in this era of globalization. It is necessary for the business manager to have insight, imagination, and high creativity level to produce a competitive product with high economics value. Innovation, research and creativity are the main capital to increase the excellence and opportunity to lead the global economics. The rapid growth of internet leads to various opportunity and boost the initiation of new digital entrepreneurs. The generation of millennial has a well literation about technology and live in the creative, innovative and dynamic digital world, thus, this people believe that this generation is capable to create a digital ecosystem to enhance the growing startup industry, they drive the development of startup and other innovation in technology.

PT Telkom Indonesia – the Indonesia biggest telecommunication – has a CSR program called Indigo Fellowship award, which become Indigo program. Indigo is a training program for digital startup developers by PT Telkom Indonesia to create the ecosystem of Indonesia digitalpreneur, by certain facilities, funding and market access to accelerate the Indonesia creative industry.

The main objective of this research is to identifying the factor to improve the management of Indigo program by PT Telkom Indonesia to empower Indonesian startups. From this main objective, this research formulate detailed objectives as follows: (1) To analyze the management of Indigo program, (2) To analyze the startup empowerment in Indigo Program in Jogja Digital Valley, (3) To analyze the support of stakeholder toward startups empowerment in Indigo program, (4) To formulate the startup empowerment model of Indigo program in growing the creative digital industry of Indonesia.

This research is a qualitative research with the strategy of case study. This strategy includes the researcher into deeper and complete observation toward the behavior of someone of something (Sevilla, 1993). A case study research has advantage that enables the researcher to explore the smallest social units like community, group, etc. Thus, a case study in the term of methodology is well-known as comprehensive, intense, detailed, and well-oriented study in observing contemporary and modern phenomenon.

The analytical result of this research explains that Indigo program by PT Telkom Indonesia is managed by building the ecosystem to develop Indonesian digital creative industry. In practical point of view, Indigo program need digital innovation to grow their business in the future. Lastly, they are stabilizing the

creative industry including digital creative industry which is the main driver to support the economics growth of Indonesia.

The startup empowerment by PT Telkom Indonesia need collaboration from many aspects called penta-helices collaboration of ABGC-M (Academics, Business, Government, Community, and Media). As the largest telecommunications company in Indonesia, the emergence of digital innovation is certainly very necessary for business growth in the future. These innovations can come from the company internal or external to the company. External innovations, such as the community are known as startups. As an institution, PT Telkom Indonesia chooses startup that can cooperate with mutualism with PT Telkom Indonesia. One form of mutualism cooperation is the Indigo program. Through the Indigo program, PT. Telkom Indonesia applies an empowerment system, not only to mentoring theory in the incubation process, but also providing market access.

The need for funds which becomes an important point in a business is also given in stages. Provision of funds by PT Telkom Indonesia is a stimulant or initial capital so that these startups can develop their business, especially related to the legality of their business. Startup empowerment is a CSR program of PT Telkom Indonesia. The point of view used by PT Telkom Indonesia is to become a company that has social sensitivity, implementing CSR is not just a form of implementing obligations to meet the rules and demands of the law on social responsibility, but also fulfills the three pillars of empowerment namely people, profit, and planet.

Indigo Program PT Telkom Indonesia is a digital talent development program (startup) by PT Telkom Indonesia to build a digitalpreneur ecosystem in Indonesia, which includes; digital creative facilities, funding and market access to accelerate Indonesia's digital creative industry.

The empowerment in the Indigo Program is managed as the process of incubation. In the incubation process, startups receive guidance, both theoretically and practically, so that the product can enter the market. In addition, the provision of material mentoring assistance is intended to open or provide opportunities for fostered startups to conduct phishing and presentations in front of prospective customers who are partners of PT Telkom Indonesia and its subsidiaries.

The intention of PT Telkom Indonesia to empower startups in the Indigo Program to be sustainable is to focus deeply on the characteristics of the startup. This can be seen from the idea that is a superior startup. Does the idea has benefits or interests to the community and closely related to the products of PT Telkom Indonesia on the other side. In the case of Jogja Digital Valley (JDV), the process begins with the existence of the container, Jogja Digital Valley itself. JDV is a place for startups and startup candidates to compete with ideas. Through indigo program PT Telkom Indonesia seeks to accommodate potential startups in competing for digital-based platform ideas. In addition, at DJV, startup candidates also realize their work. The era of globalization brings a shift in the current industry base, effectiveness and efficiency become market demands.

In addition, the indigo program is still sustainable because in the process of implementing the company applies the principle of valuing the locality. The

way to respect locality is to have a dialogue. Dialogue for Startup is a part of empowering strategic communication which is the key to the successful implementation of the indigo program.

Stakeholder support in empowering Startups through the Indigo Program is very important. Startup empowerment stakeholders consist of academics, business, community, government, and media. Academics are expected to touch the mindset, train and shape the readiness of more mature human resources in the face of the digital revolution so they can create entrepreneurs after graduation. Academics are also expected to provide guidance to the community from the basic level, especially for students who want to become entrepreneurs based on technological innovation.

Community and PT Telkom Indonesia has a slice of interest that is so large, between influenced and influenced. The closeness and completeness of the data held by the community makes the community's role as the implementing partner of the Indigo Program so important for the company. As the executor of the activity, the community seemed to guarantee the sustainability of the Indigo Program, which is sustainability. The Indigo program owned by PT Telkom Indonesia including JDV, Jogja Digital Valley is a form of community role that brings together startups. JDV is a forum for educating startups in designing ideas and competing with the maturity of clear concepts.

The government as one of the company's partners is expected to be able to integrate local social environmental aspects with national interests. In overseeing the creative industries, the role of government is represented by Bekraf. Bekraf is a representation of the role of government, which in every activity has similarities with the Indigo Program of PT Telkom Indonesia, so the two of them often work together to empower the community of digital creative industries (startup).

The role of the media as a bridge between parties can provide many benefits. The closeness and completeness of the data held by the media, both matters relating to issues that occur, the real needs of the community, to other data, can be used by startups to simulate the development of products, new services, distribution services, and driving economic activity and certainly provides room for innovation.

The startup empowerment model in the Indigo PT Telkom Indonesia Program is the latest finding of this study. Empowerment carried out by PT Telkom Indonesia through Indigo Program departs the need for the development of PT Telkom Indonesia for its business products that are tailored to the needs of the surrounding community. In addition, PT Telkom Indonesia also wants to take advantage of previously owned public spaces in order to further maximize its benefits to achieve the goals of the indigo program. Support from various parties, as well as government policies that encourage the opening of the digital ecosystem in shaping the Indigo Program, is very important.

The existence of new economic pattern overtime leads PT Telkom Indonesia to develop efficient and effective products. Starting with the idea of a product, the program was then designed so that the initial idea competed. In the indigo program, the initial idea was a raw product with talents included in a program called incubation. In the incubation program, talents with their ideas get

the chance to be fostered by PT Telkom Indonesia. In conducting coaching, PT Telkom Indonesia has partnered with several stakeholders so that it is expected to be able to continue creating and giving birth to ecosystems that can later produce products that are accepted by the market. The benefit of the incubation program for talents is to make them able to survive to continue to innovate and cooperate with PT Telkom Indonesia.

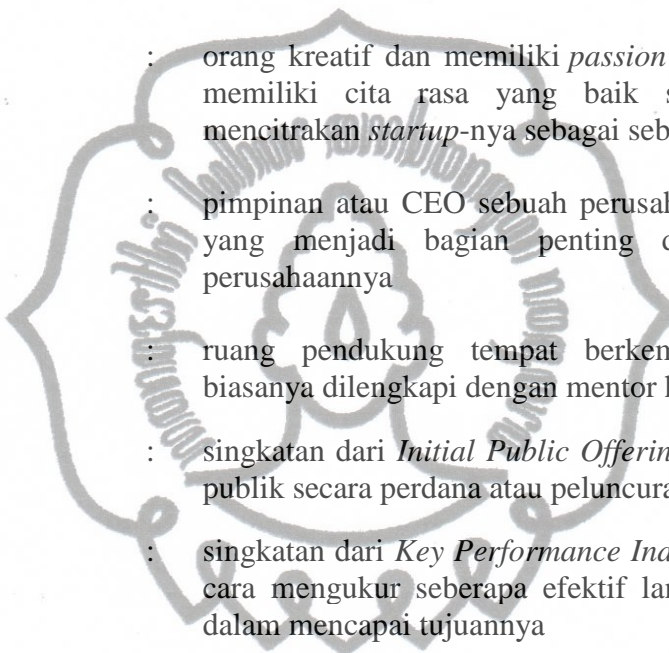


GLOSARIUM

<i>Agile</i>	:	pengembangan perangkat lunak dengan prinsip atau pengembangan sistem jangka pendek yang memerlukan adaptasi
<i>Angel Investor</i>	:	investor yang menggunakan dana pribadi untuk berinvestasi pada sebuah startup dengan imbalan saham perusahaan tersebut
<i>Akselerator</i>	:	program penerima aplikasi terbuka untuk mengikuti kelas gabungan <i>startup</i>
API	:	singkatan dari <i>Application Programming Interface</i> merupakan serangkaian fungsi atau rutinitas yang memungkinkan pengembangan untuk menyelesaikan tugas dan untuk berinteraksi dengan komponen software tertentu
<i>Acquisition</i>	:	kondisi saat satu perusahaan membeli saham mayoritas di perusahaan
B2B	:	singkatan dari <i>Business to Business</i> merupakan deskripsi dari sebuah model bisnis yang menargetkan bisnis lain untuk menggunakan produk atau layanan mereka
<i>Benchmark</i>	:	proses <i>startup</i> dalam mengukur keberhasilan/pencapaian
<i>Board of Director</i>	:	sebuah grup individu berpengaruh yang dipilih oleh pemegang saham
<i>Buyout</i>	:	strategi <i>exit</i> yang umum digunakan ketika sebuah perusahaan dibeli sahamnya dan pembeli tersebut mempunyai kontrol mayoritas di dalam sebuah perusahaan <i>startup</i>
<i>Bootstrapped</i>	:	<i>startup</i> disebut <i>bootstrapped</i> saat pendirian didanai sendiri oleh sang pendiri startup
<i>Business to consumer</i>	:	transaksi jual beli produk atau jasa yang melalui jaringan elektronik atau internet
<i>Business Validation</i>	:	memastikan bahwa dari proses penyelesaian masalah dengan solusi tersebut memang memiliki nilai bisnis,

bisa juga mencari model bisnis yang paling pas untuk skema problem-solusi yang sudah valid

<i>Capital</i>	:	aset keuangan yang tersedia digunakan untuk menumbuhkan perusahaan
<i>Convertible debt</i>	:	ketika perusahaan meminjam uang dengan maksud utang dapat dikonversikan ke dalam bentuk ekuitas perusahaan pada saat valuasi.
<i>Convertible notes</i>	:	merupakan catatan hutang yang akan dikonversi menjadi saham
<i>Coworking space</i>	:	ruang perkantoran tempat pekerja mandiri seperti entrepreneur, programmer lepas, dan desainer web saling berbagi
<i>Customer validation</i>	:	tahapan saat <i>startup</i> mampu mengetahui asumsi minat beli pelanggan
<i>Debt financing</i>	:	hal yang dilakukan saat perusahaan mencari pembiayaan melalui penjualan surat utang kepada investor
<i>Disruption</i>	:	<i>disruptive innovation</i> atau inovasi yang mengacaukan status quo misalnya dengan mengganti teknologi yang lama atau mengubah target pasar
Dilo	:	singkatan dari <i>Digital Innovation Lounge</i> wadah atau tempat <i>talent</i> , <i>startup</i> , dan komunitas berkolaborasi membangun mimpi di dunia digital melalui program <i>development</i>
<i>Demo day</i>	:	tahap akhir masa inkubasi merupakan kesempatan pertama bagi <i>startup</i> untuk bertemu dengan para calon investor
<i>Enterprise</i>	:	istilah yang mengacu pada sebuah perusahaan atau bisnis
<i>Entrepreneur</i>	:	seorang individu yang memulai perjalanan bisnis dan siap menghadapi seluruh risiko
<i>Exit</i>	:	metode saat investor dan atau <i>entrepreneur</i> bermaksud untuk keluar dari investasinya di sebuah perusahaan
<i>Ground floor</i>	:	sebuah refensi permulaan sebuah startup yang digunakan sebagai pertimbangan keuntungan tergantung pada level investasi



<i>Growth hacking</i>	: istilah yang ditujukan bagi tim marketing, sales, atau asosiasi yang berhasil melakukan strategi khusus sehingga performa mereka meningkat drastis
<i>Ide validation</i>	: menguji ide atau gagasan
<i>Hacker</i>	: seseorang yang bertanggung jawab dalam bidang teknologi harus memiliki keterampilan dasar <i>programming</i> , <i>coding</i> , hingga membuat <i>platform</i> untuk mengembangkan bisnis
<i>Hipster</i>	: orang kreatif dan memiliki <i>passion</i> di bidang desain, memiliki cita rasa yang baik sehingga mampu mencitrakan <i>startup</i> -nya sebagai sebuah <i>brand</i>
<i>Hustler</i>	: pimpinan atau CEO sebuah perusahaan atau seorang yang menjadi bagian penting dari keberhasilan perusahaannya
Inkubator	: ruang pendukung tempat berkembangnya startup biasanya dilengkapi dengan mentor hingga pelatihan
IPO	: singkatan dari <i>Initial Public Offering</i> atau penawaran publik secara perdana atau peluncuran ke pasar saham
KPI	: singkatan dari <i>Key Performance Indicator</i> merupakan cara mengukur seberapa efektif langkah perusahaan dalam mencapai tujuannya
<i>Liquidation</i>	: proses penjualan perusahaan dengan menjual seluruh aset-aset perusahaan
Monetisasi	: konversi produk, atau aset, menjadi alat pembayaran yang sah
<i>Market validation</i>	: asumsi memastikan bahwa permasalahan memang benar-benar ada dan terjadi pada banyak orang
MVP	: singkatan dari <i>Most Viable Product</i> atau teknik pengembangan produk atau situs yang baru dikembangkan dengan fitur yang cukup untuk memuaskan pengguna awal
<i>Pivot</i>	: istilah bagi sebuah <i>startup</i> yang melakukan perubahan setelah tersadar bahwa apa yang sudah dilakukan tidak berjalan, tetapi perubahan yang dilakukan masih sesuai dengan ide awal
<i>Platform</i>	: tempat yang menjadi dasar bagi sistem operasi

<i>Portofolio company</i>	:	pemodal ventura menanamkan investasi di dalam sebuah perusahaan sehingga masuk ke dalam portofolio dari pemodal ventura
<i>Preferred stock</i>	:	bagian saham yang memiliki tambahan hak melebihi saham biasa
<i>Recapitalization</i>	:	perbaikan struktur atau perubahan jumlah modal dengan melakukan peningkatan permodalannya
<i>Return of investment</i>	:	rasio uang yang diperoleh atau hilang pada suatu investasi
<i>Round</i>	:	startup yang mencari pendanaan dari pemodal ventura dalam sesi putaran tunggal
<i>Seed round</i>	:	putaran pendanaan pertama bagi <i>startup</i>
<i>Seed funding</i>	:	istilah bagi <i>startup</i> yang mendapat pendanaan tahap awal atau untuk kali pertama sebelum seri pendanaan berikutnya
<i>Sector</i>	:	jenis, bidang, produk, atau jasa yang <i>startup</i> tawarkan
<i>Series</i>	:	mengacu pada ronde pendanaan sebuah <i>startup</i>
<i>Stage</i>	:	tahap pengembangan sebuah <i>startup</i>
<i>SaaS</i>	:	singkatan dari <i>software as a service</i> atau sebuah produk <i>software</i> yang diakses <i>remote</i> melalui internet
<i>Term sheet</i>	:	sebuah perjanjian tidak mengikat yang menggarisbawahi aspek utama dari sebuah investasi di suatu <i>startup</i>
UI	:	singkatan dari <i>User Interface</i> atau desain antarmuka yang ditampilkan ke pengguna
UX	:	singkatan dari <i>User Experience</i> mengacu pada pengalaman pengguna
<i>Valuation</i>	:	proses penilaian sebuah <i>startup</i> oleh seorang analis
<i>Venture capital</i>	:	perusahaan yang menyediakan dana untuk <i>startup</i> kecil yang potensi pertumbuhan mengalami tinggi

DAFTAR ISI

	<i>Halaman</i>
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ORISINILITAS	iv
PRAKATA	v
RINGKASAN	viii
SUMMARY	xii
GLOSARIUM.....	xvi
DAFTAR ISI	xx
DAFTAR TABEL.....	xxiv
DAFTAR GAMBAR	xxv
 BAB I PENDAHULUAN.....	 1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
E. Kebaruan Penelitian	11
 BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	 28
A. Teori Perubahan Sosial	28
1. Pengertian Perubahan Sosial	28
2. Mazhab-Mazhab Pemikiran dalam Teori Perubahan Sosial	29
3. Teori Modernisasi Klasik	34
4. Ekonomi Digital dalam Tinjauan Teori Modernisasi Klasik	40
B. Konektivitas Masyarakat Global di Era Digital.....	43
C. Ekonomi Digital.....	45
1. Perekonomian Baru (<i>New Economy</i>)	45
2. Pengertian Ekonomi Digital	47
3. Perubahan dari Analog ke Digital	50

4. Konsep Ekonomi Digital	51
D. Industri Kreatif Digital	60
E. <i>New media</i> (Media Baru)	66
1. Pengertian <i>New Media</i>	66
2. <i>New media</i> sebagai <i>Culture Technology</i>	67
3. Karakteristik <i>New Media</i>	70
F. <i>Startup</i> (Perusahaan Rintisan).....	73
1. Pengertian <i>Startup</i>	73
2. Perkembangan <i>Startup</i> di Indonesia	75
G. Manajemen Pengelolaan	77
1. Pengertian Manajemen	77
2. Fungsi-Fungsi Manajerial.....	79
H. Pemberdayaan.....	87
1. Pengertian Pemberdayaan.....	87
2. Tinjauan Teori Pemberdayaan.....	89
3. Konsep Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	92
4. Filosofi Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	95
5. Proses Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	98
6. Prinsip-prinsip Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat.....	105
7. Lingkup Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	108
8. Tujuan Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat	112
I. <i>Corporate Sosial Responsibility</i> (CSR)	114
1. Pengertian dan Perkembangan CSR	114
2. Dasar Hukum CSR.....	118
3. Program Kemitraan dan Bina Lingkungan (PKBL)	119
4. Peran <i>Stakeholder</i> Menurut Model <i>Pentahelix</i>	120
J. Penelitian Pendahuluan dan Kerangka Pikir	128
1. Lingkungan Digital	129
2. Masyarakat Digital.....	129
3. Ekonomi Digital.....	129
K. Dimensi Penelitian <i>commit to user</i>	141

1. Regulasi CSR.....	141
2. Kebijakan CSR PT Telkom Indonesia.....	142
3. Industri Kreatif Digital.....	142
4. <i>Startup</i>	142
5. <i>Stakeholder</i>	143
6. Pemberdayaan <i>Startup</i> melalui program Indigo	143
7. Hasil Pemberdayaan <i>Startup</i>	144
8. Perusahaan Berdaya Saing Global	145
 BAB III METODE PENELITIAN.....	146
A. Desain Penelitian	146
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	147
C. Jenis Penelitian.....	148
D. Data dan Sumber Data	148
E. Pemilihan Informan	156
F. Teknik Pengumpulan Data.....	157
G. Teknik Validitas Data	158
H. Teknik Analisis Data.....	158
 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	161
A. Hasil Penelitian :	161
1. Keadaan Umum <i>Startup</i>	161
a. <i>Startup</i> Botika.....	163
b. <i>Startup</i> RunSystem.....	165
2. Deskripsi PT Telkom Indonesia	168
3. Visi Misi PT Telkom Indonesia	170
4. Pengelolaan Program Indigo	171
5. Pemberdayaan <i>Startup</i> melalui Program Indigo.....	184
6. Peran <i>Stakeholder</i>	190
B. Pembahasan Hasil Penelitian	194
1. Pengelolaan Program Indigo di Jogja Digital Valley	194

2. Pemberdayaan <i>Startup</i> melalui Program Indigo oleh PT Telkom Indonesia	202
3. Dukungan <i>Stakeholder</i> dalam Pemberdayaan <i>Startup</i> melalui Program Indigo	230
4. <i>Existing</i> Model Pemberdayaan <i>Startup</i> oleh Program Indigo	236
C. Nilai Kebaruan.....	258
1. Kebaruan/Temuan Teoritik.....	258
2. Kebaruan/Temuan Metodologi	259
3. Kebaruan/Temuan Praktis.....	259
D. Keterbatasan Penelitian	260
BAB V PENUTUP	261
A. Simpulan.....	261
B. Implikasi Penelitian.....	266
C. Saran.....	269
DAFTAR PUSTAKA	271

DAFTAR TABEL

	<i>Halaman</i>
Tabel 1.1 Peringkat 10 Besar Negara <i>Startup</i> Terbanyak di Seluruh Dunia ...	6
Tabel 1.2 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 2.1 Deskripsi Siklus Perluasan dalam Model Perkonomian Digital	49
Tabel 2.2 Pengukuran Capaian Tujuan Pemberdayaan Masyarakat	113
Tabel 3.1 Waktu Pelaksanaan Penelitian	147
Tabel 3.2 Rincian Data, Sifat dan Sumber Data Penelitian.....	149
Tabel 4.1 Tahapan pelaksanaan program pemberdayaan Indigo	200
Tabel 4.2 Jumlah <i>Talent</i> di Dilo Yogyakarta	208
Tabel 4.3 Jumlah <i>Startup</i> di Jogja Digital Valley	214
Tabel 4.4 Peran PT Telkom Indonesia dan MIKTI dalam pemberdayaan <i>startup</i>	229
Tabel 4.5 Peran <i>Stakeholder</i> dalam Progam Indigo	235

DAFTAR GAMBAR

	<i>Halaman</i>
Gambar 1.1 Perubahan Model Bisnis Industri Telekomunikasi	2
Gambar 2.1 Abad ke-21 Merupakan “ <i>Conceptual Age</i> ”	42
Gambar 2.2 Kelompok Industri Kreatif Digital	61
Gambar 2.3 Klasifikasi 16 Subsektor Industri Kreatif	63
Gambar 2.4 Tujuan Pemberdayaan Masyarakat.....	112
Gambar 2.5 Model <i>Quad Helix</i>	124
Gambar 2.6 Model <i>Penta Helix</i>	127
Gambar 2.7 Peta <i>Creative Camp</i> dan <i>Creative Center</i>	132
Gambar 2.8 Kerangka Pikir Penelitian	140
Gambar 3.1 Komponen-Komponen Analisis Data: Model Interaktif	159
Gambar 4.1 Acara Jogja Digital Valley (Telkom, MIKTI, dan <i>Startup</i>)	163
Gambar 4.2 Foto <i>Founder RunSystem</i>	167
Gambar 4.3 Foto peneliti saat berada diacara pengenalan Progam Indigo	199
Gambar 4.4 Struktur Organisasi Program Indigo.....	199
Gambar 4.5 Foto peneliti bersama Narasumber (<i>Startup Botika</i>)	200
Gambar 4.6 Acara pembukaan program Indigo dalam mengenalkan program secara umum kepada masyarakat, komunitas, media hingga akademisi	203
Gambar 4.7 Jumlah <i>Startup</i> di Yogyakarta	206
Gambar 4.8 Foto saat Pameran Indigo Day sebagai rangka mengenalkan produk-produk yang dihasilkan oleh para alumni Indigo dan juga telah memiliki market jual ke masyarakat luas dan juga investor	208
Gambar 4.9 Sebaran Aktivitas Pemberdayaan <i>Startup</i> di Yogyakarta	215
Gambar 4.10 Sebaran Aktivitas Pemberdayaan <i>Startup</i> di Bandung.....	215
Gambar 4.11 Sebaran Aktivitas Pemberdayaan <i>Startup</i> di Makasar	215
Gambar 4.12 Indigo Creative Nation Jogja Digital Valley	217

commit to user

Gambar 4.13 Foto Peneliti bersama Ibu Deby (Manajer Perencanaan Telkom)	227
Gambar 4.14 Foto Peneliti bersama salah satu <i>stakeholder</i> yang terlibat dalam Program Indigo Pihak Media (<i>Daily Social</i>).....	230
Gambar 4.15 Foto Peneliti Bersama Direktur Fasilitas Infrastruktur Bekraf (Bapak Neil)	231
Gambar 4.16 Salah satu acara Bekraf terkait dukungan peningkatan kapasitas <i>startup</i> dalam ekonomi digital (<i>Bekraf Developer Day</i>)	232
Gambar 4.17 Foto peneliti bersama pihak Akademisi (STIMIK ESQ)	233
Gambar 4.18 Model Bisnis Kanvas.....	242
Gambar 4.19 <i>Existing</i> model startup di Program Indigo.....	244
Gambar 4.20 Sebaran <i>talent</i> program pemberdayaan <i>startup</i> digital PT Telkom Indonesia.....	247
Gambar 4.21 Usulan modifikasi untuk <i>existing</i> model <i>startup</i> untuk program Indigo.....	249
Gambar 4.22 Bagan perkembangan <i>startup</i> “botika online”	252
Gambar 4.23 <i>Recommended model</i> pemberdayaan startup di program Indigo.	256
Gambar 4.24 Diagram alur Program Indigo dan Peran Masing-masing.....	257