UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FUNGSI BIRO HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEWUJUDKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BANK INDONESIA

DIAJUKAN SEBAGAI SALAH SATU SYARAT UNTUK MEMPEROLEH GELAR STRATA SATU (S1)

Nama : **ANITA RAHMAWATI**

NIM : **44206110066**

Jurusan : **Public Relations**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

JURUSAN PUBLIC RELATIONS

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2009

digilib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi	:	**FUNGSI BIRO HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEWUJUDKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BANK INDONESIA**
Nama	:	Anita Rahmawati
NIM	:	44206110066
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	:	*Public Relations*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Mengetahui,

Jakarta, 9 Desember 2009

Pembimbing Skripsi

Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos.,M.Si

digilib.mercubuana.ac.id

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama	:	Anita Rahmawati
NIM	:	44206110066
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	:	*Public Relations*
Judul Skripsi	:	**FUNGSI BIRO HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEWUJUDKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BANK INDONESIA**

Mengetahui,

Jakarta, 9 Desember 2009

1. Ketua Sidang

   Nama : Afdal Makkuraga Putra S.Sos,M.Si ( )

2. Penguji Ahli

   Nama : Nurprapti wahyu Widyastuti S.Sos,M.Si ( )

3. Pembimbing

   Nama : Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos.,M.Si ( )

digilib.mercubuana.ac.id

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI I

Nama	:	Anita Rahmawati
NIM	:	44206110066
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	:	*Public Relations*
Judul Skripsi	:	**FUNGSI BIRO HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEWUJUDKAN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BANK INDONESIA**

Jakarta,

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

(Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos.,M.Si)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Bidang Studi Humas
(Dra. Diah Wardhani, M.Si)	(Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos.,M.Si)

digilib.mercubuana.ac.id

Nama : Anita Rahmawati
NIM : 44206110066
Judul Skripsi : Fungsi Biro Hubungan Masyarakat dalam mewujudkan Corporate Social Responsibility Bank Indonesia
Kata Kunci : Fungsi, Hubungan Masyarakat, *Corporate Social Responsibility*

ABSTRAK

Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan atau sedang menjadi tren global di dunia perusahaan. Bahkan di dalam Undang-undang Perusahaan Terbatas di dalam satu pasalnya menyebutkan adanya kewajiban bagi perusahaan untuk melakukan kegiatan CSR. Mengikuti langkah serupa, bertambah hari kian terasa tanggung jawab sosial yang harus diemban Bank Indonesia yang tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi moneter dan legal. Di luar itu ada tanggung jawab etis, sosial dan tanggung jawab discretionary yaitu tanggung jawab yang semestinya tidak harus dilakukan tapi dilakukan atas kemauan sendiri.

Sesuai Undang-Undang Bank Indonesia No. 23 Tahun 1999 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 3 Tahun 2004, sebagai bank sentral Bank Indonesia diwajibkan untuk dapat mencapai dan memelihara kestabilan nilai tukar rupiah. Untuk mencapai tujuan Bank Indonesia tersebut, terdapat tiga pilar utama yang menjadi tugas Bank Indonesia juga diminta untuk tetap memiliki kepedulian terhadap lingkungan (komunitas) sebagai wujud corporate social responsibility-nya. Oleh karena itu Bank Indonesia melalui Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat membuat sebuah program CSR yang disebut Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) yaitu BSR Terprogram dalam bentuk "Program Desa Kita" sebagai tanggung jawab sosialnya untuk membuat sebuah desa bisa lebih mandiri.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana Fungsi dari Biro Hubungan Masyarakat dalam mewujudkan Corporate Social Responsibility Bank Indonesia sesuai dengan teori dari Rusadi Ruslan.

Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sifat penelitian deskriptif. Tehnik pengumpulan data diambil dengan cara wawancara mendalam dengan key informan dan dokumentasi dari study kepustakaan yang diambil dari Buku Laporan BSR, Program Kerja, Laporan Hasil Pertemuan dan buku-buku pendukung lainnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Program Desa Kita yang telah dilakukan oleh Biro Hubungan Masyarakat berjalan dengan baik, walaupun ada sedikit kendala yang dihadapi yaitu pada saat program berakhir/tahap Phasing Out dimana sudah saatnya pengelolaan Program Desa Kita diserahkan kepada Pihak Pemerintah Daerah setempat dan masyarakat.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa Biro Hubungan Masyarakat Bank Indonesia dalam menjalankan fungsinya untuk mewujudkan CSR sesuai dengan teori yang ada walaupun ada sedikit perbedaan dalam pelaksanaannya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya hingga pada akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "FUNGSI BIRO HUBUNGAN MASYARAKAT DALAM MEWUJUDKAN BANK INDONESIA SOCIAL RESPONSIBILITY." Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan Program Sarjana (S-1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Mercu Buana, Jakarta.

Penulis menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak lepas dari bantuan dan dukungan banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung, yang berupa saran, kritik, dan lain sebagainya. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Marhaeni F. Kurniawati, S.Sos.,M.Si selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi dan dosen pembimbing yang telah membantu serta membimbing penulis dengan penuh kesabaran dan penuh pengertian.
2. Ibu Naniek Sekarningsih, Kepala Seksi Tim Relasi Eksternal Biro Hubungan Masyarakat Bank Indonesia yang telah meluangkan waktunya dan memberikan data-data yang penulis butuhkan.
3. Ibu Tita Damayanti dari DSDM, yang dengan berbaik hati mengarahkan dan mengurus surat-surat.
4. Bpk Yayat dari Desa Mekarjaya untuk waktu yang telah diluangkan walaupun melalui telepon.
5. Bpk Andriyanto dari Dusun Manding, Matur suwun Pak.
6. Keluarga tercinta Sony, suami tercinta untuk kritikan dan omelannya dan Mas Enggal dan Laras cahaya hati, semoga kalian menjadi anak yang sholeh dan sholehah.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

7. Ibunda tercinta, yang dengan tulus ikhlas dan tidak pernah putus mendoakan anak-anaknya serta kakak-kakak dan adik penulis plus keponakan-keponakan semua.
8. Alm Bapak Darmadi Tjokroatmodjo dan Alm Eyang Kung H. Sunarto Sastromiharjo, semoga Allah SWT mengampuni dosa-dosa beliau-beliau.
9. Keluarga besar di Sapta 27 Pancoran, Eyang Ti, Eyang Upa, Bapak Adi semoga sehat selalu, Kakak Cacha jangan berantem sama Mas Enggal ya.
10. Pimpinan dan rekan-rekan di Unit Khusus Penyelesaian Aset Bank Indonesia terutama di Tim II yang telah mengijinkan penulis untuk mencari data disela-sela jam kerja serta rekan-rekan yang selalu memberi support untuk segera menyelesaikan skripsi ini.
11. PR Artis Menteng Angkatan IX Universitas Mercu Buana terutama Esther yang tidak bosen sharing skripsi, Allysia dan Ninik untuk tumpangan wira-wiri ke Meruya. Semoga kebersamaan kita tidak hanya berhenti disaat kita lulus.
11. Semua Pihak yang telah membantu penulisan skripsi ini, yang tidak dapat penulis sebutkan namanya satu persatu, terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi banyak pihak terutama untuk pengembangan ilmu pengetahuan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SIDANG SKRIPSI.....i

ABSTRAK.....v

KATA PENGANTAR.....v

DAFTAR ISI..... viii

BAB I PENDAHULUAN.....1

1.1 Latar Belakang Masalah.....1
1.2 Rumusan Masalah.....5
1.3 Tujuan Penelitian.....5
1.4 Manfaat Penelitian.....6

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....7
2.1 Definisi Komunikasi.....7
2.1.1 Fungsi Komunikasi.....8
2.1.2 Proses Komunikasi.....9

2.2 Definisi Hubungan Masyarakat.....11
2.2.1 Peran Hubungan Masyarakat.....13
2.2.2 Ruang Lingkup dan Tugas PR.....15
2.2.3 Kegiatan dan Sasaran PR.....15
2.2.4 Fungsi PR.....16
2.3 Corporate Social Responsibility.....18
2.3.1 Kegiatan CSR.....20
2.3.2 Manfaat CSR.....21

2.4 Citra Perusahaan.....22
2.4.1 Definisi Citra dan Citra Perusahaan.....22
2.4.2 Jenis-jenis Citra.....23

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....26

3.1 Tipe Penelitian.....26
3.2 Metode Penelitian.....26
3.3 Metode Pengumpulan Data.....27
3.4 Key Informan.....29
3.5 Definisi Konsep.....29
3.6 Fokus Penelitian.....30
3.7 Tehnik Analisis Data.....31
3.8 Tehnik Pemeriksaan Keabsahan Data.....31

BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN MASALAH.....33

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....33
4.1.1 Sejarah Bank Indonesia.....33
4.1.2 Logo Bank Indonesia.....35
4.1.3 Visi, Misi, Nilai dan Sasaran Strategis Bank Indonesia.....36
4.1.4 Tujuan dan Tugas Bank Indonesia.....37
4.1.5 Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat.....38

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

4.2 Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) 40
4.2.1 Latar Belakang Bank Indonesia Social Responsibility (BSR).....40
4.2.2 Visi dan Misi Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) 43
4.2.3 Program Desa Kita 44
4.2.4 Visi,Misi dan Sasaran Umum Program Desa Kita.....45

4.3 Hasil Penelitian 46
4.3.1 Penelitian *(Research)* 46
4.3.1.1 Alasan Pemilihan Program Desa Kita sebagai Pelaksanaan Bank Indonesia Social Responsibility (BSR).....46
4.3.1.2 Penelitian yang dilakukan Biro Humas BI untuk Program Desa Kita 47
4.3.1.3 Pemilihan Desa sebagai Penerima Program Desa Kita.....49
4.3.2 Perencanaan *(Planning)* 52
4.3.2.1 Tahapan Pengembangan Program Desa Kita.....52
4.3.2.2 Strategi Program Desa Kita.....56
4.3.2.3 Scope Kegiatan Program Desa Kita.....57
4.3.3 Pengkoordinasian *(Coordinating)*.....57
4.3.3.1 Permasalahan di tengah Pelaksanaan Program Desa Kita.....59
4.3.3.2 Phasing Out Program Desa Kita 60
4.3.4 Administrasi *(Administration)* 67
4.3.4.1 Networking dan Komunikasi 67
4.3.5 Produksi *(Production)*.....68
4.3.5.1 Publikasi dan Komunikasi.....68
4.3.6 Partisipasi Komunitas *(Community Participation)* 69
4.3.6.1 Manfaat Program Desa Kita dari Beberapa Aspek.....71
4.3.7 Nasihat *(Advisory)*.....77

4.4 Pembahasan Masalah 78
4.4.1 Penelitian.....78
4.4.2 Perencanaan 79
4.4.3 Pengkoordinasian 79
4.4.4 Administrasi 81
4.4.5 Produksi 82
4.4.6 Partisipasi Komunitas 83
4.4.7 Nasihat 83

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN..... 84
5.1 Kesimpulan 84
5.2 Saran.....85

DAFTAR PUSTAKA.....86

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam setiap badan/lembaga mempunyai kedudukan, fungsi, dan tugas yang bergantung pada profesi. Tidak satupun badan/lembaga yang dapat berdiri sendiri tanpa ada hubungan yang menguntungkan bagi kedua belah pihak. Suatu badan/lembaga yang besar selalu memperhatikan keinginan dari masyarakat dan juga memperhatikan opini yang beredar dalam masyarakat. Karena badan/lembaga tersebut memerlukan opini untuk memperbaiki kinerja dan manajemen yang lebih baik. Organisasi sebagai suatu sistem dalam tatacara hidup manusia juga harus berhubungan dengan lingkungannya. Maka dari itu, suatu badan/lembaga harus dapat mengusahakan kerjasama dan menjalin hubungan yang baik dan harmonis dengan masyarakat, badan/lembaga lain, baik hubungan langsung maupun tidak langsung. Setiap organisasi dari kegiatan awal sampai akhir akan melalui tahapan-tahapan program kerja yang menyatu dan terpadu untuk mencapai tujuan yang terbaik.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Hubungan Masyarakat di dalam pembantukan citra organisasi, erat kaitannya dengan kemampuan (tingkat dasar dan lanjut) pemimpin dalam menyelesaikan tugas organisasinya, baik secara individual maupun tim yang dipengaruhi oleh praktek berorganisasi (*job design, reward system*, komunikasi dan pengambilan keputusan) dan manajemen waktu/ perubahan dalam mengelola sumberdaya (materi, modal dan SDM) untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif, yaitu mencakup penyampaian perintah, informasi, berita dan laporan, serta menjalin hubungan dengan orang. Hal ini tentunya erat dengan penguasaan identitas diri yang mencakup aspek fisik, personil, kultur, hubungan organisasi dengan pihak pengguna, respons dan mentalitas pengguna.

digilib.mercubuana.ac.id

Untuk meningkatkan mutu hubungan itu diperlukan komunikasi yang baik yang dikelola oleh sebuah departemen yang di sebut Humas (Hubungan Masyarakat). Sasaran komunikasi Humas pertama adalah pembenahan komunikasi internal yaitu diarahkan untuk peningkatan mutu kinerja dalam organisasi itu sendiri, sehingga seluruh anggota dari organisasi tersebut merasa menjadi bagian yang integral terpadu dengan seluruh kegiatan. Tugas Humas selanjutnya adalah membangun komunikasi dengan eksternal organisasi. Hubungan humas dengan kelompok-kelompok masyarakat pada seluruh tahap kegiatan perlu dicermati, sehingga program-program kegiatan humas tepat sasarannya. Untuk memantapkan kedudukan organisasi dalam lingkungannya/masyarakat diperlukan kesadaran dari organisasi untuk merasakan tanggung jawab sosial kepada masyarakat sekitar.

Corporate Social Responsibility (CSR), merupakan wacana yang sedang mengemuka di dunia bisnis atau perusahaan. Wacana ini digunakan oleh perusahaan dalam rangka mengambil peran menghadapi perekonomian menuju pasar bebas. Perkembangan pasar bebas yang telah membentuk ikatan-ikatan ekonomi dunia dengan terbentuknya AFTA, APEC dan sebagainya, telah mendorong perusahaan dari berbagai penjuru dunia untuk secara bersama melaksanakan aktivitasnya dalam rangka mensejahterakan masyarakat di sekitarnya.

Sejak DPR memasukkan konsep mengenai CSR ini dalam pembahasan Rancangan Undang-undang Perseroan Terbatas, muncul sikap pro dan kontra dari masyarakat khususnya kalangan dunia usaha. Kontroversi ini muncul karena adanya kewajiban pelaksanaan dari CSR.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Pendapat dari beberapa pihak yang kontra di antaranya adalah [1]:

1. CSR seharusnya bersifat sukarela. Mereka yang melaksanakan CSR dalam pengelolaan perusahaannya akan merasakan sendiri manfaat dari tanggung jawab social yang dilakukannya, sehingga tidak perlu diwajibkan.
2. Diwajibkannya CSR dalam Undang-undang Perseroan Terbatas dianggap akan memberatkan perusahaan, karena dapat menambah beban biaya operasional. Ketua kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia MS Hidayat mengatakan " kami dari dunia usaha keberatan secara prinsipiil kalau CSR menjadi sesuatu yang wajib seperti membayar pajak. CSR sama saja dengan pajak tambahan. Akan mengganggu iklim usaha dan investasi di Indonesia.

Tetapi walaupun ada beberapa pihak yang kontra, tetapi sebaliknya banyak juga pihak yang mendukung kegiatan CSR. Pihak yang pro-CSR mengharapkan agar perusahaan atau organisasi dapat berperan serta dalam proses pembangunan berkelanjutan. Perusahaan bukanlah entitas terpisah dari sebuah masyarakat dan lingkungan dimana dia berada, tetapi perusahaan merupakan bagian integral yang hanya dapat eksis jika memiliki hubungan social yang kuat dengan lingkungannya.

Mengikuti langkah serupa, bertambah hari kian terasa tanggung jawab sosial yang harus diemban Bank Indonesia yang tidak hanya memiliki tanggung jawab ekonomi moneter dan legal. Di luar itu ada tanggung jawab etis, sosial dan tanggung jawab discretionary yaitu tanggung jawab yang semestinya tidak harus dilakukan tapi dilakukan atas kemauan sendiri.

Sesuai Undang-Undang Bank Indonesia No. 23 Tahun 1999 sebagaimana telah diubah dengan Undang-undang No. 3 Tahun 2004, sebagai bank sentral Bank Indonesia diwajibkan untuk dapat mencapai dan memelihara kestabilan nilai tukar rupiah. Untuk

[1] Gunawan Widjaja & Yeremia Ardi Pratama, Resiko Hukum dan Bisnis Perusahaan tanpa CSR,

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

mencapai tujuan Bank Indonesia tersebut, terdapat tiga pilar utama yang menjadi tugas Bank Indonesia juga diminta untuk tetap memiliki kepedulian terhadap lingkungan (komunitas) sebagai wujud corporate social responsibility-nya.

Kepedulian kepada masyarakat sekitar/relasi komunitas dapat diartikan sangat luas, namun secara singkat dapat dimengerti sebagai peningkatan partisipasi dan posisi organisasi di dalam sebuah komunitas melalui berbagai upaya kemaslahatan bersama bagi organisasi dan komunitas. Kesadaran tentang pentingnya mempraktikan CSR ini menjadi trend global seiring dengan semakin maraknya kepedulian mengutamakan *stakeholders*. Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat berusaha menciptakan CSR BI sebagai wujud penerapan prinsip *Good Corporate Governance* yang juga terkait untuk mendukung pencapaian tujuan *Millenium Goals Development*, salah satu diantaranya pengurangan angka kemiskinan, peningkatan taraf pendidikan masyarakat dengan konsentrasi edukasi dan pelestarian kuantitas dan kualitas lingkungan. CSR BI merupakan tanggung jawab Bank Indonesia untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholders sehubungan dengan isu-isu etika, sosial, pendidikan dan lingkungan disamping ekonomi. Program CSR menjadi begitu penting karena kewajiban manusia untuk bertanggung jawab atas keutuhan kondisi-kondisi kehidupan umat manusia di masa datang.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Bank Indonesia merasa perlu bertanggung jawab bahwa di masa mendatang tetap ada manusia di muka bumi ini, sehingga dunia tetap harus menjadi manusiawi, untuk menjamin keberlangsungan kehidupan kini dan di hari esok. Untuk dapat mewujudkan CSR BI tersebut Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat terutama Biro Hubungan Masyarakat berupaya menjalin komunikasi dengan pihak internal maupun eksternal bank Indonesia, karena keberhasilan sebuah usaha dapat terwujud karena komunikasi yang baik dan terarah/komunikasi timbal balik.

digilib.mercubuana.ac.id

Adapun tujuan penulisan adalah untuk mengetahui bagaimana fungsi Biro Hubungan Masyarakat dalam membangun hubungan komunikasi dengan pihak luar Bank Indonesia, mahasiswa juga dapat memahami peran, fungsi, kegiatan dan segala usaha yang dilakukan Humas dalam mewujudkan kepedulian sosial perusahaan dengan masyarakat sekitar sehingga citra Bank Indonesia sebagai bank sentral tetap terjaga. Selain itu dengan adanya penulisan tersebut diharapkan mahasiswa dapat mengetahui tugas dari Humas Bank Indonesia dalam menyusun program-program kerjanya baik untuk internal perusahaan maupun eksternal perusahaan yang berhubungan dengan kerjasama dengan masyarakat sekitar.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penelitian ini masalah pokok yang hendak didiskripsikan adalah bagaimana fungsi Biro Humas Bank Indonesia dalam mewujudkan Corporate Social Responsibility Bank Indonesia pada Program Desa Kita?

UNIVERSITAS MERCU BUANA

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian tersebut adalah untuk mengetahui fungsi Biro Hubungan Masyarakat dalam mewujudkan Corporate Social Responsibility Bank Indonesia Program Desa Kita

digilib.mercubuana.ac.id

1.4. Manfaat Penelitian

Dengan melakukan penelitian ini, maka didapat manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan, evaluasi ataupun masukan atau sumbangan khasanah ilmu Public Relations terutama kegiatan *Corporate Social Responsibilities* perusahaan.

2. Manfaat Secara Praktis

Bagi Lembaga Bank Indonesia

Sebagai masukan bagi Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat khususnya Biro Hubungan Masyarakat untuk lebih meningkatkan peran Corporate Social Responsibilitynya sebagai tanggung jawab sosial kepada masyarakat.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Definisi Komunikasi

Kata atau istilah "komunikasi" (Bahasa Inggris *"communication"*) berasal dari Bahasa Latin *"communicatio"*dan bersumber dari kata *"communis"* yang berarti "sama"[2]. Sama disini maksudnya sam makna. Dengan demikian, kata komunikasi menurut kamus bahasa mengacu pada **suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan.** Komunikasi adalah proses penyampaian pengertian antarindividu. Semua masyarakat manusia dilandasi kapasitas manusia untuk menyampaikan maksud, hasrat, perasaan, pengetahuan, dan pengalaman dari orang yang satu kepada orang lainnya. Pada pokoknya, komunikasi adalah pusat minat dari suatu perilaku dimana suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada seseorang penerima dengan tujuan mempengaruhi perilaku si penerima[3].

Communications (komunikasi) menunjukan suatu proses khas yang memungkinkan interaksi antar manusia dan menyebabkan individu-individu menjadi mahluk sosial.*Communications* (komunikasi bermedia) menunjukan cara teknis komunikasi secara taklangsung atau berperantara, meliputi media-media mulai dari genderang suku primitif, isyarat dengan asap, dan batu-batu prasasti sampai telegrafi, cetakan, siaran dan film[4].

Berikut ini adalah bebarapa definisi tentang ilmu komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli sebagai berikut :

---

[2] Onong Uchyana Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, hal 11
[3] Frazier Moore, Humas membangun Citra dengan Komunikasi, hal 86
[4] Ibid

digilib.mercubuana.ac.id

Bernard Berelson & Gary A. Steiner[5] **:**

> Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka, dan lain-lain.

Hovland, Janis & Kelle[6] *:*

> Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang-orang lainnya (khalayak).

Dari berbagai definisi tentang ilmu komunikasi tersebut di atas, terlihat bahwa para ahli memberikan definisinya sesuai dengan sudut pandangnya dalam melihat komunikasi. Masing-masing memberikan penekanan arti, ruang lingkup, dan konteks yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa, ilmu komunikasi sebagai bagian dari ilmu sosial adalah suatu ilmu yang bersifat multi-disipliner. Definisi Hovland Cs, memberikan penekanan bahwa tujuan komunikasi adalah mengubah atau membentuk perilaku. Definisi Berelson dan Steiner, menekankan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian, yaitu penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain.

Dari seluruh definisi yang dikemukakan diatas, secara sederhana dapat dikemukan sebagai berikut " fenomena komunikasi itu adalah suatu yang konstan. Ia tidak berubah. Hanya pemahaman kita tentangnya yang berubah"[7]. Artinya komunikasi, fenomena sendiri, tidaklah menjadi masalah. Hanya pemahaman manusia atas komunikasi yang menjadi permasalahannya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2.1.1 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut William I. Gorden terdiri atas empat fungsi komunikasi, yaitu: [8]

---

[5] Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu pengantar, hal 62
[6] Ibid
[7] B. Aubrey Fisher Penyuntin Drs. Jalaluddin Rakhmat, Teori-teori Komunikasi, hal 14.
[8] Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar, hlm 5

digilib.mercubuana.ac.id

a. Komunikasi Sosial. Bahwa komunikasi penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi-diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

b. Komunikasi Ekspresif. Komunikasi yang dilakukan menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Dapat disampaikan melalui verbal dan non verbal

c. Komunikasi Ritual. Biasanya dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun dan sepanjang hidup. Dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata atau menampilkan perilaku-perilaku simbolik.

d. Komunikasi instrumental. Komunikasi ini mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga menghibur.

2.1.1 Proses Komunikasi

Proses komunikasi dibagi menjadi dua tahap, yakni secara primer dan secara sekunder.[9]

1. Proses komunikasi secara primer

   Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media.Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, isyarat, gambar, warna dan lain sebagainya yang secara langsung mampu "menerjemahkan" pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.

[9] Onong Uchjana Effendy, *KomunikasiTeori dan Praktek*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya, hal. 11-16

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

2. Proses komunikasi secara sekunder

   Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

   Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melancarkan komunikasinya karena komunikan sebagai sasarannya berada di tempat yang relatif jauh atau jumlahnya banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, dan banyak lagi adalah media kedua yang sering digunakan dalam komunikasi.

Pada akhirnya, komunikasi yang terjadi tidak hanya berlaku didalam ruang lingkup sosial, melainkan terjadi didalam konteks dan situasi tertentu. Konteks disini terdiri dari dua aspek, aspek bersifat fisik dan aspek bersifat psikologi. Indikator paling umum untuk mengklasifikasikan komunikasi berdasarkan konteksnya atas tingkatannya adalah jumlah peserta yang terlibat didalam komunikasi. Maka dikenallah : *komunikasi intrapribadi, komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok kecil, komunikasi publik, komunikasi organisasi dan komunikasi massa.* [10]

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Komunikasi internal menunjukan pertukaran informasi antara manajemen organisasi dengan publik internalnya yaitu para karyawan. Fungsi komunikasi internal adalah mengusahakan agar para karyawan mengetahui apa yang sedang dipikirkan manajemen dan mengusahakan agar menejemen mengetahui apa yang sedang dipikirkan para karyawan. Komunikasi dari manajemen kepada karyawan dalam sebuah organisasi besar harus melalui beberapa tahap otoritas,

[10] Dedy Mulyana, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, ibid hal 78

digilib.mercubuana.ac.id

menginterpretasikannya berbeda-beda tergantung pada latar belakang sikap dan pengalaman masing-masing.

Komunikasi eksternal adalah pertukaran informasi antar manajemen dengan publik eksternal yaitu pelanggan, masyarakat sekitar, penyalur dan pengedar, pemasok, lembaga pemerintah, para pendidik, dan lain-lain.

Komunikasi Humas[11] merupakan suatu proses yang mencakup suatu pertukaran fakta, pandangan, dan gagasan di antara suatu bisnis atau organisasi tanpa laba dengan publik-publiknya untuk mencapai saling pengertian. Ada tiga butir penting yang perlu dipertimbangkan :

→ Pertama, komunikasi harus melibatkan dua orang atau lebih;

→ Kedua, komunikasi merupakan pertukaran informasi bersifat dua arah dan

→ Ketiga mengandung pemahaman.

Sebuah pengumuman yang dipasang dipapan pengumuman bukan merupakan komunikasi. Bila pengumuman tadi telah dibaca, dimengerti, dan ditanggapi, maka pengumuman itu bisa disebut komunikasi. Komunikasi dikatakan efektif jika suatu gagasan dapat berpindah dari benak seseorang ke benak orang lain.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

2.2 Definisi Hubungan Masyarakat

Sebagaimana telah dikemukakan, ada sejumlah definisi mengenai humas. Webster's New World Dictionary mendefinisikannya sebagai "hubungan dengan masyarakat luas, seperti melalui publisitas; khususnya fungsi-fungsi koperasi, organisasi, dan sebagainya yang berhubungan dengan usaha untuk menciptakan opini publik dan citra yang menyenangkan untuk dirinya sendiri"[12]

[11] Frazier Moore, Humas membangun Citra dengan Komunikasi, hal 86
[12] Frazier Moore, Humas membangun Citra dengan Komunikasi, hal 6

digilib.mercubuana.ac.id

Definisi yang lebih spesifik yang menekankan tanggung jawab khususnya, diberikan oleh Public Relations News :

> ”Humas adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi kebijaksanaan-kebijaksanaan dan prosedur-prosedur seorang individu atau sebuah organisasi berdasarkan kepentingan publik, dan menjalankan suatu program untuk mendapatkan pengertian dan penerimaan publik ”[13].

Definisi berikutnya, :

> ” Humas adalah suatu filsafat sosial dan manajemn yang dinyatakan dalam kebijaksanaan beserta pelaksanaannya, yang melalui interpretasi yang peka mengenai peristiwa-peristiwa berdasarkan pada komunikasi dua arah dengan publiknya, berusaha untuk memperoleh saling pengertian dan itikad baik[14].

Menurut Frank Jefkins

> ”*Public relations practice is the delibrate, planned and sustained effort to establish and maintain mutual understanding between an organisation and its public”.*[15]

Pengertian Humas menurut *The International Public Relations Association (IPRA)* tahun 1960 :

> “Humas adalah fungsi manajemen dari sikap budi yang berencana dan berkesinambungan, yang dengan itu organisasi-organisasi dan lembaga – lembaga yang bersifat umum dan pribadi berupaya membina pengertian, simpati dan dukungan dari mereka yang ada kaitannya atau yang mungkin ada hubungannya dengan jalan menilai mendapat umum di antara mereka, untuk mengkorelasikan, sedapat mungkin kebijaksanaan dan tata cara mereka, yang dengan informasi yang berencana dan tersebar luas, mencapai kerja sama yang lebih produktif dan pemenuhan kepentingan bersama yang lebih efisien”. [16]

Essentials of a PR definition

What should a definition of PR embrace ? To be all-embracing it should make clear that:

1. *PR is planned and conducted in a businesslike way*

---

[13] Ibid
[14] Ibid
[15] Frank Jefkins, Essential of Public Relations, Profesional Improvement Series, Page 7
[16] Sr. Maria Assumpta rumanti OSF, Dasar-dasar Public Relations Teori dan Praktik, Hal 11

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

2. *It is a two way or mutual activity*
3. *It is not a form of advertising*
4. *It deals wiyh many different groups of people*
5. *it seeks to spread knowledge and educate people in order to achieve understanding according to the prescribed objectives*
6. *it has universal application to all organisations, commercial or non commercial, in both the public and private sector.*[17]

2.2.1 Peran Public Relations (PR)

Dalam suatu organisasi peran Public Relations dibagi empat kategori (Dozier & Broo, 1995) :

a. Penasehat Ahli (*Expert prescriber*)

Seorang praktisi pakar PR yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu mencarikan solusi alam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). Hubungan praktisi pakar PR dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima dan mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar PR *(expert prescriber)* tersebut dalam memecahkan dan mengatasi persoalan public relations yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan

b. Fasilitator Komunikasi (*Communication Facilitator*)

Dalam hal ini, praktisi PR bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya. Dipihak lain, dia juga dituntut mampu

[17] Frank Jefkins, Essential of Public Relations, Profesional Improvement Series,Page 10

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

menjelaskan kembali keinginan, kebijakan dan harapan organisasi kepada publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, mendukung dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

c. Fasilitator Proses Pemecahan Masalah *(Problem solving process facilitator)*

Peranan praktisi PR dalam proses pemecahan persoalan public relations ini merupakan bagian dari tim manajemen. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasehat *(adviser)* hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional. Biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli PR dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam suatu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan dan produk yang tengah menghadapi atau mengatasi persoalan krisis tertentu.

d. Teknisi Komunikasi *(Communication Technician)*

Peranan Communication Technician ini menjadikan praktisi PR sebagai *journalis in resident* yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization*. Sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan, yaitu secara teknis komunikasi, baik arus maupun media komunikasi yang dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ketingkat atasan. Hal yang sama juga berlaku pada arus dan media komunikasi antara satu

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

level, misalnya komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya (*employee relations and communication media model*).[18]

2.2.2 Ruang Lingkup dan Tugas PR

Ruang lingkup tugas PR dalam suatu organisasi / lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut [19]:

a. Membina hubungan ke dalam (*publik internal*)

Yang dimaksud dengan *Publik internal* adalah publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri. Seorang PR harus mampu mengidentifikasi atau mengenali hal-hal yang menimbulkan gambaran negatif di dalam masyarakat, sebelum kebijakan itu dijalankan oleh organisasi.

b. Membina hubungan keluar (*publik eksternal*)

Yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (mayarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang dimilikinya.

Dengan demikian peran Humas/PR bersifat dua arah yaitu berorientasi ke dalam (*inward looking*) dan ke luar (*outward looking*)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2.2.3 Kegiatan dan Sasaran PR

Menurut H. Fayol beberapa kegiatan dan sasaran PR, adalah sebagai berikut[20] :

a. Membangun Identitas dan Citra Perusahaan (*Building Corporate identity and image*)

- Menciptakan identitas dan citra perusahaan yang positif.
- Mendukung kegiatan komunikasi timbal balik dua arah dengan berbagai pihak.

[18] Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, hal 21
[19] Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, hal 23
[20] Ibid

digilib.mercubuana.ac.id

b. Menghadapi Krisis (*Facing of Crisis*)

Menangani keluhan (*complaint*) dan menghadapi krisis yang terjadi dengan membentuk manajemen krisis dan *PR Recovery of image* yang bertugas memperbaiki *lost of image and damage.*

c. Mempromosikan aspek kemasyarakatan (*promotion public causes*)

- Mempromosikan yang menyangkut kepentingan Publik.
- Mendukung kegiatan kampanye sosial anti merokok, serta menghindari obat-obatan terlarang, dan sebagainya.

2.2.4 Fungsi Public Relations

Dikaitkan dengan fungsi Public Relations dalam Manajemen Humas tersebut maka secara operasioanal teknisnya[21], yaitu sebagai berikut :

Public Relations berfungsi melaksanakan :

a. Penelitian (*Research*)

Tahap penelitian dalam PR, baik dalam memperoleh data primer dan sekunder, maupun penelitian bersifat *opinion research*, secara kualitatif dan kuantitatif. Kegiatan ini bersifat *motivation research,* yaitu penelitian yang tertuju pada jiwa manusia yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan *(needs & wants)* yang paling mendasar.

b. Perencanaan *(Planning)*

Penyusunan suatu program acara (*event*) atau agenda setting dan program kerja Humas. Penyusunan tersebut berdasarkan data dan fakta di lapangan, kebijakan, prosedur, tema dan kemampuan dana serta dukungan dari pihak terkait.

c. Pengkoordinasian *(Coordinating)*

[21] Rosady Ruslan, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, hal 37

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Maksudnya adalah mengkoordinir satu tim kerja dengan menentukan kerja sama dan keterlibatan dari instansi atau personil lainnya ke dalam satu koordinasi tim yang solid sebagai upaya pencapaian tujuan lembaga organisasi.

d. Administrasi *(administrastion)*

Menyangkut masalah administrasi perencanaan, pelaksanaan, evaluasi, dokumentasi, sistem pengarsipan dan pencatatan keluar atau yang maksudnya uang, dan sekaligus merupakan suatu bukti tertulis/tercatat dalam sistem administrasi yang baik.

e. Produksi *(Production)*

Merupakan bentuk produk publikasi dan promosi yang dikelola oleh Humas, dalam upaya mendukung perluasan/pemasaran produk atau nama dan pengaruh pada sebuah organisasi dan lain sebagainya. Merencanakan *media plan, publication-publicity, audio visiual, special events & regulars events* untuk tujuan berkampanye.

f. Partisipasi Komunitas *(Community Participation)*

Adalah partisipasi Humas dalam melakukan suatu komunikasi timbal balik dengan komunitas masyarakat/publik lingkungan tertentu untuk encapai saling pengertian dan citra positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Misalnya, kegiatan peduli bidang *social marketing* dan *social care* (Kepedulian PR terhapadap aspek kepentingan sosial).

g. Nasihat *(Advisory)*

Memberikan sumbang saran kepada manajemen dan pimpinan perusahaan berkenaan dengan kebijakan organisasi tentang penyesuaian berdasarkan kepentingan publik eksternal/internal, maupun berdaraskan hasil

UNIVERSITAS MERCU BUANA

pengidentifikasian keinginan dan reaksi opini publik terhadap tujuan perusahaan.

2.3 Corporate Social Responsibility

Sesuai dengan Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas pada pasal 1 butir 3 disebutkan bahwa tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat, bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya[22].

Selanjutnya lebih jauh di sebutkan pada pasal 74 yang berisi :

1. Perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan/atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan.
2. Tanggung jawab sosial dan lingkungan sebagaimana dimaksud pada ayat (1) merupakan kewajiban perseroan yang dianggarkan dan diperhitungkan sebagai biaya perseroan yang pelaksanaannya dilakukan dengan memperhatikan kepatutan dan kewajaran.
3. Perseroan yang tidak melaksanakan kewajiban sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenai sanksi sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.
4. Ketentuan lebih lanjut mengenai tanggung jawab sosial dan lingkungan diatur dengan Peraturan Pemerintah.

Definisi CSR menurut World Business Council on Sustainable Development adalah :

> komitmen dari bisnis/perusahaan untuk berperilaku etis dan berkontribusi terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan, seraya meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya, komunitas lokal dan masyarakat luas.

[22] Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Definisi lain :

> CSR adalah tanggung jawab perusahaan untuk menyesuaikan diri terhadap kebutuhan dan harapan stakeholders sehubungan dengan isu-isu etika, sosial dan lingkungan, di samping ekonomi[23].

Sedangkan definisi CSR menurut *Corporate Forum For Community Development (CFCD)* adalah :

> kesanggupan perusahaan berperilaku etis dengan cara-cara yang sesuai pada azas ekonomi, sosial dan lingkungan dengan melibatkan kepentingan langsung dari stakeholders dalam setiap proses-proses mengambil keputusan yang saling menguntungkan[24].

Dalam prinsip responsibility, penekanan yang signifikan diberikan pada kepentingan stakeholders perusahaan. Di sini perusahaan diharuskan memperhatikan kepentingan stakeholders perusahaan, menciptakan nilai tambah (value added) dari produk dan jasa bagi stakeholders perusahaan, dan memelihara kesinambungan nilai tambah yang diciptakannya. Sedangkan stakeholders perusahaan dapat didefinisikan sebagai pihak-pihak yang berkepentingan terhadap eksistensi perusahaan. Termasuk di dalamnya adalah karyawan, konsumen, pemasok, masyarakat, lingkungan sekitar, dan pemerintah sebagai regulator.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

CSR sebagai sebuah gagasan, perusahaan tidak lagi dihadapkan pada tanggung jawab yang berpijak pada single bottom line, yaitu nilai perusahaan (corporate value) yang direfleksikan dalam kondisi keuangannya (financial) saja. Tapi tanggung jawab perusahaan harus berpijak pada triple bottom lines. Di sini bottom lines lainnya selain finansial juga adalah sosial dan lingkungan. Karena kondisi keuangan saja tidak cukup menjamin nilai perusahaan tumbuh secara berkelanjutan (sustainable).

Keberlanjutan perusahaan hanya akan terjamin apabila, perusahaan memperhatikan dimensi sosial dan lingkungan hidup. Sudah menjadi fakta bagaimana

---

[23] Warta Pertamina. 2004. CSR sebagai Strategi Bisnis. Dokumen http://www.pertamina.com/, Juli 2004.
[24] Annual Report 2007&Agenda 2008 Corporate Forum for Community Development (CFCD)

digilib.mercubuana.ac.id

resistensi masyarakat sekitar, di berbagai tempat dan waktu muncul ke permukaan terhadap perusahaan yang dianggap tidak memperhatikan aspek-aspek sosial, ekonomi dan lingkungan hidupnya.

2.3.1 Kegiatan CSR

Menurut Gariga dan Mele (2004), CSR mempunyai fokus pada empat aspek yaitu[25] :

a. Mencapai tujuan untuk mendapatkan keuntungan yang berkelanjutan;
b. Menggunakan kekuatan bisnis secara bertanggung jawab;
c. Mengintegrasikan kebutuhan-kebutuhan sosial;
d. Berkontribusi ke dalam masyarakat dengan melakukan hal-hal yang beretika

Prince of Wales International Business Forum merumuskan lima pilar aktivitas CSR[26] :

a. *Building human capital*, bahwa korporasi dituntut mengembangkan SDM baik secara internal maupun lingkungan masyarakatnya;
b. *Strengthening economies*, korporasi harus memberdayakan ekonomi masyarakat sekitar;
c. *Assesing social cohesion*, korporasi wajib menjaga keharmonisan hubungan dengan masyarakat agar menurunkan tingkat konflik;
d. *Encouraging good governance*, korporasi wajib menjalankan tata kelola bisnis yang baik;
e. *Protecting the environment*, korporasi harus menjaga kelestarian lingkungan.

Program CSR baru dapat menjadi berkelanjutan apabila, program yang dibuat oleh suatu perusahaan benar-benar merupakan komitmen bersama dari segenap unsur yang ada di dalam perusahaan itu sendiri. Tentunya tanpa adanya komitmen dan dukungan dengan penuh antusias dari karyawan akan menjadikan program-program tersebut bagaikan

[25] Investor Daily 24 Juli 2007 Penulis Teddy Lesmana
[26] Jurnal Indonesia, 4 Mei 2007 Penulis Bambang Ismawan

UNIVERSITAS MERCU BUANA

program penebusan dosa dari pemegang saham belaka. Dengan melibatkan karyawan secara intensif, maka nilai dari program-program tersebut akan memberikan arti tersendiri yang sangat besar bagi perusahaan.

Melakukan program CSR yang berkelanjutan akan memberikan dampak positif dan manfaat yang lebih besar baik kepada perusahaan itu sendiri maupun para stakeholder yang terkait. Program CSR yang berkelanjutan diharapkan akan dapat membentuk atau menciptakan kehidupan masyarakat yang lebih sejahtera dan mandiri. Setiap kegiatan tersebut akan melibatkan semangat sinergi dari semua pihak secara terus menerus membangun dan menciptakan kesejahteraan dan pada akhirnya akan tercipta kemandirian dari masyarakat yang terlibat dalam program tersebut. Program CSR tidak selalu merupakan promosi perusahaan yang terselubung, bila ada iklan atau kegiatan PR mengenai program CSR yang dilakukan satu perusahaan, itu merupakan himbauan kepada dunia usaha secara umum bahwa kegiatan tersebut merupakan keharusan/tanggung jawab bagi setiap pengusaha. Sehingga dapat memberikan pancingan kepada pengusaha lain untuk dapat berbuat hal yang sama bagi kepentingan masyarakat luas, agar pembangunan berkelanjutan dapat terealisasi dengan baik. Karena untuk menciptakan masyarakat yang sejahtera dan mandiri semua dunia usaha harus secara bersama mendukung kegiatan yang terkait hal tersebut. Dimana pada akhirnya dunia usaha pun akan menikmati keberlanjutan dan kelangsungan usahanya dengan baik.

2.3.2 Manfaat Corporate Social Responsibility

Seiring dengan perkembangan isu lingkungan global, konsep dan aplikasi CSR semakin berkembang, termasuk di Indonesia. CSR tidak semata menjadi kewajiban sosial perusahaan, namun juga dikaitkan sebagai konsep pengembangan yang berkelanjutan (sustainable development).

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Beberapa manfaat CSR bagi perusahaan antara lain:[27]

1. Mempertahankan dan mendongkrak reputasi serta citra merek perusahaan.
2. Mendapatkan lisensi untuk beroperasi secara sosial.
3. Mereduksi resiko bisnis perusahaan.
4. Melebarkan akses sumber daya bagi operasional usaha.
5. Membuka peluang pasar yang lebih luas.
6. Mereduksi biaya, misalnya terkait dengan dampak pembuangan limbah.
7. Memperbaiki hubungan dengan *stakeholders*.
8. Memperbaiki hubungan dengan regulator.
9. Meningkatkan semangat dan produktivitas karyawan
10. Peluang mendapatkan penghargaan.

2.4 Citra Perusahaan

2.4.1 Definisi Citra dan Citra Perusahaan

Sandra Oliver dalam bukunya Strategi Public Relations menggambarkan sebuah definisi citra sebagai berikut:

Citra merupakan suatu gambaran tentang mental; ide yang dihasilkan oleh imaginasi atau kepribadian yang ditunjukan kepada publik oleh seseorang, organisasi, dan sebagainya.[28]

Sandra Oliver mengutip perkataan Mackiewicz (1993) yang percaya bahwa citra korporasi yang kuat adalah asset yang penting dalam era kompetisi tanpa batas, dan menyatakan 'lalu bagaimana?' Namun seberapa samara-samarnya sebuah citra, citra adalah realitas karena orang hanya dapat bereaksi terhadap apa yang telah mereka alami dan rasakan. Jadi sifat dari citra korporasi itu sendiri,

[27] Hendrik Budi Untung, Corporate Sosial Responsibility, hal. 1
[28] Sandra Oliver, *Strategi Public Relations*, hal. 50

UNIVERSITAS MERCU BUANA

seberapa pun tak enaknya, tetap merupakan sebuah bidang pertumbuhan dari produktivitas public relations yang dikombinasikan dengan perkembangan ilmu pengetahuan mengenai harapan *stakeholder*, tetap merupakan fokus perhatian yang populer. Bahkan perusahaan-perusahaan yang lebih suka bersikap *low profile* juga menilai citra korporasi mereka dan arti pentingnya ketika mempelajari persepsi *stakeholder* terhadap kebijakan, produser, dan perilaku perusahaan mereka. Sikap *low profile* yang terkait dengan perusahaan semacam ini menimbulkan kata-kata seperti penghindaran, tak terlibat, pasif, menghasilkan, serta tidak berpengaruh, dan perusahaan mungkin menghabiskan banyak waktu dan uang untuk mempertahankan sikap *low profile* karena mereka dapat mampertahankan profil yang lebih tinggi.[29]

2.4.2 Jenis-Jenis Citra

Ada beberapa jenis citra, yaitu: citra bayangan (*mirror image*), citra yang berlaku (*currect image*), citra harapan (*wish image*), citra perusahaan (*corporate image*), serta citra majemuk (*multiple image*).[30]

a. Citra Bayangan (*mirror image*)

Citra ini melekat pada orang dalam atau anggota-anggota organisasi-biasanya adalah pimpinanya- mengenai anggapan pihak luar tentang organisasinya. Dalam kalimat lain, citra bayangan adalah citra yang dianut oleh orang dalam mengenai pandangan luar terhadap organisasinya.

b. Citra yang Berlaku (*currect image*)

Kebalikan dari citra bayangan, citra yang berlaku ini adalah suatu citra atau pandangan yang melekat pada pihak-pihak luar mengenai suatu organisasi. Citra ini amat ditentukan oleh banyak sedikitnya informasi yang dimiliki oleh penganut

[29] Sandra Oliver, *Op.cit,* hal. 51
[30] M. Linggar Anggoro, *Teori dan Profesi Kehumasan; Serta Aplikasinya di Indonesi,* hal. 59-69

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

atau mereka yang mempercayainya. Dalam dunia dan kehidupan yang serba sibuk, sulit diharapkan mereka akan memiliki informasi yang memadai dan benar mengenai suatu organisasi di mana mereka tidak menjadi anggotanya.

c. Citra Harapan (*wish image*)

Citra harapan adalah suatu citra yang diinginkan oleh pihak manajemen. Citra ini juga tidak sama dengan citra yang sebenarnya. Biasanya citra harapan lebih baik atau lebih menyenangkan daripada citra yang ada; walaupun dalam kondisi tertentu, citra yang terlalu baik juga dapat merepotkan. Citra harapan itu biasanya dirumuskan dan diperjuangkan untuk menyambut sesuatu yang relatif baru, yakni ketika khalayak belum memilki informasi yang memadai.

d. Citra Perusahaan (*corporate image*)

Yang dimaksud dengan citra perusahaan (ada pula yang menyebutnya citra lembaga) adalah citra dari suatu organisasi secara keseluruhan, jadi bukan citra atas produk dan pelayanan saja. Citra perusahaan ini terbentuk dari banyak hal. Hal-hal positif yang dapat meningkatkan citra suatu perusahaan antara lain adalah sejarah atau riwayat hidup perusahaan yang gemilang, keberhasilan-keberhasilan di bidang keuangan yang pernah diraihnya, sukses ekspor, hubungan industri yang baik, reputasi sebagai pencipta lapangan kerja dalam jumlah yang besar, kesediaan turut memikul tanggung jawab sosial, komitmen mengadakan riset, dan sebagainya.

e. Citra Majemuk (*multiple image*)

Setiap perusahaan atau organisasi pasti memiliki banyak unit dan pegawai (anggota). Masing-masing unit dan individu tersebut memiliki perangai dan perilaku tersendiri, sehingga secara sengaja atau tidak mereka pasti memunculkan suatu citra yang belum tentu sama dengan citra organisasi atau perusahaan secara

UNIVERSITAS MERCU BUANA

keseluruhan. Jumlah citra yang dimiliki suatu perusahaan boleh dikatakan sama banyaknya dengan jumlah pegawai yang dimilikinya. Untuk menghindari berbagai hal yang tidak diinginkan, variasi citra itu harus ditekan seminim mungkin dan citra perusahaan secara keseluruhan harus ditegakkan. Caranya adalah dengan mewajibkan semua pegawai mengenakan seragam, menyamakan jenis dan warna mobil dinas, simbol-simbol tertentu, dan sebagainya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deskriptif. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini bertujuan mendeskripsikan suatu proses kegiatan Biro Hubungan Masyarakat berdasarkan apa yang terjadi di lapangan sebagai kajian lebih lanjut, untuk menemukan kekurangan dan kelemahan sistem dalam rangka pelaksanaan Corporate Social Responsibilitinya, sehingga dapat diperbaiki programnya.

Untuk memperoleh hasil sebenar-benarnya seorang penyelidik umumnya mengusahakan agar [31]:

1. menjelaskan setiap langkah penyelidikan deskriptif itu dengan teliti dan terperinci, baik mengenai dasar-dasar metodologi maupun mengenai detail teknik secara khusus.
2. menjelaskan prosedur pengumpulan data, serta pengawasan dan penilaian terhadap data itu.
3. memberi alasan yang kuat mengapa dalam metode deskriptif tersebut penyelidik mempergunakan teknik tertentu dan bukan teknik lainnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Data-data yang dikumpulkan pada penelitian yang bersifat deskriptif bisa diperoleh melalui hasil wawancara, catatan lapangan, foto, videotape, dokumen pribadi, catatan atau memo, dan dokumen resmi lainnya.

3.2 Metode Penelitian

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif ini digunakan karena beberapa pertimbangan yaitu [32]:

1. Menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan langsung dengan kenyataan ganda;

[31] Winarno Surakhmad, Pengantar Penelitian Ilmiah (Dasar, Metode dan Teknik), 1980 Hal 14
[32] Dr. Lexy J. Moleong, M.A. Metodologi Penelitian Kualitatif, 2000, hal 5

digilib.mercubuana.ac.id

2. Metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden;
3. Metode ini lebih peka dan lebih dapat menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama dan terhadap pola-pola nilai yang dihadapi.

Pada penelitian ini metode yang digunakan adalah studi kasus (*case study*). Studi kasus adalah salah satu metode penelitian ilmu-ilmu sosial. Secara umum, metode studi kasus merupakan studi merupakan strategi yang lebih cocok bila pokok pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *How* dan *Why*, bila penelitian hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) di dalam konteks kehidupan nyata.

3.3 Tehnik Pengumpulan Data [33]

Dalam penelitian sosial, tehnik pengumpulan data merupakan elemen penelitian yang sangat penting. Tujuan dari tehnik pengumpulan data adalah menetapkan dan mengumpulkan data yang dapat menjelaskan dan menjawab permasalahan penelitian yang bersangkutan secara obyektif.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Dalam penelitian kualitatif, data dikumpulkan dari berbagai sumber. Menurut Lofland dan Lofland, sumber data utama penelitian kualitatif terdiri dari : Data Primer dan Data Sekunder.[34]

3.1.1 Data Primer

Data yang diperoleh dari informan yang ditentukan oleh peneliti secara purposif yang pihak-pihak yang dianggap memiliki kompetensi penguasaan data yang dibutuhkan berkaitan dengan masalah dan tujuan penelitian.

---

[33] Dr. Hamidi, M.Si. Metode Penelitian Kualitatif, 2004, Hal 71

[34] John Lofland, Lyn H. Lofland, *Analysing Social Settings: A Guide to Qualitative Obervations and Analysis*, 1984, hal. 47

digilib.mercubuana.ac.id

Data primer bersumber dari informasi dari informan-informan dan selanjutnya menjadi unit analisis data dengan dua cara sebagai berikut:

a. Wawancara Mendalam (*indepth interview*)

Wawancara adalah proses tanya-jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dalam mana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan.[35] Wawancara dalam suatu penelitian bertujuan mengumpulkan keterangan tentang kehidupan manusia dalam suatu masyarakat serta pendirian-pendirian itu merupakan suatu pembantu utama dari metode observasi. Wawancara mendalam bersifat terbuka. Pelaksanaan wawancara tidak hanya sekali atau dua kali, melainkan berulang-ulang dengan intensitas yang tinggi.[36]

b. Observasi

Kelebihan dari pengumpulan data dengan teknik observasi antara lain:[37]

1). observasi merupakan alat yang langsung untuk meneliti bermacam-macam gejala. Banyak aspek-aspek tingkah laku manusia yang hanya dapat diamati melalui observasi langsung.

2). Bagi seseorang yang selalu sibuk, lebih tidak keberatan untuk diamat-amati, daripada mengisi jawaban-jawaban dalam kuesioner.

3). Dapat mencatat secara serempak dengan terjadinya sesuatu gejala.

3.1.2 Data Sekunder

Dokumentasi diperoleh dari catatan studi kepustakaan sebagai data sekunder, yaitu mencari data/informasi yang berhubungan dengan topik penelitian melalui sumber tertulis (buku) diperpustakaan maupun dokumen lainnya sehingga dapat mendukung pembahasan mengenai permasalahan

[35] Cholid Narbuko, H. Abu Rachmadi, *Metodologi Penelitian*, hal. 83
[36] Burhann Bungin, Metodologi Penelitian Kualitatif, hal. 100-101
[37] *Ibid*, hal. 76

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

yang ada dalam penelitian ini. Pada penelitian ini penulis mendapatkan data/informasi dari Laporan BSR, Bahan Lokakarya, Buku Program Kerja.

3.4 Key Informan

Key Informan adalah orang-orang yang dijadikan sumber untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Pada penelitian ini penulis mendapatkan beberapa orang yang dijadikan informan untuk memberikan penjelasan mengenai peran Hubungan Masyarakat dalam mewujudkan *Corporate Social Responsibility* Bank Indonesia.

Perwakilan Bank Indonesia

Tim Relasi Eksternal Biro Hubungan Masyarakat Bank Indonesia yang diwakili oleh Ibu Nanik Sekarningsih sebagai kepala seksi yang di bantu oleh para stafnya.

Perwakilan Desa Mekar Jaya

Tokoh Masyarakat dengan Bapak Yayat

Perwakilan Dusun Manding

Tokoh Masyarakat dengan Bapak Andriyanto

3.5 Definisi Konsep

Dalam penelitian ini digunakan beberapa konsep yang akan menjadi pedoman bagi peneliti untuk melaksanakan penelitiannya, antara lain:

a. Fungsi Humas

Fungsi Humas dalam sebuah organisasi adalah bagaimana dia dapat menyusun program-programnya yang sesuai dengan kebijakan perusahaannya. Seorang Humas harus mampu membangun komunikasi yang bagus baik dengan internal maupun eksternal perusahaan. Dalam kelangsungan sebuah organisasi/perusahaan seorang Humas mempunyai fungsi yang penting yang berkaitan erat dengan citra sebuah perusahaan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

b. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

Corporate Social Responsibility atau tanggung jawab sosial dan lingkungan adalah komitmen perseroan untuk berperan serta dalam pembangunan ekonomi berkelanjutan guna meningkatkan kualitas hidup dan lingkungan yang bermanfaat, bagi perseroan sendiri, komunitas setempat, maupun masyarakat pada umumnya.

3.6 Fokus Penelitian

Fungsi Humas Bank Indonesia menjadikan Desa Mekar Jaya dan Dusun manding sebagai *pilot project* program Desa Kita sebagai wujud bagian dari *Corporate Social Responsibility* Bank Indonesia menjadi fokus dari penelitian ini.

Adapun fungsi Humas yang dibutuhkan dalam penyusunan program kegiatan yang peneliti gunakan, antara lain:

a. Penelitian (*Research*)

Dalam mewujudkan sebuah program, seorang Humas harus melakukan penelitian terlebih dahulu dimana letak/lokasi yang akan dijadikan objek kegiatan CSR tersebut. Penelitian juga sangat penting dilakukan supaya kegiatan CSR tepat sasarannya dan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat sekitar.

b. Perencanaan *(Planning)*

c. Pengkoordinasian *(Coordinating)*

d. Administrasi *(administration)*

e. Produksi *(Production)*

f. Partisipasi Komunitas *(Community Participation)*

g. Nasihat *(Advisory)*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

3.7 Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis penelitian ini, maka dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Pengumpulan informasi

   Pengumpulan informasi dapat dilakukan melalui wawancara, maupun observasi langsung.

2. Reduksi

   Langkah ini adalah untuk memilih informasi mana yang sesuai dan tidak sesuai dengan masalah penelitian.

3. Penyajian

   Setelah informasi dipilih maka disajikan bisa dalam bentuk tabel, ataupun uraian penjelasan.

4. Tahap akhir

   Tahap akhir penelitian adalah menarik kesimpulan yang diajukan kepada informan semata-mata sebagai bahan kajian yang mendasar untuk membuat kesimpulan. Bagaimanapun pendapat banyak orang merupakan hal penting meskipun tidak dijamin validitasnya. Semakin banyak informasi, maka diharapkan akan menghasilkan data yang sudah tersaring dengan ketat dan lebih akurat.[38]

3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Teknik analisa data yang digunakan adalah triangulasi. Yang dimaksud dengan triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai suatu pembanding terhadap data itu.[39]

[38] Miles M.B dan Huberman, A.m, *Analisis Data Kualitatif*, hal 18
[39] Dr. Lexy J. Moleong, M.A. Metodologi Penelitian Kualitatif ,hal 178

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Triangulasi dengan sumber berarti membandingkan dengan mengecek balik derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui waktu dan alat yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Hal ini dapat dicapai dengan jalan:[40]

a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara;
b. Membandingkan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi;
c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu;
d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan menengah atau tinggi, orang berada, orang pemerintahan.
e. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

Penelitian menggunakan analisa data triangulasi, dimana peneliti menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dari berbagai sumber (orang, waktu, dan tempat) yang berbeda. Data yang akan diteliti direkam dan dicatat melalui pengamatan langsung dan wawancara mendalam tak berstruktur dan juga menggunakan dokumentasi sebagai teknik triangulasi ini memerlukan proses dan waktu yang cukup panjang. Teknik ini diperlakukan sebagai suatu alternatif validasi suatu penelitian. Data yang telah dikumpulkan akan dianalisa kemudian dievaluasi melalui mekanisme yang ada mulai dari perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi menyeluruh terhadap aktivitas sosialiasasi yang dilakukan oleh Humas Bank Indonesia bekerja sama dengan pihak Pemda Jawa Barat dan Pemerintah Kabupaten Bantul terhadap implementasi kebijakan program *Corporate Social Responsibility* ini.

[40] *Ibid*, hal.178

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN MASALAH

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

4.1.1 Sejarah Bank Indonesia

Jauh sebelum kedatangan bangsa barat, nusantara telah menjadi pusat perdagangan internasional. Sementara di daratan Eropa, merkantilisme telah berkembang menjadi revolusi industri dan menyebabkan pesatnya kegiatan dagang Eropa. Pada saat itulah muncul lembaga perbankan sederhana, seperti Bank van Leening di negeri Belanda. Sistem perbankan ini kemudian dibawa oleh bangsa barat yang mengekspansi nusantara pada waktu yang sama. VOC di Jawa pada 1746 mendirikan De Bank van Leening yang kemudian menjadi De Bank Courant en Bank van Leening pada 1752. Bank itu adalah bank pertama yang lahir di nusantara, cikal bakal dari dunia perbankan pada masa selanjutnya. Pada 24 Januari 1828, pemerintah Hindia Belanda mendirikan bank sirkulasi dengan nama De Javasche Bank (DJB).

Masa pendudukan Jepang telah menghentikan kegiatan DJB dan perbankan Hindia Belanda untuk sementara waktu. Kemudian masa revolusi tiba, Hindia Belanda mengalami dualisme kekuasaan, antara Republik Indonesia (RI) dan Nederlandsche Indische Civil Administrative (NICA). Perbankan pun terbagi dua, DJB dan bank-bank Belanda di wilayah NICA sedangkan "Jajasan Poesat Bank Indonesia" dan Bank Negara Indonesia di wilayah RI. Konferensi Meja Bundar (KMB) 1949 mengakhiri konflik Indonesia dan Belanda, ditetapkan kemudian DJB sebagai bank sentral bagi Republik Indonesia Serikat (RIS). Status ini terus bertahan hingga masa kembalinya RI dalam negara kesatuan. Berikutnya sebagai bangsa dan negara yang berdaulat, RI menasionalisasi bank sentralnya. Maka sejak 1 Juli 1953 berubahlah DJB menjadi Bank Indonesia, bank sentral bagi Republik Indonesia.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Sejarah kelembagaan Bank Indonesia dimulai sejak berlakunya Undang-Undang (UU) No. 11/1953 tentang Penetapan Undang-Undang Pokok Bank Indonesia pada tanggal 1 Juli 1953. Dalam melakukan tugasnya sebagai bank sentral, Bank Indonesia dipimpin oleh Dewan Moneter, Direksi, dan Dewan Penasehat. Di tangan Dewan Moneter inilah, kebijakan moneter ditetapkan, meski tanggung jawabnya berada pada pemerintah. Setelah sempat dilebur ke dalam bank tunggal, pada masa awal orde baru, landasan Bank Indonesia berubah melalui UU No. 13/1968 tentang Bank Sentral. Sejak saat itu, Bank Indonesia berfungsi sebagai bank sentral dan sekaligus membantu pemerintah dalam pembangunan dengan menjalankan kebijakan yang ditetapkan pemerintah dengan bantuan Dewan Moneter. Dengan demikian, Bank Indonesia tidak lagi dipimpin oleh Dewan Moneter. Setelah orde baru berlalu, Bank Indonesia dapat mencapai independensinya melalui UU No. 23/1999 tentang Bank Indonesia yang kemudian diubah dengan UU No. 3/2004. Sejak saat itu, Bank Indonesia memiliki kedudukan khusus dalam struktur kenegaraan sebagai lembaga negara yang independen dan bebas dari campur tangan pemerintah dan/atau pihak-pihak lain. Namun, dalam melaksanakan kebijakan moneter secara berkelanjutan, konsisten, dan transparan, Bank Indonesia harus mempertimbangkan pula kebijakan umum pemerintah di bidang perekonomian. Sebagai suatu lembaga negara yang independen, Bank Indonesia mempunyai otonomi penuh dalam merumuskan dan melaksanakan setiap tugas dan wewenangnya sebagaimana ditentukan dalam undang-undang tersebut. Pihak luar tidak dibenarkan mencampuri pelaksanaan tugas Bank Indonesia, dan Bank Indonesia juga berkewajiban untuk menolak atau mengabaikan intervensi dalam bentuk apapun dari pihak manapun juga. Status dan kedudukan yang khusus tersebut diperlukan agar Bank Indonesia dapat melaksanakan peran dan fungsinya sebagai otoritas moneter secara lebih efektif dan efisien. (Struktur Organisasi Bank Indonesia Lampiran 1)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

4.1.2 Logo BANK INDONESIA

Dalam rangka merefleksikan misi dan visi lembaga terhadap *stakeholder* nya, diperlukan adanya suatu identitas visual. Untuk merefleksikan misi dan visi Bank Indonesia diperlukan adanya konsistensi tampilan dalam setiap identitas visual Bank Indonesia. Tampilan identitas visual Bank Indonesia diperlukan ketentuan yang mengatur tentang standar identitas visual Bank Indonesia karena :

- BANK INDONESIA sudah dikenal luas
- Setiap Organisasi mempunyai identitas visual yang melambangkan etos kerja, tujuan, nilai-nilai dan ciri khas yang membedakan dengan organisasi lainnya dalam persaingan usaha
- Jika dilakukan dengan baik, identitas visual BANK INDONESIA dapat menjadi kekuatan yang dapat mengintegrasikan berbagai kegiatan untuk mencapai kesuksesan BANK INDONESIA
- Setiap kegiatan komunikasi dapat dipastikan berjalan sesuai dengan visi dan misi BANK INDONESIA

Tipe Logo Bank Indonesia adalah suatu tampilan grafis yang dirancang secara spesifik untuk menggambarkan lambang Bank Indonesia.

- Terdiri dari dua huruf kapital **B** dan **I** yang merupakan singkatan **Bank Indonesia**
- Huruf kapital **B** dan **I** saling merangkul dalam **lingkaran**

Jenis huruf pada huruf kapital B, I dan kata Bank Indonesia bersifat khusus dan hanya dapat diperbanyak dari dokumen asli digital *(digital master artwork)* yang dimiliki Bank Indonesia

- Lingkaran melambangkan integritas paradigma profesional Bank Indonesia yang berkelanjutan, sebagai tameng yang melindungi kesinambungan ekonomi Indonesia.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

- Huruf **B** dan **I** yang terangkai dan saling merangkul dalam proporsi yang ideal, menunjukan filosofi hidup berbangsa yang harmonis dan saling menghargai.
- Warna Biru Laut melambangkan keutuhan langit dan laut kepulauan Nusantara yang menyatukan Negara Kesatuan Republik Indonesia. Makna yang menyiratkan persatuan dan kesatuan.

4.1.3 Visi, Misi, Nilai dan Sasaran Strategis Bank Indonesia

Visi

Menjadi lembaga bank sentral yang dapat dipercaya (kredibel) secara nasional maupun internasional melalui penguatan nilai-nilai strategis yang dimiliki serta pencapaian inflasi yang rendah dan stabil.

Misi

Mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah melalui pemeliharaan kestabilan moneter dan pengembangan stabilitas sistem keuangan untuk pembangunan nasional jangka panjang yang berkesinambungan.

Nilai-Nilai Strategis

Kompetensi - Integritas - Transparansi - Akuntabilitas - Kebersamaan (KITA - Kompak)

Sasaran Strategis

Untuk mewujudkan Misi, Visi dan Nilai-nilai Strategis tersebut, Bank Indonesia menetapkan sasaran strategis jangka menengah panjang, yaitu :

1. Terpeliharanya Kestabilan Moneter
2. Terpeliharanya Stabilitas Sistem Keuangan
3. Terpeliharanya kondisi keuangan Bank Indonesia yang sehat dan akuntable
4. Meningkatkan Efektifitas dan Efisiensi manajemen moneter

UNIVERSITAS MERCU BUANA

5. Memelihara SSK : (i) melalui efektifitas pengaturan dan pengawasan bank, surveillance sektor keuangan, dan manajemen krisis serta (ii) mendorong fungsi intermediasi
6. Memelihara keamanan dan efisiensi sistem pembayaran
7. Meningkatkan kapabilitas organisasi, SDM dan sistem informasi
8. Memperkuat institusi melalui good governance, efektivitas komunikasi dan kerangka hukum
9. Mengoptimalkan pencapaian dan manfaat inisiatif Bank Indonesia.

4.1.4 Tujuan dan Tugas Bank Indonesia

Tujuan Tunggal

Dalam kapasitasnya sebagai bank sentral, Bank Indonesia mempunyai satu tujuan tunggal, yaitu mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah. Kestabilan nilai rupiah ini mengandung dua aspek, yaitu kestabilan nilai mata uang terhadap barang dan jasa, serta kestabilan terhadap mata uang negara lain.

Aspek pertama tercermin pada perkembangan laju inflasi, sementara aspek kedua tercermin pada perkembangan nilai tukar rupiah terhadap mata uang negara lain. Perumusan tujuan tunggal ini dimaksudkan untuk memperjelas sasaran yang harus dicapai Bank Indonesia serta batas-batas tanggung jawabnya. Dengan demikian, tercapai atau tidaknya tujuan Bank Indonesia ini kelak akan dapat diukur dengan mudah.

Tiga Pilar Utama

Untuk mencapai tujuan tersebut Bank Indonesia didukung oleh tiga pilar yang merupakan tiga bidang tugasnya yaitu :

Pertama : Menetapkan dan melaksanakan kebijakan moneter;

Kedua : Mengatur dan menjaga kelancaran sistem pembayaran; dan mengatur dan mengawasi bank.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Ketiga : Bidang tugas tersebut perlu diintegrasi agar tujuan mencapai dan memelihara kestabilan nilai rupiah dapat dicapai secara efektif dan efisien.

4.1.5 Direktorat Perencanaan Strategis Dan Hubungan Masyarakat

Dalam rangka memenuhi tuntutan perkembangan internal dan eksternal Bank Indonesia, perlu peningkatan kinerja, reputasi dan citra positif Bank Indonesia yang didukung dengan efektifitas pelaksanaan good governance, Bank Indonesia membentuk Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat yang berfungsi sebagai perencanaan strategis dan manajemen kinerja, penyediaan informasi strategis, asistensi Dewan Gubernur dan kehumasan, yang didukung dengan manajemen resiko.

Misi Direktorat Perencanaan Strategis Dan Hubungan Masyarakat adalah mendukung peningkatan kinerja, reputasi dan citra positif Bank Indonesia yang diwujudkan dengan efektivitas pelaksanaan good governance melalui fungsi perencanaan strategis dan manajemen kinerja, penyediaan informasi strategis, pengelolaan keputusan Dewan Gubernur dan kehumasan, yang didukung dengan manajemen resiko.

Visi Direktorat Perencanaan Strategis Dan Hubungan Masyarakat adalah menjadi satuan kerja yang kredibel dalam mendukung pencapaian peningkatan kinerja, reputasi dan citra positif Bank Indonesia.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Dalam melaksanakan misi tersebut Direktorat Perencanaan Strategis Dan Hubungan Masyarakat mempunyai tugas sebagai berikut :

a. Merumuskan, memantau dan mengevaluasi perencanaan strategis dan manajemen kinerja, termasuk mengelola Transformasi Bank Indonesia sesuai dengan Arah Strategis Bank Indonesia, dengan mempertimbangkan manajemen risiko;
b. Merumuskan dan melaksanakan strategi kehumasan serta membina dan mengembangkan jejaring;

digilib.mercubuana.ac.id

c. Mengelola rapat Dewan Gubernur dan memantau efektivitas pelaksanaan hasil Keputusan Rapat Dewan Gubernur;

d. Mengelola informasi strategis untuk mendukung Dewan Gubernur dalam mengambil keputusan;

e. Memenuhi kebutuhan tugas kedinasan Dewan Gubernur Bank Indonesia;

f. Menyusun ketentuan yang berkaitan dengan Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat;

g. Melakukan manajemen intern Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat.

Struktur organisasi Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat (PSHM) adalah sebagai berikut :

1. Biro Perencanaan Strategis
2. Biro Hubungan Masyarakat
3. Tim Manajemen Resiko Bank Indonesia
4. Bagian Administrasi

Salah satu bagian atau biro dari Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masyarakat yang bertugas menjalin hubungan baik antara lembaga atau organisasi baik departemen pemerintah maupun pihak swasta, sehingga tercipta suatu harmonisasi hubungan yang saling menguntungkan adalah Biro Hubungan Masyarakat.

Biro Hubungan Masyarakat terdiri dari :

1. Tim Relasi Eksternal
   b. Kelompok Relasi Media
   c. Kelompok Relasi Lembaga Publik
   d. Kelompok Relasi Komunitas

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

2. Tim Relasi Internal dan Publikasi
    a. Kelompok Relasi Internal
    b. Kelompok Publikasi dan Penyediaan Info Publik
3. Tim Riset dan Analisis Kehumasan

Struktur organisasi Direktorat Perencanaan Strategis Dan Hubungan Masyarakat (lampiran 2)

4.2 Bank Indonesia Social Responsibility (BSR)

4.2.1 Latar Belakang Bank Indonesia Social Responsibility (BSR)

Program Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) merupakan realisasi dari tanggung jawab moral Bank Indonesia di luar tanggung jawabnya secara legal sebagai otoritas moneter. Program yang dilaksanakan ini tidak lain sebagai wujud empati dan kepedulian Bank Indonesia terhadap permasalahan yang dihadapi masyarakat di bidang pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup dan di bidang ekonomi khususnya UMKM. Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) adalah kegiatan pemberian bantuan dan partisipasi kepada stakeholders eksternal yang dimaksudkan untuk menunjukkan kepekaan, kepedulian dan tanggung jawab social Bank Indonesia terhadap permasalahan di masyarakat tanpa mensyaratkan adanya kontraprestasi.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Pada dasarnya, jenis bantuan Program BSR yang diberikan berupa :

a. Bantuan Insidentil yaitu program BSR yang bersifat pemberian bantuan putus, bersifat jangka pendek, dan cakupan aspek yang terbatas. Yang dimaksud dengan pemberian terputus adalah setelah pemberian itu diberikan, Bank Indonesia tidak terlibat lebih lanjut dalam program yang dibantu tersebut.
b. Bantuan Terprogram yaitu program BSR yang berrsifat berkelanjutan, adanya keterlibatan BI secara aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatannya bersifat

digilib.mercubuana.ac.id

jangka panjang, dan cakupan aspek yang lebih luas. Semua kegiatan tersebut dapat dilakukan baik dikantor pusat maupun didaerah.

Secara umum, masyarakat berpendapat bahwa pelaksanaan kegiatan BSR Insidentil selama ini sangat bermanfaat dan dirasakan keberadaannya. Hal ini mengingat kegiatan BSR dilakukan tidak hanya merambah sektor ekonomi, tetapi juga sektor lain yang sangat menyentuh kebutuhan dasar masyarakat, yakni pendidikan, kesehatan, lingkungan serta sosial kemasyarakatan lainnya. Agar kegiatan BSR yang dilakukan Bank Indonesia dapat mencapai sasaran dan terfokus dalam pelaksanaanya perlu dibuatkan sebuah guidance yang jelas bagi pelaksana internal bank Indonesia.

Dalam konteks ini, kegiatan BSR tidak hanya sekedar dilakukan melalui pemberian bantuan, misalnya uang tunai atau hadiah pada kesempatan tertentu, melainkan dilakukan dalam bentuk kemitraan. Artinya, dilakukan kerjasama dengan memberikan atau menyediakan sumber daya manusia yang dimiliki masing-masing untuk menyelesaikan permasalahan dan mendorong kemajuan bersama. Implementasinya selama ini dilakukan dengan melibatkan masyarakat sekitar (komunitas) dalam pemberdayaan masyarakat, melalui program edukasi dan bantuan berupa pembinaan atau advokasi secara berkelanjutan kepada warga sekitar yang memiliki kegiatan produktif. Muaranya agar semua itu dapat meningkatkan strata ekonomi rumah tangga.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Sejak tahun 2006 Bank Indonesia melakukan pengembangan terhadap pendekatan kebijakan kepedulian sosial yang sebelumnya adalah Insidentil berkembang menjadi kebijakan kepedulian sosial (Bank Indonesia Social Responsibility /BSR) dengan pendekatan Terprogram.

Dalam pelaksanaa BSR dengan pendekatan Terprogram yang menjadi fokus perhatian pelaksanaannya adalah 4 bidang yaitu bidang Pendidikan, lingkungan, perekonomian, dan kesehatan.

digilib.mercubuana.ac.id

1. Bidang Pendidikan.

   Bidang ini dipilih dengan tujuan membantu pemerintah menyiapkan sumber daya manusia yang unggul dan berkualitas, serta mampu berkompetisi dengan SDM asing. Dalam melaksanakan kegiatan BSR dibidang tersebut, secara eksternal dilakukan sinkronisasi dengan program yang dicanangkan departemen terkait. Bentuk kegiatan dibidang pendidikan ini antara lain cerdas cermat, kuliah umum oleh Dewan Gubernur, sosialisasi/desiminasi informasi kebanksentralan, penelitian, pemberian beasiswa, bantuan buku, penerimaan kunjungan siswa/mahasiswadosen/masyarakat umum, talent scouting, training of Trainers (TOT) serta program Desa Kita, terutama dalam hal pengembangan taman bacaan/perpustakaan.

2. Bidang lingkungan.

   Kegiatan BSR bidang lingkungan hidup yang telah dilakukan saat ini berupa partisipasi Bank Indonesia dalam penanaman pohon kembali guna melestarikan hutan dan penghijauan. Hal ini penting untuk menjaga kesehatan manusia agar dapat menghirup udara segar dan menghindari terjadinya bencana alam berupa tanah longsor, erosi ataupun abrasi. Kegiatan di bidang lingkungan antara lain berupa penanaman pohon diberbagai tempat. Misalnya di komplek perkemahan Cibubur, Gunung Kidul, Kabupaten Kuningan, dan Nusa Tenggara Timur. Kegiatan tersebut sekaligus memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai pentingan manfaat hutan, kelestarian lingkungan, dan kesehatan warga. Selain penanaman pohon, kegiatan lain adalah penyediaan bak/gerobak sampah, pembuatan atau pemberian papan nama, serta permbuatan sumur bor dan jamban.

3. Bidang ekonomi

   Kepedulian Bank Indonesia dalam membantu masyarakat bawah atau para pelaku usaha mikro, kecil, dan menegah (UMKM) telah lama dilakukan. Sebelum Undang-

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

undang No 23 Tahun 1999 berlaku, Bank Indonesia telah membantu sektor riil bantuan finansial dan bantuan teknis. Bantuan pembiayaan kepada UMKM diberikan dalam bentuk kredit program ysng saat ini lebih dikenal denagn nama Kredit Likuiditas Bank Indonesia (KLBI). Adapun bantuan teknis yang diberikan berupa pembinaan, pelatihan, advokasi, studi banding, penelitian, dan juga penyediaan data/informasi. Berbagai kegiatan yang dilakukan bidang ini antara lain pembinaan/pelatihan UMKM, penyediaan informasi (SIPUK), penelitian, lokakarya dan pameran produk.

4. Bidang kesehatan.

   Kegiatan BSR bidang kesehatan selama ini dilakukan dalam bentuk bantuan untuk kegiatan yang berkaitan dengan kesehatan. Tujuannya, apalagi kalau bukan untuk meningkatkan taraf kesehatan masyarakat, terutama bagi kalangan yang kekurangan. Beberapa kegiatan yang sudah dilakukan antara lain khitanan massal, pengobatan gratis, bantuan alat kedokteran, donor darah, penyuluhan kesehatan, dan pengembangan Puskesmas Pembantu di daerah atau desa dalam program Desa Kita.

4.2.2 Visi dan Misi Bank Indonesia Social Responsibility

Misi

a. Membantu dan melaksanakan program peningkatan kualitas pendidikan, ekonomi, kesehatan dan lingkungan hidup masyarakat.
b. Mewujudkan kepedulian sosial Bank Indonesia melalui partisipasi dalam kegiatan sosial kemasyarakatan, penanggulangan permasalahan yang dihadapi masyarakat dan program-program yang bersifat gerakan nasional.
c. Melaksanakan program BSR sesuai dengan tata kelola yang baik yaitu menganut prinsip-prinsip kewajaran *(fairness)*, integritas *(integrity)*, transparansi *(tranparency),* dan akuntabilitas *(accountability).*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Visi

Mewujudkan program BSR yang mampu memberikan kontribusi nyata terhadap peningkatan taraf hidup masyarakat, peka terhadap dinamika sosial kemasyarakatan dan dilaksanakan berdasarkan prinsip-prinsip tata kelola yang baik *(good governance)*.

4.2.3 Program Desa Kita

Kegiatan BSR Terprogram, khususnya dalam bentuk kegiatan pemberdayaan masyarakat desa. Program tersebut yang kemudian diwujudkan ke dalam program Desa Kita, dianggap memiliki nilai lebih dibandingkan BSR Insidentil. Sebab, program itu dapat menjadi wujud kegiatan BSR yang bersifat holistik dan hasilnya tampak nyata dinikmati sebagian besar warga yang memang membutuhkan. Selain itu program ini juga lebih bersifat edukatif yang dilakukan dengan memberdayakan masyarakat desa yang memiliki potensi sumber daya alam (SDA) dan sumber daya manusia (SDM).

Pendekatan yang digunakan dalam program Desa Kita ini melakukan *difussion of inovation* yang sudah banyak digunakan selama ini di tempat lain. Pendekatan tersebut menekankan sasaran akhirnya pada penyebaran *end result* kepada kelompok masyarakat lainnya dalam suatu desa.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

4.2.4 Visi, Misi dan Sasaran Umum Program Desa Kita

Visi

Visi Program Desa Kita adalah mewujudkan desa-desa yang mandiri sehingga dapat berperan sebagai tiang-tiang pancang pembangunan bangsa Indonesia yang kokoh dan mandiri.

Misi

Adapun misinya adalah mewujudkan masyarakat yang produktif dan mampu mengembangkan dirinya sendiri. Program Desa Kita mempunyai tujuan membina desa yang masih sangat terbatas dalam aspek fisik dan non fisik namun memiliki potensi

digilib.mercubuana.ac.id

pengembangan guna mencapai standar kapasitas untuk menjadi desa yang mampu mengembangkan diri sendiri (mandiri).

Sasaran Umum Program Desa Kita

Sasaran :

1. Pendekatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM) Desa.

   Indeks Pembangunan Manusia (IPM) mengukur 3 (tiga) dimensi dari pembangunan manusia, yaitu (1) Kesehatan dan panjang usia (diukur dengan angka harapan hidup); (2) kesempatan memperoleh pendidikan yang layak (diukur dengan angka melek huruf dan tingkat keikutsertaan pada pendidikan dasar, menengah dan tinggi); dan kelayakan standar kehidupan (diukur dengan daya beli dan penghasilan penduduk).

2. Kemandirian dan sustainability desa dengan indikator keberhasilan sebagai berikut :
   a. Desa memiliki kompetensi inti dan produk/komoditas unggulan
   b. Adanya kelembagaan dan operasionalisasi usaha yang melibatkan keseluruhan warga masyarakat desa
   c. Desa memiliki sistem pengembangan produk, terdiri dari kemampuan untuk melakukan survei pasar secara sederhana atau sistem umpan balik pasar terhadap produk.
   d. Profitabilitas usaha desa
   e. Pengembangan permodalan usaha
   f. Tersedianya sumber daya manusia yang memiliki kapasitas yang cukup untuk mengembangkan perekonomian desa, baik untuk kebutuhan SDM saat ini maupun yang selanjutnya. Oleh karena itu diperlukan pengembangan sumber daya manusia bagi semua lapisan masyarakat desa, baik yang berada pada usia produktif maupun yang masih anak-anak dalam bentuk optimalisasi pendidikan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

4.3 Hasil Penelitian

Dalam hasil penelitian ini, penulis mencoba untuk memaparkan seluruh data yang didapatkan melalui wawancara dengan pihak-pihak terkait dan data pendukung lainnya (Korespondensi).

4.3.1 Penelitian *(Research)*

4.3.1.1 Alasan Pemilihan Program Desa Kita sebagai pelaksanaan *Bank Indonesia Social Responsibility (BSR)*[41]

Program sosial Bank Indonesia dilakukan bukan untuk memberi angan-angan atau mimpi kepada masyarakat, melainkan bersifat holistik dan hasilnya tampak nyata dinikmati oleh sebagian besar warga yang membutuhkan. Program *Bank Indonesia Social Responsibility (BSR)* untuk warga pedesaan ini dinamakan "Desa Kita" mengingat dilaksanakan melalui pemberdayaan masyarakat desa. Aktifitasnya difokuskan pada empat sasaran pokok, yakni pendidikan, lingkungan, perekonomian, dan kesehatan warga masyarakat.

Apa yang dilakukan Bank Indonesia melalui BSR, memiliki program dengan horison jangka panjang. Dengan demikian, BSR dalam konteks Desa Kita memiliki program yang tidak semata-mata short term, tetapi lebih dalam lagi, yakni adanya keterkaitan peningkatan taraf hidup bagi orang disekitar atau daerah tertentu.

Peningkatan taraf hidup ini tentu membutuhkan waktu karena taraf hidup yang layak itu mencakup aspek pendidikan, aspek kesehatan, aspek pemahaman lingkungan, artinya tempat tinggal masyarakat dalam program Desa Kita harus juga dilayakkan dan yang bisa mendorong itu semua, sebagai aspek terakhir adalah kegiatan ekonomi karena kegiatan perekonomian merupakan penentu dalam

[41] Buku Laporan Bank Indonesia Social Responsibility 2006

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

mewujudkan berkelanjutan (sustainability) dari aspek-aspek lainnya. Diharapkan jika memiliki perekonomian yang baik maka desa tersebut akan mampu mendanai semua aspek kehidupan.

Program Desa Kita juga merupakan salah satu bentuk dari BSR Terprogram, karena itu dalam *kick off* program ini yang dilakukan pada Juli 2006 ditetapkan 3 (tiga) desa diwilayah yang berbeda dan memiliki kondisi yang berbeda sebagai *pilot project.* Ketiga desa itu adalah pertama Desa Mekar Jaya, Kecamatan Cimahi, Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat, kedua Dusun Manding, Sabdodadi, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan ketiga Desa Ilepadung, Kecamatan Tanjung Bunga, Kabupaten Flores Timur, Provinsi Nusa Tenggara Timur (NTT). Adapun Program Desa Kita yang telah memasuki masa akhir atau yang sering disebut tahap *Phasing Out* adalah Desa Mekar Jaya, Kecamatan Cimahi, Kabupaten Kuningan, Provinsi Jawa Barat, dan Dusun Manding, Sabdodadi, Kabupaten Bantul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta

4.3.1.2 Penelitian yang dilakukan Biro Humas Bank Indonesia untuk Program Desa Kita.

Untuk menjadikan sebuah desa sebagai sasaran Program Desa Kita atau desa binaan Bank Indonesia, Tim Humas BI melakukan beberapa penelitian atau pendekatan.

> "Ketika Bank Indonesia akan melaksanakan program Desa Kita tentunya kita melakukan berbagai macam penelitian atau survey untuk menentukan layak tidaknya desa tersebut menjadi desa binaan BI. Pendekatan secara umum biasanya kita menganalisa dari beberapa proposal yang masuk, kemudian kita survey langsung ke lokasi, kajian melalui internet, atau informasi dari pihak lain yang bisa dipercaya, tetapi yang jelas untuk program desa kita, tim kami akan terjun langsung ke lokasi"[42]

[42] Wawancara dengan Ibu Naniek Sekarningsih Biro Humas BI tanggal 4 Mei 2009

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Seperti telah disebutkan dalam tahapan pengembangan Program Desa Kita diatas, Tim Humas melakukan beberapa hal untuk menentukan program Desa Kita yaitu dengan melakukan survey Pemilihan Desa yang meliputi :

- ⇨ Survei pemilihan desa (minimal 3 desa)
- ⇨ Rekomendasi 1 desa disertai usulan scope yang akan dijadikan program desa kita mencakup ke empat aspek dan sasaran akhir
- ⇨ Kunjungan untuk menentukan kelayakan dari desa dan program
- ⇨ Penetapan desa dari program
- ⇨ Sosialisasi dengan masyarakat desa untuk membangun *shared vision* and *leadership*
- ⇨ Pengikatan MOU anatra Bank Indonesia dengan pemuda dan/atau Kepala Desa
- ⇨ Implementasi program
- ⇨ Evaluasi Program (survei)

Dalam penentuan survey tersebut Tim Humas BI menggunakan system Baseline Study yang merupakan proses pengumpulan dan komplisasi data dasar yang menggambarkan kondisi social dan ekonomi dan Karakteristik populasi yang berada di sekitar daerah proyek. Sistem Baseline Studi menginvestigasi hal-hal sebagai berikut :

- ⇨ Faktor Demografi

  Data-data yang dikumpulkan antara lain meliputi : Jumlah Penduduk dan Kepala Keluarga, Lokasi Desa, Umur (Jumlah tenaga produktif dan non-produktif), Jumlah penduduk asli dan pendatang, Kondisi Kesehatan di desa, Penghasilan
- ⇨ Faktor Penentu ekonomi social: Faktor-faktor yang mempengaruhi pendapatan dan produktivitas (mata pencaharian utama), kepemilikan tanah, akses ke

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

bahan baku dan pasar, komposisi keluarga, akses memperoleh penghasilan, dan perpindahan tenaga kerja.

- ⇨ Faktor Organisasi sosial: organisasi dan kapasitas pada tingkat rumah tangga dan tingkat masyarakat mempengaruhi partisipasi dalam institusi tingakt local sebagaimana proses pembuatan keputusan local dan akses terhadap layanan dan informasi.
- ⇨ Faktor Organisasi ekonomi: bisnis local dan regional dan struktur perdagangan, infrastruktur mendukung aktivitas ekonomi, pemerintah, dan pengembangan ekonomi/industri lainnya merencanakan untuk wilayah tersebut.
- ⇨ Pada saat melakukan survey tersebut, Tim Humas BI melakukan pendekatan dengan masyarakat sekitar untuk mengetahui kebutuhan atau bantuan apa yang secepatnya bisa dilakukan. Bantuan yang dibutuhkan warga desa binaan yang satu tentunya berbeda dengan bantuan yang dibutuhkan desa yang lainnya, hal ini tergantung dari kepentingan warga desa setempat.

4.3.1.3 Pemilihan Desa Sebagai Penerima Program Desa Kita

Desa Mekar Jaya, Kecamatan Cimahi, Kabupaten Kuningan.

Desa Mekarjaya berlokasi di Kecamatan Cimahi, Kabupaten Kuningan dan memiliki luas wilayah sebesar 314 ha. Desa Mekarjaya berpeduduk 2.386 jiwa (560 KK) terdiri dari 1.181 orang laki-laki dan 1.205 orang perempuan. Sebagian besar warga Desa Mekar Jaya bermata pencaharian sebagai petani. Selain pertanian, mata pencaharian lainnya adalah peternakan, perikanan, dan perdagangan (UMKM).

Program Desa Kita Mekarjaya dalam pelaksanaan melibatkan tiga unsur utama yaitu Bank Indonesia, Pemerintah Daerah dan Masyarakat Desa Mekarjaya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Pengembangan Program Desa Kita di Desa Mekarjaya meliputi beberapa kegiatan pembangunan fisik serta pengembangan non fisik secara bertahap. Secara umum pada tahun pertama yaitu tahun 2006, pembangunan lebih banyak dilakukan secara fisik berupa pengadaan sarana-sarana yang dibutuhkan oleh masyarakat agar dapat melakukan pengembangan-pengembangan non fisik antara lain :

→ Bidang Kesehatan : melalui pembangunan puskesmas pembantu dan MCK di daerah transmigrasi lokal.

→ Bidang Lingkungan : berupa penanaman pohon jati dan mahoni (1.000 pohon)

→ Bidang Ekonomi : pengembangan lembaga keuangan pedesaan dan usaha kecil guna meningkatkan daya beli masyarakat

Selanjutnya pada tahun 2007 masih melanjutkan beberapa pengembangan sarana fisik dan mulai dilakukan pengembangan-pengembangan non fisik dalam bidang pendidikan, salah satunya adalah pelatihan Pustakawan dan Wartawan Cilik. Bagi ibu-ibu rumah tangga diberikan program pengembangan ekonomi rumah tangga melalui pembentukan kelembagaan usaha desa (usaha kue). Untuk mendukung permodalannya, dibentuk Lembaga Pembiayaan Mikro yang dikelola oleh warga desa yang memiliki pengetahuan dan pengalaman dalam bidang pengelolaan keuangan. Di tahun 2008 yang merupakan tahun terakhir pelaksanaan Program Desa Kita di Desa Mekarjaya, pengembangan non fisik di aspek perekonomian menjadi tekanan utama, meskipun pengembangan di aspek pendidikan dan aspek lainnya tetap dilakukan. Hal ini sangat tepat karena di tahun terakhir, pengembangan seyogyanya diarahkan pada kapabilitas masyarakat untuk dapat menggapai kemandirian dalam mewujudkan pengembangan yang berkelanjutan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Sesuai Nota Kesepahaman antara bank Indonesia dan Pemerintah Kabupaten Kuningan tanggal 20 Juli 2006 yang ditandatangani oleh Direktur DPSHM, Budi Mulya dan Bupati Kuningan, H. Aang Hamid Suganda, maka sasaran jangka panjang yang akan dicapai adalah :

1. Terjadinya perubahan perilaku warga Desa Mekarjaya yang mengarah kepada kemandirian;
2. Terciptanya pemahaman akan pentingnya pendidikan bagi anak-anak dalam upaya menyongsong hari depan yang lebih baik;
3. Terciptanya pemahaman warga Desa Mekarjaya akan perlunya menjaga kebesihan dan kesehatan diri serta lingkung; dan
4. Adanya peningkatan Indeks Pembangunan Manusia (IPM).

Dusun Manding, Sabdodadi, Bantul, Yogyakarta

Dusun Manding, demikian sebuah wilayah yang terdapat di Sabdodadi, Bantul, Yogyakarta, yang juga menjadi bagian dari program Desa Kita binaan Bank Indonesia. Seperti desa lainnya, Desa Mekarjaya (Jawa Barat), Dusun manding merupakan target BSR yang dilaksanakan dalam bentuk pemberdayaan masyarakat melalui potensi yang ada pada mereka sendiri.

Potensi yang dimiliki Dusun Manding adalah sektor usaha mikro, kecil, dan menengah dari kerajinan kulit. Dusun berpenduduk 750 jiwa dan berada di sebelah selatan Kota Yogyakarta ini temasuk daerah yang terkena musibah gempa bumi cukup parah pada Mei 2006 silam. Karena itu, dengan potensi yang dimiliki yang masih bisa dikembangkan, pemulihan industri mikro, kecil, dan menengah pasca bencana tidak hanya bisa dilakukan dengan memberi bantuan modal semata. Tapi juga diperlukan suatu bentuk pemberdayaan wilayah di bidang ekonomi, kesehatan masyarakat, pendidikan, dan lingkungan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Atas tujuan memberikan bantuan yang sifatnya *long term* dan menyeluruh itulah, Bank Indonesia dan Pemerintah Kabupaten Bantul sepakat untuk menandatangani nota kesepahaman program pencanangan Desa Kita, di Dusun Manding. Penetapan Dusun Manding dalam program itu juga karena disusun itu dinilai memiliki keunikan, yakni merupakan satu-satunya sentra kerajinan kulit di Bantul, Bank Indonesia melihat bahwa wilayah Manding memiliki potensi untuk dapat lebih cepat berkembang dibanding sentra kerajinan tradisional lain.

Melalui program Desa Kita, Bank Indonesia akan melakukan pendampingan dan penyuluhan kepada perajin yang tegolong pengusaha mikro, di Manding. Beberapa bidang yang akan menjadi fokus pendampingan adalah pemasaran, peningkatan kualitas dan kreativitas produk, pelatihan kerja, dan sertifikasi produk. Karena itu, upaya ke arah ini pun sudah disusun dan dilakukan sejak awal. Misalnya, pemberdayaan Dusun Manding ini disimbolkan dengan pembangunan gapura di simpang di simpang empat Manding. Menurut PBI Yogyakarta, Endang Sedyadi, dengan keberadaan gapura ini, atau pebeli yang mengenal Manding, sehingga pemasaran produk kerajinan kulit ini pun bisa optimal.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

4.3.2 Perencanaan (Planning)

4.3.2.1 Tahapan Pengembangan Program Desa Kita[43]

Dalam menentukan sebuah desa bisa masuk sebagai penerima BSR Program Desa Kita, PSHM mempunyai buku pedoman kerja khusus untuk Program Desa Kita. Adapun tahapan-tahapan yang harus dilaksanakan sesuai dengan program yang telah ditentukan adalah sebagai berikut :

[43] Pedoman Kerja Program Desa Kita Bank Indonesia, Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masayarakat 2007

digilib.mercubuana.ac.id

1. Pemilihan Desa

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan :

a. Survei berdasarkan kriteria pemilihan desa (dilakukan oleh KBI);

⇨ Potency

Potensi pengembangan yang ada di desa tersebut meliputi :

- Apa mata pencaharian mayoritas penduduk
- Komoditas apa yang menjadi unggulan masyarakat

⇨ Limited facility

Meliputi potret terhadap fasilitas : kesehatan, pendidikan, kondisi lingkungan, perekonomian.

⇨ Low Income

Pendapatan masyarakat relatif kurang memadai, ditandai dengan rendahnya kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pokok/seharai-hari.

⇨ School Existance

Terdapat institusi sekolah pada desa yang bersangkutan .

⇨ Willingness to change

Kemauan masyarakat untuk belajar dan bekerja, termasuk kemauan untuk mengubah kebiasaan.

⇨ Support from the local government

Adanya dukungan dan perhatian yang baik dari pemerintah desa, kecamatan, kabupaten, dan provinsi terhadap rencana program desa kita dan bersedia bekerja sama dalam segala hal yang diperlukan.

b. Usulan Desa Binaan. Berdasarkan kriteria-kriteria tersebut diatas, KBI mengusulkan satu atau beberapa desa yang berpotensi untuk melakukan pembinaan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

c. Survei kelayakan Desa Kita (dilakukan oleh PSHM).

Melakukan verifikasi terhadap data yang diperoleh dari hasil survei, penajaman dasar pemilihan desa dan menggali potensi pengembangan desa.

> "Pemilihan Desa Mekar Jaya sebagai sasaran program BSR karena kami melihat Desa Mekar Jaya mempunyai potensi sumber daya alam yang cukup melimpah dan sumber daya manusia yang potensial, tanah pertanian didaerah tersebut subur dengan mayoritas mata pencaharian mereka sebagai petani sehingga disini kita memberikan bantuan atau melengkapi yang sudah ada, melakukan pembenahan serta memberikan pelatihan untuk lebih memberdayakan masyarakat tersebut[44]".

Untuk menentukan sebuah desa menjadi sasaran program Desa Kita memang tidak mudah karena masing-masing desa memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda-beda. Biro Hubungan Masyarakat menerima masukan dari masing-masing Kantor Bank Indonesia yang melakukan survey ke desa-desa.

> "Dusun Manding merupakan sentra industri kulit di kota Yogyakarta, tetapi karena terkena musibah gempa bumi yang cukup parah pada tanggal 27 Mei 2006 roda perekonomian Yogyakarta sempat terganggu, demikian pula dengan Desa Manding, para perajin kulit disana menjadi lesu karena mereka kehilangan harta benda bahkan keluarganya. Melihat keadaan seperti itu, setelah melakukan survey dan koordinasi yang mendalam akhirnya kami memutuskan untuk memberikan bantuan Dusun Manding[45]".

2. Koordinasi dilakukan dengan Pemerintah Kabupaten dan Pemerintah Propinsi untuk mensinergikan rencana pembangunan dengan pengembangan yang sudah direncanakan oleh pemerintah daerah.
3. Baseline Study dan analisis kebutuhan (Gap)

[44] Wawancara dengan Ibu Naniek Sekarningsih Biro Humas BI tanggal 4 Mei 2009
[45] Ibid

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Baseline study adalah pengumpulan dan kompilasi data dasar yangh menggambarkan kondisi sosial dan ekonomi serta karakteristik populasi desa. Analisis kebutuhan adalah suatu proses identifikasi permasalahan, kondisi baseline saat ini dan kebutuhan pengembangan yang diharapkan oleh masyarakat.

4. Rencana Pengembangan, Penetapan Tujuan Akhir

   Perencanaan program kegiatan Desa Kita disusun berdasarkan hasil survey yang telah menangkap aspirasi dan kebutuhan penduduk desa. Data baseline digunakan untuk mendapatkan gambaran kondisi desa saat ini dari kondisi desa. Data baseline juga digunakan sebagai bahan untuk menyusun strategi serta rencana pengembangan. Setelah mendapatkan gambaran mengenai kondisi *existing* dari masyarakat desa, selanjutnya adalah menentukan sasaran akhir yang ingin dicapai dengan menjalankan program Desa Kita. Berdasarkan sasaran tersebut disusun program-program yang akan dijalankan.

5. Identifikasi Sumber Daya dan Kompetensi

   Dalam menjalankan program untuk mencapai sasaran yang diinginkan, tentunya dibutuhkan sumber daya atau masukan (input) baik yang bersifat fisik maupun non fisik. Masukan tersebut berupa : ketersediaan bahan baku, institusi, pasar, sumber daya manusia, kompetensi, dan sebagainya. Jika berdasarkan perhitungan sumber daya atau terdapat kesenjangan, maka diusulkan solusi terhadap permasalahan tersebut. Misalkan jumlah sumber daya manusia yang dibutuhkan untuk peningkatan kapasitas masyarakat dirasakan kurang, sehingga dibutuhkan menyewa konsultan untuk menjembatani kesenjangan tersebut.

6. Pelaksanaan

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Pelaksanaan didasari oleh rencana yang telah disusun untuk jangka waktu pengembangan selama 1 tahun. Pada dasarnya pada tahun pertama pengembangan dilakukan guna menanamkan rasa percaya masyarakat akan keseriusan program, juga sebagai tahap unfreezing masyarakat. Oleh karena itu strategi yang digunakan adalah penekanan pada pembangunan secara fisik dengan harapan bahwa institusi menunjukkan perwujudan program pengembangan. Secara teknis dan terperinci, pelaksanaan diuraikan pada kerangka acuan permasing-masing kegiatan.

7. Review Kegiatan

   Review kegiatan dilakukan baik dalam kurun waktu tahunan/tiap tahun maupun pada akhir program.

Tahapan diatas merupakan pedoman yang berlaku umum, namun tidak menutup kemungkinan untuk disesuaikan dengan kondisi yang ada karena disadari bahwa setiap daerah memiliki karakteristik yang berbeda.

Selain tahap pengembangan program Desa Kita yang penulis peroleh dari Buku Pedoman Kerja Program Desa Kita dari PSHM, untuk mendapatkan data-data yang lebih mendalam penulis melakukan wawancara dengan narasumber dan mengolah data-data yang diperoleh sesuai dengan fokus dari penelitian tersebut.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

4.3.2.2 Strategi Program Desa Kita

1. Program pemberdayaan desa yang memiliki potensi SDA dan SDM (warga desa) untuk berkembang guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa.
2. Pemberdayaan desa dilakukan melalui pengembangan dibidang lingkungan hidup, perekonomian desa, pendidikan dan kesehatan warga.
3. Program pemberdayaan desa dilakukan secara bertahap (multy years)

digilib.mercubuana.ac.id

4. Program pemberdayaan desa menjadi *benchmark* bagi lembaga/institusi lain (perbankan)
5. Kegiatan BSR selalu dilakukan dengan prinsip "kemitraan"
6. Dalam melaksanakan kegiatan BSR juga selalu diupayakan dilakukan dengan melibatkan audience atau masyarakat dalam jumlah banyak secara merata
7. Besar, bentuk dan frekuensi pemberian bantuan disesuaikan dengan kebutuhan dan manfaat yang diperoleh, baik bagi penerima bantuan (masyarakat maupun Bank Indonesia.

4.3.2.3 Scope Kegiatan Program Desa Kita

Ruang lingkup serta batasan pelaksanaan program dirumuskan antara lain :

a. Jangka waktu pelaksanaan program 2 s.d 4 tahun disesuaikan dengan hasil survey kompetensi
b. Program harus mencakup roadmap kurun waktu yang ditetapkan
c. Fokus program diarahkan pada perekonomian
d. Membuka seluas-luasnya keterlibatan masyarakat desa dan Bank Indonesia (community development).

UNIVERSITAS MERCU BUANA

4.3.3 Pengkoordinasian *(Coordinating)*

Tim Humas BI ketika sudah menentukan sebuah desa dijadikan sebagai Program Desa Kita harus melakukan koordinasi dengan Pemerintah Kabupaten dan Pemerintah Propinsi untuk menyamakan rencana pembangunan dengan pengembangan yang sudah direncanakan oleh pemerintah daerah.

> "Koordinasi sangat penting dilakukan untuk menyamakan pendapat, sehingga program kegiatan yang akan dilakukan dapat berjalan dengan baik dan kalaupun ada perbedaan pendapat dapat diselesaikan dengan cara musyarawarah yang melibatkan kedua belah pihak"[46].

[46] Ibid

digilib.mercubuana.ac.id

Dalam memberikan bekal pengetahuan bagi masyarakat desa, beberapa pegawai Bank Indonesia terjun langsung memberikan pengajaran antara lain mengenai leadership, perencanaan keuangan, pembukuan dan pengelolaan perpustakaan.

Koordinasi tidak hanya dilakukan antara Bank Indonesia dengan Pemerintah Daerah saja, tetapi di dalam internal Bank Indonesia juga dilakukan koordinasi. Program kerja yang dilakukan harus mendapat persetujuan dari Direktur PSHM.

> ”Iya ketika kami merumuskan sebuah gagasan kegiatan BSR, kami mengadakan rapat dengan Pimpinan dahulu, dalam rapat tersebut kita berdiskusi bersama untuk mencari solusi yang terbaik yang akan dilakukan, terutama untuk Program Desa Kita karena itu melibatkan banyak pihak jadi harus kita diskusikan bersama dan sumbang saran dari semua peserta rapat sangat dibutuhkan” [47]

Koordinasi yang dilakukan Bank Indonesia dengan Pemerintah Daerah dalam rangka pelaksanaan Program Desa Kita yaitu pihak Bank Indonesia berperan dan bertanggung jawab secara konsep pengembangan program desa kita, sedangkan pemerintah daerah berperan dalam hal administrative pelaksanaan program. Yang dimaksud dengan Pemda disini adalah pejabat yang ditunjuk Negara untuk mengelola wilayah (propinsi/kabupaten/kota/desa). Pemda bertindak sebagai pihak yang menerima bantuan dan oleh karenanya berhak mengadakan pangadaan sepanjang sejalan dengan spesifikasi dan harga yang telah ditetapkan oleh Bank Indonesia sedang Bank Indonesia membantu perencanaan, pengawasan dan pembangunan secara fisik maupun non-fisik di desa kita, dengan scope tugas mencakup : penetapan spesifikasi, penetapan HPS, pengecekan tahapan dan kelayakan hasil serta kualitas pembangunan.

Pada saat program tersebut dianggap selesai oleh Bank Indonesia Pemda akan mengambil alih pengawasan program Desa Kita dan menjadikannya bagian dari program yang berada dibawah pengawasan PEMDA.

[47] Ibid

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

4.3.3.1 Permasalahan Di Tengah Pelaksanaan BSR "Program Desa Kita"

Program Desa Kita Bank Indonesia yang telah dimulai pada tahun 2006, pada dasarnya mendapatkan sambutan yang cukup baik dari pihak masyarakat penerima Program tersebut maupun dari Pemda sebagai mitra dari Bank Indonesia. Untuk mengatasi kendala atau masalah muncul, maka Tim Humas BI bekerja sama dengan Pemda setempat pada saat pelaksanaan program tersebut dimulai berusaha memberikan pengertian yang lebih jelas supaya masyarakat mengerti dengan tujuan dari pelaksanaan Program Desa Kita tersebut.

> "Pertama kami mngunjungi Desa Kita dan melakukan pertemuan dengan masyarakat dan menjelaskan bahwa program Desa Kita adalah pelengkap kegiatan PEMDA"[48]

Masalah yang timbul terjadi pada saat Program Desa Kita akan berakhir atau tahap Phasing Out. Tahap *Phasing Out* merupakan tahap berakhirnya program Desa Kita dan sudah waktunya Bank Indonesia menyerahkan pengelolaan Desa Kita tersebut kepada Pihak PEMDA.

> "Kami memberikan pemahaman setelah Program Desa Kita berakhir masyarakat tidak boleh tergantung dengan Bank Indonesia, sudah waktunya Masyarakat untuk mandiri dengan bekal yang sudah diberikan oleh Bank Indonesia selama ini".[49]

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Hal yang dikhawatirkan oleh Bank Indonesia adalah jangan sampai setelah Program Desa Kita berakhir pihak dari PEMDA maupun masyarakat tidak mau meneruskan atau menjaga pembangunan baik fisik maupun non fisik yang sudah dilakukan Bank Indonesia dan hanya dijadi monumen saja.

> "Program Desa Kita bertujuan untuk lebih memberdayakan masyarakat dengan harapan lebih meningkatkan taraf hidup masyarakat, di Desa Mekarjaya kami bekerjasama dengan Natural Cooking Club (NCC) yaitu sebuah kelompok yang berpengalaman dalam membina usaha kue kering,

[48] Ibid
[49] Ibdi

digilib.mercubuana.ac.id

di situ para Ibu-ibu dan remaja putri diajarkan bagaimana cara membuat kue, mengemasnya dan menjualnya kepasar sehingga dapat menambah penghasilan rumah tangga"[50].

Program BSR Desa Kita memang bertujuan lebih memberdayakan masyarakat, dimana masyarakat diajarkan untuk lebih kreatif untuk menambah pemasukan dalam memenuhi kebutuhan rumah tangganya.

"Para Ibu dan remaja putri sangat antusias mengikuti pelatihan ini, kebiasaan mereka kalau sudah selesai pekerjaan rumah tangga hanya mengobrol dengan tetangga sekarang berganti dengan mengikuti pelatihan tersebut. Menurut mereka mengikut pelatihan tersebut sangat menyenangkan selain kita bisa makan kuenya tapi juga bisa menjualnya[51]".

"Ketika perayaan Ulang Tahun Bank Indonesia kami diundang ke Jakarta untuk ikut dalam bazaar yang diadakan, disana kami memberanikan diri untuk menjual kue-kue kering sesuai dengan yang kami pelajari[52]"

4.3.3.2 Phasing Out Program Desa Kita [53]

Menjelang akhir Program Desa Kita Bank Indonesia yang dilaksanakan di beberapa daerah, langkah-lagkah Bank Indonesia dalam mendukung kemandirian desa tidak serta merta menyurut. Meskipun pengembangan selanjutnya dikembalikan kepada masyarakat dan pemerintah daerah, namun menjelang serah terima tersebut beberapa langkah dilakukan oleh Bank Indonesia guna memperkuat kesiapan masyarakat menghadapi kondisi tersebut.

Bank Indonesia merasa perlu mempersiapkan hal tersebut antara lain dengan mempertimbangkan bahwa Bank Indonesia tidak dapat selamanya melakukan pendampingan kepada masyarakat, sebagaimana hal ini selalu disampaikan dalam setiap sosialisasi yang dilakukan oleh Bank Indonesia baik

[50] Wawancara dengan Ibu Naniek Sekarningsih Biro Humas BI tanggal 4 Mei 2009

[51] Wawancara dengan Bapak Yayat tanggal 14 Juni 2009

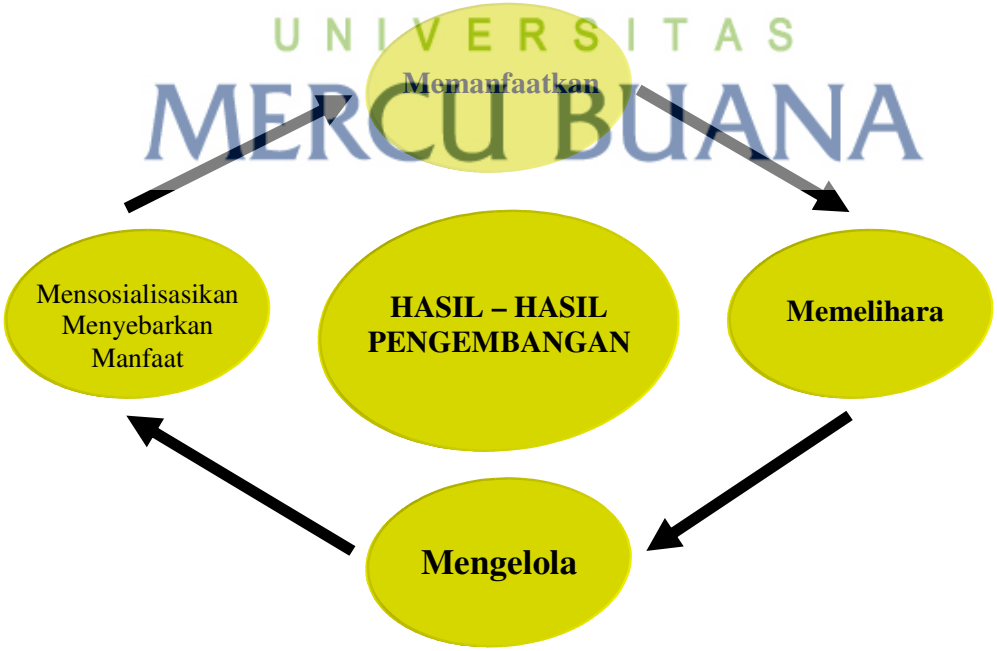
[52] Wawancara dengan Bapak Yayat tanggal 14 Juni 2009

[53] Buku Laporan Bank Indonesia Social Responsibility 2008

UNIVERSITAS MERCU BUANA

kepada masyarakat setempat atau pemerintah daerah. Di sisi lain, sebagaimana suatu lingkaran kebaikan (virtuous circle), setiap aspek yang memiliki kondisi baik akan mendukung terwujudnya kondisi yang baik pada aspek lainnya, untuk itu pelestarian pemeliharaan dan pengembangan terhadap sarana-sarana yang sudah baik sangat diperlukan. Jika hal tersebut tidak dilakukan maka lingkaran kebaikan akan berhenti berputar, bahkan dapat berputar terbalik menjadi lingkaran ketidakberuntungan (vicious circle), dimana kondisi masyarakat yang semakin membaik sebagai hasil pengembangan menjadi terbalik, semakin lama semakin buruk akibat tidak terjaga dan bekembangnya kondisi yang baik tersebut. Dengan demikian, pelestarian dan pengembangan sarana tanggung jawab bersama antara masyarakat dengan pemerinh daerah setempat. Untuk menjaga keberlanjutan pengembangan yang telah dihasilkan serta menghindari berbaliknya dari lingkaran kebaikan menjadi lingakaran ketidakberuntungan, maka terdapat beberapa hal yang perlu diperhatikan dan dilakukan seperti tergambar dalam diagram sebagai berikut :

UNIVERSITAS MERCU BUANA



digilib.mercubuana.ac.id

Langkah-langkah di atas merupakan pedoman untuk menggerakkan lingkaran kebaikan (virtuous circle) berupa sikap dan tindakan yang perlu diperhatikan. Tindakan-tindakan tersebut terumus dalam singkatan 4-M yaitu, Memanfaatkan, Memelihara, Mengelola, dan Mensosialisasikan. Disetiap hasil pembangunan sarana fisik maupun pengembangan non-fisik perlu dilakukan tindakan 4-M, seperti diuraikan sebagai berikut:

1. Memanfaatkan

   Setiap sarana dan hasil pengembangan non-fisik perlu dimanfaatkan dengan baik agar tidak mubazir dan dapat memberikan manfaat secara optimal sehingga akan lebih berkembang lagi.

2. Memelihara

   Selain memanfaatkan, diperlukan juga upaya memelihara sarana yang sudah dikembangkan agar tidak akan menyebabkan penrunan manfaat.

3. Mengelola

   Tindakan selanjutnya adalah mengelola sarana yang ada agar dapat memanfaatkannya secara efektif dan efisien. Contohnya adalah mengelola bagaimana agar layanan perpustakaan dapat bermanfaat secara optimal.

3. Mensosialisasikan

   Setelah memanfaatkan, memlihara, dan mengelola hasil-hasil pengembangan, maka selanjutnya perlu memperluas penerima manfaat dari hasil pengembangan lebih lanjut secara berkesinambungan. Hasil-hasil pengembangan diharapkan dapat memberikan multiplier effect bagi lingkungan seluas-luasnya secara bertahap. Hal ini sejalan dengan strategi/pendekatan yang digunakan dalam Program Desa Kita, yaitu “

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Diffusion of Innovation" yang bermaksud menyebarkan hasil akhir (end result) kepada lingkungan yang lebih luas.

Siklus 4-M terus berputar sehingga dampak pengembangan akan terus berkembang ke lingkungan yang lebih luas. Berakhirnya partisipasi Bank Indonesia dalam pelaksanaan Program Desa Kita diharapkan tidak identik dengan "berakhirnya" proyek-proyek fisik dan non-fisik. Sesuai visi dan misi Program Desa Kita maka yang diharapkan dapat terus dikelola, dipelihara, dikembangkan, dan dilestarikan.

Dalam kerangka kejelasan dan ketegasan atau pengelolaan, pelaksanaan tanggung jawab, pengembangan, dan pelestarian proyek-proyek tersebut, dirumuskan komitmen-komitmen tiga pihak, yaitu : masyarakat, pemerintah daerah, dan Bank Indonesia, sebagai tindak lanjut Program Desa Kita. Perumusan komitmen tersebut dilaksanakan dalam kerangka *phasing out* Program Desa Kita.

Beberapa tahapan kegiatan yang dilaksanakan dalam kerangka phasing out diatas adalah sebagai berikut :

a. Phase Awal

Dalam tahapan ini kegiatan diarahkan pada upaya melakukan mapping atas program yang telah dilaksanakan, *value* dan *achievement* yang dihasilkan, *feedback* atas program yang dilaksanakan, pending metters dan hal-hal terkait lainnya sebagai bahan laporan Bank Indonesia kepada Pemerintah Daerah setempat. Penyusunan laporan ini sekaligus sebagai wujud dari *good governance* Bank Indonesia.

b. Phase Menengah

Merupakan tahapan kegiatan dimana Bank Indonesia berupaya memberikan edukasi kepada masyarakat dengan tujuan untuk memberikan pemahaman,

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

menumbuhkan rasa memiliki, tanggung jawab, serta memelihara program-program yang telah dilaksanakan. Sebagai hasil akhir dari tahapan ini adalah munculnya komitmen masyarakat untuk berperan sesuai kemampuan posisi dan perannya untuk mengelola, memelihara dan mengembangkan program-program yang telah diimplementasikan.

c. Phase Terakhir

Merupakan *phase* Simbol penyerahan program-program yang telah dilaksanakan serta hal-hal yang perlu ditindaklanjuti untuk menjadi tanggung jawab penuh masyarakat dari Pemerintah Daerah. Meskipun program yang diberikan oleh Bank Indonesia secara langsung telah dimanfaatkan dan dirasakan oleh masyarakat, namun kegiatan serah terima ini dipandang penting sebagai symbol berakhirnya program yang telah diawali dengan baik dan perlu diakhiri dengan baik pula.

***Phasing Out* Desa Mekarjaya, Kabupaten Kuningan**

Kegiatan Lokakarya yang merupakan tahapan terpenting dalam *Phasing Out* program Desa Kita, dilaksanakan di Desa Mekarjaya pada tanggal 28-29 November 2008. Dalam kegiatan Bank Indonesia, masyarakat desa setempat dan Pemerintah Kabupaten Kuningan berhasil merumuskan komitmen bersama terkait keberlanjutan program, yaitu:

1. Kelembagaan pengembangan lanjutan Desa Kita tidak dibentuk secara khusus, tyetapi untuk menjamin keberlanjutan program, pengelolaan, pemeliharaan, pengembangan tindak lanjut akan dilakukan secara madiri oleh masing-masing unit kegiatan yang terbentuk.
2. Setelah mengidentifikasi *pending-matters* masyarakat dan pemerintah berkomitmen untuk melanjutkan pengembangan hasil-hasil Program Desa Kita

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

secara mandiri oleh masing-masing unit..langkah-langkah keberlanjutan yang telah disusun akan dilaksanakan oleh masing-masing unit kegiatan antara lain terkait dengan Forum Peduli Sehat, LKM, Showroom, Usaha kue kering, Puskesmas Pembantu, Perpustakaan dan sebagainya.

Selanjutnya sebagai tahap akhir *Phasing Out*, pada tanggal 24 Desember 2008 dilaksanakan acara serah terima program di Pendopo Pemerintah Daerah Kabupaten Kuningan. Dalam kesempatan tersebut Bupati Kabupaten Kuningan menyampaikan kesan yang amat mendalam atas inisiatif yang dilakukan Bank Indonesia melalui Desa Binaan tersebut. "Semoga Program Desa Kita yang telah dirintis selain mampu mengubah sikap dan perilaku, Pengetahuan dan wawasan, juga mampu mengubah pola pikir masyarakat Desa Mekarjaya untuk meningkatkan taraf hidupnya dalam aspek pendidikan, aspek kesehatan dan dapat diajarkan dengan desa-desa lain yang lebih maju."

> "Kontribusi kegiatan Bank Indonesia Social Responsibility sangat besar dan berarti, tidak hanya dari segi perbaikan infrastruktur, tapi juga lebih utama yaitu pembenahan pola pikir masyarakat terhadap kesadaran untuk menjaga lingkungan, lebih mengutamakan kebersihan, mengedepankan pendidikan dan mengubah taraf hidupnya untuk lebih baik[54]".

UNIVERSITAS MERCU BUANA

***Phasing Out* Dusun Manding, Kabupaten Bantul Yogyakarta**

Sesuai Nota Kesepahaman antara Bank Indonesia dan Pemerintah Kabupaten Bantul tanggal 11 Desember 2006 yang ditandatangani oleh Pemimpin Bank Indonesia Yogyakarta, Djarot Sumartono dan Bupati Bantul Drs. H.M. Idham Samawi, sasaran jangka panjang yang akan dicpai dari program Desa Kita di Dusun Manding adalah:

[54] Wawancara dengan Bapak Yayat tanggal 14 Juni 2009

digilib.mercubuana.ac.id

1. Terjadinya perubahan perilaku warga Dusun Manding yang mengarah pada pulihnya keinginan untuk aktif kembali berproduksi dan kemandirian usaha.
2. Terciptanya pemahaman akan pentingnya pendidikan bagi anak-anak dalam upaya menyongsong hari depan yang lebih baik.
3. Terciptanya pemahaman warga Dusun Manding akan perlunya menjaga kebersihan dan kesehatan diri serta lingkungan.

Terkait dengan itu, berakhirnya Program Desa Kita di Dusun Manding bukan berarti bahwa upaya pencapaian sasaran program jangka panjang tersebut terhenti, namun masyarakat dusun dan Pemerintah Daerah perlu bersama-sama menjaga dan memelihara kesinambungan program. Dalam konteks tersebut, dalam kegiatan lokakarya yang diselenggarakan pada tanggal 14-15 November 2008, Disepakati hal-hal antara lain sebagai berikut:

1. Masyarakat menyadari pentingnya melestarikan dan mengembangkan hasil-hasil pengembangan Program Desa Kita. Hal ini dapat ditangkap dari aspirasi masyarakat atas permaslahan yang menjadi kepedulian bersama serta kemauan untuk mengatasi permasalahan tersebut guna mewujudkan kelestarian dan pengembangan hasil Program Desa Kita.
2. Untuk merealisasikan hal-hal yang menjadi *Pending Matters* yang teridentifikasi pada kegiatan lokakarya, dibentuk tim pengelola Desa Kita. Tim tersebut bertugas melestarikan dan mengembangkan lebih lanjut hasil-hasil pengembangan dengan mengelola dan mencari solusi atas permasalahan-permaslahan yang menjadi *pending matters* tersebut.

Sementara itu, melengkapi program *phasing out* yang dilaksanakan, pada tanggal 20 Desember 2008, diselenggarakan acara serah Terima Program Desa Kita yang dilakukan di Taman Parkir Dusun Manding. Dalam kesempatan tersebut

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Wakil Bupati Bantul menyatakan bahwa berkat sentuhan Bank Indonesia, saat ini Bantul telah menjadi sentra industri kulit yang banyak diminati oleh wisatawan yang berkunjug ke Bantul. Bahkan Pemerintah Kabupaten Bantul telah menetapkan Dusun Manding sebagai salah satu titik utama tujuan wisata belanja selain Pasar Seni Gabusan dan Pusat Pengembangan Budaya Jawa – Tembi yang dikenal dengan istilah GMT (Gabusan - Manding - Tembi).

> "kami masyarakat Dusun Manding sangat berterima kasih dengan adanya bantuan dari Bank Indonesia, setelah gempa menimpa Yogyakarta kami sangat terkena imbasnya, harta benda kami habis, kami juga kehilangan saudara-saudara, bagaimana kami dengan cepat bisa bangkit lagi untuk usaha kalau tidak ada dana, Alhamdulillah Bank Indonesia datang memberikan bantuan sehingga kami sangat terbantu dan bergairah untuk bangkit kembali, terima kasih BI"[55]

4.3.4 Administrasi *(Administration)*

Seluruh program kegiatan dari awal hingga akhir harus ditatausahakan dengan baik. Semua dokumen yang masuk ataupun keluar dari dan keBank Indonesia harus dicatat dengan jelas, ditujukan kepada siapa dan bagaimana tindaklanjutnya. Implementasi program mengikuti road map yang telah disusun oleh Bank Indonesia dan disepakati oleh Masyarakat Desa. Perubahan atas road map dapat dilakukan oleh Bank Indonesia dan dikomunikasikan kepada penduduk desa oleh wakil dari desa yang duduk dalam tim.

4.3.4.1 Networking dan Komunikasi

a. Program dilaksanakan dalam bentuk sinergi antara Bank Indonesia, Pemda dan penduduk desa.

[55] Wawancara dengan Bapak Andriyanto tanggal 18 Juli 2009

UNIVERSITAS MERCU BUANA

b. Setiap proses tahapan implementasi wajib didokumentasikan dalam bentuk tertulis dan visual dan dikomunikasikan kepada masyarakat luas melalui media massa dan kepada intern melalui media intern.

4.3.5 Produksi *(Production)*

4.3.5.1 Publikasi dan Komunikasi

Program Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) merupakan realisasi dari tanggung jawab sosial Bank Indonesia kepada masyarakat.

> "Program BSR dilakukan murni sebagai tanggung jawab sosial BI kepada lingkungannya, kalaupun apa yang kita sudah lakukan membawa citra yang bagus kepada BI akan baik, tetapi kalaupun tidak ada, kita tidak terlalu jauh memikirkan"[56].

Publikasi yang dilakukan oleh Biro Humas berkaitan dengan Program Desa Kita dilakukan melalui penulisan artikel di website BI, Intranet BI, Buku Laporan BSR.

> "jadi publikasi yang kita lakukan disini hanya untuk share informasi, pertanggungjawaban kegiatan kepada masyarakat atau dijadikan Benchmark oleh perusahaan atau instansi lain"[57]

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Kegiatan CSR Bank Indonesia (BSR) adalah murni kegiatan sebagai tanggung jawab sosial lembaga kepada lingkungan sekitar tanpa adanya unsur penjualan/promosi barang ataupun jasa, karena BI adalah lembaga negara yang menjual barang ataupun jasa, tetapi seperti diketahui bahwa kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan tujuan utamanya selain promosi adalah untuk mengangkat citra dari perusahaan tersebut. Hal itu karena kegiatan CSR berkaitan erat dengan pembentukan citra baik perusahaan profit ataupun nonprofit. Sebagaimana dengan Bank Indonesia, citra Bank Indonesia sebagai lembaga

[56] Ibid
[57] Ibid

digilib.mercubuana.ac.id

negara sangat dibutuhkan terlepas apakah Bank Indonesia sedang menjadi sorotan masyarakat atau tidak.

> **"**Beruntung Bank Indonesia masih dimungkinkan untuk memiliki dan menjalankan berbagai kegiatan yang bisa menyentuh secara langsung kehidupan masyarakat, tanpa harus melanggar tugas-tugas yang diamanatkan Undang-undang. Salah satu bentuk kegiatan tersebut, adalah pelaksanaan program *corporate social responsibility (CSR)*. Bagi lembaga publik seperti Bank Indonesia, program CSR seperti ini atau yang lebih dikenal sebagai program Bank Indonesia Social Responsibility (BSR), memiliki dimensi arti yang sangat luas. Selain untuk melengkapi proses pembentukan kredibilitas lembaga, BSR juga merupakan sarana untuk menunjukan kepekaan dan kepedulian terhadap kondisi masyarakat yang memang dalam kenyataannya sangat membutuhkan uluran tangan pihak-pihak yang memiliki kekuatan. [58]

4.3.6 Partisipasi Komunitas *(Community Participation)*

Banyak hal yang telah dilakukan Bank Indonesia untuk program Desa Kita di Desa Mekar Jaya maupun Dusun Manding, semuanya dapat dirasakan manfaatnya oleh masyarakat penerima program Desa Kita maupun oleh Pemda setempat. Hal ini bisa terjadi karena adanya partisipasi aktif serta komunikasi timbal balik dari Bank Indonesia, Pemda dan masyarakat setempat sehingga tujuan dari pelaksanaan BSR Program Desa Kita dapat terlaksana dengan baik.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

> "Kami berdiskusi dengan Pemda dan masyarakat sekitar mengenai bantuan yang menjadi prioritas utama. Masyarakat Desa Mekar Jaya meminta untuk di bangunkan Puskesmas dulu, karena Puskesmas yang ada kurang memadai, sehingga masyarakat Desa Mekarjaya lebih senang berobat ke Puskesmas di Desa lain[59]".

Setiap bantuan yang akan diberikan memang harus dikomunikasikan dengan pihak penerima supaya bantuan tersebut tepat sasarannya dan sesuai dengan peruntukannya.

> "Betul, ketika ditanya kami memang meminta dibangunkan Puskesmas dahulu karena Puskesmas itu sangat penting bagi kami. Puskesmas yang ada adalah rumahnya Bidan dan itupun berpindah-pindah karena

[58] Sekapur Sirih Gubernur Bank Indonesia – Burhanuddin Abdullah Juli 2007 dalam Buku Laporan BSR 2006
[59] Wawancara dengan Ibu Naniek Sekarningsih Biro Humas BI tanggal 4 Mei 2009

digilib.mercubuana.ac.id

> rumahnya masih mengontrak, jadi kalau Bu Bidan pindah kontrakan puskesmasnya ikut pindah juga[60].

> "Keberadaan Puskesmas yang dibangunkan Bank Indonesia lengkap dengan alat-alat ksehatan yang lengkap dan obat-obatan sangat membantu bagi warga disini, tidak hanya untuk warga sini saja tetapi juga diluar desa bahkan diluar kecamatan Cimahi"[61].

Kebutuhan bantuan terutama pembangunan fisik dari tiap desa yang dijadikan program Desa Kita tidak sama, hal ini tergantung dari tingkat kebutuhannya. Demikian juga dengan Program Desa Kita di Desa Mekar Jaya dan Dusun Manding, masing-masing pembangunan fisik dan non fisik berbeda walaupun semuanya sudah mencakup 4 aspek dari tujuan program BSR Desa Kita tersebut. Desa Mekar Jaya membutuhkan Puskesmas untuk dibangunkan terlebih dahulu karena Puskesmas yang ada kurang memadai, sementara di dusun Manding mereka membutuhkan dibangunkan Gapura "Tugu Selamat Datang" karena mengingat Manding adalah sentra industri kerajinan kulit, sehingga dengan adanya gapura sangat membantu wisatawan untuk datang mengungjungi desa Manding.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Pada tahap awal pemberian bantuan, masyarakat Dusun Manding memang minta dibangunkan gapura, pembangunan gapura yang kami lakukan tidak lepas dari kontribusi masyarakat dusun Manding, mereka dengan antusias membantu proses pembangunannya mulai dari tenaga, lahan, pikiran dan biaya listrik.

> "Kami sangat senang ketika mendengar bahwa Desa kami mau mendapat bantuan dari Bank Indonesia, ketika kami diajak berembuk mengenai apa bantuan yang sangat diperlukan saat ini, kami minta dibangunkan gapura, semula Bapak-bapak dari BI bingung kenapa harus gapura tidak yang lainnya dulu, kami minta dibangunkan gapura karena dengan adanya gapura wisatawan akan mengenal dusun Manding karena ada penandanya[62]".

---

[60] Wawancara dengan Bapak Yayat tanggal 14 Juni 2009
[61] Ibid
[62] Wawancara dengan Bapak Andriyanto tanggal 18 Juli 2009

digilib.mercubuana.ac.id

4.3.6.1 Manfaat Program Desa Kita dari Beberapa Aspek

Desa Mekar Jaya

a. Aspek Pendidikan

1. Rata-rata jumlah buku yang diakses/dipinjam adalah sebanyak 2.252 buah buku dalam sebulan
2. Tersedianya Perpustakaan Desa
3. Minat masyarakat yang tinggi terhadap perpustakaan maupun buku-buku yang ada
4. Penambahan ruang kelas, sarana belajar, MCK yang lebih memadai, pagar sekolah, dan sarana olahraga di SDN Mekar Jaya
5. Tersedianya kegiatan pengembangan diri berupa kegiatan ekstra kurikuler Wartawan Cilik dan Pustakawan Cilik.

b. Aspek Perekonomian

1. Kemampuan produksi sebanyak 14 jenis kue yang siap dijual
2. Berhasil memenuhi permintaan lebih dari 700 toples kue kering pada tahap awal produksi
3. Ketrampilan membuat kue kering yang dapat menghasilkan nilai bagi konsumen
4. Meningkatnya kreativitas ibu-ibu dengan terus-menerus mengembangkan varian produk
5. Terbentuknya kepengurusan Lembaga Keuangan Mikro yang dibekali dengan pengetahuan dan ketrampilan menjalankan LKM
6. Tersedianya kantor LKM
7. Tersedia tempat produksi, alat-alat produksi, pemasaran dan gedung Showroom.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

c. Aspek Kesehatan

1. Pemanfaatan keberadaan Puskesmas Pembantu secara optimal oleh masyarakat
2. Menunjukkan minat masyarakat yang tinggi terhadap pelayanan kesehatan di Puskesmas Pembantu
3. Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat mengenai pentingnya memelihara kesehatan
4. Peningkatan jumlah tenaga kesehatan
5. Tersedianya puskesmas pembantu
6. Peningkatan frekuensi pelayanan yaitu dari hanya 2 hari dalam satu minggu menjadi setiap hari atau 6 hari dalam seminggu.

d. Aspek Lingkungan

Tersedianya MCK di masing-masing rumah tinggal setiap keluarga.

Dusun Manding

a. Aspek Pendidikan

1. Motivasi bagi siswa untuk lebih berprestasi
2. Peningkatan ketrampilan masyarakat dengan adanya berbagai pelatihan

b. Aspek Perekonomian

1. Meningkatnya jumlah pengunjung
2. Meningkatnya jumlah omset pemilik toko
3. Meningkatnya pendapatan
4. Kelancaran transaksi keuangan dengan keberadaan ATM

c. Aspek Kesehatan

1. Peningkatan layanan kesehatan dengan keberadaan UKK

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

2. Masyarakat dapat mendapatkan pengobatan murah ditempat yang relatif dekat.

d. Aspek Lingkungan

1. Lancarnya saluran pembuangan air hujan dengan adanya pembangunan drainase
2. Kebersihan lingkungan dengan adanya bak sampah umum
3. Parkir lebih teratur dengan keberadaan taman parkir
4. Kenyamanan pengunjung dengan adanya toilet umum

4.3.6.2 Pembangunan Fisik dan Non Fisik

Desa Mekar Jaya

Pembangunan Fisik

a. Aspek Pendidikan

1. Pembangunan perpustakaan desa
2. Perbaikan toilet sekolah
3. Pembuatan pagar sekolah
4. Pembangunan ruang kelas baru SDN Mekar Jaya
5. Pembangunan sarana olah raga SDN Mekar Jaya

b. Aspek Ekonomi

1. Renovasi Balai Desa
2. Pembuatan tempat produksi kue kering
3. Pengadaan peralatan usaha kue kering
4. Pembangunan Showroom
5. Pembangunan gedung kantor LKM
6. Pengadaan inventaris gedung showroom dan kantor LKM

UNIVERSITAS MERCU BUANA

c. Aspek Kesehatan

1. Renovasi puskesmas pembantu
2. Pembangunan ruang rawat inap

d. Aspek Lingkungan

1. Penanaman 1000 pohon jati dan mahoni
2. Pembangunan rumah pembagi air
3. Pembangunan beberapa MCK umum
4. Pemindahan dan renovasi tempat wudhu dan toilet masjid Desa Mekar Jaya.

Pembangunan Non Fisik

a. Aspek Pendidikan

1. Kegiatan Wartawan Cilik dan Pustakawan Cilik
2. Pelatihan Warcil dan Puscil
3. Pembuatan majalah Gabres
4. Study Banding siswa ke Yakarta
5. Pembuatan sistem perpustakaan
6. Pembentukan kepengurusan perpustakaan
7. Pengoperasian perpustakaan desa
8. Keikutsertaan pengurus perpustakaan desa pada Jambore Perpustakaan Nasional di Cibubur
9. Pelatian keterampilan komputer dan bahasa Inggris
10. Pengenalan kebanksentralan
11. Perlatihan Lanjutan Pustakawan Cilik
12. Workshop Pengurus Gabres: Proses Finishing Pembuatan Majalah

UNIVERSITAS MERCU BUANA

b. Aspek Perekomonian

1. Persiapan pembentukan LKM
2. Pelatihan penguatan kelompok usaha
3. Pembentukan kelembagaan LKM
4. Penghimpunan dana LKM
5. Lomba membuat kue kering
6. Workshop kreasi kue kering bersama Natural Cooking Club
7. Lomba usaha kue kering
8. Pembentukan kelembagaan usaha kue kering
9. Keikutsertakan produksi kue kering dalam Pameran HUT BI
10. Keikutsertakan produksi kue kering dalam Pameran Hari Jadi Kabupaten Kuningan
11. Produksi perdana kue kering sekaligus untuk memenuhi kebutuhan Hari Raya Idul Fitri
12. Pendampingan usaha
13. Pelatihan pengurus LKM mengenai "Analisis Kelayakan Kredit Usaha Mikro"
14. Pemberian insentif kepada pengurus LKM dalam rangka pengembangan keorganisasian LKM
15. Workshop Evaluasi Kue Kering difasilitas oleh Natural Cooking Club
16. Pelatihan Pembuatan Produk Kerajinan Tangan

c. Aspek Kesehatan

1. Sunatan Massal
2. Pengobatan Gratis

UNIVERSITAS MERCU BUANA

3. Penyuluhan kesehatan tentang pencegahan dan pemberantasan penyakit menular
4. Upaya peningkatan gizi melalui program pemberian makanan per triwulan Rp 5000 per hari dalam bentuk makanan siap saji yang diberikan kepada 4 anak balita
5. Pembagian sembako dalam rangka perayaan Hari Raya idul Fitri
6. Terbentuknya Forum Peduli Sehat
7. Penyuluhan kesehatan mengenai penyakit menular HIV/AIDS

d. Aspek Lingkungan

1. Penelitian dan survei kelayakan lahan tidur bekerjasama dengan Universitas Kuningan
2. Kegiatan Teater Barang Bekas

Dusun Manding

Pembangunan Fisik

1. Pembangunan Gapura
2. Tempat Parkir
3. Gedung Unit Kesehatan Kerja
4. Pengadaan bak sampah untuk umum
5. Pemasangan baliho dan petunjuk arah
6. Pembuatan drainase/gorong-gorong

Pembangunan Non Fisik

1. Mengikutsertakan para perajin pada pameran-pameran
2. Pelatihan tata cara ekspor
3. Pelatihan desain alas kaki (sandal, sepatu) dan jaket
4. Pelatihan Bahasa Inggris dan komputer

UNIVERSITAS MERCU BUANA

5. Pelatihan Kader Pengelola UKK untuk ibu-ibu (in progress)
6. Pelatihan manajemen usaha untuk pengusaha (in progress)

4.3.7 Nasihat *(Advisory)*

Seluruh perencanaan program kegiatan Desa Kita disusun berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan dilapangan. Dengan data baseline yang diperoleh akan terlihat kondisi desa secara menyeluruh, sehingga memudahkan Tim Humas BI untuk menyusun strategi serta rencana pengembangan lebih lanjut.

" Setelah kita mendapatkan data-data berdasarkan survey atau kajian yang dilakukan, untuk Program Desa Kita, kami menyelenggarakan Forum Group Dicussion (FGD) dengan masyarakat dan pihak-pihak terkait" [63]

Kegiatan BSR Program Desa Kita bukanlah sebuah kegiatan yang mudah dan bisa ditangani oleh beberapa orang, tetapi kegiatan ini adalah sebuah kegiatan besar dan harus melibatkan banyak pihak. Tujuan dari Program BSR Desa Kita bisa tercapai dengan adanya koordinasi yang solid dari berbagai pihak. Koordinasi tidak hanya dilakukan dengan pihak diluar Bank Indonesia saja tetapi dari intern juga harus punya satu kesepakatan.

"Pada saat pertemuan atau rapat membahas program Desa Kita sumbang saran atau ide sangat dibutuhkan baik antar pegawai ataupun usulan ke Direktur untuk menyamakan pendapat[64]".

KAnggaran atau biaya merupakan suatu hal yang harus diperhitungkan secara matang, karena anggaran sangat sensitif dan menyangkut banyak pihak. Penggunaan anggaran harus diteliti dan diawasi secara mendetail supaya penyimpangan penggunaan anggaran tidak terjadi. Dalam melakukan kegiatan terutama Program Desa Kita tentunya membutuhkan anggaran yang tidak sedikit.

[63] Wawancara dengan Ibu Naniek Sekarningsih Biro Humas BI tanggal 4 Mei 2009
[64] Ibid

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

> "Ya, setiap anggaran/biaya yang kita keluarkan harus sesuai dengan planning atau rencana yang telah ditentukan karena kita menyusun anggaran dilakukan pada awal tahun sebelum kegiatan dilakukan"[65]

4.3 Pembahasan Masalah

Dari data-data yang didapatkan oleh peneliti melalui wawancara *key informan* terdapat beberapa kesamaan pelaksanaan fungsi Hubungan Masyarakat pada Bank Indonesia dengan teori fungsi hubungan masyarakat yang dikemukakan oleh Rusadi Ruslan. Peneliti akan membahasnya dengan berdasarkan pada teori dari Rusadi Ruslan sebagai berikut :

4.4.1 Penelitian

Penetapan lokasi atau proses seleksi desa dilakukan sesuai dengan kriteria yang disepakati oleh Bank Indonesia, PEMDA terkait maupun masyarakat. Penetapan kriteria pemilihan desa penting dilakukan agar tujuan dari pelaksanaan BSR dalam pemberdayaan masyarakat akan tercapai. Tim Biro Humas melakukan kunjungan lapangan atau melakukan survey langsung untuk mengetahui kondisi social ekonomi masyarakat di desa tujuan, antara lain untuk mengetahui jumlah Keluarga miskin yang ada di desa tersebut.

Dengan data Baseline Study yang dibuat dan diperoleh hasilnya sangat membantu Tim Humas dalam mengidentifikasikan kebutuhan masyarakat yang paling utama. Dengan demikian akan terlihat jelas apa yang lebih dibutuhkan masyarakat baik pembangunan fisik maupun non fisik. Penelitian yang dilakukan oleh Tim Humas dalam menentukan sebuah desa terpilih menjadi program Desa Kita, menurut peneliti sudah sangat sesuai karena dilakukan secara detail. Mereka terjun langsung kedaerah yang sudah ditetapkan atau masuk dalam criteria, kemudian berdasarkan criteria yang sudah dibuat mereka menentukan desa mana yang terpilih untuk menjadi program Desa Kita.

[65] Ibid

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

4.4.2 Perencanaan

Program Desa Kita yang dilaksanakan oleh Bank Indonesia sebagai pilot project dan telah memasuki tahap akhir atau Phasing Out adalah 2 desa yaitu Desa Mekar Jaya, di Kuningan Jawa Barat dan Dusun Manding, di Bantul Daerah Istimewa Yogyakarta tentunya menelan biaya atau anggaran yang tidak sedikit. Hal ini dikarenakan pembangunan yang dilakukan oleh Bank Indonesia yang tentunya bekerja sama dengan PEMDA setempat meliputi seluruh aspek seperti yang menjadi tujuan dari Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) terprogram yaitu meliputi aspek pendidikan, perekononian, kesehatan dan lingkungan. Program Desa Kita sendiri berlangsung selama 2 tahun dengan tahapan-tahapan pembangunan yang dilakukan.

Tahap perencanaan program Desa Kita pada masing-masing desa penerima program Desa Kita telah disusun dengan cermat berdasarkan fakta yang didapat dilapangan dan tentunya telah disesuaikan dengan biaya atau anggaran yang telah disetujui oleh dikeluarkan. Dengan demikian Tim Humas BI telah berhasil menjalankan fungsinya, hal ini telah sesuai dengan teori dari fungsi Public Relations dari Rusadi Ruslan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

4.4.3 Pengkoordinasian

Setiap ada sebuah kegiatan atau event koordinasi antar tim atau pihak-pihak yang terkait demi kelancaran dan keberhasilan kegiatan tersebut. Demikian pula dengan Program Desa Kita, Tim Humas BI bekerjasama atau melakukan koordinasi dengan pihak Pemda dan masyarakat sekitar. Koordinasi sangat penting dilakukan untuk menyamakan pendapat, sehingga program kegiatan yang akan dilakukan dapat berjalan dengan baik dan kalaupun ada perbedaan pendapat dapat diselesaikan dengan cara musyarawarah yang melibatkan kedua belah pihak. Pada dasarnya koordinasi antara Bank Indonesia dengan Pemda ataupun masyarakat sekitar pada saat pelaksanaan Program Desa Kita antara desa

digilib.mercubuana.ac.id

yang satu dengan desa yang lain sama, tetapi tentunya ada perbedaan karena setiap desa mempunyai keunikan atau kekhasan sendiri yang berbeda dengan desa yang lainnya. Koordinasi yang dilakukan Tim Humas BI dengan Pemda dan Masyarakat desa Mekar Jaya tentunya ada perbedaan dengan koordinasi yang dilakukan dengan Pemda dan masyarakat Dusun Manding. Demikian pula dengan bagian-bagian pembangunan baik fisik maupun non fisik akan tidak sama, tergantung situasinya. Sebagai contoh untuk pembangunan fisik di Dusun Manding minta dibangunkan Gapura Selamat Datang, sedangkan di desa Mekar Jaya tidak perlu dibangun Gapura.

Pelaksanaan BSR terprogram untuk Program Desa Kita sebenarnya tidak ada kendala yang signifikan atau serius. Pada dasarnya masyarakat atau Pemda setempat sangat mendukung dalam pelaksanaan Program Desa Kita karena Desa mereka dibangun secara fisik dan dapat dirasakan manfaatnya. Masalah yang mungkin akan timbul adalah pada saat berakhirnya Program Desa Kita, dimana pihak Pemda akan mengambil alih pengelolaan Desa Kita tanpa campur tangan dari Bank Indonesia lagi. Disini perlu dilakukan koordinasi yang benar-benar solid antara Bank Indonesia dengan Pemda untuk memberikan pengertian dan penjelasan kepada masyarakat bahwa Program Desa Kita akan berakhir, tetapi jangan sampai apa yang sudah diberikan Bank Indonesia untuk masyarakat tidak dilanjutkan. Masyarakat harus bisa mandiri untuk memperbaiki taraf hidupnya dengan bekal yang sudah didapat selama ada pelatihan-pelatihan dari Bank Indonesia. Pelaksanan Program Desa Kita di rencanakan 2 s.d 4 tahun, tetapi pada pelaksanaannya 2 tahun sudah diserahterimakan kepada pihak Pemda dalam pengelolaannya. Menurut peneliti itu terlalu cepat karena pembangunan yang dilakukan meliputi pembangunan fisik dan non fisik dan dilakukan secara bertahap, tentunya dibutuhkan waktu yang cukup lama. Sehingga pendampingan yang dibutuhkan menurut penulis seharusnya 3 tahun, sehingga hasil yang dicapai dan lebih maksimal.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

4.4.4 Administrasi

Semua jenis kegiatan CSR dari awal perencanaan sampai dengan evaluasi ditatausahakan dengan baik oleh tim Humas BI. Semua tahapan kegiatan dilaporkan dan bentuk catatan/laporan kegiatan.

a. Perencanaan

Tahapan perencanaan program kegiatan BSR terutama program Desa Kita bisa dilakukan setelah dilakukan survey langsung ke lokasi, dikaji lebih lanjut dan dilaporkan kepada pimpinan, setelah disetujui kemudian disusun anggaran untuk mendapatkan persetujuannya.

b. Pelaksanaan

Pada saat pelaksanaan kegiatan program Desa Kita, Tim Humas BI berkoordinasi dengan Pemda setempat melakukan pemantauan dan mencatat proggres atau perkembangan dari pelaksanaan program tersebut serta melaporkan kepada pimpinan.

c. Evaluasi

- Dilakukan evaluasi yang dilaporkan secara tertulis setiap 3 bulan
- Evaluasi tahunan bertujuan untuk pengukuran perilaku (sesuai dengan target yang telah ditetapkan) yang dilakukan melalui survey
- Setelah program selesai diimplementasikan secara keseluruhan, BI tetap melakukan pemantauan sustainability program setiap 3 bulan sekali selama 1 tahun.

d. Dokumentasi

Dokumentasi sangat penting dilakukan sebagai bukti nyata pelaksanaan kegiatan tersebut. Program Desa Kita dalam pelaksanaannya secara bertahap, jadi dokumentasi sangat penting dilakukan untuk memantau setiap perubahan yang sudah dilaksanakan.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

e. Sistem pengarsipan dan pencatatan

Sistem pengarsipan dan pencatatan adalah suatu kewajiban yang harus dilakukan, karena hal tersebut berkaitan dengan anggaran/biaya yang dikeluarkan yang harus dilaporkan dan dipertanggungjawabkan. Semua kegiatan harus diadministrasikan dengan baik.

4.4.5 Produksi

Fungsi Public Relations menurut Rusadi Ruslan selanjutnya adalah berfungsi melaksanakan produksi yaitu bentuk publikasi dan promosi yang dikelola oleh Humas, dalam upaya mendukung perluasan/pemasaran produk atau nama dan pengaruh pada sebuah organisasi dan lain sebagainya. Hal ini sangat berbeda dengan apa yang dilakukan oleh Tim Humas BI dalam program Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) terutama untuk program Desa Kita. Bank Indonesia adalah sebuah Lembaga Pemerintah yang independen yang dalam tugas dan pekerjaannya tidak menghasilkan produk berupa barang maupun jasa. Bank Indonesia bertugas untuk menjaga kestabilitas moneter negara. Jadi program BSR yang dilakukan oleh Bank Indonesia baik yang Insidentil maupun Terprogram adalah murni sebagai tanggung jawab sosial BI kepada lingkungannya. Tidak ada unsur promosi karena memang tidak ada yang perlu dipromosikan.

Bentuk publikasi mengenai Program BSR cukup dilakukan melalui penulisan artikel di website BI, Intranet BI, Buku Laporan BSR, majalah Internal BI (Kompak, Kita dan Nuansa). Walaupun tidak menutup kemungkinan bahwa program BSR yang dilakukan Bank Indonesia diliput oleh media swasta lain, tentunya hal ini akan membawa citra Bank Indonesia dimasyarakat menjadi bagus.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

4.4.6 Partisipasi Komunitas

Program Desa Kita dilaksanakan dalam bentuk sinergi antara Bank Indonesia, Pemda dan penduduk desa penerima program Desa Kita. Disini diharuskan peran aktif Tim Humas untuk menjalin komunikasi timbal balik dengan pihak Pemda ataupun masyarakat sehingga tujuan dari pelaksanaan program Desa Kita tercapai. Untuk Setiap proses tahapan implementasi wajib didokumentasikan dalam bentuk tertulis dan visual dan dikomunikasikan kepada masyarakat luas melalui media massa dan kepada intern melalui media intern. Dari apa yang peneliti peroleh dari hasil wawancara maupun korespondensi dapat disimpulkan bahwa apa yang sudah dilakukan oleh Tim Humas BI dalam melakukan komunikasi timbal balik sudah sangat baik, hal ini terbukti dari suksesnya program Desa Kita yang sudah memasuki masa akhir atau *Phasing Out* yaitu desa Mekar Jaya di Kuningan dan Dusun Manding di Bantul.

4.4.7 Nasihat

Fungsi Public Relations adalah pemberian nasihat. Pemberian nasihat dilakukan dalam rangka memberikan sumbang saran kepada pimpinan. Ketika Tim Humas BI merumuskan sebuah gagasan kegiatan BSR, diadakan rapat atau pertemuan dengan pimpinan karena program kerja yang dilakukan harus mendapat persetujuan dari Direktur PSHM. Di dalam forum tersebut, diharapkan partisipasi seluruh peserta rapat untuk menyumbangkan saran, ide, untuk menghasilkan sebuah keputusan yang baik.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

1. Bank Indonesia Social Responsibility (BSR) adalah kegiatan pemberian bantuan dan partisipasi kepada stakeholders eksternal yang dimaksudkan untuk menunjukkan kepekaan, kepedulian dan tanggung jawab social Bank Indonesia terhadap permasalahan di masyarakat tanpa adanya unsur pencitraan atau jejaring.
2. Jenis bantuan Program BSR yang diberikan berupa :
   a. Bantuan Insidentil yaitu program BSR yang bersifat pemberian bantuan putus, bersifat jangka pendek, dan cakupan aspek yang terbatas. Yang dimaksud dengan pemberian terputus adalah setelah pemberian itu diberikan, Bank Indonesia tidak terlibat lebih lanjut dalam program yang dibantu tersebut.
   b. Bantuan Terprogram yaitu program BSR yang berrsifat berkelanjutan, adanya keterlibatan BI secara aktif dalam perencanaan dan pelaksanaan kegiatannya bersifat jangka panjang, dan cakupan aspek yang lebih luas. Semua kegiatan tersebut dapat dilakukan baik dikantor pusat maupun didaerah.
3. Program Desa Kita dalam pemberian bantuan terfokus pada aspek Pendidikan, kesehatan, perekonomian dan lingkungan dengan tujuan untuk membina desa yang masih sangat terbatas dalam aspek fisik dan non fisik namun memiliki potensi pengembangan guna mencapai standar kapasitas untuk menjadi desa yang mampu mengembangkan diri sendiri (mandiri).
4. Dalam pelaksanaan Program Desa Kita, Bank Indonesia bekerja sama dengan Pemerintah Daerah dan masyarakat setempat untuk mewujudkan program yang ingin dicapai.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

5. Program Desa Kita di Desa Mekar Jaya, Kabupaten Kuningan Provinsi Jawa Barat dan Dusun Manding, Kabupaten Bantul Provinsi Daerah Istimewa Jogjakarta telah memasuki tahap akhir atau *phasing out* untuk pengelolaan selanjutnya diserahkan kepada Pemda, masyarakat dihimbau untuk melanjutkan kegiatan yang selama ini di dapat dari Bank Indonesia dan tidak tergantung lagi dengan Bank Indonesia.

5.2 Saran

1. Dalam penelitian untuk pemilihan Desa sebagai penerima Program Desa Kita Biro Hubungan Masyarakat sebaiknya memilih desa yang benar-benar tertinggal atau desa tertinggal yang sangat membutuhkan bantuan.
2. BSR Program Desa Kita membutuhkan biaya atau anggaran yang tidak sedikit, dalam penggunaannya harus diseleksi dan dipertimbangkan dalam pembangunan fisik atau non fisik yang manfaatnya sangat dibutuhkan masyarakat.
3. Tahap akhir Phasing Out Program Desa Kita sebaiknya jangan begitu saja diserahkan kepada Pemerintah Daerah dalam waktu 2 tahun karena waktunya dirasakan terlalu singkat, begitu juga dengan monitoring sebaiknya lebih lama.
4. Program CSR yang dilakukan Bank Indonesia adalah murni sebagai tanggung jawab sosial kepada lingkungan, diharapkan perusahaan-perusahaan lainnya dalam melakukan CSR juga murni sebagai tanggung jawab sosial bukan sebagai ajang promosi terselubung.
5. Program CSR yang dilakukan Bank Indonesia tidak memerlukan publikasi keluar, cukup internal Bank Indonesia saja tetapi tidak ada salahnya pada saat peluncuran atau pelaksanaan mengundang media luar untuk peliputan dengan tujuan bahwa kegiatan CSR tersebut bisa ditiru atau dijadikan bench mark lembaga-lembaga pemerintah lainnya/lembaga non profit untuk turut serta melakukan kegiatan CSR.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

DAFTAR PUSTAKA

Anggoro, Linggar M Teori & Profesi Kehumasan; Serta aplikasinya di Indonesia Jakarta: Sinar Grafika Offset 2005

Budi Untung, Hendrik, Corporate Sosial Responsibility

Buku Laporan Bank Indonesia Social Responsibility 2006

Buku Laporan Bank Indonesia Social Responsibility 2007

Buku Laporan Bank Indonesia Social Responsibility 2008

Burhann Bungin, Metodologi Penelitian Kualitatif, Jakarta: PT Rajagrafindo Persada, 2001

Cholid Narbuko, H. Abu Rachmadi, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: Bumi Aksara, 2005,

Fisher, B. Aubrey, Penyunting Drs. Jalaluddin Rakhmat, Teori-teori Komunikasi, CV Remadja Karya, Bandung 1986

Hamidi, Metode Penelitian Kualitatif, Penerbit UMM Press-Malang 2004

Investor Daily 24 Juli 2007 Penulis Teddy Lesmana

Jefkins, Frank, Essential of Public Relations: Profesional Improvement Series, Printed by Heineman Asia, Singapore, 1988

John Lofland, Lyn H. Lofland, *Analysing Social Settings: A Guide to Qualitative Obervations and Analysis*, 1984

2Jurnal Indonesia, 4 Mei 2007 Penulis Bambang Ismawan

M.B, Miles dan Huberman, *Analisis Data Kualitatif*, Jakarta : UI Press, 1992

Mulyana, Deddy, Ilmu Komunikasi: Suatu pengantar, PT. Remaja Rosdakarya Bandung, 2004

Moleong, J. Lexy Metodologi Penelitian Kualitatif, Penerbit PT. Remaja Rosdakarya – Bandung ,2000

Moore, Frazier, Humas membangun Citra dengan Komunikasi, PT. Remaja Rosdakarya Bandung, 2004, hal 6

Oliver, Sandra *Strategi Public Relations*, Terj. Erlangga: PT Gelora Aksara Pratama, 2005

Pedoman Kerja Program Desa Kita Bank Indonesia, Direktorat Perencanaan Strategis dan Hubungan Masayarakat 2007

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Riswandi, Definisi Komunikasi dan Tingkatan Proses Komunikasi, Kapita Selekta Komunikasi, Kuliah 1

Rumanti, Maria Assumpta OSF, Dasar-dasar Public Relations: Teori dan Praktik, PT. Gramedia Widiasarana Indonesia, Jakarta, 2002

Ruslan, Rosady, Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi, PT RajaGrafindo Persada, Jakarta, 2005

Ruslan, Rosady, Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta 1999

Surakhmad, Winarno, Pengantar Penelitian Ilmiah: Dasar, Metode dan Teknik, edisi ketujuh, Penerbit Tarsito, Bandung 1980

Uchyana, Onong Effendy, Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, CV Remadja Karya, Bandung 1984

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas

Warta Pertamina. 2004. CSR sebagai Strategi Bisnis. Dokumen http://www.pertamina.com/, Juli 2004.

Widjaya, Gunawan dan Yeremia Ardi Pratama, Resiko Hukum dan Bisnis Perusahaan tanpa CSR, Forum Sahabat, Jakarta Desember 2008

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Wawancara dengan Biro Humas Bank Indonesia, Ibu Naniek Sekarningsih
tanggal 4 Mei 2009

1. Dalam menentukan sebuah program kegiatan CSR, hal-hal apa saja yang dijadikan dasar pertimbangannya?

   Jawaban : Program kegiatan CSR Bank Indonesia (BSR) dilatarbelakangi kepedulian dan tanggung sosial Bank Indonesia baik di Kantor Pusat maupun di KBI.

2. Cara-cara apa saja yang dilakukan dalam melakukan penelitian?

   Jawaban : Penelitian yang dilakukan adalah dengan pendekatan secara umum yaitu survey langsung, searching di Internet, berdasarkan proposal yang masuk dilakukan survey langsung ke lokasi, mendapatkan informasi dari pihak lain, dengan menggunakan telepon.

3. Menggunakan jenis penelitian apa? Kualitatif atau kuantitatif?

   Jawaban : tergantung pendekatan yang dilakukan tetapi biasanya Tim Humas BI menggunakan metode penelitian kualitatif.

4. Bagaimana perencanaan program kegiatan CSR tersebut?

   Jawaban : Kegiatan disusun berdasarkan survey atau kajian yang dilakukan, untuk kegiatan BSR Terprogram khususnya program Desa Kita, kami menyelenggarakan Forum Group Discussion (FGD) dengan masyarakat atau pihak-pihak terkait disini Pemerintah Daerah.

5. Apakah program acara yang dilaksanakan harus sesuai dengan program kerja Humas?

   Jawaban : Ya, setiap anggaran/biaya yang kita keluarkan harus sesuai dengan planning atau rencana yang telah ditentukan karena kita menyusun anggaran pada awal tahun sebelum kegiatan dilakukan.

6. Dalam program CSR yang dilaksanakan tentunya melibatkan banyak pihak baik internal maupun eksternal, bagaimana cara Biro Humas menyamakan pendapat agar sejalan?

   Jawaban : Kami melakukan koordinasi terlebih dahulu baik dengan internal kami melalui rapat intern dengan pimpinan, dengan eksternal kita melakukan pertemuan dan melakukan musyawarah untuk merumuskan permasalahan yang terjadi.

   Koordinasi sangat penting dilakukan untuk menyamakan pendapat, sehingga program kegiatan yang akan dilakukan dapat berjalan dengan baik dan kalaupun ada perbedaan pendapat dapat diselesaikan dengan cara musyarawarah yang melibatkan kedua belah pihak.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

7. Bagaimana cara Humas dalam mensosialisasikan program CSR tersebut?

   Jawaban : untuk mensosialisasikan program tersebut kepada pihak intern Bank Indonesia melalui Website, Intranet, majalah internal BI karena seluruh pegawai belum tentu tahu kalau Bank Indonesia mempunyai Program BSR.

8. Bagaimana sistem pengadministrasian program tersebut?

   Jawaban : Dari awal pelaksanaan hingga akhir seluruh prosesnya dicatat dan diadministrasikan dengan baik sebagai bukti pelaksanaan dan semuanya dilaporkan kepada Pimpinan sebagai pertanggungjawaban.

9. Perlukah Humas melakukan publikasi atau promosi untuk program BSR tersebut?

   Jawaban : Kegiatan BSR dilakukan murni sebagai tanggung jawab social jadi kita tidak memerlukan publikasi atau promosi keluar BI.

10. Apakah terdapat kendala dalam pelaksanaan BSR tersebut?

    Jawaban : Pada dasarnya Program BSR Desa Kita tidak ada kendala yang signifikan, kendala yang dihadapi adalah pada saat tahap akhir/phasing out.

11. Bagaimana mengatasi kendala tersebut?

    Jawaban : Kita memberikan penjelasan kepada masyarakat bahwa Program Desa Kita ada pelengkap kegiatan Pemerintah Daerah dan diharapkan peran serta aktif masyarakat untuk menjaga dan meneruskan program Desa Kita selanjutnya dengan atau tanpa adanya campur tangan Bank Indonesia.

12. Apakah Humas perlu memberikan sumbang saran kepada pimpinan (Direktur PSHM) mengenai kebijakan terutama yang berkaitan dengan program BSR.

    Jawaban : ya, karena program kerja yang dilakukan harus mendapatkan persetujuan dari Direktur.

13. Apa yang menjadi dasar pertimbangan pemilihan Desa Mekarjaya sebagai sasaran Program BSR Desa Kita?

    Jawaban : Pemilihan Desa Mekar Jaya sebagai sasaran program BSR karena kami melihat Desa Mekar Jaya mempunyai potensi sumber daya alam yang cukup melimpah dan sumber daya manusia yang potensial, tanah pertanian didaerah tersebut subur dengan mayoritas mata pencaharian mereka sebagai petani sehingga disini kita memberikan bantuan atau melengkapi yang sudah ada, melakukan pembenahan serta memberikan pelatihan untuk lebih memberdayakan masyarakat tersebut.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

14. Untuk Dusun Manding apa yang menjadi dasar pertimbangannya?

    Jawaban : Dusun Manding merupakan sentra industri kulit di kota Yogyakarta, tetapi karena terkena musibah gempa bumi yang cukup parah pada tanggal 27 Mei 2006 roda perekonomian Yogyakarta sempat terganggu, demikian pula dengan Desa Manding, para perajin kulit disana menjadi lesu karena mereka kehilangan harta benda bahkan keluarganya. Melihat keadaan seperti itu, setelah melakukan survey dan koordinasi yang mendalam akhirnya kami memutuskan untuk memberikan bantuan Dusun Manding.

15. Bagaimana cara memberdayakan masyarakat desa terutama Ibu-ibu dan remaja putri untuk lebih produktif?

    Jawaban : Program Desa Kita bertujuan untuk lebih memberdayakan masyarakat dengan harapan lebih meningkatkan taraf hidup masyarakat, di Desa Mekarjaya kami bekerjasama dengan Natural Cooking Club (NCC) yaitu sebuah kelompok yang berpengalaman dalam membina usaha kue kering, di situ para Ibu-ibu dan remaja putri diajarkan bagaimana cara membuat kue, mengemasnya dan menjualnya kepasar sehingga dapat menambah penghasilan rumah tangga.

16. Apa yang menjadi prioritas utama pembangunan fisik untuk Desa Mekarjaya?

    Jawaban : Kami berdiskusi dengan Pemda dan masyarakat sekitar mengenai bantuan yang menjadi prioritas utama. Masyarakat Desa Mekar Jaya meminta untuk di bangunkan Puskesmas dulu, karena Puskesmas yang ada kurang memadai, sehingga masyarakat Desa Mekarjaya lebih senang berobat ke Puskesmas di Desa lain.

17. Tahap awal pemberian bantuan Dusun Manding apa?

    Jawaban : Pada tahap awal pemberian bantuan, masyarakat Dusun Manding memang minta dibangunkan gapura, pembangunan gapura yang kami lakukan tidak lepas dari kontribusi masyarakat dusun Manding, mereka dengan antusias membantu proses pembangunannya mulai dari tenaga, lahan, pikiran dan biaya listrik.

18. Apa yang dilakukan Bank Indonesia untuk mengontrol program Desa Kita tersebut (Bantuan fisik dan non fisik yang diberikan) ?

    Jawaban : Kami berkoordinasi dengan pihak Pemda masing-masing wilayah penerima Program Desa Kita dan mengadakan pertemuan dengan masyarakat setempat untuk menjelaskan bahwa bantuan yang diberikan Bank Indonesia adalah pelengkap program Pemda jadi diharapkan masyarakat mempunyai tanggung jawab untuk tetap menjaga kalau bantuan berupa pembangunan non fisik dan tetap melanjutkan atau menerapkan ilmu yang sudah diberikan oleh Bank Indonesia.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

19. Apakah Bank Indonesia terjun langsung dalam pemberian bantuan tersebut?

    Jawaban : kalau bantuan yang diberikan berupa pembangunan fisik tentunya kami bekerjasama dengan pihak kontraktor bangunan setelah adanya kesepakatan mengenai harga dan bentuk bangunan yang akan dibangun, tetapi pada pelaksanaan pembangunan kami terus memantau dan berkoordinasi supaya tidak terjadi penyimpangan baik didalam pembangunan maupun dari bahan bakunya.

20. Bagaimana dengan bantuan Non fisik?

    Jawaban : Demikian pula dengan bantuan non fisik seperti kursus pembuatan kue di Desa Mekarjaya dan kursus bahasa untuk Dusun Manding, kami bekerjasama dengan pihak penyedia jasa tersebut tetapi kami terjun langsung dengan melibatkan pegawai-pegawai Bank Indonesia.

21. Apa harapan Bank Indonesia kedepan untuk program Desa Kita ini?

    Jawaban : Bank Indonesia berharap mudah-mudahan bantuan yang telah kami berikan tidak hanya dijadikan monumen saja tetapi ada tanggung jawab dan rasa memiliki dari masyarakat untuk menjaga dan meneruskan program tersebut.

22. Apa ada rencana untuk memberikan bantuan ke daerah lain?

    Jawaban : Iya tentu, kami akan memberikan bantuan ke daerah-daerah lain yang disesuaikan dengan kondisi sekarang.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

Wawancara dengan perwakilan Desa Mekarjaya (tokoh masyarakat), Bapak Yayat tanggal 14 Juni 2009

1. Apakah Bapak tahu tentang Bank Indonesia?

   Jawaban : yang kami tahu tentang Bank Indonesia adalah Bank yang mencetak uang serta mengendalikan uang yang beredar.

2. Bagaimana tanggapan Bapak mengenai Program BSR Bank Indonesia?

   Jawaban : Saya sangat mendukung program tersebut karena Desa kami banyak diberi bantuan dan dibenahi serta diberi ilmu-ilmu supaya kami lebih maju.

3. Apa saja yang Bank Indonesia berikan untuk Desa Mekarjaya

   Jawaban : sangat banyak sekali, kami diberikan bantuan yang berupa pembangunan fisik dan pembangunan non fisik.

4. Pembangunan fisik meliputi apa saja?

   Banyak sekali, kami dibangunkan Puskesmas pembantu lengkap dengan peralatannya, Balai Desa&SD Mekarjaya dipugar jadi lebih bagus.

5. Apakah benar prioritas utama masyarakat Desa Mekarjaya minta dibangunkan Puskesmas dahulu?

   Jawaban : Betul, ketika ditanya kami memang meminta dibangunkan Puskesmas dahulu karena Puskesmas itu sangat penting bagi kami. Puskesmas yang ada adalah rumahnya Bidan dan itupun berpindah-pindah karena rumahnya masih mengontrak, jadi kalau Bu Bidan pindah kontrakan puskesmasnya ikut pindah juga.

6. Mengapa Puskesmas sangat penting dibandingkan bantuan lainnya?

   Keberadaan Puskesmas yang dibangunkan Bank Indonesia lengkap dengan alat-alat ksehatan yang lengkap dan obat-obatan sangat membantu bagi warga disini, tidak hanya untuk warga sini saja tetapi juga diluar desa bahkan diluar kecamatan Cimahi.

7. Untuk pembangunan non fisik apa saja yang diberikan oleh Bank Indonesia?

   Jawaban : Para ibu dan remaja putri diberi pelatihan membuat kue kering yang bias dijual.

8. Bagaimana tanggapan masyarakat terutama Ibu-ibu dan remaja putri mengenai pelatihan yang diberikan?

   Para Ibu dan remaja putri sangat antusias mengikuti pelatihan ini, kebiasaan mereka kalau sudah selesai pekerjaan rumah tangga hanya mengobrol dengan tetangga sekarang berganti dengan mengikuti pelatihan tersebut. Menurut mereka mengikuti pelatihan tersebut sangat menyenangkan selain kita bisa makan kuenya tapi juga bisa menjualnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

9. Apakah Bank Indonesia pernah melibatkan Desa Mekarjaya untuk acara-acara tertentu?

   Jawaban : Ya, ketika perayaan Ulang Tahun Bank Indonesia kami diundang ke Jakarta untuk ikut dalam bazaar yang diadakan, disana kami memberanikan diri untuk menjual kue-kue kering sesuai ilmu yang sudah kami pelajari.

10. Apa harapan Bapak dari bantuan yang sudah diberikan Bank Indonesia?

    Jawaban : kami berharap semoga bantuan ini tidak hanya terhenti disini tapi tetapi dari Bank Indonesia tetap menyambung tali silahturahmi dengan kami, karena kami tidak akan pernah melupakan dengan bantuan yang sudah diberikan kepada kami.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

digilib.mercubuana.ac.id

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama	:	Anita Rahmawati
Alamat	:	Jln. Sapta No. 27 RT 003/RW 001 Menteng Dalam Tebet, Jakarta Selatan
No Telepon	:	Rumah: (021) 8292146, 0812 8361440 Kantor: (021) 3818524
Tempat Tgl Lahir	:	Magelang, 11 Desember 1978
Email	:	rahmanita24@yahoo.com
No. KTP	:	09.5202.511278.5520
Status	:	Menikah, anak 1
Tinggi & Berat Badan	:	158 cm; 59 kg
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Kewarganegaraan	:	Indonesia
Agama	:	Islam
Golongan Darah	:	B

Pendidikan Formal

1. SDN Banaran II Grabag Magelang — Lulus Tahun 1991
2. SMPN Grabag I Magelang — Lulus Tahun 1994
3. SMUN Grabag I Magelang — Lulus Tahun 1997
4. Akademi Bahasa 17 Agustus 1945, Jurusan : Bahasa Inggris — Lulus Tahun 2001
5. Universitas Mercu Buana, Jurusan: Fakultas Komunikasi — Tahap Akhir

Pendidikan Informal

1. Kursus Komputer di PAT Ajendam IV Diponegoro Magelang — Tahun 2002
2. Lembaga Pendidikan Interstudi Jakarta — Tahun 2006
   Bidang Studi : Kehumasan
3. Pelatihan Kewajiban Menjaga Informasi
   Penyelenggara Bank Indonesia — Tahun 2006
4. Pelatihan Etika Bisnis dan MDBI
   Penyelenggara Bank Indonesia — Tahun 2007

Pengalaman kerja

1. **Senior Agendaris, Unit Khusus Penyelesaian Aset Bank Indonesia**
   September 2005 – Sekarang
   - Melakukan penatausahaan daftar-daftar dan dokumen-dokumen
   - Melakukan penyimpanan dokumen asli
   - Mengatur agenda pimpinan
   - Melaksanakan kegiatan administrasi kesekretariatan
   - Mempersiapkan agenda pertemuan baik dengan intern satker atau dengan pihak ketiga
   - Mendistribusikan dan menyampaikan informasi atau dokumen kepada pejabat yang ditunjuk
   - Menyediakan keperluan dokumen baik asli maupun fotocopy

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2. **Corporate Secretary, Scuba Diver Magazine**
   Januari 2005 – September 2005

   - Mengkoordinasikan pengurusan izin-izin usaha perusahaan
   - Melakukan penatausahaan daftar-daftar dan dokumen-dokumen
   - Melakukan penyimpanan dokumen asli
   - Mengatur agenda pimpinan
   - Melaksanakan kegiatan administrasi kesekretariatan
   - Memantau laporan harian dari marketing dan menyampaikan kepada pimpinan
   - Mengatur pertemuan mingguan dengan seluruh tim
   - Melakukan pertemuan dengan percetakan dan proses tawar menawar biaya pencetakan
   - Memantau proses pencetakan majalah ke percetakan
   - Mengontrol proses pendistribusian majalah di dalam dan diluar kota (Jakarta) dan membuat laporannya
   - Mengecek tempat-tempat pendistribusian/penempatan majalah
   - Melakukan pengadaan ATK

3. **Staff Purchasing, PT Arta Mahindra Boga**
   Maret 2004 – Januari 2005

   - Memprediksi kebutuhan barang
   - Melakukan proses tawar menawar dengan supplier
   - Melakukan pembelian barang-barang sesuai kebutuhan baik langsung maupun pemesanan melalui telepon ke supplier
   - Melakukan koordinasi dengan bagian gudang mengenai persediaan barang
   - Melakukan koordinasi dengan Supervisor outlet mengenai penggunaan barang
   - Membuat laporan pemakaian barang dalam mingguan, bulanan.

4. **Legal Secretary, Sofwan Sjukrie & Partners Advocates & Legal Consultant**
   April 2002 – Februari 2004

   - Melaksanakan kegiatan administrasi kesekretariatan
   - Melakukan penatausahaan daftar-daftar dan dokumen-dokumen
   - Mengatur agenda pimpinan
   - Menghubungi klien dan atau calon klien
   - Menghubungi rekan kerja atau relasi yang lain
   - Memantau proses surat menyurat

Kemahiran
Computer: MS Word Office, Excel, Power Point, Word Perfect dan Internet browsing.

UNIVERSITAS MERCU BUANA