

Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi *Public Relations*

Aulia Ariantini

442120100285

Strategi *Corporate Social Responsibility* Bank Indonesia Dalam Program Pemberdayaan Perempuan Pengusaha Mikro

Jumlah Halaman: V BAB + 110 halaman + 25 lampiran

Bibliografi : 21 acuan, tahun 1999 -2015

### ABSTRAK

*CSR* merupakan salah satu bentuk kegiatan program yang dilakukan oleh *public relations* sebagai wujud dari kepedulian perusahaan kepada masyarakatnya, Strategi *public relations* Bank Indonesia dalam pelaksanaan *Corporate Social Responsibility* (*CSR*) sebagai wujud pembangunan ekonomi rumah tangga dan membangun produktifitas ibu-ibu rumah tangga yang memiliki usaha mikro. Kelompok masyarakat yang telah mempunyai usaha meskipun skalanya kecil ataupun mikro tetapi memiliki potensi untuk tumbuh besar sehingga mampu menyerap tenaga kerja dan mengurangi pengangguran juga meningkatkan produktifitas ibu-ibu rumah tangga. Untuk itu dibutuhkan pemberdayaan perempuan pengusaha mikro di Jakarta dan Tangerang. Tujuan dari program pemberdayaan untuk membantu ibu-ibu rumah tangga pengusaha mikro agar dapat mengembangkan potensi mereka dalam dunia usaha melalui pelatihan-pelatihan yang diberikan oleh BI kepada mereka secara langsung.

Penelitian yang dilakukan ini untuk mengetahui strategi *public relations* BI dalam menjalankan program pemberdayaan perempuan di Jakarta dan Tangerang dengan menggunakan Teori tahapan strategi yang mengacu pada teori Cutlip, Center dan Broom yaitu tahapan mendefinisikan masalah, perencanaan dan pemrograman, aksi dan komunikasi serta evaluasi. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan mengangkat studi kasus tentang perempuan pengusaha mikro dalam pelaksanaan program *CSR* di Bank Indonesia. Yang di mana tujuan dari program meningkatkan produktifitas perempuan dan mengurangi jumlah pengangguran. Penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif dengan mengangkat studi kasus tentang perempuan pengusaha mikro dalam pelaksanaan program *CSR* di Bank Indonesia dengan melakukan wawancara mendalam kepada narasumber.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa implementasi program *CSR* BI sesuai dengan teoritis, melakukan riset lapangan secara langsung dan pembuatan TOR program, melakukan komunikasi langsung dan juga memberikan pendampingan selama program. Dilihat dari hasil monitoring nampak bahwa terjadi peningkatan pendapatan juga kepuasan para peserta terhadap hasil dari program pemberdayaan. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar dalam program *CSR* Bank Indonesia pemberdayaan perempuan pengusaha mikro dapat di lakukan di wilayah-wilayah lainnya untuk meningkatkan peran perempuan.