BAB IV

ANALISIS DATA

A. Temuan Penelitian Tentang Public Relations dan Pembentukan Citra (Studi Pada Penerima Beasiswa Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jawa Timur)

Dalam penelitian kualitatif analisis data merupakan tahap yang bermanfaat untuk menelaah data yang telah diperoleh dari beberapa informan yang telah dipilih selama penelitian berlangsung. Selain itu juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran temuan penelitian. Analisis data ini telah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan proses pengumpulan data di lapangan. Selain itu juga berguna untuk menjelaskan dan memastikan kebenaran temuan penelitian.

Adapun dari penelitian yang telah dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa temuan yang dapat menggambarkan tentang peranan public relation melalui program beasiswa Bank Indonesia dalam pembentukan citra perusahaan khususnya pada bidang beasiswa pendidikan.

1. Public Relation dan Pemebentukan Citra Pada Program Beasiswa

Pada penelitian ini, peneliti memfokuskan pada program sosial Bank Indonesia apa saja yang dijalankan oleh public relation yang lebih dikenal dengan divisi fungsi komunikasi dan koordinasi kebijakan Bank Indonesia dengan tujuan mendekatkan diri di masyarakat. Peranan yang dilakukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pun sesuai dengan prosedur dan kebijakan yang telah ditentukan, baik secara internal maupun eksternal. Melalui program sosial ini peranan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

public relation sangat menjadi kunci utama suksesnya sebuah program. Karena public relation sebagai jembatan bagi instansi maupun Universitas dalam program beasiswa Dari hasil wawancara dan observasi ditempat penelitian, peneliti menemukan beberapa program yang dijalankan, diantaranya adalah sebagai berikut.

Program Sosial Bank Indonesia itu bisa dibagi secara besarannya ada tiga yaitu :

1. Program Sosial Bank Indonesia yang sifatnya regular.

   Dalam program ini misalnya pemberdayaan komunitas, kemudian pendidikan, sosial, *charity*. Hal ini melihat dari kebutuhan yang diperlukan misalnya komunitas dan pendidikan, tetapi juag melihat dari proposal yang diajukan apakah sesuai dengan maksut dan tujuan yang sesuai dengan program yang diberlakukan oleh PSBI.

2. Program Sosial Bank Indonesia yang sifatnya tematik.

   Sedangkan program sifat tematik misalnya ketahanan pangan dan Indonesia cerdas, Indonesia cerdas contohnya membangun yang namanya BI corner itu yang namanya pojok perpustakaan BI, mini perpustakaan yang ada di Universitas maupun di lembaga-lembaga perpustakaan kabupaten, pemerintah dan juga beberapa di tempat lain seperti perpustakaan milik PemKab PemProv sama di Universitas.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Program Beasiswa Bank Indonesia

Bank Indonesia selaku Bank Sentral di Indonesia merupakan salah satu Bank yang selalu berperan aktif dalam pengembangan pendidikan di Indonesia. Banyak yang telah dilakukan oleh Bank Indonesia, salah satunya yakni diluncurkannya Beasiswa Bank Indonesia. Beasiswa. Bank Indonesia merupakan bentuk social *responsibility* yang ditunjukan Bank Indonesia dalam rangka meningkatkan kepedulian kepada komunitas. Hal ini bisa dipahami sebagai sarana peningkatan partisipasi dan posisi organisasi ditengah masyarakat.

Untuk beasiswa itu ada penyaluran beasiswa secara regular maupun unggulan di 5 Perguruan Tinggi Negeri untuk diwilayah kerja Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Jawa Timur, sedangkan se-Jawa Timur itu ada 11 PTN yang sudah menerima beasiswa Bank Indonesia. Beasiswa Bank Indonesia ini sudah lama namun awal mulanya bernama dharma siswa. Sekarang mulai tahun 2011 pengelolaannya sudah mulai terlihat yang mana penerima beasiswa Bank Indonesia pun sudah mulai dibuat menjadi komunitas yaitu Genbi (Generasi Baru Indonesia) yang mana disitulah wadah penerima beasiswa Bank Indonesia saling *sharing* memberikan pengalaman dan membentuk suatu program bermanfaat yang akan dilakukan baik tingkat, provinsi daerah masing-masing wilayah.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Ada beberapa tahapan prosedur untuk menjadi penerima beasiswa Bank Indonesia ini yaitu :

1. Memenuhi persyaratan
   a. Berkas yang diperlukan dalam pendaftaran
      1) Fotokopi KTM dan KTP
      2) Transkrip nilai terakhir
      3) Surat rekomendasi perguruan tinggi
      4) Mengirimkan form biodata (form dapat diminta di bagian kemahasiswaan)
      5) Surat keterangan tidak sedang berada dalam ikatan dinas dan tidak menerima beasiswa dari instansi lain
      6) Surat keterangan tidak mampu.
2. Beasiswa diberikan kepada mahasiswa dengan kriteria:
   a. Sekurang-kurangnya telah menyelesaikan 4 (empat) semester dan atau telah menempuh 40 (empat puluh) SKS
   b. Memiliki IP minimal 3,00 dari skla 4,00
   c. Mempunyai pengalama menjalankan aktivitas sosial yang memiliki dampak kebermanfaatn bagi masyarakat
   d. Usia tidak lebih dari 23 tahun pada saat menerima beasiswa

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

e. Tidak sedang menerima beasiswa, bekerja, atau berada dalam status ikatan dinas dari lembaga/instansi lain.
f. Memperoleh rekomendasi dari pimpinan (rector atau wakil rektor) dan atau pejabat (direktur atau kepala bagian) perguran tinggi
g. Bersedia untuk berperan aktif, mengelola, dan mengembangkan komunitas mahasiswa penerima beasiswa bank Indonesia serta berpartisipasi pada semua kegiatan yang diselenggarakan bank Indonesia.

Adapun tahapan proses yang harus terpenuhi oleh calon penerima beasiswa diantaranya yaitu :

1. Tahapan seleksi Beasiswa Bank Indonesia diantaranya:
   a. Seleksi tahap 1 (administrasi dan kriteria umum)
   b. Seleksi tahap 2 (wawancara)
   c. Pengumuman Beasiswa Bank Indonesia (GENBI)
2. Pembentukan Organisasi GenBI

   Komunitas GenBI dibentuk sebagai wahana serta sarana pengembangan kepemimpinan mahasiswa berbasis kampus yang diperuntukan dan dikelola oleh para mahasiswa Penerima Beasiswa Bank Indonesia dalam rangka akselerasi dan optimalisasi potensi bibit – bibit unggul muda Indonesia yang memiliki beragam latar belakang bidang keahlian dan peminatan dengan harapan dapat melahirkan para pemimpin

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

bangsa (*future leader*) yang memiliki kemampuan serta wawasan yang lebih luas dan komprehensif untuk menjawab berbagai tantangan kehidupan dunia dimasa depan.

3. Pengembangan kompetensi keilmuan, minat, dan bakat, kepedulian, tanggung jawab, dan gerakan solidaritas sosial untuk melaksanakan berbagai aktivitas sosial kemasyarakatan.

Dengan adanya PSBI ini tidak melakukan untuk pencitraan, tetapi yang lebih ditekankan dengan melalui PSBI yang dilakukan itu Bank sentral, jika dibilang pencitraan tapi pencitraan yang positif karena untuk lebih memahami tugas-tugas Bank Indonesia ke seluruh lapisan masyarakat. PSBI yang besar itu tertentu kita terkait dengan pendidikan, melalui BI corner, yang kedua terkait ketahanan pangan, karena tugas utama Bank Indonesia itu menjaga kestabilan harga dan rupiah, karena dari sisi harga dari sisi ketahanan pangan yang berikan yang namanya PSBI, pemberdayaan perempuan atau usaha-usaha yang tujuannya untuk meningkatkan ekonomi yang ada di daerahnya itu bisa kita berikan, karena memang sangat *targeted* yang kita berikan.

Public relation di dalam pembentukan citra (nyata, cermin dan aneka ragam) 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

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

manajemen waktu atau perubahan dalam mengelola sumberdaya (materi, modal dan manusia) untuk mencapai tujuan yang efisien dan efektif, yaitu mencakup penyampaian perintah, informasi, berita dan laporan, serta menjalin hubungan dengan orang.

2. Kepedulian danTanggung Jawab Bank Indonesia terhadap Genbi

Citra perusahaan memang harus dikomunikasikan dengan baik agar tercipta sebuah tujuan utama public relations (PR) yaitu sebuah persepsi perusahaan yang baik. Jika masalah citra adalah problem yang nyata, hanya tindakan nyata pula yang akan menolong. Masalah-masalah nyata yang berkaitan dengan kinerja organisasi, yaitu kualitas teknis atau fungsional yang sebenarnya menyebabkan masalah citra.[1]

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data dengan wawancara dan observasi mendalam. Ditemukan suatu hasil dimana Bank Indonesia yang sebagian masyarakat tahu tugasnya yaitu mencetak uang, dan pengendalian inflasi tetapi juga membuat sebuah program yang dikenal dengan PSBI (Program Sosial Bank Indonesia). Dalam program ini masyarakat jadi lebih banyak tahu bahwa Bank Indonesia mempunyai program dibidang sosial, lingkungan, ekonomi dan pendidikan.

Dari hasil wawancara, informan menegaskan bahwasannya Program Sosial Bank Indonesia merupakan bentuk kepedulian dan tanggung jawab Bank Indonesia dan lebih kepada mengedukasi dan sosisalisasi melainkan

[1] Elvinaro Ardianto, *Public Relations Praktis* (Bandung, Widya Padjajaran,2008), hlm. 133

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebagai fungsi komunikasi, sosialisasi dan edukasi. Berbeda halnya dengan perusahaan-perusahaan yang menjalankan programnya untuk menarik konsumen, mengenalkan produk ataupun sebagai ajang pencitraan dengan tujuan akhir yang berorientasi pada *profit* berupa *income* bagi perusahaan. Bank Indonesia adalah Bank Konvensional yang mana keuntungan yang didapat bukanlah *income* melainkan *benefite* terhadap masyarakat yang terbaik atau apa manfaat yang diberikan kepada masyarakat.

Dari segi komunikasi, Program Sosial Bank Indonesia berfungsi untuk mengomunikasikan terkait Bank Indonesia itu sendiri, misalnya seperti apa itu Bank Indonesia, apa fungsi Bank Indonesia dan pengenalan-pengenalan lain terkait Bank Indonesia. Kegiatan ini dapat dilakukan oleh komunitas penerima beasiswa yang terbentuk dan dikenal dengan sebutan Genbi kepada masyarakat di lingkungan sekitarnya.

Berdasarkan obervasi dilapangan Bank Indonesia melakukan tugasnya dengan program beasiswa sebagai tanggung jawab Bank Indonesia terhadap generasi penerus bangsa karena memang sudah sejak awal didirikan tugasnya yaitu mencetak uang, pengendalian inflasi, hanya saja dengan adanya program sosial ini lebih mendekatkan diri kepada masyarakat sehingga masyarakat memahami apa saja tugas Bank Indonesia. Dengan adanya PSBI yang telah dilakukan sebagai salah satu cara mengedukasi dan sosialisasi terkait berbagai hal, baik secara sosial, pendidikan maupun ekonomi.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Seperti tema yang peneliti ambil yaitu tentang program beasiswa bagi mahasiswa yang sedang menempuh S1 di Universitas Negeri yang berada di Surabaya dan Madura, hal ini tidak membuat Bank Indonesia mengalami peningkatan citra justru lebih mengenalkan ternyata Bank Indonesia mempunyai program beasiswa yang mana meningkatkan sumber daya manusia dari segi pendidikan. Karena yang diharapkan yaitu generasi muda Indonesia menjadi penerus bangsa yang mempunyai jiwa sosial dan pengetahuan yang cukup untuk ditularkan di lingkungan masyarakat.

Beasiswa Bank Indonesia ini lebih banyak memberikan *feedback* positif kepada penerima beasiswa yang lebih dikenal dengan Genbi. Program ini tidak hanya memberikan bantuan secara materi, tetapi juga *skills* baik pembekalan terkait pendidikan, pengalaman dunia kerja, maupun kebanksentralan. Jika dibilang pembentukan citra hal ini tidak sesuai dan tidak seperti itu karena jika tidak ada program beasiswa pun Bank Indonesia juga sudah punya citra tersendiri di mata masyarakat. Berbeda dengan perusahaan yang mengandalkan profit mereka lebih membentuk citra agar perusahaannya lebih dikenal masyarakat.

Pihak divisi fungsi komunikasi dan koordinasi kebijakaan lebih menekankan bahwa Bank Indonesia tidak melakukan promosi layaknya perusahaan atau bank konvensional yang mana mereka berorientasi pada profits dan berusaha agar citra yang dibangun berbuah positif

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

dimasyarakat, tetapi Bank Indonesia ingin mendekatkan diri agar masyarakat juga lebih mengetahui sisi lain dari Bank sentral tersebut.

B. Konfirmasi dengan Teori

1. Public Relation Bank Indonesia dengan Teori Citra

Dalam peranan yang dilakukan oleh public relation Bank Indonesia yang mempunyai istilah yaitu fungsi komunikasi dan koordinasi kebijakan yang mana dalam divisi ini merupakan pemegang kendali dari adanya program sosial Bank Indonesia atau istilah dalam perusahaan pada umumnya yaitu public relation yang mana menaungi program csr, akan tetapi dalam Bank Indonesia ini berbeda.

Tugas dari fungsi komunikasi dan koordinasi kebijakan yaitu untuk berkoordinasi dengan berbagi pihak baik itu instansi pemerintahan, universitas untuk membangun relasi baik secara internal maupun eksternal. Karena tujuannya pada ujungnya kita peningkatan kesejahteraan masyarakat pada melalui berbagai cara, jadi lebih ke edukasi dan sosialisasi itu yang selalu kita tekankan bukan pencitraan.

Berdasarkan data penelitian disini public relation dan pembentukan citra Bank Indonesia mempunyai posisi yang sangat penting bagi perkembangan PSBI yang mana jika dikaitkan dengan teori citra (Image Theory) saling berhubungan, karena teori citra juga menggabungkan sitem pengetahuan dan pengalaman yang diyakini masyarakat akan public

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

relation Bank Indonesia sudah sesuai dengan program sosial yang telah dilakukan.

Dikatakan sesuai dan relevan karena peneliti mengetahui langsung dan ikut dalam program sosial tersebut, yang mana ketika program dijalankan masyarakat merasakan hal positif dari adanya program tersebut. Pemikiran hal positif tersebut juga menurut kognisi, penilaian yang diorganisasikan berdasarkan pengalaman masyarakat sendiri yang merasakan dampak positif. Misalnya dengan pemberdayaan perempuan dan rumah kedelai yang dibuat untuk meningkatkan perekonomian masyarakat.

2. Pembentukan Citra Bank Indonesia dengan Teori Citra

Dari teori diatas, peneliti bisa menghubungkan antara temuan dengan teori. Dalam hal ini pihak Public Relation sendiri berupaya penuh untuk membentuk citra perusahaan yang lebih baik lagi dengan cara memberikan stimulus-stimulus yang diciptakan dari dalam lembaga. Tetapi di sisi lain pihak Bank Indonesia tidak meembentuk citra dari hasil program yang dilakukan, karena program tersebut murni wujud program yang memang dibentuk sebagai tanggung jawab dari divisi fungsi komunikasi dan koordinasi kebijakan yang termasuk dalam public relation. Program yang dibuat bukan untuk membentuk citra dikalangan masyarakat tetapi Bank Indonesia ikut andil dalam menjaga kestabilan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ekonomi yaitu dengan membuat program yang sesuai dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Citra merupakan serangkaian pengetahuan, pengalaman, perasaan (emosi), dan penilaian yang diorganisasikan dalam sistem kognisi manusia, atau pengetahuan pribadi yang sangat diyakini kebenarannya. Public Relation digambarkan sebagai input-output, intern dalam model ini adalah pembentukan citra, sedangkan input adalah stimulus yang diberikan dan output adalah tanggapan atau perilaku tertentu. Cara itu sendiri digambarkan melalui persepsi, kognisi, motivasi, sikap.

Hasil penelitian tidak megarah kepada teori citra, karena disini Bank Indonesia tidak melakukan pembentukan citra. Hubungan program sosial ini dengan teori citra yaitu meningkatkan citra agar bisa mendapatkan persepsi publik yang positif. Dengan menciptakan suatu hal yang positif, maka timbullah stimulus, dengan melakukan apa yang dipikirkannya, dengan cara persepsi, menanggapi apa yang dilihat dan dipikirkannya. Kemudian dilakukannya kognisi, dimana mereka sudah mengerti apa yang diketahuinya tentang lembaga itu dan termotivasi untuk melakukan sesuatu, kemudian timbullah sikap, dari semua itu akhirnya timbul respon berupa citra perusahaan tersebut. Hal ini berbanding terbalik dengan teori citra tersebut karena masyarakat lebih menilai Bank Indonesia menjalankan tanggung jawabnya dalam meningkatkan perekonomian masyarakat yaitu dengan program yang diberlakukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Pada hakikatnya Bank Indonesia mencari cara lain istilahnya agar tugas dan fungsi Bank Indonesia dapat berjalan dan dapat dikenal masyarakat salah satunya itu dengan program sosial Bank Indonesia ini. Pembentukan citra dengan program sosial Bank Indonesia (PSBI) tersebut untuk lebih mengenalkan Bank Indonesia kepada masyarakat, dan mengedukasi agar masyarakat tidak hanya mengetahui fungsi utamanya sebagai bank sentral saja tetapi juga ada program yang dibuat.

Terkait dengan pembentukan citra, PSBI tidak ada tendensi apapun yang diberikan itu sesuai prosedur yang ada, dan tanpa imbalan apapun. Bahkan di pegawai Bank Indonesia itu mempunyai kode etik yang sangat membatasi untuk melakukan kegiatan diluar kode etik Bank Indonesia. Lebih murni kepada tugas dan tanggung jawab Bank Indonesia menjaga kestabilan ekonomi masyarakat.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id