

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hampir seluruh bentuk organisasi atau instansi baik lembaga maupun perusahaan swasta membutuhkan peran humas (Hubungan Masyarakat) atau *Public Relation*. Tak terkecuali, PT Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang diketahui sebagai perusahaan pada bidang perbankan, yang akan menjadi tempat riset peneliti. PT Bank Rakyat Indonesia sendiri didirikan pada tanggal 16 desember 1895 dan merupakan bank komersial tertua yang ada di Indonesia. Tujuan dari pendiriannya didasarkan pada pelayanan terhadap masyarakat kecil. Menjadi perusahaan yang memberi layanan pada bidang perbankan, maka citra positif di mata masyarakat menjadi hal utama. Peran humas karena itu akan amat diperlukan guna menjadi komunikator antara organisasi dengan khalayaknya. Dalam mewujudkan tujuan untuk menjalin dan memelihara relasi yang saling memberi kepercayaan dengan publik supaya kerja sama yang baik mampu terjalin, contohnya lewat CSR. PT Bank Rakyat Indonesia memiliki program CSR bertajuk BRI peduli. Program ini memiliki maksud guna memberi dukungan atas kepedulian pada masyarakat berdasar UU No. 40 Tahun 2007 tentang Perseroan Terbatas, UU No. 25 tahun 2007 tentang Penanaman Modal Permen BUMN Nomor per-5/MBU/2007 tentang Program Kemitraan BUMN.

Ada tujuh program BRI Peduli, yakni:

1. Indonesia Sejahtera merupakan salah satu bantuan sosial kemasyarakatan untuk mengatasi kemiskinan
2. Indonesia Peduli merupakan bantuan bencana alam dan non alam
3. Indonesia Sehat merupakan bantuan yang bergerak dibidang kesehatan atau peningkatan kesehatan
4. Indonesia Lestari merupakan bantuan mengenai pelestarian alam

5. Indonesia Cerdas merupakan bantuan yang bergerak di bidang pendidikan berupa pelatihan, prasaran, dan sarana pendidikan
6. Indonesia Takwa merupakan bantuan sarana ibadah
7. Indonesia Membangun merupakan bantuan pengembangan prasaran dan sarana umum

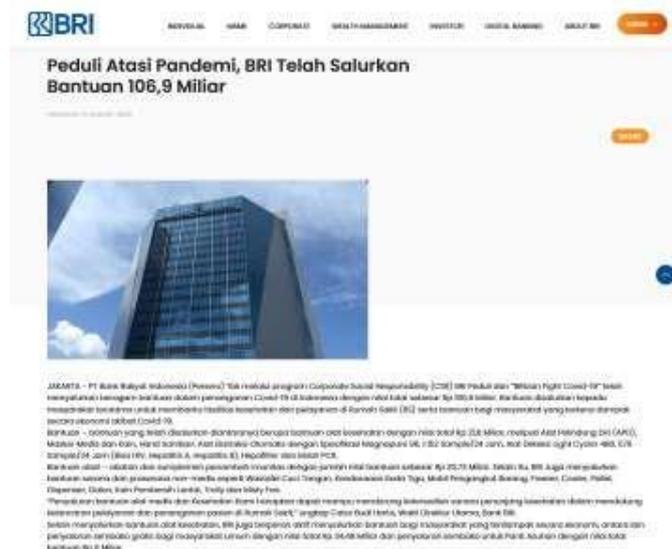


Gambar 1. 1 Program CSR BRI Peduli

Sumber: <https://bri.co.id/csr>

Pada kondisi pandemik yang menyerang Indonesia di mana hal ini cukup berdampak terhadap keberlangsungan perusahaan maupun publik atau masyarakat, yang bukan hanya pada aspek kesehatan, namun juga ekonomi, pandemic covid- 19 ini tidak menjadi halangan dalam berjalannya program CSR yang menjadi komitmen PT Bank Rakyat Indonesia atau BRI untuk selalu memperhatikan dan mewujudkan nilai-nilai pembangunan berkelanjutan. Dan program BRI peduli ini dilakukan berdasarkan kepada tiga hal yang menjadi komitmen dari Bank BRI yaitu 3P Proplanet yaitu bentuk kepedulian Bank Rakyat Indonesia kepada bumi dan lingkungan hidup, Propeople yaitu bentuk kepedulian Bank Rakyat Indonesia terhadap kesejahteraan masyarakat, dan Proprofit yaitu keuntungan finansial dan non finansial yang artinya dihasilkan BRI bisa menghasilkan keuntungan uang dan keuntungan nama baik.

Dalam melaksanakan CSR perusahaan perlu memperhatikan cara-cara yang tepat untuk tidak mempertebal ketergantungan masyarakat terhadap keberadaan perusahaan. Secara otomatis menguntungkan dalam melaksanakan kegiatan CSR untuk masyarakat mengurangi resiko biaya, menciptakan SDM, dan menaikkan kesejahteraan publik (Budiarti & Raharjo, 2014). Salah satu kegiatan CSR BRI Peduli yaitu telah menyalurkan dana bantuan sejumlah Rp 106,9 Miliar pada masyarakat utamanya guna memberi fasilitas layanan rumah sakit dan memberi bantuan ekonomi pada masyarakat yang paling terdampak pandemi. BRI Peduli dan “BRILian Fight Covid-19” sudah menyalurkan bantuan ekonomi berbentuk Sembako gratis senilai Rp 34,48 Miliar dan menyalurkan bantuan bagi panti asuhan senilai Rp 6 Miliar.



Gambar 1. 2 Press Release Program CSR BRI Peduli

Sumber: <https://bri.co.id/en/detail-news?urlTitle=peduli-atasi-pandemi-bri-telah-salurkan-bantuan-106-9-miliar>(Diakses pada 20, Maret 2022, 19:54)

Selain Bank BRI ada pula kompetitor Bank lainnya yang memiliki berbagai macam program CSR. Bank-bank tersebut termasuk kedalam empat Bank dengan aset terbesar di Indonesia yaitu Bank BNI, Bank BCA, Bank BRI, dan Bank Mandiri. Bank-bank besar nasional mencatat sepanjang tahun 2021 bank tersebut memiliki kinerja yang positif, sehingga mengalami pertumbuhan signifikan pada tahun lalu. Dilansir dari berita kompas.com “Daftar 4 Bank dengan Aset Terbesar di Indonesia”.

Berikut adalah tabel program CSR dari Bank BRI dan kompetitor nya, untuk melihat atau membandingkan apa saja kegiatan CSR yang dilakukan oleh perusahaan serupa lainnya.

Tabel 1. 1 Perbandingan Kegiatan CSR Perusahaan Kompetitor

PERBANDINGAN KOMPETITOR	
BANK BRI	BANK BNI
<p>Memiliki program CSR yang bernama BRI Peduli, yang terbagi menjadi 7 program yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Indonesia Sejahtera 2. Indonesia Peduli 3. Indonesia Sehat 4. Indonesia Lestari 5. Indonesia Cerdas 6. Indonesia Takwa 7. Indonesia Lestari 	<p>Memiliki program CSR yang bernama BNI Berbagi. Memiliki lebih sedikit program CSR yang terbagi menjadi 4 program yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. BNI Berbagi Kesehatan 2. BNI Berbagi Kebersamaan 3. BNI Berbagi Pendidikan 4. BNI Go Green
<p>Program CSR BRI Peduli memiliki 3 landasan keberpihakan yang disebut 3P dalam menjalankan programnya yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pro Planet, bentuk kepedulian terhadap lingkungan 2. Pro People, bentuk kepedulian terhadap kesejahteraan masyarakat 3. Pro Profit, keuntungan finansial dan non finansial 	<p>Memiliki landasan yang hampir sama dengan program CSR BRI Peduli. Kegiatan CSR dari BNI Berbagi dilandaskan berdasarkan 3 hal yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. BNI Menuju kemajuan sumber daya manusia 2. BNI Mencapai profitabilitas 3. BNI Menjaga kelestarian alam
<p>Di masa pandemi sejak 2020, tidak menyurutkan pelaksanaan program CSR dari BRI Peduli. Berikut ini adalah kegiatan yang telah dilaksanakan BRI Peduli :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada tahun 2020 BRI Peduli dan “BRILiant Fight Covid-19” sudah memberi antan sejumlah Rp.106,9 Miliar pada masyarakat terdampak pandemi. Bantuan yang disalurkan berupa bantuan alat kesehatan seperti APD, masker, hand sanitizer serta sembako. 2. Di tahun 2020 menyalurkan bantuan pada program Indonesia cerdas sebesar Rp.52,61 Miliar demi meningkatkan sarana dan prasarana pendidikan dan juga Menyalurkan beasiswa kepada 5000 pelajar 3. Di tahun 2021 pada peringatan hari kemerdekaan Indonesia ke 76 BRI memberikan beasiswa kepada 1800 anak pendukung tenaga kesehatan 	<p>Kegiatan yang dilakukan BNI pada masa pandemic covid-19 yaitu:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Pada tahun 2021 bri menyalurkan 1500 sembako kepada driver ambulans dan petugas pemakaman dan menyalurkan bantuan dengan pemberian ambulans keada rumah sakit 2. Pada 2020 bri memberikan bantuan sembako kepada 24 panti asuhan yang terdampak covid 19 3. Memberikan bantuan kepada petugas kesehatan dan bidan di 17 wilayah operasional BANK BNI

PERBANDINGAN KOMPETITOR	
BANK BRI	BANK BNI
Penghargaan yang diraih BANK BRI dalam program CSR nya yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. Nusantara CSR Awards 2021 “The Best CSR of The Year 2021” dan “CEO CSR of The Year” (2021) 2. CSR Awards 2021 “TOP CSR Awards 2021 # Star 5” dan “TOP Leader on CSR Commitment 2021” 3. Mendapatkan penghargaan Gold Rank–Asia Sustainability Reporting Rating 2021 selama dua tahun berturut-turut 4. Penghargaan Asia Money “Best Bank of CSR ” tiga tahun berturut-turut (2018,2019,2020) 5. Penghargaan e-awarding ceremony “Top Corporate Social Responsibility of The Year 2021” 6. Mendapatkan Golden Trophy pada TOP CSR AWARD 2022 atas pencapaian TOP CSR Award kategori bintang 5 selama 3 tahun berturut-turut (2022) 	Pehargaan yang telah diraih oleh BANK BNI pada program CSR nya yaitu: <ol style="list-style-type: none"> 1. GKPM (Gelar Karya Pemberdayaan Masyarakat) Awards 2013 CSR Best Practice For MDG’s (2013) 2. BUMN CSR Awards 2021 provinsi bali. Dimenangkan oleh BNI WILAYAH 08 Bali, NTB, dan NTT (2021) 3. CECT Sustainability Awards ,Based on ISO 26000 (CSR guidance) “fair operating practice” (2019) 4. juara pilihan favorit pada BUMN Corporate Communications and Sustainability Summit (BCOMSS) 2022.

Sumber: Data Olahan Peneliti 2022

Berdasarkan dari table di atas dapat dilihat bagaimana perbedaan program CSR yang dimiliki oleh BRI dan BNI sebagai sesama perusahaan perbankan dan tergabung dalam perusahaan BUMN (Badan Usaha Milik Negara) , namun BRI telah membuktikan bahwa BRI memiliki program CSR yang baik, dari penghargaan-penghargaan yang didapatkan oleh PT. BRI juga membuktikan bahwa program BRI peduli yang dijalankan oleh PT. Bank Rakyat Indonesia (BRI) mampu mempertahankan dan mengimplementasikan programnya secara baik dan konsisten setiap tahunnya walaupun dalam tahun belakangan ini, Indonesia mengalami pandemi dan dari keberhasilan ini juga tidak dapat dipungkiri terdapat peran humas yang begitu besar dalam mendukung setiap program yang ada dalam BRI peduli.

Menurut riset oleh Ratu & Djuwita (2021) bertajuk “Analisis Peran Humas Dalam Kegiatan CSR Perusahaan” menunjukkan bahwa peran humas berperan penting dan berpengaruh positif dalam keberlangsungan program CSR suatu perusahaan, serta memberikan kepuasan kepada masyarakat sekitar sehingga dapat membangun citra positif bagi suatu perusahaan. Selain itu terdapat hasil riset dari Parassa (2018) yang menyatakan bahwa strategi *public relations* dalam membangun citra perusahaan dapat dilakukan melalui pendekatan pada aspek pengembangan ekonomi, pendidikan dan kesehatan. Sejalan dengan itu hasil riset Mustikasari (2014) memaparkan pembangunan citra perusahaan melalui program CSR dapat menggunakan strategi *public relations* dengan empat aspek yang mencakup yakni ekonomi, legal, etika dan filantropis.

Adanya strategi *public relations* pada suatu perusahaan atau instansi sangatlah penting guna menjalankan program melalui metode yang tepat sehingga terjalinnya komunikasi serta relasi perusahaan dengan masyarakat sekitar. Begitu pula strategi *public relations* pada program CSR BRI peduli ini. Strategi *public relations* tidak mungkin bisa terlepas dari humas BRI Kantor Cabang Cimahi juga yang harus membangun komunikasi yang baik pada publik sekitar wilayah kerja perusahaan. Di mana nantinya humas tersebutlah yang menentukan bagaimana strategi komunikasi perusahaan dalam pelaksanaan CSR. Hal ini menjadi dorongan bagi peneliti guna mendalami strategi *public relations* dari BRI Kantor Cabang Cimahi dalam pelaksanaan CSR BRI Peduli ini terutama pada masa pandemik. Pada saat pandemik BRI dapat tetap konsisten menjalankan program CSR BRI Peduli tanpa terganggunya stabilitas keuangan perusahaan. Hal tersebut tercermin pada penyaluran CSR BRI Peduli pada pembangunan masjid yang berada di kantor kemenag kota Cimahi, dan penyaluran 4 ambulans kepada kodam siliwangi sebagai bantuan dalam penanganan covid-19. Pada penelitian ini peneliti akan memfokuskan penelitiannya pada strategi *public relations* dari BRI Kantor Cabang Cimahi dalam pelaksanaan CSR BRI Peduli. Maka dari itu penelitian ini diberikan judul “**Strategi Public Relations Humas BRI Cimahi Pada Program CSR Selama Pandemic Covid-19**”. Terkait dengan penelitian ini, penulis memakai metode penelitian analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif.

1.2 Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini, peneliti akan memfokuskan pada Strategi *Public Relations* dalam Pelaksanaan Program CSR BRI Peduli yang dilaksanakan oleh Humas BRI Kantor Cabang Cimahi. Adapun aspek-aspek yang diteliti diantaranya bagaimana strategi *Public Relations* BRI Kantor Cabang Cimahi dalam melaksanakan program CSR BRI Peduli.

1.3 Rumusan Masalah

Menurut latar belakang, rumusan masalah riset ini ialah :

“Bagaimana Strategi *Public Relations* dalam Pelaksanaan Program CSR BRI Peduli yang dilaksanakan oleh Humas BRI Kantor Cabang Cimahi?”

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

Agar memahami strategi *public relations* dalam Pelaksanaan Program CSR BRI Peduli yang dilaksanakan oleh Humas BRI Kantor Cabang Cimahi

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

1. Penelitian ini diharap mampu dijadikan rujukan bagi penelitian-penelitian selanjutnya khususnya dalam hal komunikasi yang membahas strategi *public relations*.
2. Hasil pada riset diharap bisa menjadi menambah ilmu pengetahuan terhadap kajian ilmu komunikasi dalam pembahasan strategi *public relations*.

1.5.2 Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan mampu membantu atau menjadi acuan tentang pentingnya strategi *public relations* dalam menjalankan program kerja suatu perusahaan terkhusus program *Corporate Social Responsibility*.
2. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan kepada PT. BRI terkhusus BRI Kantor Cabang Cimahi dalam menjalankan program CSR di masa yang akan datang dengan mengimplementasikan strategi *public relations*.

1.6 Tahapan dan Waktu Penelitian

Tabel 1.2 Waktu dan Kegiatan Penelitian

No	Kegiatan Penelitian	2021			2022						
		Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul
1.	Menentukan topik penelitian										
2.	Menentukan subjek dan objek penelitian										
3.	Menyusun Bab 1, 2, dan 3										
4.	Desk Evaluation										
5.	Menyusun Bab 4 dan 5										
6.	Mengajukan permohonan sidang										
7.	Sidang skripsi										

Sumber: Olahan Penulis 2022