

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) mewujudkan komitmen kelembagaan dalam menjalankan CSR (*Corporate Social Responsibility*) salah satunya dalam bidang pendidikan telah memberikan manfaat bagi lebih dari 47.000 mahasiswa dan siswa di seluruh Indonesia (Bank Indonesia, 2023). Program ini menjadi upaya sistematis dalam membangun generasi muda melalui pendekatan strategis dari Biro Humas Bank Indonesia. Landasan hukum program tertuang dalam Peraturan Dewan Gubernur Bank Indonesia Nomor 14/14/PDG/2012 yang mengklasifikasikan program sosial menjadi program strategis dan program kepedulian sosial, dengan pilar ketiga khusus berfokus pada pengembangan SDM unggul melalui program edukasi dan beasiswa yang terintegrasi dengan komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI).

Program sosial yang dilakukan oleh Bank Indonesia sebagai salah satu bentuk komunikasi dengan publik eksternal terkhusus masyarakat atau komunitas. Biro Humas memiliki tugas dan tanggung jawab dalam mewujudkan pelaksanaan Program Sosial Bank Indonesia. Tujuan Program Sosial Bank Indonesia untuk mewujudkan kepedulian terhadap pihak-pihak yang membutuhkan bantuan. Dari tujuan tersebut, Biro Humas mengembangkan bentuk kepedulian tersebut dalam konsep kedermawanan dan mengimplementasikannya ke dalam kegiatan-kegiatan sosial.

Kotler dan Nancy dalam Azizul Kholis (2020) menyebutkan bahwa Tanggung Jawab Sosial Perusahaan dijelaskan sebagai komitmen perusahaan untuk meningkatkan kesejahteraan komunitas melalui praktik bisnis yang baik dan berkontribusi sebagian sumber daya perusahaan. Tanggung jawab sosial perusahaan secara konstitusi telah tertulis dalam UU No. 40 tahun 2007 tentang perseroan terbatas. Salah satu poin dalam pasal 74 UU tersebut berbunyi: “perseroan yang menjalankan kegiatan usahanya di bidang dan atau berkaitan dengan sumber daya alam wajib melaksanakan tanggung jawab sosial dan lingkungan” (Prastowo, 2011).

Pembentukan komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI) menjadi pembeda program ini dengan program beasiswa lainnya, karena komunitas ini dapat menjadi suatu wadah pengembangan kepemimpinan yang dikelola mandiri oleh mahasiswa penerima beasiswa. Program beasiswa ini secara resmi dimulai tahun 2011 telah menyalurkan bantuan sekitar 3.000 mahasiswa dari 64 perguruan tinggi seluruh Indonesia, dan hingga tahun 2024 telah berkembang pesat menjadi 12.320 mahasiswa penerima beasiswa dari 210 perguruan tinggi dengan komposisi 130 PTN dan 80 PTS (MetroTV News, 2024).

Bank Indonesia menyadari pendidikan menjadi jalur penting dalam mengembangkan kualitas sumber daya manusia Indonesia. Kesadaran ini diwujudkan melalui pembentukan karakter dan kapasitas kepemimpinan para penerima beasiswa. Berbagai kegiatan seperti GenBI Leadership Camp, Regional Camp, dan program pengabdian masyarakat dirancang khusus guna memberikan

pengalaman belajar bermakna bagi mahasiswa. Mahasiswa tidak hanya menjadi penerima beasiswa pasif tetapi juga aktif terlibat berbagai kegiatan mendukung pengembangan diri dan kontribusi sosial. Hal ini sejalan dengan visi Bank Indonesia untuk menciptakan agen perubahan yang mampu memberikan dampak positif bagi masyarakat, di mana terdapat 94 perguruan tinggi negeri di Indonesia yang menjadi potensi sasaran pengembangan program ini (Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi, 2024).

Pelaksanaan program sosial di tingkat kantor perwakilan dilaksanakan oleh Unit Komunikasi dan Koordinasi Kebijakan yang bertanggung jawab mengkoordinasikan program dan memastikan keselarasan dengan visi institusi. Mahasiswa penerima beasiswa diharapkan dapat membantu Bank Indonesia dalam upaya meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai tugas dan tujuan Bank Indonesia sebagai bank sentral. Program ini berupaya menciptakan lulusan yang memiliki kepedulian sosial dan pemahaman baik mengenai peran strategis Bank Indonesia dalam perekonomian nasional, sejalan dengan prinsip CSR yang menekankan akuntabilitas dan transparansi dalam pelaksanaannya (Crowther, 2008 dalam Hadi, 2011) serta komitmen berkelanjutan untuk pengembangan masyarakat.

Program Beasiswa Bank Indonesia memiliki jumlah penerima signifikan dan tersebar di berbagai perguruan tinggi Sumatera Barat. Program ini menjangkau delapan perguruan tinggi utama dengan total sekitar 200 penerima beasiswa aktif di Sumatera Barat dan pencapaian penyelesaian 15 kegiatan setiap tahun yang

berfokus pada tiga pilar utama (Hasil Penelitian, 2025). Fakta bahwa cakupan penerima yang luas dan model pembinaan yang komprehensif menjadikan program ini menarik dikaji dari perspektif komunikasi organisasi dan CSR. Pola komunikasi yang terbentuk antara Bank Indonesia dengan komunitas Generasi Baru Indonesia memberikan ruang analisis untuk memahami praktik humas dalam konteks yang lebih aplikatif dan relevan dengan perkembangan ilmu komunikasi saat ini.

Secara formal komunikasi antara Bank Indonesia dan Generasi Baru Indonesia berlangsung dalam keadaan yang asimetris di mana interaksi digunakan untuk membentuk perilaku khalayak sasaran. Terdapat nuansa komunikasi *down-top* dari mekanisme arahan program, pembinaan rutin, dan evaluasi berkala selama pelaksanaan beasiswa. Namun di sisi lain, terdapat 63 perguruan tinggi yang menjadi mitra program beasiswa Bank Indonesia dari total 210 keseluruhan perguruan tinggi mitra, menunjukkan adanya kesenjangan dalam perluasan komunikasi yang efektif. Nyatanya Bank Indonesia masih menghadapi tantangan dalam mewujudkan komunikasi yang benar-benar setara dan simetris dengan penerima beasiswa dalam berbagai aspek implementasi program.

Program CSR semestinya mengacu pada Teori *Stakeholder* yang menekankan pentingnya organisasi mempertimbangkan kepentingan semua pihak yang terdampak (Freeman, 1984). Dalam konteks program beasiswa Bank Indonesia, komunitas GenBI merupakan salah satu stakeholder utama yang berperan penting dalam keberlanjutan program. Namun penelitian sebelumnya di Provinsi Sulawesi

Tengah menunjukkan tahap perencanaan program CSR BI dilaksanakan tanpa didahului riset mendalam terhadap kebutuhan masyarakat (Lestari, 2019) dan koordinasi yang masih menghadapi berbagai kendala teknis.

Penelitian terdahulu mengkaji berbagai aspek implementasi CSR di berbagai perusahaan dan instansi. Penelitian Lukman Fauzan Hakim kawan-kawan tahun 2022 tentang Implementasi CSR melalui Program Bank Indonesia Mengajar menemukan bahwa tahap perencanaan program dilakukan berdasarkan pedoman pelaksanaan tanpa didahului riset mendalam. Penelitian Afifah Tripuji Lestari dan kawan-kawan tahun 2024 tentang Implementasi Program CSR Beasiswa Bagi Karyawan menunjukkan bagaimana program CSR beasiswa menciptakan tenaga kerja profesional. Penelitian-penelitian tersebut belum secara khusus mengkaji implementasi komunikasi dalam program CSR pendidikan dengan pendekatan Teori *Stakeholder*, sehingga terdapat *research gap* yang signifikan dan dapat dipenuhi oleh penelitian ini.

Kajian ini dinilai perlu untuk diteliti lebih lanjut dengan fokus kepada pola komunikasi dalam pelaksanaan program berdasarkan perspektif komunitas GenBI berdasarkan uraian di atas. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk mendeskripsikan praktik komunikasi yang berlangsung, tetapi juga menganalisis kesenjangan antara Teori *Stakeholder* dengan implementasinya dalam program beasiswa Bank Indonesia dilihat dari sudut pandang GenBI. Pendekatan kualitatif deskriptif dipilih guna memahami dinamika dan kompleksitas komunikasi terjadi dalam program ini secara menyeluruh. Penelitian ini diharapkan dapat

mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan sistem serta menghasilkan rekomendasi aplikatif bagi perbaikan program ke depannya.

Penelitian ini diharapkan untuk memberikan kontribusi berarti secara akademis maupun praktis. Penelitian ini dapat memperkaya khazanah ilmu komunikasi secara akademis, khususnya kajian humas dan CSR. Temuan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan bagi Bank Indonesia dalam menyempurnakan komunikasi pada program beasiswa nya secara praktis. Penelitian ini dapat menjadi referensi bagi instansi atau perusahaan lain untuk menjalankan program serupa sehingga dapat mengadopsi praktik-praktik ideal yang dianalisis. Penelitian ini diharapkan tidak hanya berkontribusi pada tataran akademis, tetapi mampu memberikan dampak positif bagi pengembangan program CSR di Indonesia. Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, peneliti telah menyelesaikan penelitian dengan judul **"Pola Komunikasi dalam Pelaksanaan Beasiswa Program Sosial Bank Indonesia (Studi Deskriptif pada Komunitas GenBI di Sumatera Barat)"**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat pada penelitian ini adalah “Bagaimana pola komunikasi dalam pelaksanaan Beasiswa Program Sosial Bank Indonesia berdasarkan perspektif Komunitas GenBI di Sumatera Barat?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Menjelaskan pola komunikasi dalam pelaksanaan beasiswa Program Sosial Bank Indonesia ditinjau dari perspektif komunitas GenBI Sumatera Barat pada.
2. Mendeskripsikan kesenjangan yang muncul antara teori *stakeholder* dengan pelaksanaan beasiswa Program Sosial Bank Indonesia dilihat dari perspektif GenBI Sumatera Barat.

1.4 Manfaat Penelitian

Dalam melakukan penelitian ini penulis berharap akan memberikan manfaat sebagai berikut :

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Secara teoritis, diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi dan program sosial.
2. Penelitian ini diharapkan menjadi referensi akademis bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji strategi komunikasi lembaga keuangan atau institusi publik dalam menjalankan program sosial.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan wawasan mengenai kekuatan dan kelemahan komunikasi yang telah dilakukan, sehingga dapat

memperkuat peran GenBI sebagai perpanjangan tangan Bank Indonesia di lingkungan mahasiswa.

2. Penelitian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman tentang tujuan program dan manfaat pembinaan yang diberikan, sehingga dapat memaksimalkan potensi dari kesempatan yang diperoleh.

