

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Tanggung jawab sosial perusahaan telah menjadi fenomena yang semakin mendominasi dalam dunia bisnis modern hal ini mencerminkan kesadaran perusahaan akan pentingnya memberikan dampak positif pada masyarakat dan lingkungan, *community development* atau pengembangan masyarakat hadir sebagai wujud tanggung jawab perusahaan kepada masyarakat. *Community development* sendiri merupakan bentuk upaya untuk meningkatkan kemampuan masyarakat dengan pemanfaatan sumber daya yang berguna untuk menciptakan perubahan positif dalam berbagai aspek kehidupan serta memiliki peran terhadap kemajuan suatu perusahaan untuk menciptakan keseimbangan dalam kehidupan sosial

*Community development* merupakan suatu aspek penting yang harus diintegrasikan dalam strategi perusahaan, jika suatu komunitas memiliki struktur sosial yang kuat tetapi ekonomi dan politiknya lemah, maka fokus seharusnya ditempatkan pada perbaikan aspek yang lemah tersebut. Namun, jika seluruh aspek kehidupan masyarakat mengalami kelemahan, maka diperlukan suatu program yang bersifat holistik, untuk mengatasi semua aspek tersebut. Seiring dengan perubahan dinamika bisnis dan peningkatan

kesadaran sosial, perusahaan-perusahaan kini dihadapkan pada tanggung jawab lebih besar terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar.

Salah satu manfaat utama dari *community development* adalah peningkatan citra perusahaan. Ketika perusahaan secara aktif memberikan kontribusi pada pembangunan sosial dan ekonomi di sekitarnya, hal ini menciptakan persepsi positif di kalangan masyarakat. Penting bagi perusahaan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan harapan masyarakat setempat secara cermat sebelum merancang program *community development*, dengan demikian penerapan program *community development* pada perusahaan juga harus dibarengi melalui berbagai media komunikasi yang berguna untuk meningkatkan eksistensi maupun memperkuat citra perusahaan melalui media, serta dengan penggunaan digital public relations sebagai sarana promosi untuk elemen masyarakat yang mana public relations sendiri tidak lepas dari reputasi dan citra.

Berdasarkan Undang-undang Nomor 3 Tahun 2004 perubahan atas Undang-undang Indonesia Nomor 23 Tahun 1999 tentang Bank Indonesia. Bank Indonesia adalah Bank Sentral Republik Indonesia yang tujuan utamanya adalah mencapai dan memelihara stabilitas nilai rupiah. Bank Indonesia didukung oleh tiga pilar untuk mencapai tujuan-tujuan ini: stabilitas sistem keuangan, pengelolaan dan pemeliharaan kelancaran sistem pembayaran, serta pengambilan keputusan dan pelaksanaan kebijakan moneter. Dari ketiga pilar tersebut, Bank Indonesia melakukan komunikasi diperlukan untuk menjalin pembangunan berkelanjutan serta untuk

menghadapi berbagai kondisi masyarakat. Sehingga dalam upaya pembangunan berkelanjutan dan kontribusi positif terhadap masyarakat, Bank Indonesia telah mengambil berbagai inisiatif program kepedulian sosial sebagai wujud nyata bentuk tanggung jawab Bank Indonesia terhadap kebijakan yang berlaku.

Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) merupakan sebuah inisiatif tanggung jawab sosial Bank Indonesia yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pada gerakan nasional, pendidikan, kesehatan, penanggulangan bencana alam, dan ekonomi. Salah satu bagian dari Program Sosial Bank Indonesia adalah Generasi Baru Indonesia (GenBI). Sebagai penerima beasiswa, GenBI mempunyai tiga peran dan tanggung jawab khususnya sebagai komunikator dalam menyampaikan dan mensosialisasikan kebijakan Bank Indonesia (*Frontliners*), sebagai agen pembawa perubahan bagi masyarakat (*Agent of Change*) dan menjadi pemimpin di masa depan (*Future Leader*). Dari tiga peran tersebut tentu menunjukkan bahwa selain sebagai bagian dari PSBI, GenBI juga memiliki tujuan untuk turut serta merealisasikan program yang digagas oleh Bank Indonesia sesuai dengan peran *Frontliners*.

GenBI memiliki peran sebagai mitra strategis dalam menggerakkan inisiatif-inisiatif yang berfokus pada tanggung jawab sosial dan lingkungan. Hal tersebut menunjukkan bahwasanya Generasi Baru Indonesia (GenBI) mempunyai peran penting terhadap pelaksanaan *community development* sebagai perencana dan pelaksana dari program-program yang digagas Bank

Indonesia untuk masyarakat. Selain itu, GenBI juga memiliki peran sebagai agen perubahan yang memberikan ide-ide inovatif, wawasan tentang masalah sosial dan lingkungan, serta kemampuan untuk merancang dan mendukung program-program yang berdampak positif. Dengan keterlibatan aktif GenBI, Bank Indonesia dapat memperkuat citra positifnya sebagai perusahaan yang bertanggung jawab dan berperan penting dalam menciptakan perubahan terhadap masyarakat khususnya melalui generasi muda.

Dengan slogan “Energi Untuk Negeri!” menunjukkan bahwa anggota komunitas GenBI selain sebagai komunikator dari program Bank Indonesia, GenBI juga sebagai wujud nyata energi baru untuk keberlanjutan Indonesia melalui berbagai program-program yang diadakan. Dalam rangka mendukung pembangunan Indonesia, GenBI berupaya untuk mengimplementasikan program-program Bank Indonesia dengan memberikan kontribusi terbaik kepada bangsa dan masyarakat. GenBI memiliki berbagai program untuk masyarakat seperti Dedikasi Untuk Negeri, GenBI Peduli dan GenBI Mengajar, dengan peran strategis GenBI dalam mengelola, mengawasi, dan mengkomunikasikan program BI, Bank Indonesia dapat mencapai tujuannya dalam memberikan kontribusi positif terhadap perkembangan sosial dan lingkungan yang mana termasuk dalam bagian dari tanggung jawab perusahaan.

Selain sebagai komunikator GenBI juga mempunyai peran yang signifikan dalam membentuk citra Bank Indonesia di masyarakat khususnya

dengan melalui generasi muda, GenBI sebagai suara masyarakat yang konstruktif memiliki tugas untuk menyampaikan masukan dan umpan balik dari masyarakat kepada Bank Indonesia. Dengan demikian, GenBI tidak hanya membantu meningkatkan kesadaran publik terhadap peran Bank Indonesia, tetapi juga turut menciptakan citra positif yang memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap lembaga tersebut.

Adanya GenBI sendiri juga sebagai wadah untuk mahasiswa berprestasi maupun kurang mampu dalam mengenyang pendidikan, hal ini juga sebagai bentuk sarana kepedulian Bank Indonesia terhadap generasi muda. Namun yang menjadi fokus disini apakah GenBI selaku komunitas bentukan Bank Indonesia melalui Program Sosial Bank Indonesia sudah menjalankan tugas dalam memberikan kontribusi sesuai dengan peran GenBI khususnya terkait dengan penerapan program *Community Development* serta bagaimana GenBI sebagai komunikator dalam mensosialisasikan kebijakan dan membentuk *image* Bank Indonesia di masyarakat melalui program *community development*, sehingga penting untuk melakukan peninjauan terhadap kinerja GenBI dalam mendukung dan mensukseskan berbagai program dari Bank Indonesia.

Maka, untuk mengkaji sejauh mana kontribusi GenBI dalam mendorong berbagai program dari Bank Indonesia, yang mana GenBI sebagai bagian dari Program Sosial Bank Indonesia serta salah satu bagian komunitas mahasiswa yang aktif dalam berbagai program sosial dan kegiatan masyarakat. Maka dari itu, peneliti tertarik untuk melaksanakan

penelitian terkait pelaksanaan berbagai program *Community Development* oleh Bank Indonesia melalui Generasi Baru Indonesia (GenBI) ke dalam sebuah penelitian yang berjudul **“Implementasi Program *Community Development* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kediri Melalui Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI).”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini dapat dirumuskan "Bagaimana Implementasi Program *Community Development* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kediri Melalui Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI)?"

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan permasalahan yang penulis rumuskan, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Implementasi Program *Community Development* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kediri Melalui Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI).

## **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan dimaksudkan untuk menghasilkan manfaat baik secara teoritis maupun praktis.

### 1. Manfaat Teoritis

- a. Peneliti berharap hasil penelitian ini bisa dimanfaatkan sebagai bahan kepustakaan mengenai pengembangan Ilmu Komunikasi.

- b. Hasil penelitian bisa dimanfaatkan sebagai literatur tambahan terkhusus mengenai Implementasi Program *Community Development* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Kediri Melalui Komunitas Generasi Baru Indonesia (GenBI).

## 2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan acuan dalam implementasi *Community Development*.
- b. Penelitian ini dimaksudkan untuk memberikan pandangan dalam menyelesaikan permasalahan dan referensi dalam implementasi *Community Development*.

