

AUDIT PROSES KOMUNIKASI DALAM RANGKAIAN BEASISWA GENBI DI UPN “VETERAN” JAWA TIMUR

Dyva Claretta¹, Nada Fitra Nabila², Shabrina Rahmadita B³, Shafira Amelia S⁴

UPN “Veteran” Jawa Timur, Surabaya, Indonesia

E-mail: 20043010066@student.upnjatim.ac.id

ABSTRAK

Pendidikan merupakan aspek paling penting dari suatu negara karena kualitas sumber daya manusia dari suatu negara mempunyai kaitan yang erat dan juga dipengaruhi oleh kualitas pendidikan sehingga bidang pendidikan perlu mendapatkan perhatian khusus baik dari masyarakat, perusahaan, maupun pemerintah. Perusahaan dapat turut serta berkontribusi dalam peningkatan kualitas pendidikan melalui program CSR pendidikan. Salah satu perusahaan yang secara aktif memberikan kontribusinya dalam dunia pendidikan adalah Bank Indonesia melalui program beasiswa GenBI. Hingga saat ini, GenBI telah memiliki 10.545 penerima beasiswa yang juga tergabung dalam komunitas GenBI. Sebagai kegiatan yang melibatkan banyak orang dalam pelaksanaannya, program beasiswa ini tentunya melibatkan proses komunikasi antara *awardee* dengan *person in charge* (PIC) yang ditunjuk oleh GenBI. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi dalam kegiatan para penerima beasiswa GenBI di UPN “Veteran” Jawa Timur. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Untuk memperoleh data, teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara dan dokumentasi pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi. Dari penelitian menunjukkan bahwa proses komunikasi antara *awardee* beasiswa GenBI di UPN “Veteran” Jawa Timur dengan *person in charge* (PIC) masih terdapat beberapa permasalahan antara lain komunikasi yang cenderung bersifat satu arah dan tidak teratur sehingga masih diperlukan perbaikan dan pengoptimalan.

Kata Kunci: Audit, Humas, *Corporate Social Responsibility*

COMMUNICATION PROCESS AUDIT OF THE GENBI SCHOLARSHIP AT UPN “VETERAN” EAST JAVA

ABSTRACT

Education is the most important aspect of a country because the quality of human resources in a country is closely related to and is also influenced by the quality of education so that the education sector needs special attention from both the community, companies and the government. Companies can participate and contribute to improving the quality of education through educational CSR programs. One company that actively contributes to the world of education is Bank Indonesia through the GenBI scholarship program. Until now, GenBI has 10,545 scholarship recipients who are also members of the GenBI community. As an activity that involves many people in its implementation, this scholarship program certainly involves a communication process between the awardee and the person in charge (PIC) appointed by GenBI. This study aims to find out how the communication process is in the activities of GenBI scholarship recipients at UPN "Veteran" East Java. The research method used in this study is a type of qualitative research using descriptive methods. To obtain data, data collection techniques used by researchers are interviews and documentation of data collection, namely interviews and documentation. The research shows that the communication process between the GenBI

scholarship awardees at UPN "Veteran" East Java and the person in charge (PIC) still has several problems, including communication that tends to be one-way and irregular so that improvement and optimization are still needed.

Keywords: *Audit, Public Relation, CSR*

Article Info:

Received: 08 Des 2022, Revised: 10 Feb 2023, Accepted: 04 Apr 2023, Available Online: 28 Apr 2023

PENDAHULUAN

Pendidikan merupakan salah satu pilar terpenting dalam sebuah negara, terlebih lagi kualitas sumber daya manusia dalam negara erat kaitannya dan dipengaruhi oleh faktor kualitas pendidikan yang diterima oleh seseorang. Oleh karena itu, bidang pendidikan perlu mendapatkan perhatian khusus dari berbagai pihak, tidak hanya dari pemerintah. Semua elemen masyarakat harus saling bekerja sama dalam peningkatan dan pemerataan kualitas pendidikan di Indonesia. Salah satu sektor yang berkewajiban untuk turut berpartisipasi dalam peningkatan mutu pendidikan di Indonesia adalah perusahaan.

Suatu perusahaan tidak bisa apabila hanya berpatokan pada tujuan ekonomis saja, melainkan juga harus mempertimbangkan tujuan etisnya. Tujuan etis inilah yang nantinya dapat diimplementasikan melalui kegiatan-kegiatan yang berorientasi pada pengembangan masyarakat. Perusahaan

dapat memberikan kontribusinya dengan berbagai program yang salah satunya dikhususkan untuk pemberian timbal balik kepada masyarakat yang biasa disebut CSR (*Corporate Social Responsibility*) yang mana program-program ini memberikan manfaat langsung kepada masyarakat madani. Sehingga dengan adanya program CSR ini mampu mendatangkan keuntungan bagi kedua belah pihak, baik perusahaan maupun masyarakat sekitar (Chou & Newman, 2014). CSR merupakan konstruksi penting untuk strategi komunikasi perusahaan karena semua perusahaan perlu mempromosikan perusahaan mereka di hadapan publik (BirĠm, 2016).

Semua perusahaan diwajibkan memiliki program CSR (*Corporate Social Responsibility*) sesuai dengan peraturan yang dibuat oleh pemerintah dalam rangka mengatur tanggung jawab sosial dan lingkungan seperti Keputusan Menteri BUMN Nomor.KEP-236/MBU/2003, Undang-Undang

Nomor 40 Tahun 2007 Pasal 74 tentang Perseroan Terbatas, dan Undang-Undang Penanaman Modal No. 25 tahun 2007 pasal 15 dan 34 (Pt et al., 2019). Adanya peraturan tersebut mengharuskan suatu perusahaan untuk membuat program CSR yang bermanfaat bagi masyarakatnya. Program CSR ini pun sangat beragam bentuknya. Bentuk dari program ini biasanya berupa bantuan dana sukarela (*voluntary*), kederewanan (*philanthropy*), atau pemberdayaan masyarakat (*community development*) (Pt et al., 2019). Kegiatan CSR dapat digunakan sebagai lahan yang bermanfaat dengan mengandalkan karakteristik strategisnya (Bİrlm, 2016) oleh karena itu, bentuk program CSR yang dipilih disesuaikan dengan motif, tujuan, dan pilar utama perusahaan. Salah satu perusahaan yang aktif melakukan program CSR adalah Bank Indonesia. Bank Indonesia memfokuskan program CSR dalam bidang ekonomi, peningkatan sumber daya manusia, serta kegiatan sosial yang fokus pada bidang pendidikan, kebudayaan, kesehatan, keagamaan, dan lingkungan. Aktualisasi program CSR Bank Indonesia dalam bidang pendidikan ini salah satu contohnya

adalah melalui pemberian beasiswa GenBI bagi mahasiswa.

GenBI atau Generasi Baru Indonesia merupakan komunitas yang terdiri dari mahasiswa penerima beasiswa Bank Indonesia yang berada di bawah naungan Bank Indonesia. GenBI memiliki visi menjadikan kaum muda Indonesia sebagai generasi yang kompeten dalam berbagai bidang keilmuan serta dapat membawa perubahan positif dan menjadi inspirasi bagi bangsa dan negara. Sedangkan misinya tertuang dalam empat aksi yaitu *initiate, act, share, and inspire*. *Initiate* berarti menggagas berbagai kegiatan pemberdayaan masyarakat untuk Indonesia yang lebih baik, *act* berarti menjadi garda terdepan dalam melakukan aksi nyata untuk pembangunan bangsa, *share* berarti peduli dan berkontribusi untuk pemberdayaan masyarakat, dan *inspire* berarti berbagi inspirasi dan motivasi untuk menjadi energi bagi negeri. Tentunya implementasi CSR ini tidak terlepas dari peran *Public Relations* dalam sebuah perusahaan. Seorang *Public Relations* mempunyai peran sangat penting dalam menjalin dan menjaga hubungan baik antara perusahaan dengan masyarakat. Melalui

program *Corporate Social Responsibility*, Bank Indonesia dapat menunjukkan kepeduliannya terhadap masyarakat khususnya mahasiswa dengan mengadakan program “Beasiswa GenBI” yang diperuntukkan kepada mahasiswa dari seluruh perguruan tinggi di Indonesia.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana proses komunikasi dalam kegiatan para penerima Beasiswa GenBI sebagai program CSR Bank Indonesia di UPN “Veteran” Jawa Timur. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi dalam kegiatan para penerima beasiswa GenBI di UPN “Veteran” Jawa Timur. Sebagai bahan pertimbangan dalam melakukan penelitian, penulis menggunakan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan topik penelitian sebagai referensi.

Penelitian yang pertama dilakukan oleh Lukman Fauzan Hakim, Evi Novianti, Ade Kadarisman, dan Lutfi Khoerunnisa dari Universitas Padjadjaran dengan judul “Implementasi *Corporate Social Responsibility* Melalui Program Bank Indonesia Mengajar”.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi, dan studi kepustakaan. Hasil yang diperoleh di penelitian ini adalah bahwa implementasi dari program Bank Indonesia Mengajar yang dilakukan KPw Bank Indonesia Jawa Barat telah sesuai dan sejalan dengan berbagai aspek seperti Peraturan Gubernur No.14/14/PDG/2012 tentang Program PSBI, visi dan misi Bank Indonesia.

Penelitian kedua yaitu dilakukan oleh Izzah Puspita, Nadia Ananda Machfudab, dan Vania Mirabel Salsabila dengan judul “Analisis Pengaruh Pelaksanaan Program CSR “Beasiswa GOJEK” Bagi Para Mitra Driver PT GOJEK Indonesia”. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah program Corporate Social Responsibility beasiswa ini dapat membantu anak dari para mitra driver gojek untuk melanjutkan pendidikan ke tingkat yang lebih tinggi serta menjaga hubungan baik gojek kepada para mitra drivernya. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dan objek penelitian adalah program CSR dalam bentuk pemberian beasiswa. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh

pemberian beasiswa kepada mitra GOJEK.

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti memilih jenis penelitian kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif. Jenis penelitian kualitatif dipilih karena jenis penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk memberikan gambaran dan menjelaskan tentang apa yang diteliti secara lebih mendalam. Patton 1990 dalam (Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi, Cosmas Gatot Haryono, Jejak Publisher, 2020, Sukabumi) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif dapat menjelaskan suatu isu secara detail dan mendalam karena proses pengumpulan data yang tidak terbatas pada kategori-kategori tertentu. Selanjutnya, peneliti memilih metode deskriptif karena ingin mendeskripsikan objek penelitian dengan lebih akurat dan sistematis, yang mana objek dari penelitian ini sendiri adalah terkait implementasi Beasiswa GenBI di UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai program CSR Bank Indonesia dalam bidang pendidikan.

2. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang diinginkan, peneliti mencari dan mengumpulkan data yang bersumber dari data primer dan data sekunder.

A. Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya untuk pertama kalinya. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari hasil wawancara dengan mahasiswa penerima beasiswa GenBI di UPN “Veteran” Jawa Timur. Untuk mendapatkan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian, peneliti menetapkan beberapa karakteristik bagi responden, yaitu: (a) Mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur penerima beasiswa GenBI, (b) Menjadi pengurus komunitas GenBI, dan (c) Mempunyai prestasi akademik maupun non-akademik

B. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh dari hasil analisis dokumen-dokumen yang berkaitan dengan objek penilaian. Data ini dapat berupa buku, laporan, maupun data-data yang diperoleh dari internet yang

tentunya masih berhubungan dengan objek yang diteliti.

Metode pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti adalah wawancara dan dokumentasi pengumpulan data yaitu wawancara dan dokumentasi.

A. Wawancara

Wawancara dilakukan untuk memperoleh dan mengeksplor pengetahuan mengenai makna subjektif secara mendalam yang dipahami oleh subjek penelitian terkait topik yang sedang diteliti. Pertanyaan yang digunakan dalam wawancara bersifat terbuka (open ended) dan tidak terstruktur (unstructured) dengan tujuan agar responden (subjek penelitian) lebih leluasa untuk mengutarakan pandangan dan opininya.

B. Dokumentasi

Dokumentasi digunakan untuk melihat dan menganalisis dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Dokumentasi dapat memperkuat gambaran

di lapangan untuk menjadi bukti otentik keabsahan data penelitian. Data dokumentasi meliputi foto, video, surat, laporan, dan sebagainya yang berkaitan dengan objek penelitian

3. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, proses analisis data dilakukan sejak dan selama penelitian dilakukan. Menurut Miles dan Huberman dalam (Ragam Metode Penelitian Kualitatif Komunikasi, Cosmas Gatot Haryono, Jejak Publisher, 2020, Sukabumi) proses analisis data dilakukan melalui tiga tahapan yaitu reduksi data, penyajian data, dan terakhir penarikan kesimpulan.

A. Reduksi data

Tahap reduksi data bertujuan untuk mencari hal-hal penting kemudian memfokuskannya. Tahap ini dilakukan melalui proses penajaman, pengarahan, dan pembuangan data yang tidak diperlukan kemudian menggolongkannya sedemikian rupa sehingga kesimpulan lebih jelas dan mempermudah proses pengumpulan data.

B. Penyajian data

Setelah data terkumpul dan melalui tahap reduksi, data kemudian disajikan agar data penting yang terkumpul dapat tersusun dan mudah dipahami. Penyajian data dapat berupa teks naratif, matriks, jaringan, grafik, maupun bagan. Tahap penyajian data ini memungkinkan adanya penarikan kesimpulan.

C. Penarikan kesimpulan

Pada tahap ini, peneliti harus memvalidasi data-data yang telah terkumpul dengan menguji kebenaran, kekuatan, dan kecocokan data. Setelah itu panitia dapat menarik kesimpulan dari data yang telah diverifikasi dan disajikan tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Corporate Social Responsibility (CSR)

Johnson dan Johnson dalam (Nurjanah et al., 2016) mendefinisikan *Corporate Social Responsibility* berkaitan dengan bagaimana perusahaan mengelola proses bisnisnya untuk memiliki dampak positif pada masyarakat secara keseluruhan. Definisi ini pada dasarnya berasal dari filosofi bagaimana suatu perusahaan harus dikelola dan bagaimana dapat

memberikan dampak positif bagi seluruh atau sebagian perusahaan dan lingkungan. Perusahaan juga harus mampu menjalankan bisnis dengan menghasilkan produk yang berdampak positif bagi masyarakat. *Corporate Social Responsibility (CSR)* juga didefinisikan *The World Business Council For Sustainable Development (WBCSD)* merupakan suatu komitmen bisnis untuk mendukung pertumbuhan jangka panjang dan kontribusi terhadap ekspansi ekonomi sekaligus meningkatkan standar hidup pekerja, keluarga pekerja, dan masyarakat setempat, menurut Setyaningrum, 2011 dalam (Mentari, 2013).

CSR bertujuan untuk memajukan tanggung jawab sosial dengan berfokus pada tiga faktor, keuntungan (*profit*), masyarakat (*people*), dan lingkungan (*planet*). Satu-satunya bentuk tanggung jawab perusahaan sosial yang paling penting adalah keterlibatan perusahaan dalam inisiatif sosial yang bermanfaat bagi masyarakat umum. Perusahaan diharapkan dapat berpartisipasi dalam berbagai inisiatif, terutama yang mendukung rasa aman dan pemberdayaan masyarakat. Dengan membina hubungan sosial, perusahaan dapat membangun hubungan sosial yang

lebih bermanfaat dengan masyarakat, yang kemudian akan menguntungkan pada kemampuan mereka dalam menjalankan bisnis (Yuliana & Djalaluddin, 2019).

Menurut (Jumadiyah et al., 2018), *Corporate Social Responsibility* (CSR) mengacu pada komitmen organisasi untuk memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian dengan menjunjung tinggi komitmen sosialnya dan menyeimbangkan pertimbangannya terhadap masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kemudian, Davis menyatakan bahwa keputusan dan tindakan terkait bisnis seringkali ditukar dengan uang, atau kadang-kadang untuk sesuatu yang lain untuk mengatasi tantangan ekonomi atau teknologi jangka panjang perusahaan. Terkait dengan hal ini, dan dengan fokus pada keadilan sosial, Frederick mengatakan bahwa perusahaan harus menjauh dari sistem ekonomi yang melanggar kebijakan publik. Ini berarti bahwa kegiatan ekonomi harus berjalan dengan kecepatan yang stabil untuk meningkatkan keadilan sosial bagi semua orang. McGuire, di sisi lain melangkah lebih jauh dengan menyatakan bahwa komitmen sosial terhadap keadilan menuntut agar negara

tidak hanya menegakkan hukum dan ekonomi, tetapi juga kepada orang-orang yang terkena dampak ketidakadilan ini.

Tentunya bukan tanpa alasan mengapa suatu perusahaan sangat dianjurkan untuk dapat mengalokasikan dan merancang program CSR. Hal ini karena program *Corporate Social Responsibility* tidak hanya bermanfaat bagi publik dari perusahaan, melainkan juga akan sangat berdampak pada perusahaan itu sendiri. Berikut manfaat CSR bagi beberapa pihak (Jumadiyah et al., 2018) :

1. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi masyarakat

Corporate Social Responsibility (CSR) berfokus pada bagaimana perusahaan dapat mengelola operasionalnya untuk mendapatkan sentimen positif di masyarakat. Dengan cara ini, perusahaan dapat menunjukkan rasa komitmen yang kuat terhadap warga, pelanggan, pemasok, pemegang saham, karyawan, dan tokoh penting lainnya. Perusahaan dapat berkontribusi untuk mensejahterakan serta meningkatkan kualitas hidup

masyarakat luas dengan mengutamakan kebutuhan masyarakat. Perusahaan juga dapat menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat umum dengan melaksanakan proyek dan mengembangkan program yang akan meningkatkan standar hidup, kompetensi sosial, dan keragaman tenaga kerja. Pada saat perusahaan telah memahami lingkungannya, mereka dapat berpartisipasi dan berkontribusi dalam kebijakan pelestarian lingkungan serta mempertahankan standar tinggi untuk kualitas masyarakat dalam kehidupan untuk jangka waktu yang memiliki rentang panjang. Dengan diluncurkannya CSR, sebuah perusahaan diberikan harapan agar mereka tidak hanya berfokus pada laba atau profit jangka pendek, namun tetap dapat berkontribusi dalam upaya kualitas taraf hidup para masyarakat dan lingkungan yang memiliki rentang waktu panen agar semakin meningkat waktu ke waktu dan menguntungkan semua pihak.

2. Manfaat *Corporate Social*

Responsibility (CSR) bagi Pemerintah

Pelaksanaan CSR juga sangat menguntungkan bagi pemerintah. CSR dapat mendorong kerjasama antara pemerintah dengan perusahaan dalam upaya mengatasi berbagai masalah sosial seperti kemiskinan, rendahnya kualitas pendidikan, dan kurangnya akses pelayanan kesehatan. Keharusan suatu bangsa untuk menciptakan kesejahteraan bagi rakyatnya dapat diwujudkan melalui kegiatan CSR dengan peran serta pihak swasta (perusahaan). CSR dapat membantu permasalahan dan isu-isu sosial dengan fokus pada pengembangan masyarakat, seperti beasiswa, pembangunan ekonomi bagi masyarakat miskin, pembangunan fasilitas kesehatan, dan kegiatan sejenis lainnya.

3. Manfaat *Corporate Social Responsibility* (CSR) bagi Perusahaan

Selain dalam rangka memberdayakan masyarakat, perusahaan juga harus tetap memastikan bahwa

operasionalnya berjalan dengan lancar. Jika hubungan antara perusahaan dan masyarakat tidak berjalan dengan baik, mungkin terdapat masalah didalamnya. Pelaksanaan program CSR mengalami keterlambatan dan belum seluruhnya diterima oleh masyarakat karena kurangnya minat perusahaan terhadap CSR. Di sisi lain, manfaat pelaksanaan CSR bagi perusahaan dapat memperkuat dan meningkatkan reputasi perusahaan, dapat membuka pasar baru, memperkuat hubungan dengan pemangku kepentingan, meningkatkan produktivitas dan kebahagiaan karyawan, dan hal lainnya.

Suatu perusahaan yang dapat mengimplementasikan CSR ke dalam operasional perusahaannya akan mendapatkan lima manfaat utama menurut Gurvy Kavey dalam (Jumadiah et al., 2018):

- 1) Dapat meningkatkan profitabilitas dan efisiensi keuangan, misalnya melalui efisiensi lingkungan.
- 2) Dapat meningkatkan

kemampuan, penilaian, dan komunitas investasi.

- 3) Meningkatkan loyalitas karyawan karena mereka selalu diperhatikan dan dihargai.
- 4) Mengurangi kerentanan dengan masyarakat sekaligus meningkatkan reputasi dan branding perusahaan.

Selain itu, praktik CSR juga akan mempermudah akses perusahaan terhadap kapital (*modal*), sumber daya manusia yang berkualitas (*human resources*), kemampuan perusahaan dalam mengambil keputusan kritis (*critical decision making*), dan kemampuan perusahaan dalam mengelola risiko (*risk management*), (Mentari, 2013).

Corporate Social Responsibility (CSR) **dalam Bidang Pendidikan**

Pendidikan memiliki potensi untuk memperbaiki kondisi manusia sebagai sumber daya pembangunan. Menurut *The World Bank Institute*, bagian terpenting dari CSR adalah pengembangan kepemimpinan dan pendidikan. Pendidikan merupakan satu-satunya alat yang paling penting untuk mendorong pertumbuhan dalam jangka panjang dan dapat memberikan

keamanan bagi manusia, sehingga perusahaan telah memberikan kontribusi yang signifikan terhadap penyediaan akses pendidikan berkualitas tinggi (Triyanto, 2013).

Dalam rangka mendukung peningkatan standar pendidikan di Indonesia, saat ini keterlibatan perusahaan dalam bidang pendidikan sangat dibutuhkan. Tidak hanya pemerintah yang bekerja untuk mengatasi masalah pendidikan, tetapi kehadiran perusahaan juga penting dalam mengatasi masalah tersebut. Peran serta masyarakat atau pihak lain telah dicantumkan dalam UUR No. 21 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional dalam Pasal 54. Partisipasi dalam pengembangan dan pelaksanaan mutu pelayanan pendidikan berfokus pada individu serta organisasi profesional, pengusaha, dan masyarakat, Dea Cendani dan Tjiptohadi, 2012 dalam (Triyanto, 2013).

CSR di bidang pendidikan merupakan inisiatif bersama yang harus dilaksanakan sebagai rencana alternatif dalam pengembangan sistem pendidikan Indonesia. Berbagai inisiatif CSR, seperti pemberian beasiswa, pembangunan infrastruktur lembaga pendidikan, penyelenggaraan program

pelatihan, atau pemberian kesempatan magang di berbagai perusahaan yang dapat meningkatkan nilai pendidikan dalam pengembangan masyarakat. Komitmen dan kepedulian perusahaan terhadap pendidikan merupakan investasi yang menguntungkan jika ditangani dengan hati-hati. Dalam rangka sebagai bentuk kepedulian Bank Indonesia terhadap pendidikan di Indonesia, Bank Indonesia membuat beberapa program CSR yang berkaitan dengan bidang pendidikan. Program CSR pendidikan yang hingga saat ini masih aktif diselenggarakan oleh Bank Indonesia salah satunya adalah Beasiswa GenBI. Beasiswa GenBI merupakan beasiswa yang diinisiasi oleh Bank Indonesia untuk pelajar perguruan tinggi baik perguruan tinggi negeri, perguruan tinggi swasta, maupun vokasi serta SMK. Beasiswa yang diberikan meliputi biaya pendidikan, tunjangan studi, serta biaya hidup. Bagi mahasiswa yang terpilih untuk menerima beasiswa ini akan secara otomatis menjadi bagian dalam kepengurusan komunitas GenBI.

Proses Audit Komunikasi

Morissan, 2008 dalam (Oktaviani et al., 2021) menjelaskan, istilah audit komunikasi pertama kali diperkenalkan oleh George Ordiane yang ingin

menunjukkan bahwa proses komunikasi dapat diperiksa, dievaluasi, dan dapat diukur secara sistematis. Kegiatan-kegiatan komunikasi dapat diukur agar kualitas kinerja para eksekutif, pejabat, dan staff pada organisasi atau perusahaan dapat diketahui dan jika perlu dapat diperbaiki secara sistematis, sehingga efektivitas atau efisiensi komunikasi dapat meningkat. Dengan melakukan audit komunikasi, segala macam hambatan komunikasi yang dapat menyebabkan terganggunya aliran informasi dapat diketahui dengan cepat sehingga diperoleh solusi yang dapat meningkatkan dampak yang diinginkan oleh organisasi atau perusahaan agar dapat bertahan ditengah persaingan global yang semakin ketat (Ramadani et.al., 2015).

Audit komunikasi juga dilakukan untuk tujuan dapat meninjau efektivitas komunikasi serta tingkat kepuasan komunikasi yang ada di berbagai tingkat kerja dalam organisasi maupun perusahaan. Fokus utama audit komunikasi yaitu untuk mengevaluasi sistem komunikasi internal yang menekankan pada aspek seperti penilaian kualitas informasi yang mengalir dalam organisasi atau perusahaan. Adanya audit komunikasi

penting dilakukan karena dalam suatu organisasi maupun perusahaan, komunikasi memegang peran penting yaitu menjadi unsur utama penggerak proses pengelolaan organisasi (Mohammed & Bungin, 2015). Proses komunikasi yang baik mampu menjadi penyaluran informasi yang tepat, mudah dipahami dan diperoleh, serta berkecukupan akan menjadi katalis dalam penyaluran informasi yang efektif sehingga dapat membantu usaha mencapai tujuan organisasi atau perusahaan. Dari audit komunikasi akan diketahui strategi komunikasi yang efektif yang dapat diterapkan dalam suatu organisasi atau perusahaan

Untuk melakukan audit komunikasi, diperlukan beberapa yang tahapan yang harus diikuti yaitu identifikasi masalah, diagnosis, perencanaan dan pelaksanaan audit, serta rekomendasi.

1. Identifikasi masalah.
Mengidentifikasi masalah merupakan tahap paling awal dari proses audit. Tahap pengidentifikasian masalah dapat dilakukan melalui langkah review awal seperti wawancara atau pengamatan. Dari proses wawancara yang dilakukan

dengan informan, yang merupakan awardee dari Beasiswa GenBI, proses komunikasi yang terjadi antara para awardee beasiswa GenBI di UPN “Veteran” Jawa Timur dengan *person in charge* (PIC) yang ditunjuk oleh Bank Indonesia belum berjalan dengan lancar. Berikut yang disampaikan informan satu:

“...aku selama satu tahun kepengurusan belum pernah ketemu pembinanya...”

Informan satu menjelaskan bahwa sebagai penerima beasiswa yang menjadi pengurus selama satu tahun ia belum pernah bertemu dengan pembina dari GenBi sendiri, ketidaktahuan itu terjadi dikarenakan *person in charge* (PIC) hanya bertindak sebagai pemerintah dalam menyampaikan pesan saja kepada para anggota GenBi di UPN “Veteran” Jawa Timur, semua komunikasi hanya dilakukan satu pintu yaitu melalui ketua GenBi kampus masing-masing seperti yang dikatakan oleh narasumber satu

“ ... karena selama kepengurusan, kita gak pernah disedian aduan, dan juga kita jarang komunikasi, PIC cuman komunikasi sama ketuanya, itupun cuman ngasih tau info-info ... ”

Dari sini bisa dilihat bahwa komunikasi yang terjadi antara penerima beasiswa GenBI dengan *person in charge* (PIC) Jawa Timur dari BI hanya bersifat satu arah, yaitu hanya memberikan informasi kegiatan saja tanpa ada komunikasi balik antara kedua pihak. Hal ini menjadi masalah lebih serius saat terjadi pemberian informasi kegiatan yang bersifat sangat mendadak, bahkan menurut informan satu informasi yang bersifat mendadak itu membuat teman-teman penerima beasiswa kewalahan dalam mengatur jadwal, dan hal ini terjadi mulai dari proses awal pendaftaran beasiswa, dikutip dari pernyataan informan satu

“ ... Menurutku yang kurang menyenangkan di tahap interviewnya sih, sebelumnya tuh mendadak. H-1 malemnya

baru dikasih tau malem-malem banget pula ...”

ditambah pula dengan sikap tidak profesional interviewer kepada para calon penerima

“ ... dikasih tahu waktu interviewnya jam 11 malam dan interview besoknya. Waktu sudah datang ternyata tiba-tiba interviewernya ada rapat ...”.

Hal ini tentu memberikan kesan yang tidak profesional pada mata publik, ditambah lagi dengan pernyataan yang dikeluarkan oleh pihak BI saat ada calon penerima beasiswa memohon perpanjangan waktu karena pemberian informasi yang mendadak **“ ... mas kalo gak mau ya sudah, gak usah, gak papa ...”**

“ ... orangnya bilang pake nada judes...”

Hal ini tentu menjadi pengalaman yang kurang menyenangkan bagi para penerima beasiswa, lebih lagi bila ditarik ke dasar penerimaan beasiswa, sebuah lembaga ingin mendapatkan penerima yang

aktif di berbagai kegiatan maupun berprestasi, namun dengan model komunikasi yang mendadak seperti itu nampak berkebalikan dengan fakta yang ada di lapangan seperti yang dijelaskan oleh informan kedua

“ ... Karena GenBi UPN juga ambil beberapa orang yang terbaik, nah orang terbaik juga kadang sibuk dengan kegiatan-kegiatannya tapi kadang ada moment dipaksa harus hadir dan selalu ada ancaman kalo gak cair, sebenarnya kita tau tanggung jawab kita cuman kalo ancaman itu kayak haduhh nanti gimana nih ...”

Berdasarkan pernyataan informan kedua, selain pemberian informasi kegiatan yang mendadak diikuti pula dengan ancaman dana tidak cair apabila tidak mengikuti rangkaian kegiatan yang diadakan oleh BI, hal ini tentu membuat posisi para penerima beasiswa serba salah seperti yang dijelaskan oleh informan kedua

“ ... Terus ngapain nerima orang yang mungkin mainnya diluar, yang dia aktif

berekplorasi tapi dihalangi oleh ancaman tidak cair, itu kadang aku gak suka ...”

Dari pernyataan-pernyataan para informan bisa diketahui titik permasalahan berada pada pemberian informasi yang mendadak dengan ancaman pencairan dana yang dihentikan, hal ini terjadi dikarenakan dalam satu GenBi hanya dipegang oleh satu *person in charge* (PIC) saja seperti yang disebutkan oleh informan kedua

“ ... Di suramadu (Surabaya dan Madura ada 9 universitas dan yang menghandle 1 orang ...”

Sehingga ancaman-ancaman tersebut dikeluarkan sebagai upaya mempertegas isi pesan.

2. Diagnosis. Diagnosis ini merupakan tahap identifikasi penyebab dan akibat dari suatu praktik komunikasi. Dari hasil wawancara dengan informan, didapatkan hasil bahwa penyebab dari kurang lancarnya proses komunikasi antara karena proses komunikasi yang terkesan satu arah dari PIC (*person in charge*) sehingga pic ini kurang

bisa untuk berinteraksi secara langsung kepada para *awardee*.

3. Perencanaan dan pelaksanaan audit.

Setelah diketahui apa saja permasalahan yang terjadi dalam proses komunikasi dan penyebabnya juga telah diidentifikasi, langkah selanjutnya melakukan proses audit.

Rekomendasi

Audit yang telah dilaksanakan oleh tim pengaudit menemukan beberapa fakta-fakta langsung dari lapangan yang layak dijadikan sebagai dasar penyusunan rekomendasi kepada perusahaan terkait. Rekomendasi yang kami berikan kepada perusahaan ini ditujukan dengan niat baik untuk perusahaan bisa melakukan improvisasi dalam sistem manajemennya yaitu baik dalam proses penerimaan maupun pelaksanaan penugasan beasiswa GenBi. Berikut ini adalah beberapa rekomendasi sebagai upaya memberikan umpan balik kepada perusahaan melalui hal-hal berikut ini:

1. Melakukan penyusunan rangkaian kegiatan penerimaan dengan tanggal-tanggal pasti yang telah ditentukan dengan jelas dan runtut

2. Memberikan pelatihan untuk kualitas sumber daya karyawan yang beretika dan sopan santun berupa pelatihan etika profesi
3. Keterbukaan informasi baik dalam proses penerimaan maupun seluruh kegiatan yang diberikan kepada penerima beasiswa;
4. Pengadaan forum komunikasi dua arah antara person in charge dan penerima beasiswa;
5. Pemberian informasi kegiatan dengan jelas, dengan jarak yang tidak mepet agar penerima beasiswa mampu mengikuti seluruh kegiatan dengan maksimal

KESIMPULAN

Pendidikan merupakan salah satu pilar terpenting dalam sebuah negara, terlebih lagi kualitas sumber daya manusia dalam negara erat kaitannya dan dipengaruhi oleh faktor kualitas pendidikan yang diterima oleh seseorang. Oleh karena itu, bidang pendidikan perlu mendapatkan perhatian khusus dari berbagai pihak, tidak hanya dari pemerintah, melainkan juga masyarakat umum dan perusahaan. Dalam perusahaan, kegiatan seperti ini dapat diimplementasikan melalui kegiatan CSR dalam bidang pendidikan, contohnya adalah pemberian beasiswa. Karena melibatkan

perusahaan dengan publiknya, tentunya kegiatan CSR ini memerlukan proses komunikasi yang baik. Namun ada kalanya dalam implementasi CSR ini masih terjadi miskomunikasi yang perlu dibenahi. Untuk itulah proses audit komunikasi diperlukan agar perusahaan dapat mencari teknik komunikasi yang tepat.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, D. A. (2011). *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) Terhadap Perusahaan (Studi Di PT Sidomuncul Semarang)*. <https://lib.unnes.ac.id/5791/>
- Bİrİm, B. (2016). Evaluation of corporate social responsibility and social media as key sources of strategic communication. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 235(October), 70–75. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.11.026>
- Chou, A., & Newman, K. (2014). *How and Why Multinational Corporations Pursue CSR Strategies : The Case of Nestle in China*.
- Cook, K. S., Cheshire, C., Rice, E. R. W., & Nakagawa, S. (2013). *Social Exchange Theory*. 61–88. <https://doi.org/10.1007/978-94-007-6772-0>
- Jumadiyah, Manfarisyah, Sastro, M., & Herinawati. (2018). Penerapan Prinsip Corporate Social Responsibility Di Provinsi Aceh. *Unimal Press*, 2.
- Mentari, R. A. (2013). Implementasi Corporate Social Responsibility (Csr) pada Pendidikan. *Universitas Negeri Surabaya*.

Mighfar, S. (2015). SOCIAL EXCHANGE THEORY : Telaah Konsep George C. Homans Tentang Teori Pertukaran Sosial. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 9(2), 259–282. <https://doi.org/10.35316/lisanalhal.v9i2.98>

Nurjanah, N., Wirman, W., & Yazid, T. P. (2016). Implementasi Program Coorporate Social Responsibility (Csr) Dalam Meningkatkan Pemberdayaan Masyarakat Provinsi Riau. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 197–211.

<https://jkms.ejournal.unri.ac.id/index.php/JKMS/article/download/4750/4489>

Pt, C. S. R., Indonesia, H., Cilacap, T., Nurjanah, A., Yulianti, F., Komunikasi, J. I., & Yogyakarta, U. M. (2019). *PELAKSANAAN PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY (CSR) DAN KOMUNIKASI CSR (Studi Kasus : CSR Delegation European Union To Malaysia dan Business*. 12(1), 93–107.

Triyanto, Dwi. (2013). *Pelaksanaan Corporate Social Responsibility (Csr) Di Bidang Pendidikan Pt. Hino Motors Sales Indonesia (Pt. Hmsi)*.

<https://eprints.uny.ac.id/26665/1/>

Wilda, Y. A., & Sunoko, A. (2020). *Implementasi Corporate Social Responsibility (CSR) dalam Meningkatkan Mutu Kualitas Pendidikan SMK NU Banat Kudus*. *Jurnal Ibriez: Jurnal Kependidikan Dasar Islam Berbasis Sains*, 5(2), 169-182.

Yuliana, I., Djalaluddin, A. (2019). *Corporate Social Responsibility*. Malang: UIN-Maliki Press