

**PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PROGRAM *CORPORATE SOCIAL
RESPONSIBILITY* BI CORNER YOGYAKARTA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Pemahaman Literasi Keuangan Bagi
Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada)**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

Disusun oleh :

Budi Haryadi

13730012

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2018



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Budi Haryadi
NIM : 13730012
Prodi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 6 Februari 2018

Yang menyatakan,



Budi Haryadi
NIM. 13730012

STATE ISLAMIC UNIVER
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Budi Haryadi
NIM : 13730012
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY* BI CORNER YOGYAKARTA

(Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 6 Februari 2018

Pembimbing

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 1 014



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-78/Un.02/DSH/PP.00.9/03/2018

Tugas Akhir dengan judul : PERSEPSI MAHASISWA TERHADAP PROGRAM CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY BI CORNER YOGYAKARTA (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : BUDI HARYADI
Nomor Induk Mahasiswa : 13730012
Telah diujikan pada : Selasa, 13 Februari 2018
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A
NIP. 19850914 201101 2 014

Penguji I

Niken Puspitasari, S.IP., M.A.
NIP. 19830111 201503 2 004

Penguji II

Lukman Nusa, M.I.Kom.
NIP. 19861221 201503 1 005

Yogyakarta, 13 Februari 2018

UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.
NIP. 19680416 199503 1 004

MOTTO

“ Bersyukur Bukan Karena Bahagia,
Tapi
Bahagia Karena Selalu Bersyukur ”

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

“ Dengan mengucap segala puji dan syukur
atas petunjuk dan nikmat yang telah Allah SWT
berikan, maka skripsi ini saya persembahkan untuk :

Pertama, untuk kedua orang tua saya yaitu Bapak dan Umi. Terima kasih telah selalu memberikan doa, semangat, motivasi dan biaya tanpa pamrih selama saya menimba ilmu di Yogyakarta.

Kedua, untuk seluruh Kakak saya yaitu Aa, Kang Ade, Tete, Kakang, Kaka, dan Ceuceu. Terima kasih telah selalu memberikan doa, nasehat, pelajaran, biaya dan perhatian kepada Ending selama ini.

Ketiga, untuk para sahabat saya yang telah menemani dan memberikan pengalaman tentang arti kehidupan di kota Yogyakarta. Terima kasih semuanya

Keempat, untuk almamater saya yaitu
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga

Yogyakarta ”

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat Islam, nikmat iman dan kesehatan kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Tidak lupa sholawat serta salam peneliti haturkan kepada Nabi Muhammad SAW yang peneliti harapkan syafa'atnya dihari perhitungan kelak.

Selanjutnya, peneliti menyadari bahwa skripsi dengan judul “Persepsi Mahasiswa Terhadap Program *Corporate Social Responsibility* BI Corner Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada)” ini tidak dapat terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Drs. Siantari Rihartono, M.Si selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah menjadi pembimbing selama menjalani perkuliahan
4. Rika Lusri Virga, S.IP., M.A selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktunya untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini

5. Bapak dan Umi yang telah memberikan doa, semangat, motivasi serta bantuan secara moril maupun materiil
6. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, serta seluruh jajaran staf Tata Usaha dan Kemahasiswaan
7. Seluruh jajaran Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Perpustakaan Unit 2 FEB Universitas Gadjah Mada
8. Elfira yang sudah membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini
9. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang turut memberikan masukan dalam mengerjakan skripsi ini yang tidak bisa disebutkan satu per satu
10. Semua pihak yang turut membantu dalam penyusunan skripsi ini

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi peneliti pribadi dan umumnya bagi semua pembaca. Peneliti mohon maaf apabila dalam penyusunan skripsi masih banyak kekurangan dan kesalahan. Semoga Allah SWT melimpahkan segala rahmat dan taufiq-nya sebagai balasan atas segala keikhlasannya.

Yogyakarta, 06 Februari 2018

Peneliti,



Budi Harvadi

NIM. 13730012

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
<i>ABSTRACT</i>	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
D. Telaah Pustaka	9
E. Landasan Teori	13
1. Komunikasi	13
2. Komunikasi Intrapersonal	15
3. Persepsi	17
a. Pengertian Persepsi	17
b. Jenis-jenis Persepsi	18

c. Faktor Yang Mempengaruhi Persepsi	19
d. Tahap-tahap Persepsi	21
4. <i>Corporate Social Responsibility</i>	22
5. Literasi Keuangan	26
F. Kerangka Pemikiran	29
G. Metode Penelitian	30
1. Jenis Penelitian	30
2. Subjek dan Objek Penelitian	31
3. Teknik Pengumpulan Sampel	31
4. Metode Pengumpulan Data	34
5. Metode Analisis Data	36
6. Metode Keabsahan Data	38
BAB II GAMBARAN UMUM	40
A. Sejarah Singkat Bank Indonesia Kantor Perwakilan Yogyakarta	41
B. Visi dan Misi Bank Indonesia	44
C. Tugas Kantor Perwakilan Wilayah Bank Indonesia Yogyakarta	45
D. Departemen Komunikasi Bank Indonesia	46
E. Program Sosial Bank Indonesia	48
F. Program BI Corner	51
G. BI Corner UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	54
H. BI Corner Universitas Gadjah Mada	57

BAB III PEMBAHASAN	62
A. Identitas Informan	64
B. Persepsi Mahasiswa UIN Yogyakarta dan UGM Terhadap Penggunaan BI Corner Melalui Literasi Keuangan	68
1. <i>Stimulation</i>	68
2. <i>Organization</i>	75
3. <i>Interpretation-evaluation</i>	84
4. <i>Memory</i>	101
5. <i>Recall</i>	107
BAB IV PENUTUP	120
A. Kesimpulan	120
B. Saran	123
DAFTAR PUSTAKA	125
LAMPIRAN-LAMPIRAN	129

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Matrik Tinjauan Pustaka	12
Tabel 2. Informan dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	32
Tabel 3. Informan dari Universitas Gadjah Mada	32
Tabel 4. <i>Printscreen</i> Daftar Buku Pengadaan BI Corner Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	57
Tabel 5. Identitas Informan	66
Tabel 6. Identitas Informan Untuk Keabsahan Data	67



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Pemikiran	29
Gambar 2. Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah Yogyakarta	42
Gambar 3. Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	55
Gambar 4. Penyerahan Secara Simbolis BI Corner Kepada UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	55
Gambar 5. BI Corner UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	56
Gambar 6. Penyerahan Secara Simbolis BI Corner Kepada Universitas Gadjah Mada	58
Gambar 7. Sambutan Gubernur Bank Indonesia Saat Menyerahkan BI Corner di Universitas Gadjah Mada	58
Gambar 8. Gedung Program Magister Sains dan Doktor FEB UGM	59
Gambar 9. Perpustakaan Unit 2 FEB UGM	59
Gambar 10. BI Corner Universitas Gadjah Mada	60
Gambar 11. Jam Layanan Perpustakaan Unit 2 FEB UGM	61
Gambar 12. Absensi Pengguna BI Corner	65
Gambar 13. Wawancara Dengan Aryo Ganes Woro Pada 28 Desember 2017 ...	76
Gambar 14. Wawancara Dengan Syafiatu Mir'ah Pada 08 Januari 2018	78
Gambar 15. <i>Printscreen</i> Akun Twitter Resmi Bank Indonesia Terkait Maksud Pendirian BI Corner	83
Gambar 16. Wawancara Dengan Atira Pada 03 Januari 2018	86
Gambar 17. Wawancara Dengan Anggun Pada 05 Januari 2018	88

Gambar 18. Kondisi Buku dan Meja di BI Corner UIN Yogyakarta	96
Gambar 19. Wawancara Dengan Ibu Astuti Selaku Kabag. Pelayanan Perpustakaan UIN Yogyakarta Pada 10 Januari 2018	98
Gambar 20. Wawancara Dengan A. Yusuf Khoiruddin, S.E, M.Si Pada 18 Januari 2018	103
Gambar 21. Wawancara Dengan Muhammad Arvin Pada 29 Desember 2017 .	105
Gambar 22. Wawancara Dengan Kamila Nur Hanifah Pada 28 Desember 2017 Pukul 09.12 WIB	113



ABSTRACT

This research is important to do because one of the aims in BI Corner program itself is that the level of financial literacy program recipients (in this case the student) has increased. It is something that needs to be realized. If the power of financial literacy has increased, the students will be more understanding in accessing financial institutions. Therefore, by knowing the perceptions of UIN Yogyakarta and UGM students as BI Corner users, this research will directly know the extent of understanding the financial literacy of students, evaluate the program of BI Corner in UIN Yogyakarta and UGM, and also know one of the elements of information processing to be the meaning of (perception) in the process of intrapersonal communication that occurs within UIN Yogyakarta and UGM students. The result of this research can certainly be a reference or consideration for other parties who want to create a better program.

This research has the aim. That is to know how student perception of UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta and University of Gadjah Mada toward the program of Corporate Social Responsibility BI Corner through financial literacy. The research method that is used in this research is qualitative research method with descriptive approach. The methods of data collection that have been used consist of interview, literature study, and documentation. While the method of data validity uses triangulation method of data source.

Based on the results of the research that has been done by referring to the theory of Alo Liliweri about the stages of perception that is stimulation, organization, interpretation-evaluation, memory, and recall. It is known that the perceptions of UIN Yogyakarta and UGM students on the use of BI Corner through financial literacy show similarity, where UIN Yogyakarta and UGM students have been literacy their financial.

Keywords: Perception, BI Corner, financial literacy, the student

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pemahaman akan literasi keuangan saat ini semakin diperlukan demi menciptakan warga negara yang berkualitas dan memiliki kecerdasan finansial yang baik, masyarakat bukan hanya dituntut untuk menguasai akan materi namun juga harus mampu menguasai praktek demi mengikuti perkembangan pasar keuangan Indonesia. Hal ini dimaksudkan agar pengambilan keputusan mengenai pengelolaan keuangan tidak salah. Selain itu pengelolaan keuangan yang baik akan mampu mensejahterakan hidup individu itu sendiri.

Berbicara mengenai pengelolaan keuangan, dalam syariah (aturan) Islam juga diajarkan bagaimana pengambilan keputusan untuk mencapai tujuan yang dikehendaki dengan cara manajemen keuangan (perencanaan, serta pengelolaan), dan tidak bertentangan dengan syariat dan hukum Islam. Seperti yang dijelaskan dalam Surat Al-Furqon ayat 67 :

وَالَّذِينَ إِذَا أَنْفَقُوا لَمْ يُسْرِفُوا وَلَمْ يَقْتُرُوا وَكَانَ بَيْنَ ذَلِكَ قَوَامًا ﴿٦٧﴾

Artinya : Dan orang-orang yang apabila membelanjakan (harta), mereka tidak berlebihan, dan tidak (pula) kikir, dan adalah (pembelanjaan itu) ditengah-tengah antara yang demikian (Q.S Al-Furqon : 67).

Melalui ayat ini, Allah SWT mencintai orang-orang yang bersikap sederhana dalam membelanjakan harta, baik untuk diri mereka maupun keluarga. Mereka tidak berlebih-lebihan dan tidak pula kikir. Serta menyimpan

kelebihannya untuk kepentingan disaat memerlukannya. Pengelolaan keuangan yang sesuai dengan syariat Islam menjadi faktor utama dalam mendapatkan kemaslahatan didunia dan diakhirat.

Setelah menyadari bagaimana pentingnya pengambilan keputusan dalam pengelolaan keuangan, maka pemahaman literasi keuangan perlu untuk diwujudkan. Sebab literasi keuangan merupakan kemampuan dari individu tersebut dalam mengaplikasikan perencanaan dan pengelolaan keuangan, baik dalam mendapatkan, dan mengevaluasi informasi yang umumnya diperlukan untuk pengambilan keputusan dengan melihat dan mengantisipasi konsekuensi yang diterima. Menurut Jumpstar Coalition (dalam Huston, 2010 : 296-312) mendefinisikan bahwa “literasi keuangan dapat terjadi ketika seseorang individu memiliki keahlian dan kemampuan yang membuat orang tersebut mampu mengelola sumber daya yang ada dalam pencapaian tujuan”.

Kurangnya literasi keuangan dapat mengakibatkan kurangnya akses ke lembaga keuangan serta menghambat keberhasilan pembangunan perekonomian Indonesia. Mengutip data Global Findex tahun 2014 yang dirilis oleh *Fintech Indonesia*, baru sekitar 36 persen penduduk dewasa di Indonesia yang memiliki akses kepada lembaga keuangan formal. Rendahnya akses tersebut sebagaimana dihimpun dari Booklet Keuangan Inklusif Bank Indonesia tahun 2012 salah satunya disebabkan oleh kurangnya edukasi keuangan dan perbankan.

Untuk itu, Bank Indonesia bersama pemerintah menyusun Strategi Nasional Kuangan Inklusif (SNKI) yang mana salah satu pilar utamanya adalah edukasi keuangan yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat literasi keuangan

masyarakat Indonesia (*Financial Literacy*). Sehingga mampu mencapai target utama keuangan inklusif yaitu persentase jumlah penduduk dewasa yang memiliki akses layanan keuangan pada lembaga keuangan formal sebesar 75 persen di akhir tahun 2019.

Berdasarkan siaran pers penelitian yang dilakukan Otoritas Jasa Keuangan, tingkat literasi keuangan masyarakat Indonesia meningkat di tahun 2016 jika dibandingkan dengan survei terakhir tahun 2013 yang lalu. Hasil ini memperlihatkan bahwa masyarakat yang melek keuangan mulai merangkak naik.

Indeks literasi keuangan masyarakat Indonesia sebesar 29,66 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 67,82 persen. Angka ini meningkat jika dibandingkan survei terakhir pada tahun 2013 yang saat itu literasi keuangan sebesar 21,84 persen dan indeks inklusi keuangan sebesar 59,74 persen. (Siaran Pers OJK, diakses melalui www.ojk.go.id, pada 23 Mei 2017 pukul 12.52 WIB).

Namun dilansir dari antaranews.com, menurut Kepala Departemen Literasi dan Inklusi Keuangan OJK Agus Sugiarto mengatakan bahwa :

Tingkat literasi dan inklusi yang ada masih tergolong rendah meski ada tren kenaikan, bahkan angka ini masih merupakan yang terendah jika dibandingkan dengan lima negara terbesar di Asia Tenggara, yaitu Singapura, Malaysia, Thailand, dan Filipina. (<http://.antaranews.com>, diakses pada 23 Mei 2017 pukul 12.21 WIB).

Melihat masih rendahnya tingkat literasi dan inklusi keuangan masyarakat seringkali dimanfaatkan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggungjawab untuk memasarkan produk atau layanan jasa keuangan dengan berbagai cara. Akibatnya seringkali yang disampaikan kepada masyarakat tidak akurat dan tidak jelas, sehingga berpotensi merugikan masyarakat.

Kondisi ini tentunya memerlukan keseriusan pemangku kepentingan untuk terus gencar melakukan berbagai upaya edukasi keuangan. Dalam upaya peningkatan literasi keuangan masyarakat serta mendorong peranan lembaga jasa keuangan secara berkelanjutan, maka Bank Indonesia melalui Direktur Eksekutif Departemen Kebijakan dan Pengawasan Sistem Pembayaran BI Enny Panggabean yang dikutip dari beritasatu.com (<http://id.beritasatu.com>, diakses pada 23 Mei 2017 pukul 13.46 WIB) mengatakan bahwa, “BI menargetkan tingkat literasi keuangan atau masyarakat yang mengenal keuangan mencapai 75 persen pada tahun 2019”.

Guna mencapainya, Bank Indonesia melakukan berbagai program edukasi keuangan untuk meningkatkan literasi keuangan, salah satunya melalui kegiatan *Corporate Social Responsibility* (CSR). Program CSR Bank Indonesia sendiri merupakan bentuk kepedulian atau empati sosial Bank Indonesia untuk berkontribusi dalam membantu memecahkan masalah sosial ekonomi yang dihadapi masyarakat. Melalui program CSR dengan semangat “Dedikasi Untuk Negeri”, Bank Indonesia mampu mengutamakan program yang memberikan pemberdayaan secara berkelanjutan, dan terlibat dalam peningkatan aspek perekonomian masyarakat penerima bantuan.

Program CSR Bank Indonesia yang fokus pada permasalahan peningkatan literasi keuangan salah satunya adalah BI Corner. BI Corner sendiri merupakan Program CSR Bank Indonesia yang bertajuk “Indonesia Cerdas” dengan menyediakan sarana pojok baca di perpustakaan pada lembaga pendidikan maupun fasilitas publik strategis di seluruh Indonesia. Latar belakang dibuatnya

program CSR BI Corner oleh Bank Indonesia yaitu Bank Indonesia ingin membuktikan anggapan masyarakat bahwa kebijakan Bank Indonesia yang kurang menyentuh aspek kehidupan masyarakat secara langsung itu tidak benar.

BI Corner dilatarbelakangi oleh kesadaran Bank Indonesia bahwa upaya pencapaian visi untuk menjadi lembaga Bank sentral yang kredibel bukanlah sesuatu yang mudah. Kebijakan Bank Sentral yang menitikberatkan pada upaya stabilitas ekonomi sering kali belum dapat dipahami dengan baik oleh masyarakat. Sebagian masyarakat berpendapat bahwa kebijakan Bank Indonesia kurang menyentuh aspek kehidupan masyarakat rumah tangga secara langsung (<http://apisi.org>, diakses pada 18 Oktober 2017 pukul 08.27).

BI Corner sendiri termasuk kedalam bentuk CSR Bank Indonesia terhadap dunia pendidikan, yang mana ditujukan untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya generasi muda terkait ekonomi termasuk peranan BI di dalamnya (<http://ekonomi.metrotvnews.com>, diakses pada 26 April 2017 pukul 11.57 WIB). Komitmen Bank Indonesia sendiri sudah dibuktikan dengan telah dibangunnya BI Corner di seluruh lini lembaga pendidikan di Indonesia. Baik dari jenjang sekolah dasar hingga jenjang pendidikan tinggi.

Bank Indonesia hingga tahun 2017 telah membangun sekitar 652 BI Corner diseluruh wilayah di Indonesia. Dalam tiga tahun mendatang diharapkan sudah ada 1.000 BI Corner baik diseluruh lini pendidikan Indonesia, seperti pendidikan usia dini, usia menengah, hingga pendidikan tinggi (<http://ekonomi.metrotvnew.com>, diakses pada 26 April 2017 pukul 11.57 WIB).

Sementara itu, sebagai salah satu target penerima program CSR BI Corner di tingkat pendidikan tinggi, kalangan mahasiswa juga tidak luput dari pantauan Bank Indonesia dalam upaya meningkatkan pemahaman mengenai literasi keuangan. Karena kalangan mahasiswa sendiri mempunyai pengaruh besar dalam upaya mendukung pencapaian sektor pertumbuhan ekonomi Indonesia, dan juga

sebagai calon generasi penerus bangsa. Menurut data dari Perpres RI No 82 Tahun 2016, Kalangan generasi muda (salah satunya mahasiswa) diperkirakan mencapai 106,8 juta orang atau 41,87 % dari jumlah penduduk Indonesia tahun 2015. Itulah alasan kenapa bank indonesia menjadikan mahasiswa sebagai salah satu sasaran program dari BI Corner.

Berdasarkan data tersebut, akhirnya Bank Indonesia membangun BI Corner di Yogyakarta. Sebab, kota yang dijuluki “kota pelajar” ini dipenuhi oleh perguruan tinggi ternama Indonesia. Dimana sudah pasti banyak sekali mahasiswa yang menuntut ilmu di kota ini. Dikutip dari laman Kompas.com, Bank Indonesia telah mendirikan BI corner di empat perguruan tinggi di Yogyakarta,

“Bank Indonesia melalui kantor perwakilan wilayah Yogyakarta telah membangun empat BI Corner di Yogyakarta yaitu di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Universitas Gadjah Mada (UGM), Universitas Negeri Yogyakarta (UNY), dan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY)”. (<http://bisniskeuangan.kompas.com>, diakses pada 23 Mei 2017 pukul 14.00 WIB).

Jika melihat dari sudut pandang akademis, keempat perguruan tinggi di Yogyakarta tersebut tentu telah mengajarkan studi literasi keuangan kepada mahasiswanya, dibuktikan dengan terdapatnya Fakultas Ekonomi dimasing-masing perguruan tinggi tersebut. Namun, jika dilihat dari sudut pandang historis dari keempat perguruan tinggi tadi, peneliti menemukan bahwa UGM merupakan perguruan tinggi yang telah memiliki Fakultas Ekonomi tertua yaitu berdiri tahun 1955. Sementara untuk perguruan tinggi yang memiliki Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam termuda adalah UIN Sunan Kalijaga, dimana berdiri pada tahun 2012 berdasarkan SK Dirjen Pendidikan Islam Kemenag RI Nomor 522 (<http://febi.uin-suka.ac.id>, diakses pada 18 September 2017 pukul 02.00 WIB).

Berdasarkan paparan latar belakang diatas, menurut peneliti sendiri perlu adanya penelitian yang dikaji dengan studi persepsi dan fokus pada pengembangan bidang pendidikan, terutama kaitannya dengan literasi keuangan. Sebab literasi keuangan sendiri menjadi bekal pengetahuan mahasiswa dari proses pendidikan sebuah program. Sehingga akan menjadi dasar terciptanya mahasiswa yang mampu mengelola keuangan demi terciptanya kesejahteraan.

Oleh karena itu, peneliti ingin mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan. Hal ini menjadi penting karena hasil dari penelitian ini akan mengetahui seperti apa persepsi mahasiswa sebagai pengguna dari program CSR BI Corner yang dicanangkan oleh Bank Indonesia sebagai upaya untuk meningkatkan pemahaman akan literasi keuangan, mengevaluasi program CSR BI Corner di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada dan sekaligus mengetahui salah satu proses pengolahan informasi hingga menjadi makna (persepsi) dalam proses komunikasi intrapersonal yang terjadi didalam diri mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan paparan latar belakang, penelitian ini mengangkat rumusan masalah yaitu : **Bagaimana persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan?**

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Sebagaimana rumusan masalah yang sudah tertera diatas, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan.

2. Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan, sebagai penelitian yang baik tentu saja memiliki manfaat dibidangnya dalam jangka pendek atau pun jangka panjang. Seperti penelitian ini yang memiliki beberapa manfaat bagi pembaca, objek yang diteliti dan bagi peneliti sendiri. Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Sebagai literatur untuk menambah wawasan bagi pembaca dan peneliti yang tertarik dengan bidang literasi keuangan dengan studi persepsi
- b. Sebagai referensi tambahan untuk kegiatan penelitian di bidang yang sesuai dengan penelitian ini
- c. Sebagai referensi bagi organisasi atau perusahaan lain dalam bidang yang serupa dengan penelitian

- d. Sebagai bahan evaluasi bagi Bank Indonesia sebagai pihak yang menerapkan program CSR BI Corner.

D. Telaah Pustaka

Pembahasan tentang persepsi masyarakat, khususnya mahasiswa di Indonesia dalam mempersepsikan objek (lingkungan fisik) atau program CSR sudah banyak menghasilkan penelitian dan kajian teoritis sebagai upaya memberikan gambaran yang nyata mengenai sejauh mana persepsi masyarakat khususnya mahasiswa tentang objek yang dipersepsikan serta faktor-faktor yang mempengaruhinya. Beberapa penelitian sebelumnya yang berhubungan dengan persepsi diantaranya :

Penelitian yang berjudul “*Persepsi Perokok Aktif Dalam Menanggapi Label Peringatan Bahaya Merokok (Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Kampung Suryoputran, Kelurahan Panembahan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta)*”. Diteliti oleh Mahmudin dari Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Pada penelitiannya, peneliti dalam skripsi ini ingin mencari tahu persepsi perokok aktif dalam menanggapi label peringatan bahaya merokok pada kemasan rokok. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa pada tahap *stimulation*, perokok memahami bahwa label peringatan tersebut untuk menunjukkan ancaman berbagai macam penyakit. Tahap *organization*, perokok menyadari bahwa pencantuman label peringatan tersebut untuk menyadarkan para perokok untuk mengurangi intensitasnya dalam merokok. Tahap *interpretation & evaluation*, pengetahuan perokok terhadap label peringatan tidak membuat para perokok mau

berhenti merokok. Tahap *memory*, berdasarkan pengalaman pengguna, efek yang dirasakan mereka setelah selama ini merokok tidak sesuai dengan apa yang dijelaskan pada label peringatan. Sementara pada tahap *recall*, perokok menganggap bahwa label peringatan yang tertera pada kemasan hanya untuk menakut-nakuti saja.

Persamaan dari penelitian yang akan dilakukan peneliti yaitu terletak pada penggunaan studi persepsi, penggunaan metode kualitatif, serta metode pengumpulan data yang menggunakan wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada permasalahan penelitian, tujuan penelitian, subjek penelitian, dan objek penelitian.

Penelitian kedua berjudul "*Proses Komunikasi Intrapersonal Komika Dalam Mengangkat Isu Materi Stand Up Comedy (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Komunitas Stand Up Comedy UIN Jogja)*". Diteliti oleh Ullul Azmi Lestari dari Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Skripsi ini membahas tentang proses komunikasi intrapersonal komika dalam mengangkat isu materi *stand up comedy* pada komunitas *Stand Up Comedy* UIN Jogja. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa proses komunikasi intrapersonal komik yang mengangkat isu pembuatan materi *stand up* dengan tiga teori humor menunjukkan kesamaan, dimana kesamaan tersebut terjadi melalui empat tahap yaitu sensasi, persepsi, memori, dan berfikir.

Persamaan penelitian ini terletak pada penggunaan teori komunikasi intrapersonal, metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, serta beberapa metode pengumpulan data yang sama yaitu menggunakan wawancara,

dan dokumentasi. Sementara perbedaannya terletak pada tema penelitian, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, dan lokasi penelitian.

Penelitian ketiga berasal dari jurnal yang berjudul "*Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014*". Diteliti oleh Titik Ulfatun, dkk dari jurnal PELITA.

Jurnal ini membahas mengenai gambaran tingkat literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY tahun angkatan 2012-2014, dimana hasilnya yaitu tingkat literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY tahun angkatan 2012-2014 sebesar 57%. Jika presentase tersebut diinterpretasikan kedalam kriteria tingkat literasi keuangan menurut Chen dan Volpe, maka 57% berada dalam kategori rendah (<60%).

Persamaan penelitian ini bisa ditelaah dan dilihat pada tema penelitian yang mengangkat tentang literasi keuangan dikalangan mahasiswa. Sementara perbedaannya terletak pada metode penelitian yang menggunakan survei, metode pengumpulan data yang menggunakan kuisioner, tujuan penelitian, dan lokasi penelitian.

Guna mengantisipasi adanya ketimpangan penelitian, maka peneliti akan memperjelas tinjauan pustaka yang memperlihatkan persamaan serta perbedaan yang peneliti lakukan dengan penelitian sebelumnya dengan menggunakan tabel matrik sebagai berikut :

Tabel 1
Matrik Tinjauan Pustaka

No	Peneliti	Judul	Lokasi	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	Mahmudin	Persepsi Perokok Aktif dalam Menanggapi Label Peringatan Bahaya Merokok (Studi Deskriptif Kualitatif pada Masyarakat Kampung Suryoputran, Kelurahan Panembahan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta)	Kampung Suryoputra, Kelurahan Panembahan, Kecamatan Kraton, Kota Yogyakarta	Pengertian akan makna yang konsumen letakkan pada stimulus dari label peringatan bahaya merokok yang mereka lihat dan pengalaman masa lalu menjadi faktor penting dalam pembentukan persepsi	Penggunaan studi persepsi, penggunaan metode kualitatif, serta metode pengumpulan datanya wawancara, studi pustaka, dan dokumentasi	Permasalahan penelitian, tujuan penelitian, subjek penelitian, dan objek penelitian
2.	Ullul Azmi Lestari	Proses Komunikasi Intrapersonal Komika Dalam Mengangkat Isu Materi <i>Stand Up Comedy</i> (Studi Deskriptif Kualitatif pada Komunitas <i>Stand Up Comedy</i> UIN Jogja)	Komunitas <i>Stand Up Comedy</i> yang berada di UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	Proses komunikasi intrapersonal komik yang mengangkat isu materi <i>stand up</i> dengan teori humor menunjukkan kesamaan, dimana hal tersebut terjadi melalui sensasi, persepsi, memori, dan berfikir.	Penggunaan teori komunikasi intrapersonal, metode penelitian menggunakan pendekatan kualitatif, serta beberapa metode pengumpulan data yang sama yaitu wawancara & dokumentasi.	Tema penelitian, permasalahan penelitian, tujuan penelitian, subjek penelitian, objek penelitian, dan lokasi penelitian.
3.	Titik Ulfatun, Umi Syafa'atul Udhma, dan Rina Sari Dewi	Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014	Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta	Tingkat literasi keuangan mahasiswa Fakultas Ekonomi UNY tahun angkatan 2012-2014 sebesar 57%, dan berada dalam kategori rendah karena berada di (<60%)	Tema penelitian yang mengangkat tentang literasi keuangan dikalangan mahasiswa	Metode penelitian yang menggunakan survei, menggunakan metode pengumpul data lewat kuisioner, tujuan penelitian, dan lokasi penelitian.

Sumber : Olahan peneliti

E. Landasan Teori

Demi menganalisis data-data yang didapatkan pada proses penelitian, tentunya peneliti menggunakan teori-teori yang relevan dengan objek penelitian dengan tujuan agar hasil penelitiannya valid. Beberapa teori yang digunakan oleh peneliti adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi

Sebagai sebuah disiplin ilmu, komunikasi sudah banyak dipelajari dan juga sudah banyak para ahli yang mendalami keilmuan ini. Sebelum lebih jauh membahas mengenai komunikasi, peneliti akan menjelaskan pengertian dari komunikasi itu sendiri. Berikut ini adalah pengertian dari komunikasi :

a. Pengertian Komunikasi

Guna mengetahui pengertian komunikasi, peneliti telah menemukan penjelasannya dari para tokoh yang sudah ahli dibidangnya. Seperti pendapat dari Carl I. Hovland (dalam Mulyana, 2010 : 68) yang mengartikan komunikasi sebagai “proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan)”.

Pendapat lain juga menjelaskan bahwa “komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Everett M. Rogers dalam Mulyana, 2010 : 68). Jika melihat pengertian komunikasi dari para ahli, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan sebuah proses dimana suatu pesan (verbal atau nonverbal) dapat diberikan

oleh seorang komunikator melalui media penyampai kepada komunikan sebagai penerima dari pesan tersebut dengan tujuan tertentu sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator.

b. Kategori Komunikasi

Keilmuan komunikasi sejatinya mampu diaplikasikan dalam ruang lingkup kecil maupun besar. Sebab komunikasi memiliki kategori-kategori sendiri dalam penggunaannya. Menurut Deddy Mulyana (2010 : 80-83) dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, dijelaskan mengenai kategori-kategori komunikasi sebagai berikut :

- 1) Komunikasi intrapersonal, adalah komunikasi dengan diri sendiri
- 2) Komunikasi antar pribadi, yaitu komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal
- 3) Komunikasi kelompok, merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut, meskipun setiap anggota boleh jadi punya peran yang berbeda
- 4) Komunikasi publik, adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah besar orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu

- 5) Komunikasi organisasi, komunikasi ini terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok
- 6) Komunikasi massa, adalah komunikasi yang digunakan melalui media massa, baik cetak atau elektronik, berbiaya relatif mahal, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar dibanyak tempat, anonim, dan heterogen.

2. Komunikasi Intrapersonal

Menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, komunikasi intrapersonal diartikan sebagai “landasan komunikasi antarpribadi dan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya. Sebelum melakukan komunikasi dengan orang lain, biasanya individu berkomunikasi dengan diri sendiri (mempersepsi dan memastikan makna pesan orang lain). Keberhasilan komunikasi seseorang dengan orang lain bergantung pada keefektifan komunikasinya dengan diri sendiri (Mulyana, 2010 : 80)”. Sementara pendapat lain menyebutkan bahwa komunikasi intrapersonal adalah proses pengolahan informasi yang meliputi sensasi, persepsi, memori, dan berfikir (Rakhmat, 2013 : 48).

Berdasarkan paparan mengenai pengertian komunikasi intrapersonal diatas, peneliti dapat menarik benang merah yang menjelaskan bahwa pada proses komunikasi intrapersonal, seorang komunikator mampu melakukan pengolahan informasi yang diperoleh hingga menjadi pesan yang dipahami dan diberikan

makna. Guna mengetahui proses komunikasi intrapersonal tersebut, peneliti akan menjelaskannya sebagai berikut :

a. Sensasi

Pada buku *Psikologi Komunikasi* karya Jalaluddin Rakhmat dijelaskan bahwa sensasi adalah proses menangkap stimuli yang datang dari lingkungan melalui alat penginderaan (Rakhmat, 2013 : 48). Sensasi sendiri menjadi tahap pertama dalam penerimaan informasi guna memperoleh pengetahuan untuk berinteraksi dengan lingkungan.

b. Persepsi

Persepsi ialah “proses memberi makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh pengetahuan baru” (Rakhmat, 2013 :48). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan studi persepsi sebagai variabel yang akan mengungkap serta menjawab permasalahan pada rumusan masalah, yaitu bagaimana persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan. Untuk memahami lebih dalam mengenai persepsi, peneliti akan menjelaskan dengan rinci pada subjudul selanjutnya.

c. Memori

Menurut Schlessinger dan Groves dalam (Rakhmat, 2013 : 61), memori merupakan “sistem yang sangat berstruktur, yang menyebabkan organisme sanggup merekam fakta-fakta tentang dunia dan menggunakan pengetahuannya untuk membimbing perilakunya”. Memori sendiri memiliki kapasitas penyimpanan yang tidak terbatas, sehingga setiap

individu dapat menyimpan pengetahuan serta pengalamannya didalam memori. Pengetahuan serta pengalaman yang sudah tersimpan tersebut dapat digunakan kembali sesuai dengan kebutuhan diwaktu yang akan datang.

d. Berfikir

Definisi berfikir ialah mengolah dan memanipulasi informasi untuk memenuhi kebutuhan atau memberikan respons, dan itu semua masuk kedalam tahap penarikan kesimpulan. Proses “berfikir dilakukan untuk memahami realitas dalam rangka mengambil keputusan, memecahkan persoalan, dan menghasilkan yang baru (Rakhmat, 2013 : 67)”.

3. Persepsi

Persepsi jika dilihat dari studi keilmuan Komunikasi, merupakan salah satu kajian yang penting untuk didalami, sebab persepsi akan mengajarkan bagaimana seseorang menafsirkan suatu objek dari stimulus yang diterima, sehingga mampu menghasilkan makna dari objek yang ditafsirkan tersebut. Sebelum lebih jauh membahas mengenai persepsi, alangkah lebih baik jika memahami pengertian dari persepsi itu sendiri, dimana pengertian dari persepsi adalah sebagai berikut :

a. Pengertian persepsi

Pengertian persepsi menurut Mulyana, (2010 : 179), yaitu “proses internal yang memungkinkan kita memilih, mengorganisasikan dan menafsirkan rangsangan dari lingkungan kita, dan proses tersebut mempengaruhi perilaku kita”. Sementara dalam buku *Pengantar Psikologi*

Umum tulisan (Danarjati, dkk, 2013 : 23), menjelaskan istilah persepsi sebagai “suatu proses bagaimana seseorang menyeleksi, mengatur, dan menginterpretasikan masukan-masukan informasi dan pengalaman-pengalaman yang ada dan kemudian menafsirkannya untuk menciptakan keseluruhan gambaran yang berarti”.

Pendapat lain menyebutkan bahwa definisi dari persepsi adalah “proses dimana sensasi yang diterima oleh seseorang dipilih, kemudian diatur dan selanjutnya di interpretasikan (Prasetijo, 2005 : 67)”. Berdasarkan pengertian mengenai persepsi yang dikemukakan oleh para pakar, maka peneliti menyimpulkan bahwa persepsi ialah suatu rangkaian proses penafsiran terhadap rangsangan yang berasal dari objek yang diterima oleh indra, sehingga menghasilkan pemaknaan dari objek tersebut.

b. Jenis-jenis persepsi

Membahas mengenai persepsi sudah membawa peneliti kedalam sebuah pemahaman mengenai bagaimana persepsi itu bekerja, salah satu yang peneliti dapatkan adalah adanya dua jenis persepsi yang ada selama ini. Pendapat tersebut dikemukakan oleh Mulyana, (2010 : 184), beliau membagi persepsi kedalam dua jenis, yaitu :

- 1) Persepsi terhadap objek (lingkungan fisik), persepsi ini menanggapi sifat-sifat luar (eksternal) melalui lambang-lambang fisik.

2) Persepsi terhadap manusia, persepsi jenis ini biasanya menanggapi sifat-sifat luar dan dalam (seperti perasaan, motif, harapan, dll). Selanjutnya persepsi ini diterima melalui lambang-lambang verbal dan non-verbal.

Berdasarkan pemaparan mengenai dua jenis persepsi tadi, maka penelitian ini sudah pasti termasuk kedalam jenis persepsi terhadap objek. Hal tersebut dikarenakan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada akan diminta untuk mempersepsikan program CSR BI Corner yang dibuat oleh Bank Indonesia.

c. Faktor yang mempengaruhi persepsi

Sebagaimana pengertian dari persepsi yang menekankan pada sebuah proses pemaknaan pada sebuah objek yang berada dilingkungan, maka terdapat faktor-faktor yang berperan dalam mempengaruhi berjalannya sebuah persepsi tersebut. Menurut Rakhmat, (2013 : 51-61), terdapat empat faktor yang mempengaruhi persepsi, diantaranya yaitu :

1) Perhatian

Perhatian yaitu “proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimulus lainnya melemah (Rakhmat, 2013 : 51). Perhatian terjadi jika kita mengkontraksikan pada salah satu alat indera kita dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera lain. Perhatian dibentuk oleh faktor eksternal dan internal, yaitu :

a) Faktor eksternal terdiri dari :

(1) Intensitas stimuli, yaitu memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari pada yang lainnya

(2) Gerakan, seperti organisme lain yang secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak

(3) Kebaruan (*Novelty*), yaitu hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, atau yang menarik perhatian

(4) Perulangan, adalah hal-hal yang disajikan secara berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi akan menarik perhatian. Disini unsur *familiarity* (yang sudah kita kenal) berpadu dengan unsur *novelty* (yang baru kita kenal). Perulangan juga mengandung unsur sugesti yang mempengaruhi bawah sadar kita.

b) Faktor internal terdiri dari :

(1) Faktor biologis (kebutuhan dasar manusia)

(2) Faktor sosiopsikologis (sikap, kebiasaan dan kemauan)

2) Faktor fungsional

Faktor fungsional berasal dari kebutuhan, pengalaman masa lalu dan hal-hal yang termasuk apa yang kita sebut faktor-faktor personal. Faktor ini akan muncul seiring dengan mulainya proses pemaknaan dari stimulus yang datang dari objek dalam upaya pembentukan sebuah persepsi.

3) Faktor struktural

Faktor struktural semata-mata dari sifat stimuli fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Faktor ini menjadi salah satu unsur yang dapat mempengaruhi persepsi, sebab sifat stimuli akan mengontrol pemaknaan dari sebuah objek.

d. Tahap-tahap persepsi

Berdasarkan paparan sebelumnya, ternyata ada banyak faktor-faktor yang turut mempengaruhi terjadinya persepsi. Namun itu semua belum cukup, karena persepsi juga memiliki tahapan yang perlu dialami sebelum persepsi itu terjadi. Guna mengetahui tahapan terjadinya sebuah persepsi, peneliti telah menemukan tahapan persepsi yang dikemukakan oleh (Liliweri, 2011 : 157). Berikut ini adalah tahap-tahap persepsi, yaitu :

- 1) *Stimulation*, tahap *stimulation* akan membuat individu menerima stimulus atau rangsangan dari luar. Pada saat ini terjadi, indra akan menangkap makna terhadap stimulus tersebut.
- 2) *Organization*, tahap ini membuat stimulus yang sudah diterima akan diorganisasikan berdasarkan tatanan tertentu, misalnya berdasarkan *schemata* (membuat semacam diafragma tentang stimulus), atau dengan *scrip* (refleks perilaku).
- 3) *Interpretation-evaluation*, tahap *interpretation-evaluation* terjadi ketika individu membuat interpretasi dan evaluasi terhadap stimulus berdasarkan pengalaman masa lalu atau pengetahuan tentang apa yang telah dia terima.

4) *Memory*, tahap ini akan membuat stimulus yang sudah diinterpretasikan terekam didalam memori.

5) *Recall* (ingatan), tahap *recall* yaitu tahap pengeluaran semua rekaman dari memori mengenai stimulus yang sudah diinterpretasikan. Ketika tahap ini terjadi, maka itulah yang dinamakan persepsi.

4. *Corporate Social Responsibility*

Sebagai salah satu kajian dalam bidang *Public Relations, Corporate Social Responsibility* (CSR) telah menjadi fokus perhatian dalam menjalankan sebuah sistem di perusahaan maupun instansi pemerintah, salah satu contohnya digunakan pada perusahaan perbankan. Sehingga pemahaman mengenai CSR akan sangat penting untuk didalami. Oleh karena itu, peneliti akan menggunakan teori CSR sebagai teori pendukung dalam penelitian ini. Dimana pengertian CSR adalah sebagai berikut :

a. *Pengertian Corporate Social Responsibility*

Pengertian *Corporate Social Responsibility* menurut *The World Business Council for Sustainable Development* (WBCSD) yang dikutip oleh Nor Hadi (2011 : 47), menjelaskan bahwa CSR merupakan “*Continuing commitment by business to behave ethically and contributed to economic development while improving the quality of life of the workforce and their families as well as of the local community and society at large*”.

Definisi CSR tersebut menjelaskan bahwa satu bentuk tindakan yang berangkat dari pertimbangan etis perusahaan yang diarahkan untuk meningkatkan ekonomi, yang dibarengi dengan peningkatan kualitas hidup bagi karyawan berikut keluarganya, serta sekaligus peningkatan kualitas hidup masyarakat sekitar dan masyarakat secara lebih luas.

Sementara menurut *Petkoski dan Twose* (dalam Nurjaman, 2012 : 127) mendefinisikan CSR sebagai berikut :

CSR sebagai komitmen bisnis yang berperan sebagai pendukung pembangunan ekonomi, bekerjasama dengan karyawan dan keluarganya, masyarakat lokal serta masyarakat luas, untuk meningkatkan mutu hidup mereka dengan berbagai cara yang menguntungkan bagi bisnis pembangunan.

b. Model Program *Corporate Social Responsibility*

Guna merealisasikan program-program CSR, sebuah perusahaan khususnya perusahaan perbankan perlu terlebih dahulu menentukan model program CSR yang akan digunakan dalam pelaksanaan CSR-nya tersebut. Berikut ini adalah empat model atau pola CSR yang dijelaskan oleh (Suharto, 2009 : 110) :

1) Keterlibatan Langsung

Perusahaan menjalankan program CSR-nya secara langsung tanpa melibatkan pihak manapun. Biasanya yang menjalankan tugas ini adalah pejabat senior dalam bidang CSR seperti *Corporate Secretary, Public Affair Manager*.

2) Melalui Yayasan atau Organisasi Sosial Perusahaan

Perusahaan mendirikan yayasan atau organisasi sosial sendiri dibawah naungan perusahaan dalam melaksanakan setiap program-program CSR. Dalam menjalankan aktivitasnya, perusahaan menyediakan dana awal, dana rutin, atau dana abadi yang dapat digunakan secara teratur bagi kegiatan yayasan atau organisasi sosialnya.

3) Bermitra dengan Pihak Lain

Perusahaan bekerjasama dengan lembaga lain dalam melaksanakan program-program CSR-nya. Kerjasama tersebut termasuk kedalam mengelola dana CSR maupun dalam melaksanakan kegiatan sosialnya.

4) Mendukung atau Tergabung dalam Suatu Konsorsium

Perusahaan dapat memposisikan dirinya sebagai anggota atau mendukung lembaga sosial yang didirikan untuk tujuan sosial tertentu. Suatu lembaga dipercayai oleh perusahaan untuk menjalin kerjasama, yang kemudian bantuan kerjasama tersebut dapat mengembangkan program-program yang telah disepakati.

c. Implementasi *Corporate Social Responsibility*

Implementasi dalam ranah CSR merupakan tahapan dimana suatu program dapat dilaksanakan sesuai dengan rencana yang telah disusun. Menurut (Hadi, 2011 : 145-146), implementasi program CSR dapat dilakukan dengan pola sebagai berikut :

- 1) Berbasis *Charity*, implementasi program CSR dengan menggunakan pola ini biasanya diarahkan pada kegiatan kedermawanan, berjangka pendek, dan kegiatan sosial lain yang bersifat *insidental*
- 2) Berbasis *Social Activity*, implementasi ini berfokus pada bantuan jasa untuk meringankan atau membantu meringankan masyarakat
- 3) Berbasis *Community Development*, implementasi model ini melibatkan *stakeholder* dalam program CSR untuk kepentingan bersama.

d. Hasil (*Outcome*) Program *Corporate Social Responsibility*

Menurut Dwi Kartini (2009 : 54-55), guna mengetahui keberhasilan atau dampak dari implementasi program CSR, beliau menjelaskan bahwa terdapat delapan indikator dimana salah satunya adalah indikator hasil (*outcome*) yang bisa digunakan untuk mengetahui keberhasilan program CSR tersebut. Berikut ini adalah salah satu indikator guna mengetahui hasil dari program CSR :

- 1) Terdapat dokumentasi hasil yang menunjukkan dan membuktikan berkurangnya angka kesakitan dan kematian (bidang kesehatan), meningkatnya pemahaman literasi keuangan (bidang pendidikan), atau parameter lain yang sesuai dengan program CSR yang dilaksanakan perusahaan. Peningkatan dalam bidang pendidikan dapat ditandai dengan meningkatnya keterampilan yang dimiliki oleh masyarakat

- 2) Terjadinya perubahan pola pikir masyarakat, misalnya masyarakat yang tadinya tidak peduli pada lembaga jasa keuangan menjadi peduli, percaya, dan menggunakan produk lembaga jasa keuangan dalam mengelola keuangan demi mempermudah kehidupannya
- 3) Memberikan dampak ekonomi masyarakat yang dinamis dan berkelanjutan.

5. Literasi Keuangan

Pemahaman mengenai literasi keuangan saat ini semakin diperlukan demi menciptakan warga negara yang berkualitas dan memiliki kecerdasan finansial yang baik. Untuk menunjang itu semua, maka pendalaman keilmuan mengenai literasi keuangan perlu dilakukan dengan memaparkan pengertiannya terlebih dahulu. Dimana pengertian dari literasi keuangan adalah sebagai berikut:

a. Pengertian Literasi Keuangan

Pengertian mengenai literasi keuangan menurut Hung, dkk, dalam Mendari dan Suramaya (2013 : 132) merupakan “*the ability to use knowledge and skills to manage financial well-being*”. Dimana literasi keuangan sebagai kemampuan untuk menggunakan pengetahuan serta keahlian untuk mengelola sumber daya keuangan untuk mencapai kesejahteraan.

Pengertian lain juga dijelaskan oleh Lusardi dan Mitchell dalam Mendari dan Suramaya (2013 : 132). Mereka mendefinisikan “literasi keuangan sebagai pengetahuan keuangan dan kemampuan untuk mengaplikasikannya (*knowledge and ability*)”.

Otoritas Jasa Keuangan melalui peraturannya nomor 76/POJK.07/2016 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan/atau masyarakat menjelaskan bahwa literasi keuangan adalah “pengetahuan, keterampilan, dan keyakinan, yang mempengaruhi sikap dan perilaku untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dan pengelolaan keuangan dalam rangka mencapai kesejahteraan”. Dari pengertian-pengertian tersebut sudah jelas bahwa seorang individu dikatakan sudah memahami literasi keuangan jika seorang individu tersebut sudah mampu untuk mengelola serta merencanakan sumber daya keuangannya sendiri, dimana kemampuan tersebut digunakan untuk mencapai kesejahteraan.

b. Tujuan dan ruang lingkup literasi keuangan

Berdasarkan pasal tiga pada peraturan OJK nomor 76/POJK.07/2016 tentang peningkatan literasi dan inklusi keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan/atau masyarakat menjelaskan bahwa tujuan dari literasi keuangan yaitu:

- 1) Meningkatkan kualitas pengambilan keputusan keuangan individu
- 2) Perubahan sikap dan perilaku individu dalam pengelolaan keuangan menjadi lebih baik, sehingga mampu menentukan dan memanfaatkan lembaga, produk dan layanan jasa keuangan yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan konsumen atau masyarakat dalam rangka mencapai kesejahteraan

Sementara ruang lingkup kegiatan dalam upaya meningkatkan literasi keuangan sebagaimana dijelaskan dalam pasal empat peraturan OJK nomor 76/POJK.07/2016 tentang peningkatan literasi dan inklusi

keuangan di sektor jasa keuangan bagi konsumen dan/atau masyarakat adalah perencanaan dan pelaksanaan atas :

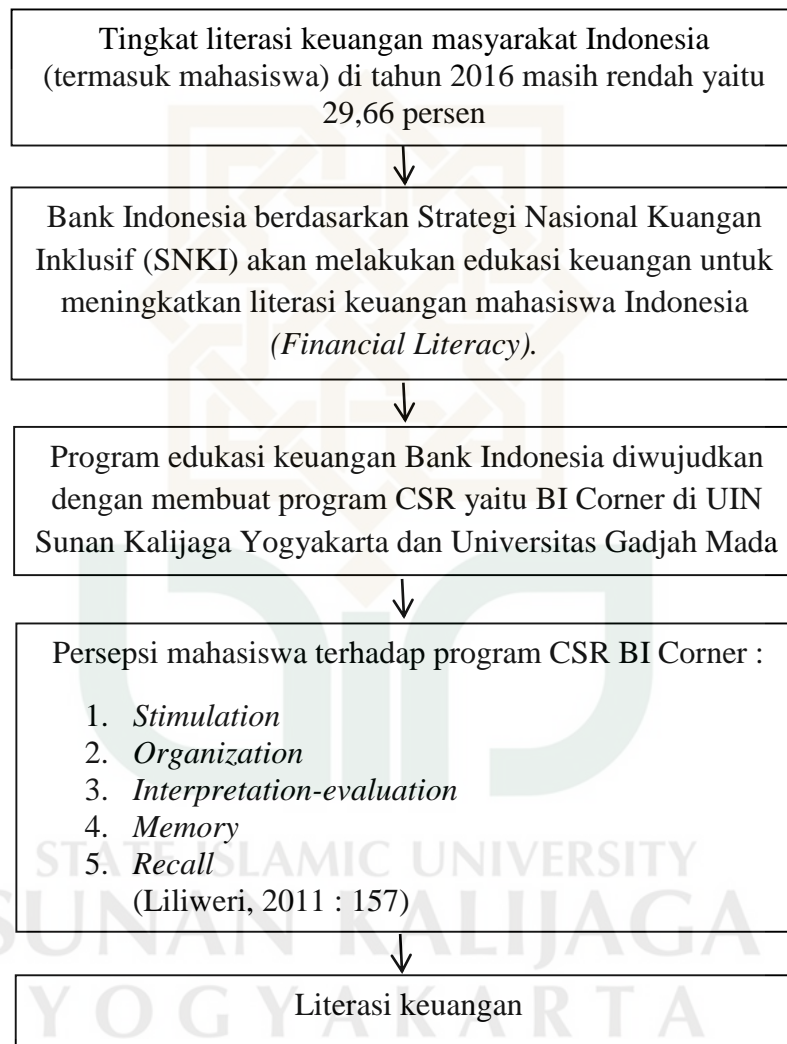
- 1) Edukasi keuangan. Dalam pelaksanaannya memuat mengenai materi-materi yang mencakup informasi sebagai berikut:
 - a) Pengelolaan keuangan
 - b) Jenis industri jasa keuangan
 - c) Produk dan layanan jasa keuangan yang termasuk dalam empat karakteristiknya. Pertama, manfaat, biaya dan risiko atas produk dan layanan jasa keuangan. Kedua, hak dan kewajiban konsumen. Ketiga, cara mengakses produk dan layanan jasa keuangan. Keempat, informasi terkait dengan mekanisme transaksi produk atau layanan jasa keuangan
 - d) Perpajakan terkait produk atau layanan jasa keuangan.
- 2) Pengembangan infrastruktur yang mendukung literasi keuangan bagi konsumen atau masyarakat. Dalam pelaksanaannya mencakup penyusunan dan pembentukan database materi edukasi keuangan, penyediaan sumber daya manusia, dan pembangunan atau pengembangan sarana dan media untuk mengakses materi edukasi keuangan, termasuk penggunaan teknologi informasi dan komunikasi.



F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 1
Kerangka Pemikiran



Sumber : Olahan peneliti

G. Metode Penelitian

Metode penelitian merupakan “suatu perangkat sistematika berfikir yang nalar dan teratur, untuk secara terorganisasikan konsisten-konsekuensi sebagai suatu strategi mengatasi masalah yang ada dalam kenyataan” (Aan, 2013 : 173). Metode penelitian yang telah digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dan dianalisis dengan teori-teori yang relevan dengan tema penelitian. Metode deskriptif bertujuan untuk “membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta dan sifat populasi atau objek tertentu” (Kriyantono dalam Tunshoring, 2016 : 73). Dalam hal ini, maka peneliti telah mendeskripsikan bagaimana persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan.

Sementara itu, “Penelitian kualitatif bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya” (Kriyantono dalam Tunshoring, 2016 : 73) dan lebih mementingkan makna dan tidak ditentukan oleh kuantitas. Data yang sudah diperoleh berwujud kata-kata dalam kalimat atau gambar yang mempunyai arti dari sekedar angka dan jumlah. Dalam penelitian ini, “data yang diperoleh adalah berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka” (Moleong, 2004 : 11).

2. Subjek dan Objek Penelitian

- a. Subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada selaku pihak yang menggunakan BI Corner.
- b. Objek penelitian ini adalah kegiatan literasi keuangan yang dilakukan Bank Indonesia terhadap mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada.

3. Teknik pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif lebih pada mempertimbangkan alasan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sehingga akhirnya peneliti sudah menentukan untuk menggunakan teknik *purposive sampling* (pengambilan sampel berdasarkan tujuan), yaitu pengambilan sampel berdasarkan kapasitas dan kapabilitas atau yang berkompeten dan benar-benar paham dibidangnya diantara anggota populasi (Hikmat, 2011 : 64).

Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik *purposive sampling* pada dasarnya lebih mendasarkan dari pada alasan atau pertimbangan-pertimbangan tertentu (*purposeful selection*) sesuai dengan tujuan penelitian (Pawito, 2008 : 88). Pada pelaksanaannya, peneliti telah mewawancarai informan yang terlibat sebagai pengguna BI Corner yaitu mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada. Dari sinilah peneliti menggali informasi atau data demi mengetahui persepsi mereka terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan.

Guna mengetahui sampel atau informan yang sudah peneliti wawancarai sebagai pengaplikasian dari teknik *purposive sampling*, maka berikut ini adalah daftar identitas informan yang sudah peneliti temui dilokasi penelitian dan telah memberikan informasi terkait penelitian ini :

- a. Informan dari mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Tabel 2
Informan dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

NO	NAMA	JURUSAN
1.	Muhammad Arvin	Manajemen Keuangan Syariah
2.	Aryo Ganes Woro	Ilmu Komunikasi
3.	Atira	Perbankan Syariah
4.	Kamila Nur Hanifah	Hukum Bisnis Islam

Sumber : Hasil wawancara

- b. Informan dari mahasiswa Universitas Gadjah Mada

Tabel 3
Informan dari Universitas Gadjah Mada

NO	NAMA	JURUSAN
1.	Kamila Nur Hanifah	Ilmu Ekonomi
2.	Anggun	Manajemen
3.	Akbar Ramdhani	Akuntansi
4.	Ghalib	Ilmu Ekonomi

Sumber : Hasil wawancara

Alasan peneliti mewawancarai nama-nama informan diatas yaitu karena keempat informan dari masing-masing perguruan tinggi tersebut berasal dari latar belakang yang berbeda-beda dan mampu menjawab semua pertanyaan yang telah peneliti ajukan. Hasil dari wawancara tersebut juga sudah mampu memenuhi data primer yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Lebih lanjut lagi, keempat informan dari masing-masing perguruan tinggi tersebut juga telah memenuhi karakteristik yang sudah peneliti tentukan dalam memilih informan dilokasi penelitian. Berikut ini adalah karakteristiknya :

- a. Mahasiswa aktif dari UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah menggunakan fasilitas BI Corner di lantai dua Perpustakaan Pusat UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- b. Mahasiswa aktif dari Universitas Gadjah Mada yang telah menggunakan fasilitas BI Corner di Perpustakaan Unit 2 Gedung Program Magister Sains dan Doktor Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- c. Mengisi absensi yang telah disediakan disetiap BI Corner
- d. Terdiri dari mahasiswa dan mahasiswi yang berasal dari latar belakang keilmuan atau program studi yang berbeda-beda.

4. Metode Pengumpulan Data

a. Jenis data

Data yang akan dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1) Data primer

Data primer diperoleh dari hasil wawancara secara mendalam dengan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada yang menggunakan BI Corner selaku narasumber dengan menggunakan pedoman yang sudah disiapkan, serta dengan melakukan pengamatan untuk dapat mengumpulkan kebutuhan data secara lengkap.

2) Data sekunder

Data sekunder merupakan data yang digunakan peneliti untuk membantu, mendukung, serta menguatkan data primer. Adapun data sekunder yang peneliti gunakan adalah studi literatur melalui buku, dan dokumentasi yang memiliki keterkaitan dengan penelitian ini.

b. Teknik pengumpulan data

Guna mendapatkan data sebagai bahan penelitian, diperlukan data yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya serta relevan dengan permasalahan yang ada. Pada penelitian ini peneliti telah menggunakan beberapa teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1) Wawancara

Wawancara merupakan salah satu teknik pengumpulan data dengan cara mengajukan daftar pertanyaan yang diajukan secara lisan terhadap informan. Menurut Rusadi Ruslan (2003 : 23), ada dua cara dalam melakukan wawancara, pertama yaitu dengan wawancara langsung secara tatap muka antara peneliti sebagai pihak yang memberikan pertanyaan dengan informan yang memberikan jawaban berupa data untuk proses penelitian. Kedua adalah melalui telepon yang tidak mengharuskan kedua belah pihak untuk saling melakukan tatap muka.

Pada tahap pengumpulan data ini, peneliti sudah menentukan informan sebagai sumber informasi terkait dengan penggunaan BI Corner di Yogyakarta melalui literasi keuangan, yaitu mahasiswa sebagai pihak yang menjadi pengguna program CSR BI Corner tersebut melalui studi persepsi. Penentuan informan bertujuan untuk mempermudah penelitian dalam menggali informasi. Karena informan yang telah ditentukan termasuk kedalam kategori yang mampu memberikan informasi tentang topik penelitian yang sudah ditentukan.

2) Studi kepustakaan

Tahap pengumpulan data melalui studi kepustakaan berguna dalam mencari referensi mengenai penelitian. Tahap ini dilakukan untuk mencari data atau informasi perusahaan yang berkaitan dengan apa yang diteliti melalui membaca jurnal ilmiah, buku-buku referensi dan bahan publikasi yang tersedia (Rusadi Ruslan, 2003 : 31). Dalam melakukan studi

kepastakaan, peneliti telah mengambil bahan dari buku-buku yang sesuai dengan data yang dibutuhkan dalam penelitian, publikasi-publikasi yang menambah data, serta peraturan undang-undang yang berlaku.

3) Dokumentasi

Menurut Basrowi dan Suwandi, (2008: 158) “Metode dokumentasi adalah suatu cara pengumpulan data yang diperoleh dari data yang sudah ada atau tersedia”. Dokumentasi bertujuan memperkuat gambaran lapangan bagi peneliti. Dokumentasi dapat menjadi bukti otentik tentang keabsahan penelitian yang dilakukan. Dokumentasi dapat berupa foto ataupun video lapangan, laporan kegiatan, buku, surat kabar, dan data lain yang terkait dengan persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan.

5. Metode Analisis Data

Proses analisis terhadap data yang sudah diperoleh dari hasil wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi adalah dengan menggunakan metode deskriptif, yaitu dengan menggambarkan keadaan, realita dan fakta yang ada. Data yang sudah terkumpul tersebut kemudian diseleksi dan disajikan, kemudian ditafsirkan secara sistematis agar mampu menghasilkan suatu pemikiran, pendapat, teori, atau gagasan baru yang disebut hasil temuan (Basrowi dan Suwandi, 2008 : 123).

Metode analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan analisis model Miles & Huberman dalam buku Metode Penelitian Kualitatif (Moleong, 2002 : 287), dimana dijelaskan mengenai tahapan-tahapan dalam menganalisis data, yaitu sebagai berikut:

- a. Pengumpulan data, yaitu tahap pengumpulan data yang didapatkan peneliti melalui cara wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi.
- b. Reduksi data, yaitu proses penyeleksian, penggolongan, perangkuman dan pemilihan semua data atau informasi dari lapangan yang telah diperoleh dari hasil proses wawancara, studi kepustakaan, dan dokumentasi terkait dengan persepsi mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan Universitas Gadjah Mada terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan.
- c. Penyajian data, merupakan tahap dimana data yang diperoleh sudah dianalisis dengan teori komunikasi intrapersonal khususnya persepsi dan teori CSR yang telah ditentukan sebelumnya. Penyajian data dapat dilakukan dalam uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan sejenisnya. Penyajian data ini harus mengacu pada rumusan masalah penelitian yang dijadikan sebagai pertanyaan penelitian, sehingga yang tersaji adalah deskriptif mengenai kondisi yang menjelaskan serta menunjukkan permasalahan yang ada. Penyajian data dilakukan untuk memudahkan dalam membaca dan menarik kesimpulan, sehingga penelitian ini mampu menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

- d. Penarikan kesimpulan, yaitu tahapan penting yang harus dilakukan peneliti karena pada tahap ini peneliti telah melakukan interpretasi secukupnya terhadap data yang telah disusun untuk menjawab rumusan masalah sebagai hasil kesimpulan.

6. Metode Keabsahan Data

Guna mengetahui keabsahan data hasil penelitian, maka peneliti telah menggunakan metode triangulasi sumber data, dimana peneliti sudah mengecek serta membandingkan derajat kepercayaan suatu informasi yang diperoleh dari sumber yang berbeda (Kriyantono, 2009 : 70). Dalam pelaksanaannya, Peneliti sudah mewawancarai informan lain terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan mahasiswa UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta dan mahasiswa Universitas Gadjah Mada sebagai penerima sekaligus pengguna program CSR BI Corner, namun informan tersebut memiliki keahlian dibidang literasi keuangan, ahli dibidang CSR serta komunikasi intrapersonal khususnya persepsi dan ahli dibidang pelayanan publik. Informan-informan pembanding atas data yang telah peneliti peroleh ini berasal dari Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang bernama A. Yusuf Khoiruddin, S.E, M.Si, Dosen Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yaitu Fatma Dian Pratiwi, S.Sos, M.Si, Kabag Pelayanan Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang bernama Ibu Astuti, dan Ibu Maryatun selaku Kepala Perpustakaan FEB Universitas Gadjah Mada. Pemilihan informan pembanding tersebut dikarenakan sudah sesuai dengan kriteria-kriteria sebagai berikut :

- a. Memahami pengertian literasi keuangan, tujuan, serta ruang lingkup literasi keuangan
- b. Memahami cara meningkatkan pemahaman akan literasi keuangan dikalangan mahasiswa
- c. Memahami perilaku penerapan literasi keuangan
- d. Memiliki pengetahuan tentang program edukasi keuangan yang efektif
- e. Memiliki pengetahuan tentang CSR dan komunikasi intrapersonal khususnya persepsi
- f. Sebagai pihak yang terlibat dalam penerimaan dan pengelolaan program sosial (CSR) dari Bank Indonesia yaitu BI Corner

Setelah peneliti memperoleh data dari informan yang berbeda, maka peneliti telah membandingkan data tersebut dengan melakukan cara sebagai berikut :

- a. Membandingkan data hasil pengamatan dengan hasil wawancara
- b. Membandingkan dengan apa yang dikatakan orang didepan umum dengan apa yang dikatakan secara pribadi
- c. Membandingkan apa yang dikatakan orang-orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakan sepanjang waktu
- d. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang lain
- e. Membandingkan hasil wawancara dengan isu suatu dokumen yang berkaitan. (Burhan Bungin, 2007 : 256-257).

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Tujuan utama kenapa penelitian mengenai “Persepsi Mahasiswa Terhadap Program *Corporate Social Responsibility* BI Corner Yogyakarta, Studi Deskriptif Kualitatif Terhadap Pemahaman Literasi Keuangan Bagi Mahasiswa UIN Yogyakarta dan UGM” dilakukan adalah keinginan peneliti yang ingin mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana persepsi mahasiswa UIN Yogyakarta dan UGM terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan. Guna menjawab tujuan dari penelitian tersebut, peneliti telah melakukan analisis terhadap data yang peneliti dapatkan selama melakukan penelitian. Dimana hasil dari analisis tadi merumuskan dan menghasilkan kesimpulan yang peneliti susun berdasarkan tahapan-tahapan dalam proses pembentukan persepsi mahasiswa terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan.

Berikut ini adalah persepsi mahasiswa UIN Yogyakarta dan mahasiswa UGM terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan :

1. Stimulation

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan bahwa mahasiswa UIN Yogyakarta mengetahui BI Corner pertama kali sejak masa *user education* dari pihak Perpustakaan UIN Yogyakarta. Sedangkan mahasiswa UGM mengetahui BI Corner sejak pertama mengunjungi Perpustakaan FEB UGM, dimana mereka mengetahui BI Corner tersebut dengan sendirinya dan tanpa diberitahu atau direkomendasikan oleh pihak lain.

2. *Organization*

Pada tahap ini, mahasiswa UIN Yogyakarta dan mahasiswa UGM beranggapan bahwa maksud Bank Indonesia mendirikan BI Corner ialah untuk memudahkan serta memfasilitasi mahasiswa yang ingin mendalami serta mencari literatur mengenai ekonomi, perbankan, dan keuangan. Tetapi mahasiswa UGM menambahkan bahwa maksud lain pendirian BI Corner ialah upaya Bank Indonesia dalam menjelaskan tugas dan perannya dalam perekonomian di Indonesia kepada mahasiswa.

3. *Interpretation dan evaluation*

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa interpretasi dan evaluasi pada mahasiswa UIN Yogyakarta dan mahasiswa UGM yaitu mereka merasa bahwa BI Corner telah membantu mereka dalam menambah pengetahuan dibidang ilmu-ilmu ekonomi seperti ilmu perbankan, perkreditan, pajak, tabungan, asuransi, dan lain sebagainya. Lebih lanjut, mahasiswa UIN Yogyakarta menganggap bahwa koleksi buku yang tersedia di BI Corner sebagai sumber referensi prioritas. Sedangkan mahasiswa UGM menganggap sebagai alternatif lain, sebab koleksi buku di BI Corner pada dasarnya sama dengan yang ada di Perpustakaan FEB UGM. Namun yang membedakan adalah BI Corner menyediakan buku, *e-book*, dan jurnal yang pembahasannya mengenai perkembangan ekonomi serta peran Bank Indonesia dalam menjalankan dan menjaga stabilitas ekonomi di Indonesia.

4. *Memory*

Hasil penelitian pada tahap memori, ditemukan bahwa mahasiswa UIN Yogyakarta dan UGM sama-sama sudah mengetahui maksud dari macam-macam keilmuan ekonomi seperti perbankan, perkreditan, pajak, tabungan, asuransi, dan lain sebagainya. Selanjutnya, keduanya pun akan berupaya menerapkan serta mempraktekan pengetahuan tersebut kedalam kehidupan sosialnya.

5. *Recall*

Pada tahap *recall*, ditemukan bahwa mahasiswa UIN Yogyakarta dan mahasiswa UGM sudah mampu menggunakan pengetahuannya dibidang ekonomi untuk memilih serta menganalisis manfaat dan risiko menabung di Lembaga Jasa Keuangan (Bank) masing-masing. Sehingga hasil dari kemampuan tersebut dapat membuat mahasiswa UIN Yogyakarta dan UGM mampu mengelola dan mengontrol keuangannya menjadi lebih baik.

Berdasarkan kesimpulan disetiap tahap pembentukan persepsi diatas, maka diketahui bahwa persepsi mahasiswa UIN Yogyakarta dan UGM terhadap program CSR BI Corner melalui literasi keuangan menunjukkan kesamaan, dimana mahasiswa UIN Yogyakarta dan UGM sudah terliterasi keuangannya. Hasil tersebut tentu sudah menjawab rumusan masalah dari penelitian ini.

B. Saran

Setelah peneliti melakukan penelitian dan mendapatkan kesimpulan yang menjawab rumusan masalah pada penelitian ini, maka peneliti mencatat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan, diantaranya :

1. Bagi Pengguna BI Corner

Sebagai pihak penerima program CSR dari Bank Indonesia, mahasiswa UIN Yogyakarta dan UGM tentu harus menjaga serta memaksimalkan fasilitas yang sudah tersedia. Hal tersebut harus dibarengi dengan etika serta perilaku untuk mematuhi peraturan dan ketentuan yang diberlakukan pada BI Corner.

2. Bagi BI Corner UIN Yogyakarta dan UGM

Bagi Perpustakaan UIN Yogyakarta dan Perpustakaan Unit 2 FEB UGM yang didaulat sebagai tempat didirikannya BI Corner, diharapkan untuk selalu menjaga komunikasi dan kerjasama kepada pihak Bank Indonesia, agar peluang kerjasama-kerjasama selanjutnya bisa terjadi. Sementara itu, bagi pihak pengelola BI Corner UIN Yogyakarta, diharapkan untuk selalu menjaga dan merapikan koleksi buku yang ada, agar pengguna dapat dengan mudah menemukan buku yang diinginkan. Lebih lanjut lagi, bagi pihak BI Corner UGM agar tidak terlalu mempersulit pengguna yang datang dari mahasiswa luar. Dan yang terakhir, pihak pengelola seharusnya melaporkan secara berkala mengenai perkembangan ataupun data pengunjung dari BI Corner kepada pihak Bank Indonesia.

3. Bagi Bank Indonesia

Berdasarkan hasil dan evaluasi yang peneliti dapatkan pada saat penelitian, peneliti melihat bahwa Bank Indonesia masih kurang dalam melakukan *controlling* kepada BI Corner yang sudah didirikan di tiap perguruan tinggi. Hal tersebut menjadi penting karena dengan melakukan *controlling*, kekurangan serta perkembangan yang terjadi di BI Corner bisa menjadi evaluasi bagi Bank Indonesia sendiri. Selanjutnya, pihak Bank Indonesia juga sebaiknya melakukan penyamarataan fasilitas yang terdapat di BI Corner UGM dan BI Corner UIN Yogyakarta. Karena faktanya, ternyata fasilitas pendukung yang terdapat di BI Corner UGM berbeda dengan fasilitas yang terdapat di BI Corner UIN Yogyakarta.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Aan, Munawar Syamsudin. 2013. *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta : Pustaka Belajar
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi Ekonomi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Basrowi dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta : Rineka Cipta
- Danarjati, Dwi Prasetya, dkk. 2013. *Pengantar Psikologi Umum*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Hikmat, Mahi M. 2011. *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Horne, James C. Van dan John M. Wachowicz, Jr. 2012. *Prinsip-prinsip Manajemen Keuangan*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi, Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group
- Kartini, Dwi. 2009. *Corporate Social Responsibility Transformasi Konsep Sustainability Management dan Implementasi di Indonesia*. Bandung : PT Refika Aditama
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana
- Moleong, Lexi J. 2001. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Nurjaman, Kadar. 2012. *Komunikasi & Pubic Relations*. Bandung : CV Pustaka Setia
- Prasetijo, Ristiyanti. 2005. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : Andi Offset
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta : LkiS Yogyakarta

Ruslan, Rusady. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Rakhmat, Jalaluddin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya

Rivai, H. Veithzal, dkk. 2013. *Financial Institution Management*. Jakarta : Rajawali Pers

Suharto, Edi. 2009. *Pekerja Sosial Didunia Industri Memperkuat CSR*. Bandung : Alfabeta

Suprianto dan Syefri Luwis. 2012. *Sejarah dan Heritage Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jakarta : Bank Indonesia

Jurnal :

Huston, S.J. 2010. "Measuring Financial Literacy". *The Journal of Consumer Affairs*. Vol 44 Issue 2. Hal. 296-312

Mendari, Anastasia Sri dan Suramaya Suci Kewal. 2013. "Tingkat Literasi Keuangan di Kalangan Mahasiswa STIE MUSI". *Jurnal Economia*. Vol 9 (2). Hal. 132

Tunshorin, Cahya. 2016. "Analisis Resepsi Budaya Populer Korea Pada Eternal Jewel Dance Community Yogyakarta". *Jurnal Komunikasi Profetik*. Vol 10. Hal 73

Ulfatun, Titik, dkk. 2016. "Analisis Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta Tahun Angkatan 2012-2014". *Pelita*. Vol 11. Hal. 1

Arsip :

Booklet Keuangan Inklusif Bank Indonesia tahun 2012

Himelda Rinaut. Januari 2017. "*Mobile Wallet : Dompot Semua Orang*". *Fintech Indonesia*. Hal 1

Isnanto, Muhamad Nasukha. 2016. *Implementasi Program Sosial Bank Indonesia Kantor Perwakilan Wilayah D.I Yogyakarta dalam Upaya Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat di Yogyakarta (Studi Pengembangan Ekonomi Kelompok Tani Cabai di Kulonprogo dan Kelompok Tani Kakao di Gunung Kidul)*. Skripsi. Fakultas Dakwah dan Komunikasi. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta

Lestari, Ullul Azmi. 2016. *Proses Komunikasi Intrapersonal Komika Dalam Mengangkat Isu Materi Stand Up Comedy (Studi Deskriptif Kualitatif pada Komunitas Stand Up Comedy UIN Jogja)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta

Mahmudin. 2014. *Persepsi Perokok Aktif Dalam Menanggapi Label Peringatan Bahaya Merokok (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Masyarakat Kampung Suryoputran, Kelurahan Panembahan, Kecamatan, Kraton, Kota Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta

Peraturan Presiden RI Nomor 82 Tahun 2016 tentang Strategi Nasional Keuangan Inklusif. Diakses melalui www.ojk.go.id, pada 27 Agustus 2017 pukul 19.00 WIB

Peraturan Otoritas Jasa Keuangan (POJK) Nomor 76/POJK.07/2016 tentang Peningkatan Literasi dan Inklusi Keuangan di Sektor Jasa Keuangan Bagi Konsumen dan/atau Masyarakat. Diakses melalui www.ojk.go.id, pada 27 Agustus 2017 pukul 19.08 WIB

Siaran Pers Otoritas Jasa Keuangan SP/07/DKNS/OJK/I/2017. Diakses melalui www.ojk.go.id, pada 23 Mei 2017 pukul 12.52 WIB

Internet :

<http://bisnis.liputan6.com/read/2835938/ojk-literasi-keuangan-masyarakat-ri-meningkat-di-2016>. Diakses pada 28 April 2017 pukul 16.28 WIB

<http://www.antarane.ws.com/berita/617124/ojk-literasi-keuangan-indonesia-baru-2966-persen>. Diakses pada 23 Mei 2017 pukul 12.21 WIB

<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/keuangan/17/03/10/omk1ye319-ojk-gelar-sosialisasi-perlindungan-konsumen-di-pontianak>. Diakses pada 23 Mei 2017 pukul 12.41 WIB

<http://id.beritasatu.com/home/bi-targetkan-literasi-keuangan-capai-75-pada-2019/156922>. Diakses pada 23 Mei 2017 pukul 13.46 WIB

<http://ekonomi.metrotvnews.com/makro/RkjQaaWb-bi-corner-kembangkan-literasi-keuangan-dan-perbankan-publik>. Diakses pada tanggal 26 April 2017 pukul 11.57 WIB

<http://bisniskeuangan.kompas.com/read/2015/11/16/144600526/pojok.bank.indonesia.di.empat.kampus.yogyakarta>. Diakses pada 23 Mei 2017 pukul 14.00 WIB

<http://www.jawapos.com/read/2017/08/07/149384/pertumbuhan-ekonomi-indonesia-kalahkan-tiga-negara-besar> Diakses pada 27 Agustus 2017 pukul 19.20

<http://www.bi.go.id/id/tentang-bi/fungsi-bi/status/Contents/Default.aspx>. Diakses pada 12 Oktober 2017 pukul 11.34 WIB)

http://febi.uin-suka.ac.id/page/view/17/history_of_faculty.html. Diakses pada 18 September 2017 pukul 02.00 WIB

<http://www.feb.ugm.ac.id/id/profil/sejarah-pendirian>. Diakses pada 4 Desember 2017 pukul 01.01 WIB

<http://situsbudaya.id/sejarah-gedung-bank-indonesia-di-yogyakarta/>. Diakses pada 30 Oktober 2017 pukul 23.43 WIB

<https://media-cdn.tripadvisor.com/media/photo-s/07/ea/04/a3/bank-indonesia.jpg>. Diakses pada 26 Oktober 2017 pukul 12.18 WIB

<https://bisnis.tempo.co/read/764666/csr-bank-indonesia-difokuskan-pada-3-program-ini>. Diakses pada 18 Oktober 2017 pukul 08.19 WIB

<http://apisi.org/bi-corner/>. Diakses pada 18 Oktober 2017 pukul 08.27 WIB

<https://tafsirq.com/25-al-furqan/ayat-67>. Diakses pada 07 Februari 2018 pukul 21.00 WIB



LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

LAMPIRAN
DOKUMENTASI PENELITIAN



Bank Indonesia KPw Yogyakarta



Perpustakaan UIN Yogyakarta



Penyerahan Secara Simbolis BI Corner Kepada UIN Yogyakarta



BI Corner UIN Yogyakarta



Penyerahan Secara Simbolis BI Corner Kepada UGM



Sambutan Gubernur Bank Indonesia Saat Menyerahkan BI Corner di UGM



Gedung Program Magister Sains dan Doktor FEB UGM



Perpustakaan Unit 2 FEB UGM



BI Corner UGM



Jam Layanan Perpustakaan Unit 2 FEB UGM



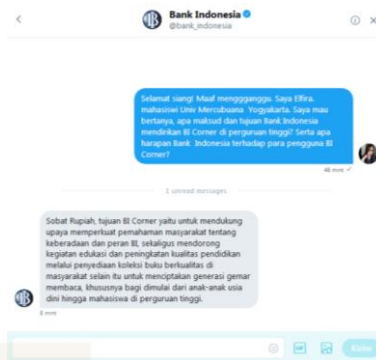
Absensi Pengguna BI Corner



Wawancara dengan Informan



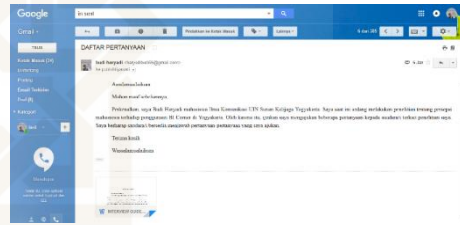
Wawancara dengan Informan



Printscreen Akun Twitter Resmi Bank Indonesia



Wawancara dengan Informan



Wawancara dengan Informan Melalui Email



Kondisi Buku dan Meja di BI Corner UIN Yogyakarta



Wawancara dengan Informan



Wawancara dengan Informan untuk Keabsahan Data



Wawancara dengan Informan untuk Keabsahan Data



Wawancara dengan Informan



Wawancara dengan Informan

LAMPIRAN
INTERVIEW GUIDE

1. Stimulation

- 1) Kapan anda mengetahui disini ada BI Corner?
- 2) Dari mana anda mengetahui disini ada BI Corner?

2. Organization

- 1) Apa alasan anda datang ke BI Corner?
- 2) Apa saja fasilitas yang dapat anda peroleh di BI Corner?
- 3) Menurut anda, apa maksud Bank Indonesia membuat BI Corner?

3. Interpretation-evaluation

- 1) Setelah anda menggunakan BI Corner, apakah anda merasa pengetahuan anda dibidang perbankan atau keuangan bertambah?
- 2) Jika anda ingin mengetahui tentang dunia perbankan, perkreditan, pajak, tabungan, atau asuransi. Apakah anda akan datang dan mencarinya di BI Corner?
- 3) Apakah fasilitas yang ada di BI Corner sudah memenuhi kebutuhan anda, atau sesuai dengan harapan yang anda inginkan?

4. Memory

- 1) Apakah anda tahu apa yang dimaksud dengan perbankan, perkreditan, pajak, tabungan, atau asuransi?
- 2) Apakah pengetahuan anda (dibidang perbankan atau keuangan) yang diperoleh dari BI Corner akan anda aplikasikan pada kehidupan anda?

5. Recall

- 1) Apakah anda memiliki tabungan di bank?
- 2) Bank apa yang anda gunakan?
- 3) Kenapa anda memilih menabung di bank tersebut?
- 4) Apakah anda tahu manfaat serta risiko memiliki tabungan di bank?
- 5) Setelah anda memiliki tabungan, apakah anda merasa pengelolaan keuangan anda jadi lebih baik?

CURRICULUM VITAE

A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Budi Haryadi

Jenis Kelamin : Laki-laki

Tempat, Tanggal Lahir : Lebak, 05 Mei 1995

Alamat Asal : Kp. Kadupeucang, RT 06 RW 03, Haurgajrug,
Cipanas, Lebak, Banten

Alamat Tinggal : Jl. Rambutan, Gang Binaraga, Sapen, GK 1, No
365, RT 21 RW 06, Demangan, Gondokusuman,
Kota Yogya, Yogyakarta

Email : haryadibudi95@gmail.com

No. HP : 085781401770



B. Latar Belakang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
SD	SDN 3 Sukasari	2001-2007
SMP	SMPN 1 Cipanas	2007-2010
SMA	SMAN 1 Cipanas	2010-2013
S1	UIN Sunan Kalijaga	2013-2018

C. Pengalaman Organisasi

No	Nama Organisasi	Jabatan	Tahun
1	Forum Komunitas Komunikasi (FOKASI)	Anggota	2013-2015
2	Komunitas Strategy Advertising (KOSTRAD)	Pengurus	2015-2016
3	Komunitas Pubic Relation Oriented (PRO)	Pengurus	2015-2016
4	Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (IMIKI) UIN Sunan Kalijaga	Ketua	2015
5	Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Indonesia (IMIKI) Cabang Yogyakarta	Ketua	2015-2017

D. Keahlian

1. Coreldraw
2. Adobe Premiere
3. Adobe After Effect

E. Penghargaan

No	Nama Lomba	Peringkat	Tingkat	Tahun
1	Lomba Presentasi Bahasa Arab	Juara 3	Fakultas	2013
2	Lomba Cipta Media Gizi Seimbang (Kemenkes RI) Kategori Video	Juara Harapan	Nasional	2015
3	Lomba ADUIN Kategori TVC dan Print Ad	Nominasi	Nasional	2015
4	Lomba Communication Award UMY Kategori Film Gadget	Juara 2	Nasional	2015
5	Lomba The Power of Communication UNTIRTA Kategori ILM	Juara 1	Nasional	2015
6	Lomba #AyoPakaiRupiah Video Contest Bank Indonesia	Juara Favorit	Nasional	2016

7	Lomba Komunikasi Fiesta UKWM Surabaya	Juara 1	Nasional	2016
8	Lomba Mercubuana Communication Festival (Mercomfest) UMBY	Juara 1	Nasional	2016
9	Lomba Pinasthika Creatifestival	Nominasi	Nasional	2016
10	Lomba Foto Jurnalistik Communication Festival UNRIYO	Juara 1	Nasional	2017
11	Lomba Fotografi MILAD Ke-8 Yayasan Senyum Community	Juara 1	Nasional	2017
12	Lomba Ruang Karya UMBY Kategori ILM	Juara 2	Nasional	2017

F. Pengabdian Masyarakat

1. Peserta Ekspedisi Nusantara Jaya (ENJ) Tahun 2017, Rute Pulau Kangean