

**AUDIT KEHUMASAN**  
**PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***  
**KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA YOGYAKARTA**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengembangan Klaster Usaha Mikro Kecil**  
**dan Menengah Di Dusun Nganggring Turi Sleman Yogyakarta)**



**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 :**

**Ario Ganes Woro**

**14730001**

**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 : Ario Ganes Woro  
NIM : 14730001  
Program Studi : 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 bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

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

Yogyakarta, 29 Oktober 2018



Ario Ganes Woro  
14730001



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 : Ario Ganes Woro  
NIM : 14730001  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

**AUDIT KEHUMASAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY***  
**KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA YOGYAKARTA**  
**(Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengembangan Klaster Usaha Mikro kecil dan Menengah di Dusun Nganggring Turi Sleman Yogyakarta)**

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, 29 Oktober 2018

**Pembimbing**

**Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si.**  
**NIP. 19610816 199203 2 003**



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571  
YOGYAKARTA 55281 FM-UINSK-PBM-05-07/RO

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/1413/2018

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : AUDIT KEHUMASAN PROGRAM CORPORATE  
SOCIAL RESPONSIBILITY KANTOR  
PERWAKILAN BANK INDONESIA YOGYAKARTA  
(Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengembangan Klaster  
Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Dusun Nganggring  
Turi Sleman Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ario Ganes Woro


NIM : 14730001

Telah dimunaqosyahkan pada: Kamis, tanggal: 08 November 2018  
dengan nilai : 90 / A-

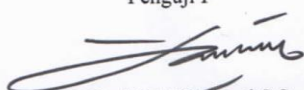
Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

**TIM MUNAQOSYAH :**

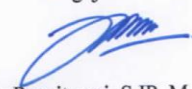
Ketua Sidang

  
Dra. Marfuah Sri Sanityastuti, M.Si  
NIP. 19610816 199203 2 003

Penguji I

  
Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos., M.Si  
NIP. 19800326 200801 2 010

Penguji II

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


Yogyakarta, 21 November 2018

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



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

## MOTTO

"Tidak ada gunanya mengutuk hujan yang tak kunjung reda. Kau hanya perlu berteduh di bawah pohon atau menerjang di bawah derasnya hujan."

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini peneliti persembahkan kepada:**

- Almamater Program Studi Ilmu Komunikasi**
- Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**
- Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

## KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karuniaNya karena telah memberikan kesempatan bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Shalawat serta salam kepada Nabi Muhammad SAW yang menjadi tuntunan dan teladan bagi para umatnya dalam kehidupan ini.

Dalam penyusunan skripsi dengan judul: “Audit Kehumasan Program *Corporate Social Responsibility* Kantor Perwakilan Bank Indonesia Yogyakarta (Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengembangan Klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Dusun Nganggring Turi Sleman Yogyakarta)”, ini tentu saja tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang telah membantu dengan tulus dan ikhlas. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta;
3. Bapak Dr. Iswandi Syahputra, S. Ag., M. Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah sabar membimbing dan memberikan arahan selama masa perkuliahan;
4. Ibu Dra. Marfu’ah Sri Sanityastuti, M. Si., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah berkenan dan sabar memberikan bimbingan hingga skripsi ini selesai;

5. Ibu Dr. Yani Tri Wijayanti, S.Sos, M.Si., selaku Dosen Penguji I yang telah memberikan masukan dan saran sehingga penelitian ini menjadi lebih baik;
6. Ibu Niken Puspitasari, S.IP., M.A., selaku Dosen Penguji II yang telah memberikan masukan dan saran sehingga penelitian ini menjadi lebih baik;
7. Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, atas segala kesempatan dan ilmu pengetahuan serta fasilitas yang telah diberikan selama ini;
8. Kedua orangtua tercinta, serta adikku tersayang yang selalu memberikan *support* luar biasa, dan berkat kekuatan doa kalian sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik;
9. Terimakasih kepada Bank Indonesia yang telah memberikan beasiswa dan menjadi objek penelitian;
10. Terimakasih teruntuk teman-teman terbaik: Gita, Listy, Rahma, Nikmah, Amira, Irvan, Arjiwan, Fatim, Eva, teman-teman Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga angkatan 2014, dan teman-teman IMIKI dan GenBI Jogja.
11. Terima kasih banyak kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu, atas keikhlasan bantuan dan dukungannya. Semoga Allah SWT kelak membalas dengan kebaikan yang jauh lebih mulia.

Yogyakarta, 4 Oktober 2018

Penulis,

Ario Ganes Woro  
NIM : 14730001



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
<i>ABSTRACT</i> .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	7
E. Telaah Pustaka .....	8
F. Landasan Teori.....	13
1. <i>Public Relations</i> (PR).....	13
a. Manajemen <i>Public Relations</i> .....	14
b. Proses Perencanaan Strategis <i>Public Relations</i> .....	15

2. Audit Kehumasan.....	19
a. Definisi Audit Kehumasan.....	19
b. Prosedur Audit Kehumasan.....	21
c. Pokok Tinjauan Audit Kehumasan .....	22
3. <i>Corporate Social Responsibility</i> (CSR) .....	24
a. Definisi <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	24
b. Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> .....	26
G. Kerangka Berfikir.....	28
H. Metodologi Penelitian .....	29
1. Jenis Penelitian.....	29
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	30
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	31
4. Metode Pengumpulan Data .....	32
5. Analisis Data .....	34
6. Metode Keabsahan Data .....	35
<b>BAB II GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>37</b>
A. Sejarah Singkat Kantor Perwakilan Bank Indonesia Yogyakarta...	37
B. Visi, Misi, dan Nilai Strategis Bank Indonesia.....	39
C. Struktur Organisasi Bank Indonesia .....	42
D. Tugas Kantor Perwakilan Bank Indonesia Yogyakarta .....	43
E. Departemen Komunikasi Bank Indonesia.....	44
F. Program Sosial Bank Indonesia .....	47
G. Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri .....	50

<b>BAB III PEMBAHASAN .....</b>	<b>56</b>
A. Audit Kehumasan pada Program <i>Corporate Social Responsibility</i> KPw Bank Indonesia Yogyakarta .....	56
1. Budaya Komunikasi Manajemen pada Program <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> KPw Bank Indonesia Yogyakarta .....	56
2. Pengorganisasian Komunikasi pada Program <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> KPw Bank Indonesia Yogyakarta .....	60
3. Komunikasi-komunikasinya pada Program <i>Corporate Social</i> <i>Responsibility</i> KPw Bank Indonesia Yogyakarta .....	66
4. Umpan Balik pada Program <i>Corporate Social Responsibility</i> KPw Bank Indonesia Yogyakarta .....	73
B. Analisis Prinsip-prinsip <i>Corporate Social Responsibility</i> pada Program Pengembangan Klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah	76
1. <i>Sustainability</i> pada Program Pengembangan Klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	76
2. <i>Accountability</i> pada Program Pengembangan Klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	80
3. <i>Transparency</i> pada Program Pengembangan Klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah .....	84

<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>87</b>
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran.....	90

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Telaah Pustaka .....	12
Tabel 2 Identitas Informan .....	31
Tabel 3 Identitas Informan Keabsahan Data .....	36

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Proses Manajemen PR Empat Langkah .....	15
Gambar 2 Kerangka Pemikiran.....	28
Gambar 3 KPw Bank Indonesia Yogyakarta .....	37
Gambar 4 Struktur Organisasi Bank Indonesia .....	42
Gambar 5 Struktur Organisasi KPw Bank Indonesia Yogyakarta.....	68

## **ABSTRACT**

*The major program of KPw Bank Indonesia's Corporate Social Responsibility is developing micro, small and medium enterprises (MSMe) clusters. The program provide many benefits that can be implemented in MSMe clusters. One of MSMe clusters that implemented the benefits is Kelompok Tani Ternak Mandiri located in Nganggring, Turi, Sleman. MSMe clusters development program in Kelompok Tani Ternak Mandiri had been started in 2016 and be over in 2018. This study was aimed to learn MSMe clusters development, in particular to know evaluation results using four approach public relation audit principals, these are : culture of communication management, organizing communication, other communications and feedback. After the evaluation then will be analyzed using Corporate Social Responsibility principals, these are : sustainability, accountability, and transparency. This research using descriptive method with qualitative approach. The informants selected by using purposive sampling technique. It employed interview, observation and documentation. The results of this study indicate that communication process in MSMe Clusters development program is effective and has been qualified of three CSR principals. In addition this program appropriate to be continued and implemented in Daerah Istimewa Yogyakarta. This program worthy of being example for company, agency, as well as organization that would carry out CSR program.*

**Keywords : Public Relations Audit, Corporate Social Responsibility, Clusters, MSMe**

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Sebuah pembangunan dilakukan dengan harapan terwujudnya masyarakat yang sejahtera. Seiring berjalannya waktu tanggungjawab atas pembangunan tersebut tidak lagi hanya dilakukan oleh pemerintah, namun seluruh umat manusia termasuk badan usaha, organisasi, maupun instansi baik profit maupun non profit. Perusahaan maupun instansi yang hadir yang di tengah masyarakat kini dituntut untuk tidak mementingkan keuntungan secara keuangan saja, melainkan juga harus mendapatkan perhatian dari publik atau *stakeholders* perusahaan atau instansi tersebut.

Salah satu bentuk tanggungjawab perusahaan terhadap lingkungannya adalah tanggungjawab sosial atau *corporate social responsibility* (CSR). CSR merupakan sebuah program yang dibuat oleh perusahaan atau instansi untuk memenuhi kewajiban atas dampak-dampak yang timbul dari berbagai aktifitas di dalam perusahaan. CSR adalah bentuk komitmen sebuah organisasi, perusahaan maupun instansi untuk terus beroperasi secara legal di tengah masyarakat, sekaligus berkontribusi terhadap pengembangan masyarakat sekitar, meningkatkan kualitas hidup karyawan dan keluarganya sekaligus memberdayakan komunitas lokal dan masyarakat luas.



Secara sederhana konsep CSR adalah berbagi kebaikan dengan sesama. Konsep ini sesuai dengan firman Allah SWT. dalam Al-Qur'an surat An-Nisa' ayat 36, yang berbunyi:

وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا<sup>۝</sup> وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ  
وَالْمَسَاكِينِ وَالْأَجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْأَجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا  
مَلَكَتْ أَيْمَانُكُمْ<sup>۝</sup> إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَنْ كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا

*“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapa, karib-kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, dan teman sejawat, ibnu sabil dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri”* (Q.S. An-Nisa' : 36) (Surat An-Nisa' Ayat 36, <https://tafsirq.com>, diakses pada 2 Maret 2018 pukul 18:37 WIB)

Firman Allah SWT. tersebut menjelaskan bahwa umat manusia sebagai umat beragama wajib hukumnya untuk berbuat baik dan memiliki rasa peduli terhadap sesamanya tanpa memandang status sosialnya seperti pangkat jabatan, status ekonomi, dan kondisinya. Maka firman Allah SWT. tersebut sesuai dengan pengertian CSR menurut Schermerhorn (1993), dimana CSR menjadi bentuk kepedulian organisasi terhadap publiknya.

Saat menjalankan tanggungjawabnya, sebuah perusahaan memfokuskan pada 3 elemen penting yaitu *profit* (keuntungan), *people* (masyarakat), dan *planet* (lingkungan). Ketiga elemen penting tanggungjawab sosial tersebut harus dijalankan secara seimbang, guna tercapainya tujuan maksimal sehingga dapat memberi manfaat bagi semua pihak terutama manfaat jangka panjang pada masyarakat (Hudayana dkk, 2011: 13).

Salah satu lembaga negara yang turut mendukung terselenggaranya program CSR di Indonesia adalah Bank Indonesia. Bank Indonesia merupakan salah satu lembaga negara yang independen, namun kedudukan tersebut tidak sejajar dengan lembaga tinggi lainnya seperti Majelis Perwakilan Rakyat (MPR) atau Mahkamah Agung (MK). Sifatnya yang independen diperlukan Bank Indonesia untuk melaksanakan fungsi utamanya. Selain itu di sektor perbankan tunggal, Bank Indonesia menjadi satu-satunya Bank Sentral Negara Kesatuan Republik Indonesia. Sesuai dengan UU No. 6 tahun 2009, salah satu tugas utama Bank Indonesia adalah menjaga stabilitas moneter melalui pengendalian inflasi (Laporan Kajian Arah Pengembangan Klaster Nasional Dalam Rangka Mendukung Pengendalian Inflasi, <https://www.bi.go.id>, diakses pada 10 April 2018 pukul 19:20 WIB).

Dimulai sejak tahun 2006, Bank Indonesia bekerjasama dengan Pemerintah Daerah maupun dinas terkait telah melaksanakan program pengembangan klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM), baik UMKM produsen komoditas unggulan maupun komoditas ekspor (Laporan Kajian Arah Pengembangan Klaster Nasional Dalam Rangka Mendukung Pengendalian Inflasi, <https://www.bi.go.id>, diakses pada 10 April 2018 pukul 19:20 WIB). Program ini turut membantu pengembangan ekonomi daerah melalui peningkatan kinerja UMKM yang tergabung dalam klaster. Pengembangan klaster UMKM ini merupakan salah satu bentuk program *corporate social responsibility* (CSR) atau di Bank Indonesia sendiri dikenal dengan istilah Program Sosial Bank Indonesia (PSBI).

Program pengembangan klaster UMKM tidak hanya dilaksanakan oleh kantor pusat saja, melainkan seluruh kantor perwakilan di Indonesia untuk turut serta dalam pengendalian inflasi melalui pengembangan ekonomi di sektor usaha-usaha kecil yang ada di tengah masyarakat (sektor riil). Di dalam proses percepatan pertumbuhan sektor riil tersebut, Kantor Perwakilan Bank Indonesia (KPw BI) Yogyakarta juga telah mengimplementasikan program pengembangan klaster UMKM sejak tahun 2006. Hal ini sebagai upaya pengendalian inflasi dari sektor riil dan sebagai bentuk tanggung jawab sosial terhadap pengembangan lingkungan sekitarnya.

Salah satu klaster UMKM binaan KPw Bank Indonesia Yogyakarta adalah Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri yang terletak di Dusun Nganggring, Girikerto, Turi, Kabupaten Sleman. Sebelum menjadi klaster UMKM binaan KPw Bank Indonesia Yogyakarta, Kelompok Tani Mandiri ini telah berdiri sejak tahun 1989. Kemudian menjadi binaan Bank Indonesia sejak tahun 2016.

Pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM ini tidak hanya ditangani oleh KPw BI Yogyakarta sendiri, namun juga ada pihak-pihak dari luar Bank Indonesia yang terlibat di dalamnya. Di klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri sendiri pihak lain yang terkait antara lain Pemerintah Kabupaten Sleman melalui dinas-dinas terkait, pihak swasta seperti dompet duafa, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM), dan masih ada beberapa lembaga lainnya.

Habert A. Simon (1950) dalam Hardjana (2000: x) menyebutkan bahwa segala kegiatan, interaksi, dan saling ketergantungan antar anggota organisasi

dapat berlangsung berkat komunikasi, karena “hanya dengan komunikasi pengaruh atas perilaku individu dapat terjadi. Sehingga hampir seluruh kegiatan manajemen dalam organisasi bergantung pada komunikasi yang efektif. Jadi komunikasi efektif juga turut menunjang keberhasilan program pengembangan klaster UMKM yang diimplementasikan oleh KPw Bank Indonesia Yogyakarta.

Agar komunikasi pada program CSR yang telah dilaksanakan tiap perusahaan atau organisasi terimplementasikan dengan baik dan efektif, bukan hanya sekedar untuk mengikuti tren yang berkembang atau hanya menunaikan kewajiban atas peraturan-peraturan yang dibuat pemerintah, namun mampu memberdayakan masyarakat dan menciptakan masyarakat yang mandiri maka perlu diadakan evaluasi. Salah satu evaluasi yang bisa dilakukan adalah dengan menggunakan audit kehumasan. Melalui audit kehumasan, sebuah organisasi atau perusahaan bisa mencari tau kesalahan-kesalahan yang terjadi, sehingga kesalahan tersebut dapat diminimalisir pada pengimplementasian program selanjutnya. Namun pada kenyataannya KPw Bank Indonesia sendiri sampai saat ini belum pernah melakukan audit kehumasan pada program pengembangan klaster UMKM.

Oleh karena peneliti beranggapan bahwa terdapat kesenjangan antara pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM oleh KPw Bank Indonesia Yogyakarta perihal penyebaran komunikasi, mengingat antara pihak BI dengan *stakeholders* memiliki perbedaan seperti latar belakang budaya, status sosial, pendidikan, ekonomi dan lainnya. Namun harapannya adalah sistem komunikasi yang efektif tentu harus dibangun oleh KPw Bank Indonesia

Yogyakarta dengan *stakeholders* terkait, demi menunjang dan melancarkan program ini. Sehingga realitas yang terjadi sesuai dengan idealitas yang diharapkan.

Bila dilihat dari situasi tersebut, maka sistem komunikasi yang terjadi dalam proses implementasi program pengembangan klaster UMKM khususnya pada UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri Susu Kambing PE memiliki kelebihan dan kelemahan. Karena komunikasi yang terbangun antara pihak KPw Bank Indonesia Yogyakarta dengan pihak terkait lainnya terbangun dari beberapa unsur yang berbeda seperti tingkat pendidikan, gender, latar belakang budaya, tingkat pendapatan (ekonomi). Sehingga persepsi atau respon yang timbul dari proses komunikasi yang terbangun akan berbeda-beda.

Guna mengetahui apakah proses komunikasi yang terjadi selama proses pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM pada Kelompok Tani Ternak Mandiri Susu Kambing PE berjalan efektif, maka diperlukan sebuah pemeriksaan terhadap sistem komunikasinya. Pemeriksaan yang digunakan adalah audit komunikasi atau lebih tepatnya audit kehumasan. Karena program pengembangan klaster UMKM ini merupakan kegiatan CSR, yang merupakan salah satu kegiatan dari humas atau PR.

Audit kehumasan pada program pengembangan klaster UMKM ini akan membahas, mengkaji dan mengevaluasi tentang kebutuhan komunikasi dan beberapa praktek komunikasi yang telah berlangsung (Hardjana, 2000: 161). Fokus kajian dalam audit kehumasan disini adalah mencari data dan informasi dengan cermat dari sumber utama yang terpercaya, serta melakukan evaluasi

terhadap kelebihan dan kekurangan yang ada, sehingga dapat dilaporkan dan memberikan rekomendasi untuk perbaikan dan kemajuan pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM yang akan datang.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada bagian latar belakang masalah, maka dapat disusun rumusan masalah yaitu bagaimana audit kehumasan program CSR pengembangan klaster UMKM oleh KPw Bank Indonesia Yogyakarta pada UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri Dusun Nganggring, Kecamatan Turi, Sleman, Yogyakarta?

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan yang ingin dicapai peneliti dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui audit kehumasan program CSR pengembangan klaster UMKM oleh KPw Bank Indonesia Yogyakarta pada UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri Dusun Nganggring, Kecamatan Turi, Sleman, Yogyakarta.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Menjadi salah satu referensi kajian ilmiah terkait dengan evaluasi dalam kajian ilmu komunikasi, khususnya metode evaluasi di bidang *public relations*, karena objek yang diteliti adalah program *Corporate Social Responsibility* (CSR).

## **2. Manfaat Praktis**

- a. Hasil temuan dalam evaluasi ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan untuk perbaikan dan peningkatan kualitas program CSR KPw Bank Indonesia Yogyakarta selanjutnya.
- b. Hasil evaluasi ini juga diharapkan dapat menjadi masukan dalam melakukan perencanaan program-program CSR KPw Bank Indonesia Yogyakarta khususnya program pengembangan klaster UMKM dengan menggunakan strategi komunikasi *public relations*.

## **E. Telaah Pustaka**

Sebagai bahan rujukan dari penelitian yang terkait dengan tema yang sama dengan penelitian ini, peneliti berusaha untuk mencari referensi penelitian terdahulu. Harapannya agar tidak terjadi kesamaan penelitian ini dengan penelitian yang telah ada, selain itu juga untuk membantu peneliti dalam mengkaji tema yang sedang diteliti. Adapun beberapa penelitian yang menjadi referensi diantaranya sebagai berikut:

1. Skripsi “Audit Kehumasan Program *Quality Assurance* (Studi Evaluasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)”. Disusun oleh M. Fikri AR mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta Tahun 2009. Hasil dari penelitian dalam skripsi ini menyatakan bahwa implementasi program QA di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang di *launching* pada 5 Desember 2006 belum efektif terlihat dari kurang

terbukanya budaya komunikasi manajemen terutama saat penerapan empat tahap manajemen *public relations*. Ditinjau dari perspektif kehumasan, persoalan utama dari implementasi ini terletak pada kurang optimalnya komunikasi dan koordinasi di internal manajemen yang secara otomatis berdampak pada budaya komunikasi, pengorganisasian komunikasi, komunikasinya sendiri dan *feedback* yang kurang maksimal.

Penelitian yang dilakukan oleh M. Fikri AR tersebut memiliki persamaan dengan penelitian ini yaitu sama-sama mengevaluasi suatu program yang ada pada sebuah perusahaan untuk mencapai efektifitas komunikasi didalam sebuah perusahaan namun yang membedakan adalah metode yang digunakan oleh M. Fikri adalah evaluatif, sedangkan peneliti menggunakan metode deskriptif. Objek penelitian M. Fikri adalah program *Quality Assurance* sedangkan penelitian ini objeknya adalah program CSR. Selain itu penelitian oleh M. Fikri dengan penelitian ini sama-sama menggunakan 4 tinjauan pokok audit kehumasan milik Andre Hardjana sebagai unit analisisnya.

2. Jurnal E-Komunikasi Vol. 4, No. 1 Tahun 2004 dengan sub judul “Audit mini Program Penyuluhan dan Motivasi Kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur”. Disusun oleh Gracia Fenta Agustina mahasiswi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya. Hasil penelitian dengan menggunakan audit mini pada Program Penyuluhan dan Motivasi Kanker di Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa timur tersebut, menunjukkan bahwa program berjalan dengan baik dan lancar. Namun peneliti menemukan adanya titik-titik rawan yang membahayakan jika tidak



ditanggulangi. Berdasarkan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Andre Hardjana yaitu aspek manajemen, aspek organisasi, aspek komunikasi, dan aspek umpan balik. Titik rawan ditemukan di aspek organisasi, karena tidak pernah dilakukannya evaluasi oleh Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur.

Persamaan penelitian dalam Jurnal E-Komunikasi ini adalah penelitian yang dilakukan peneliti terletak pada jenis penelitiannya yaitu penelitian evaluatif. Sedangkan perbedaannya terletak pada metode yang digunakan dalam jurnal ini metode audit mini komunikasi dan objeknya adalah program penyuluhan.

3. Jurnal Komunikasi Kareba Vol. 3, No. 1 Januari-Maret 2014 dengan sub “Audit Komunikasi Terhadap Program Sosialisasi Pembangunan T/L 150 KV Maros-Sungguminahasa PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa”. Disusun oleh Ismaniah Nurdin, Hafied Cangara, Iqbal Sultan mahasiswa Program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makasar. Berdasarkan hasil dari audit Program Sosialisasi Pembangunan T/L 150 KV Maros-Sungguminahasa PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa disimpulkan bahwa program tersebut disampaikan langsung oleh Tim Sosialisasi kepada masyarakat pemilik tanah, masyarakat yang terkena dampak, dan pemerintah dengan saluran atau media yang berbeda. Bentuk evaluasi yang dilakukan Tim Sosialisasi sangat sederhana, yaitu jika ada umpan balik yang positif dari masyarakat, berarti mereka menerima program tersebut dan sosialisasi dinyatakan berhasil.

Penelitian dalam Jurnal Kareba memiliki kesamaan dengan penelitian ini, yaitu sama-sama bertujuan mengaudit program yang telah dilakukan oleh sebuah instansi untuk mencapai efektifitas komunikasi. Sedangkan perbedaannya adalah terletak pada tipe penelitian yang digunakan pada Jurnal Kareba yaitu studi kasus, pada teknis analisis data yaitu teknik analisis pengalaman komunikasi atau teknik peristiwa kritis, dan berbeda pada objek penelitiannya yaitu proses sosialisasi pembangunan.

Untuk lebih memperjelas lagi hasil penelitian, persamaan, dan perbedaan dari penelitian-penelitian sebelumnya yang digunakan peneliti sebagai referensi, berikut ini adalah tabelnya:

**Tabel 1**  
**Telaah Pustaka**

No.	Nama/Asal	Judul	Hasil	Persamaan	Perbedaan
1.	M. Fikri AR/ 2009/ Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial & Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta	Audit Kehumasan Program <i>Quality Assurance</i> (Studi Evaluasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)	Implementasi program QA di Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang di <i>launching</i> pada 5 Desember 2006 belum efektif terlihat dari kurang terbukanya budaya komunikasi manajemen terutama saat penerapan empat tahap manajemen <i>public relations</i> . Ditinjau dari perspektif kehumasan, persoalan utama dari implementasi ini terletak pada kurang optimalnya komunikasi dan koordinasi di internal manajemen.	Sama-sama menggunakan unit analisis 4 pokok tinjauan audit kehumasan milik Andre Hardjana.	Metode yang digunakan oleh M. Fikri adalah metode evaluasi, sedangkan penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Objek penelitian M. Fikri adalah Program <i>Quality Assurance</i> , sedangkan penelitian ini meneliti rogram CSR.
2.	Jurnal E-Komunikasi Vol. 4, No. 1 Tahun 2014/ Gracia Fenta Agustina/ Program Studi Ilmu Komunikasi/ Universitas Kristen Petra Surabaya	Audit Mini Program Penyuluhan dan Motivasi Kanker Yayasan Kanker Indonesia Cabang Jawa Timur	Program Penyuluhan dan Motivasi Kanker Yayasan Kanker Indonesia Cab. Surabaya ini berjalan dengan lancar, namun tetap ditemukan titik-titik rawan pada salah satu aspek tinjauan. Titik rawan tersebut terlihat dalam tinjauan aspek organisasi, karena tidak pernah diadakan evaluasi komunikasi.	Persamaan penelitian ini dengan jurnal Universitas Kristen Surabaya tersebut adalah sama-sama mengevaluasi program kehumasan (jenis penelitian).	Jurnal tersebut menggunakan audit mini komunikasi sebagai unit analisisnya, sedangkan penulis menggunakan audit kehumasan sebagai unit analisis.
3.	Jurnal Komunikasi Kareba Vol. 3, No. 1 Januari-Maret 2014/ Ismaniah Nurdin, Hafied Cangara, Iqbal Sultan/ Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin Makasar	Audit Komunikasi Terhadap Program Sosialisasi Pembangunan T/L 150 KV Maros-Sungguminahas a PT. PLN (Persero) Pikitring Sulmapa	Bentuk evaluasi yang dilakukan Tim Sosialisasi sangat sederhana, yaitu jika ada umpan balik yang positif dari masyarakat, berarti mereka menerima program tersebut dan sosialisasi dinyatakan berhasil.	Penelitian pada Jurnal Kareba dan penelitian ini sama-sama bertujuan mengevaluasi program guna mencapai efektifitas komunikasi.	Tipe penelitian pada Jurnal Kareba adalah studi kasus dengan teknik analisis data pengalaman kritis. Sedangkan penelitian ini adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan teknik analisis milik Miles & Huberman.

Sumber: Olahan Peneliti

## **F. Landasan Teori**

### **1. *Public Relations* (PR)**

Definisi *public relations* (PR) atau humas banyak yang mengarah pada kegiatan membujuk, namun tergantung dari sudut pandang apa yang digunakan untuk mendefinisikannya, sehingga muncul banyak definisi dari PR itu sendiri. Cutlip-Center-Broom menjelaskan bahwa humas sebagai tindakan atau usaha yang terencana untuk mempengaruhi pandangan melalui karakter yang baik dan tindakan yang bertanggungjawab, dengan didasarkan pada komunikasi dua arah yang saling menguntungkan (Morissan, 2008: 7). Joseph R. Dominick dalam Morissan (2008: 8) membatasi definisi humas kedalam 3 hal cakupan, diantaranya: Humas memiliki kaitan erat dengan opini publik, Humas memiliki kaitan erat dengan komunikasi, dan Humas merupakan fungsi manajemen.

Dua definisi tersebut sudah cukup membuktikan bahwa humas atau PR kini erat kaitannya dengan fungsi manajemen. Fungsi keberadaan PR erat kaitannya dengan sebuah organisasi atau instansi guna menilai pendapat publiknya, mengidentifikasi kebijakan-kebijakan demi kepentingan publiknya. Selain itu PR juga merencanakan program kegiatan dan komunikasi untuk mendapat dukungan dari publik dari instansi tempatnya bernaung.

a. Manajemen *Public Relations*

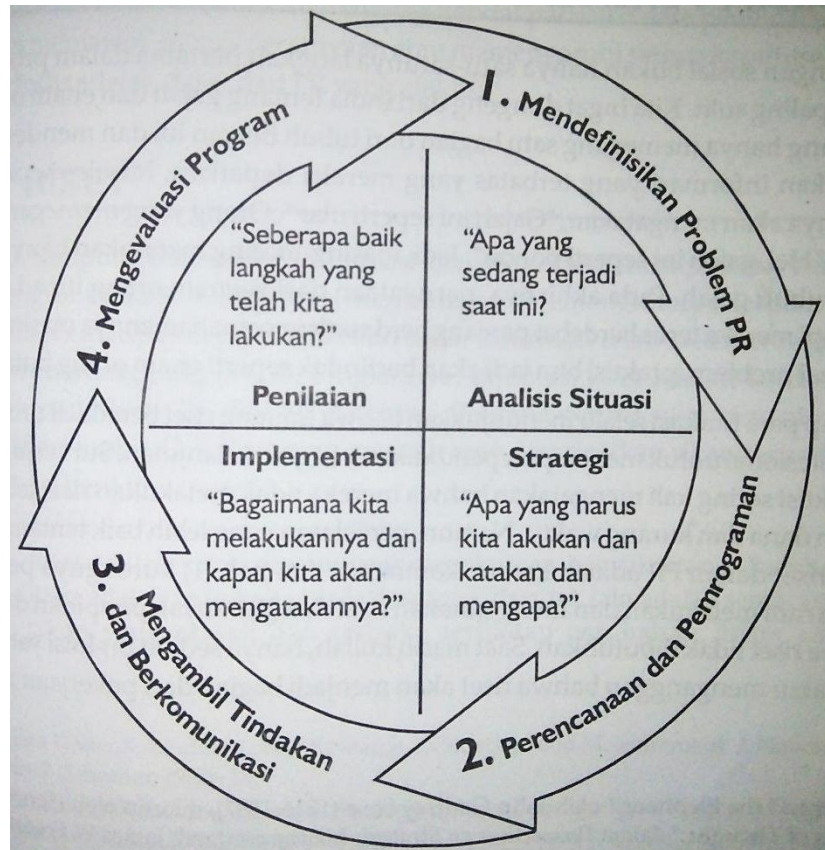
PR membantu manajemen dalam menetapkan tujuan yang akan dicapai oleh sebuah organisasi atau instansi, serta membantu untuk menyesuaikan diri terhadap lingkungan baru atau menyesuaikan dengan kondisi lingkungan yang mengalami perubahan. Sebagai bentuk keikutsertaan dalam fungsi manajemen, PR juga turut memberikan saran pada manajemen terhadap kebijakan-kebijakan yang dikeluarkan (Morissan, 2008: 9).

Semua kegiatan dan rencana program yang akan dilaksanakan oleh PR atau humas harus sudah tersusun dengan baik, agar mampu mengarahkan diri untuk turut membantu mencapai tujuan instansi. Dengan demikian, PR sebagai bagian dari sebuah instansi atau organisasi juga menjalankan fungsi pokok manajemen turut serta dalam proses perubahan dan pemecahan masalah.

Namun, keberhasilan akhir tentu tidak hanya ditentukan oleh baiknya tahap perencanaan, tapi juga keahlian dan efisiensi proses pengimplementasiannya. Praktisi humas tidak boleh hanya mendasarkan tiap programnya pada dugaan atau perkiraan. Hal ini dapat menyebabkan praktisi humas kehilangan arah dan program yang dibuat akan mengalami kegagalan (Morissan, 2008: 108). Hal ini sesuai dengan proses manajemen PR empat langkah pemecahan problem oleh Scott M Cutlip, Allen H Center dan Glen M Broom dalam buku *Effective Public Relations* (2006: 321).

**Gambar 1**

Proses Manajemen PR Empat Langkah



Sumber: *Effective Public Relations* (Cutlip, 2006: 321)

b. Proses Perencanaan Strategis *Public Relations*

Proses kerja *public relations* (PR) kini mengacu pada pendekatan manajerial. Terlihat pada gambar 1 di atas bahwa proses atau alur kerja seorang PR begitu sistematis, tidak sekedar bersifat seni yang abstrak dan tidak dapat diukur. Berikut ini adalah penjelasan lebih rinci dari proses manajemen PR empat langkah tersebut (Cutlip, 2006: 321):

## 1) Mendefinisikan Problem PR

Langkah pertama yang dilakukan adalah melakukan observasi terhadap pengetahuan, opini, sikap dan perilaku dari pada *stakeholders*, baik terhadap kebijakan yang dikeluarkan maupun organisasinya. Data-data yang sudah didapatkan kemudian diidentifikasi sehingga didapatkan hasil data “apa yang sedang terjadi saat ini?”.

Dari pertanyaan tersebut maka dirumuskan kedalam analisis situasi, yang berguna untuk mengetahui pengetahuan dan opini publik serta dapat menjelaskan masalah secara terukur dari sebuah organisasi. Elemen penting yang digunakan untuk menganalisis situasi ini berupa:

- a) Tinjauan internal, yang meliputi latar belakang dan tujuan pengimplementasian sebuah program, dan khalayak program tersebut.
- b) Tinjauan eksternal, yang meliputi hubungan dengan pihak diluar organisasi yang ikut dalam pengimplementasian program, dan fenomena isekitar program tersebut (M. Fikri, 2009: 21).

## 2) Perencanaan dan Pemrograman

Setelah data dan informasi yang didapatkan ditahap pertama dirasa cukup, maka selanjutnya adalah membuat perencanaan yang berisi rencana program, tujuan, strategi, tindakan dan komunikasi,

serta taktik dan sasarannya. Namun dalam menentukan hal-hal tersebut harus dipertimbangkan dengan data dan informasi pada tahap sebelumnya. Pada tahap ini akan mampu menjawab pertanyaan “berdasarkan apa yang telah diketahui seputar situasi, apa yang harus kita ubah dan kita katakan pada publik?”.

### 3) Mengambil Tindakan dan Berkomunikasi

Langkah ketiga adalah mengimplementasikan program-program aksi dan komunikasi yang telah disusun untuk mencapai tujuan program untuk publik guna mencapai tujuan program. Tahap ini dilakukan untuk mencari fakta dan perencanaan strategis dari kedua langkah sebelumnya yaitu setelah problem terdefiniskan dan solusi dilakukan (Cutlip, Center dan Broom, 2006: 386).

Pertanyaan yang akan terjawab dari langkah ketiga ini adalah “siapa yang harus melakukan dan menyampaikan, kapan, dimana, dan bagaimana caranya?”. Setelah menyesuaikan dengan situasi, maka ada tiga komponen dalam pengimplementasian strategi oleh Cutlip, Center, dan Broom (2006: 408) yang dinilai cukup relevan untuk menganalisa implementasi program yaitu:

#### a) *Credibility* (Kredibilitas)

Komunikasi dibangun dari iklim rasa saling percaya, yang terbentuk melalui kinerja yang baik dari organisasi, yang dapat merefleksikan keinginan untuk melayani publiknya. Khalayak harus mempercayai pengirim



informasi, informasi yang disampaikan, dan kompetensi yang dimiliki pengirim informasi.

b) *Context* (Konteks)

Sebuah program komunikasi harus dibuat sesuai dengan kenyataan lingkungannya. Media yang digunakan hanya sebagai pelengkap untuk publikasinya. Sebuah situasi harus disediakan sebagai media umpan balik dari publik ke organisasi. Sehingga komunikasi efektif dalam sebuah program akan berjalan, karena program telah didukung oleh lingkungan sosialnya.

c) *Channel* (Saluran)

Saluran atau media komunikasi yang akan digunakan haruslah media yang dihormati dan paling banyak digunakan publiknya. Membuat media baru akan membuang waktu dan biaya. Media yang sudah ada dapat dimaksimalkan penggunaannya, karena media yang berbeda akan menimbulkan efek yang berbeda pula.

4) Mengevaluasi Program

Langkah terakhir dalam proses manajemen strategis ini adalah mengevaluasi tahap-tahap yang telah dilakukan dengan penilaian terhadap persiapan, implementasi dan hasil yang ditimbulkan. Sebuah program akan berhenti dilaksanakan atau tetap dilanjutkan setelah terjawabnya pertanyaan “bagaimana keadaan kita

sekarang atau seberapa baik langkah-langkah yang telah kita lakukan?”. Carol H. Weiss dalam Cutlip, Center, dan Broom (2006: 436) menyatakan Kesalahan dari sebuah program sering ditemui di tahap evaluasi. Perencanaan program yang baik berkaitan erat dengan evaluasi program yang efektif.

Oleh karena itu evaluasi dapat dikatakan lengkap bila mampu memberikan nilai pada masing-masing tahapannya (Morissan, 2008: 232) antara lain:

- a) Evaluasi tahap persiapan, memberikan penilaian terhadap kualitas informasi, kecukupan informasi, dan perencanaan strategi yang telah dilakukan.
- b) Evaluasi tahap pelaksanaan, menilai kelengkapan taktik dan cakupan usaha yang dilakukan.
- c) Evaluasi terhadap dampak, memberikan penilaian atas efek yang dihasilkan dari sebuah program.

## **2. Audit Kehumasan**

### **a. Definisi Audit Kehumasan**

Di dalam mendefinisikan audit kehumasan, para ahli komunikasi tidak menyepakati satu definisi saja. Dimulai dari definisi audit komunikasi, Gerald Goldhaber dalam bukunya *Organizational Communication* menjelaskan bahwa audit komunikasi dilakukan untuk pemeriksaan dan mendiagnosis sistem komunikasi yang dilakukan dalam sebuah organisasi guna memberikan informasi sejak dini untuk mencegah

jatuhnya kesehatan organisasi kearah yang lebih buruk (Hardjana, 2000: 9).

Menurut Anthony Booth dalam buku *The Communication Audit: A Guide for Managers* dalam Hardjana (2000: 11) mendefinisikan audit komunikasi sebagai berikut: “*The process where by the communications within an organization are analyse by internal or external consultant, with a view to increasing organizational efficiency*” (Proses pembuatan analisis atas komunikasi-komunikasi di dalam organisasi oleh konsultan internal atau eksternal dengan tujuan meningkatkan efektifitas organisasi).

Dari beberapa pendapat mengenai definisi dari audit komunikasi, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa audit komunikasi merupakan sebuah analisis yang dilakukan secara menyeluruh pada sistem komunikasi pada sebuah organisasi atau instansi. Audit komunikasi dilakukan untuk mencari kendala-kendala yang muncul dalam proses komunikasi dalam organisasi tersebut untuk kemudian dievaluasi.

Audit kehumasan atau audit komunikasi kehumasan sendiri merupakan salah satu bagian dari audit komunikasi. Jika audit komunikasi membahas keseluruhan sistem komunikasi dalam sebuah organisasi, maka audit kehumasan membahas praktek komunikasi kehumasan. Audit kehumasan berasal dari bahasa Inggris *public relations audit* yang berarti sebuah tinjauan atau studi tentang kebutuhan komunikasi kehumasan (PR) dan praktek komunikasi yang sedang dilakukan atau telah dilakukan (Hardjana, 2000: 161).

## b. Prosedur Audit Kehumasan

Sama halnya dengan penelitian ilmiah lainnya, audit kehumasan juga memiliki prosedur-prosedur yang harus dijalani seorang peneliti, guna memenuhi persyaratan sebagai penelitian ilmiah. Moore (1989) dan Jones Pavlik (1987) dalam Ritonga (2004: 129) menjelaskan empat tahapan yang harus dilalui oleh auditor kehumasan, diantaranya adalah:

- 1) Menyelidiki apa yang “kita” pikirkan, dalam hal ini terkait dengan sesuatu yang ideal bagi perusahaan atau instansi dan ingin dicapai. Secara sederhana sesuatu yang ideal tersebut dapat dikatakan sebagai tujuan perusahaan dan tujuan dari program atau kegiatan yang dilaksanakan.
- 2) Menyelidiki apa yang “mereka” pikirkan, yang dimaksudkan “mereka” disini adalah publik baik internal maupun eksternal, instansi yang akan diaudit kelak. Jadi guna menyelidiki anggapan atau pandangan publik terhadap instansi tersebut.
- 3) Mengevaluasi perbedaan antara dua sudut pandang, terkait dengan keberhasilan sebuah program. Sebuah program dapat dikatakan berhasil apabila hal-hal yang dianggap idel oleh instansi juga dianggap ideal oleh publiknya, jadi terdapat persamaan maksud dan tujuan terhadap program tersebut dengan membandingkan dua tahap sebelumnya.
- 4) Mengajukan atau merekomendasikan program komunikasi yang komprehensif dengan tujuan untuk mengakhiri

kesenjangan tersebut. Pada tahap ini auditor memberikan saran atau rekomendasi dari hasil temuan yang didapatkan pada tahap tiga. Rekomendasi ini diberikan untuk memperbaiki dan mengurangi tingkat ketidakefektifan program dimasa yang akan datang.

**c. Pokok Tinjauan Audit Kehumasan**

Guna mengetahui komunikasi efektif yang ada dalam sebuah organisasi, setidaknya ada empat faktor yang dijadikan pokok peninjauan (Hardjana, 2000: 163). Empat faktor tersebut diantaranya adalah:

1) Budaya Komunikasi Manajemen

Pada dasarnya budaya komunikasi yang dilakukan manajemen adalah keterbukaan manajemen, terlebih lagi pada saat pengambilan keputusan. Gaya manajemen yang terbuka, baik terbuka dengan anggota di internalnya maupun dengan pihak eksternal menunjukkan bahwa sebuah organisasi berjalan dengan baik dan sehat (Hardjana, 2000: 163). Keterbukaan yang dimaksudkan adalah manajemen mampu mendengarkan dan menerima saran dari orang lain. Tanpa manajemen yang terbuka, komunikasi dalam organisasi tidak akan berjalan dengan lancar. Maka dari itu, audit kehumasan memperhatikan budaya komunikasi disetiap jenjang manajemen yang terkait

2) Pengorganisasian Komunikasi

Pengorganisasian komunikasi yang dilakukan oleh organisasi perlu diperhatikan, karena tiap organisasi memiliki

aturan, kebijakan, dan prosedur penanganan komunikasi yang berbeda-beda. Hal ini tentu bertujuan agar komunikasi dapat berfungsi dengan baik dan lancar. Namun tidak berhenti pada aturan tersebut, seorang pimpinan harus mampu mengembangkan kebijakan komunikasi agar dapat mengikuti perkembangan. Pimpinan juga harus mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan publik, hal ini membutuhkan kepekaan staf humas. Sehingga staf humas juga harus mengerahui bagaimana sistem komunikasi dalam organisasi tersebut.

### 3) Komunikasi-komunikasi Sendiri

Peristiwa atau kegiatan komunikasi harus dicatat secara cermat dan objektif. Komunikasi-komunikasi dalam organisasi dibagi menjadi dua, yaitu komunikasi objektif (terkait dengan fakta-fakta yang menjadi perhatian para karyawan namun dapan diperiksa kebenarannya), dan komunikasi subjektif (terkait dengan pemikiran, peraturan, tanggapan terhadap kritik, dan tindakan-tindakan tertentu). Audit kehumasan secara seksama, objektif dan kritis menyimak kualitas isi dari berbagai sumber seperti: *press release*, pidato, seminar, penerbitan berkala, laporan keuangan dan lainnya. Dari data yang telah didapatkan, akan diperiksa dan dikembangkan. Kemudian muncul pertanyaan-pertanyaan apakah komunikasi yang berasal dari pimpinan puncak, sampai pada tingkat khalayak paling bawah? Jika ada masalah pada

komunikasinya, apakah dapat diperbaiki? Bagaimana cara memperbaiki kesalahan tersebut? dan seterusnya. Pertanyaan-pertanyaan yang timbul tersebut berasal dari hasil pengembangan data-data yang telah didapat sebelumnya.

#### 4) Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik menjadi perhatian sebagai petunjuk tentang bagaimana komunikasi yang telah berlangsung antara manajemen dengan publiknya. Umpan balik atau *feedback* ini dapat menjadi tolok ukur dalam mengevaluasi untuk mengetahui kelebihan dan kekurangan sebuah program. Karena dalam pengimplementasian sebuah program, tidak menutup kemungkinan terjadi kesalahan komunikasi, salah pengertian, dan penafsiran isi pesan yang berbeda antara pihak manajemen dengan publiknya.

### 3. *Corporate Social Responsibility (CSR)*

#### a. Definisi *Corporate Social Responsibility*

Schermerhorn (1993) memberi definisi tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) sebagai suatu kepedulian organisasi bisnis untuk bertindak dengan cara-cara mereka sendiri dalam melayani kepentingan organisasi dan kepentingan publik eksternal.

Selanjutnya The Brundtland Commission mengeluarkan laporan yang dipublikasikan oleh *Oxford University Press* dengan judul “*Our Common Future*” dan salah satu poin penting didalamnya adalah diperkenalkannya konsep pembangunan berkelanjutan atau sustainability

development. Pembangunan berkelanjutan menurut *The Brundtland Commission* adalah pembangunan yang dapat memenuhi kebutuhan manusia saat ini tanpa mengorbankan kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan mereka. Maka konsep sustainability development memberikan andil besar dalam perkembangan CSR di dunia.

Lembaga lain yang senada dengan konsep *sustainability development* adalah *World Business Council for Sustainable Development*, menurut mereka CSR merupakan komitmen berkesinambungan dari kalangan bisnis untuk berperilaku etis dan memberi kontribusi bagi pembangunan ekonomi, seraya meningkatkan kualitas kehidupan karyawan dan keluarganya, serta komunitas lokal dan masyarakat luas pada umumnya. Pengertian tersebut lebih menekankan pada kontribusi perusahaan melalui pengembangan ekonomi masyarakat sekitar perusahaan sebagai bentuk tanggung jawab sosial atas aktifitas perusahaan yang telah berlangsung. Tidak hanya publik eksternalnya saja, namun pihak internal seperti karyawan dan keluarganya juga menjadi perhatian sebagai sasaran program CSR perusahaan.

Perkembangan program CSR telah mengantarkan sebuah perusahaan untuk sampai pada implementasi program berdasarkan standar internasional. ISO (*International Organization for Standardization*) 26000 merupakan *International Standard* bagi program CSR yang sudah diterapkan sejak tahun 2010. Menurut ISO 26000 yang dimaksud dengan CSR adalah tanggung jawab suatu perusahaan atas dampak dari berbagai



keputusan dan aktifitas mereka terhadap masyarakat dan lingkungan melalui suatu perilaku yang terbuka dan etis, yang:

- 1) Konsisten dengan pembangunan berkelanjutan dan kesejahteraan masyarakat;
- 2) Memperhatikan ekspektasi para pemangku kepentingan;
- 3) Tunduk kepada hukum yang berlaku dan konsisten dengan norma perilaku internasional;
- 4) Diintegrasikan ke dalam seluruh bagian organisasi (Solihin, 2015: 31)

b. Prinsip-prinsip *Corporate Social Responsibility*

Perkembangan yang terjadi pada konsep CSR membuatnya menjadi semakin kompleks dan mengandung dimensi yang sangat luas. Untuk memudahkan memahami CSR, beberapa ahli membuat prinsip dasar yang terkandung dalam CSR. Salah satunya adalah Crowther David (2008) dikutip dalam Nor Hadi (2011) menguraikan prinsip-prinsip tanggung jawab sosial menjadi tiga, yaitu: *sustainability*, *accountanility*, dan *transparency*.

- 1) *Sustainability* berkaitan dengan bagaimana sebuah perusahaan dalam melakukan aktivitasnya tetap memperhitungkan pemanfaatan sumberdaya yang ada untuk keberlanjutannya di masa depan. Keberlanjutan juga memberikan pengarahannya terhadap bagaimana penggunaan sumberdaya yang tepat dengan

memperhatikan dan memperhitungkan generasi masa depan dalam menggunakan dan mengelolanya.

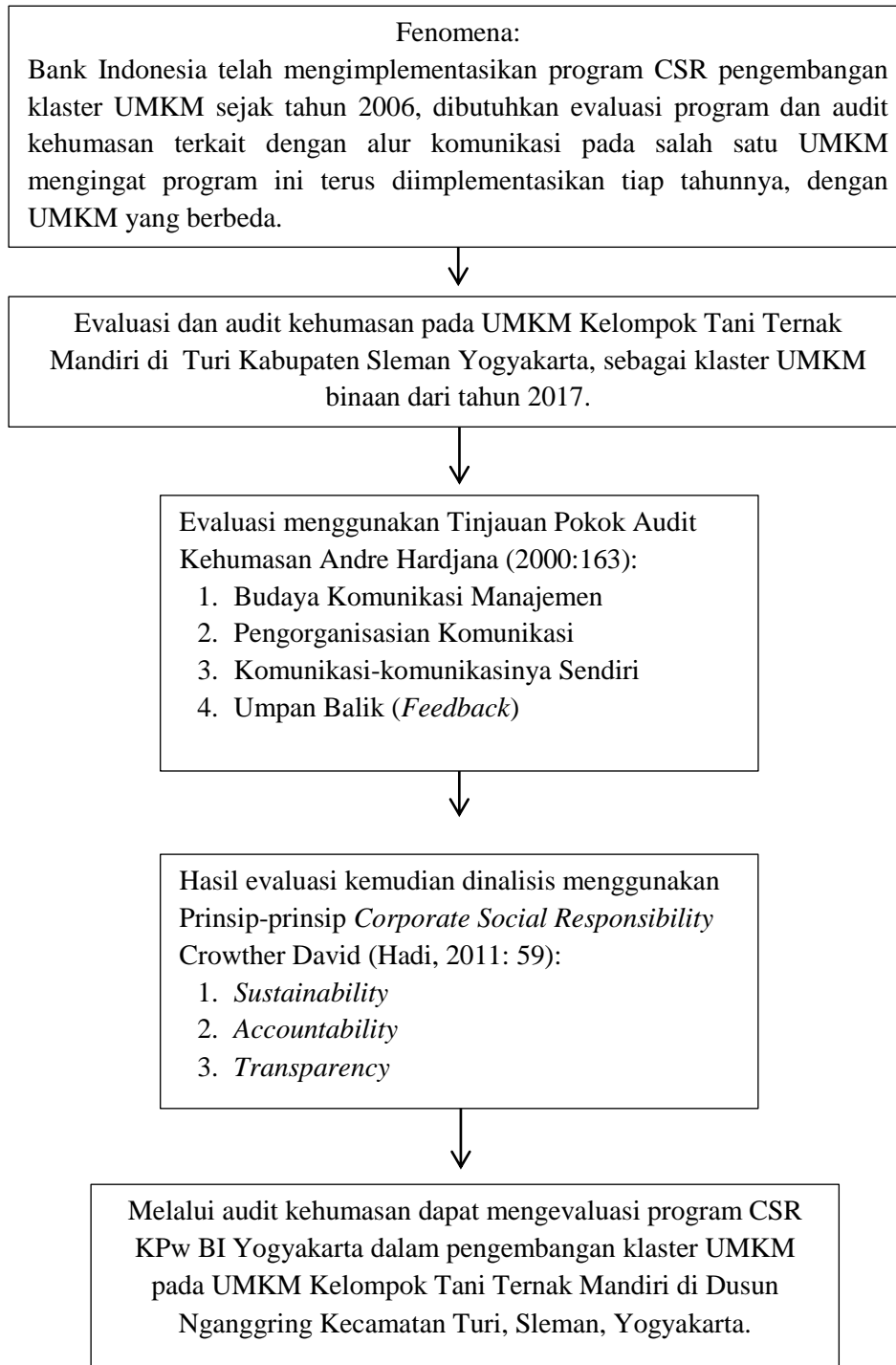
2) *Accountability* merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk tetap terbuka dengan apa yang telah dilakukannya dengan kata lain akuntabilitas adalah sikap *tanggung jawab*. Akuntabilitas sangat dibutuhkan oleh perusahaan manakala menghadapi pihak eksternal yang dipengaruhi atau mempengaruhi aktivitas perusahaan. Melalui akuntabilitas yang baik, perusahaan dapat membangun *image* positif dan kepercayaan dimata para pemangku kepentingan.

3) *Transparency* merupakan prinsip yang penting bagi perusahaan, karena berkaitan dengan informasi yang disampaikan perusahaan atas segala aktivitas yang berkenaan dengan pihak eksternal. Transparansi dapat mengurangi adanya kesalahpahaman antara pihak eksternal dengan pihak perusahaan, dan pertanggungjawaban atas informasi yang beredar di luar perusahaan (Hadi, 2011: 59-60)

## G. Kerangka Pemikiran

Gambar 2

### Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti

## **H. Metodologi Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Menurut Rachmat Kriyantono (2006) penelitian kualitatif merupakan penelitian yang memiliki maksud untuk menjelaskan sebuah fenomena secara mendalam melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya (Kriyantono, 2006: 56). Fenomena tersebut merupakan realitas sosial yang terjadi di masyarakat, kemudian penelitian ini dilakukan dengan mengkaji secara mendalam fenomena tersebut yang selanjutnya akan dijelaskan dengan kata-kata secara ilmiah.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode ini mampu menggambarkan secara mendalam situasi pada sebuah perusahaan, instansi, atau organisasi yang diteliti. Penelitian dengan metode deskriptif hanya menjelaskan hubungan antara teori dan hasil penelitian, bukan menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rachmat, 2009: 24).

Alasan lain peneliti menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif karena pendekatan ini memiliki kesamaan dengan metode audit kehumasan yaitu digunakan untuk menggali informasi secara lebih mendalam, terperinci dan lengkap melalui wawancara, untuk mengungkap hal-hal yang belum dilihat melalui pengamatan saja. Dengan demikian peneliti dapat melakukan evaluasi terhadap program CSR KPW Bank Indonesia Yogyakarta melalui pengembangan klaster UMKM Susu

Kambing PE Kelompok Tani Ternak Mandiri di Turi Kabupaten Sleman, berdasarkan elemen-elemen program dan keterangan yang disampaikan oleh subjek peneliti.

## **2. Subjek dan Objek Penelitian**

### **a. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian merupakan orang yang mampu memberikan respon terhadap pertanyaan-pertanyaan yang diajukan peneliti atau merupakan informan sumber data informasi dalam penelitian. Informan subjek penelitian merupakan subjek yang memahami tentang objek penelitian atau sebagai pelaku maupun orang lain yang juga memahami objek penelitian (Bungin, 2007: 76). Subjek yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kepala Fungsi Pelaksana Pengembangan UMKM dan Analisis Fungsi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan KPw Bank Indonesia Yogyakarta.

### **b. Objek Penelitian**

Objek penelitian merupakan apa yang akan menjadi sasaran penelitian (Bungin, 2007: 76). Objek dalam penelitian ini adalah program pengembangan klaster UMKM susu kambing PE di Kecamatan Turi, Sleman oleh KPw Bank Indonesia Yogyakarta.

### 3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian kualitatif lebih kepada alasan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Sehingga peneliti menentukan untuk menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar riteria-kriteria yang ditentukan oleh peneliti berdasarkan tujuan penelitian (Kriyantono, 2006: 156).

Pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* didasarkan pada alasan atau pertimbangan tertentu (*purposeful selection*) yang sesuai dengan tujuan penelitian (Pawito, 2008: 88). Pada pelaksanaannya peneliti telah mewawancarai informan yang terlibat dalam proses pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM pada Klaster UMKM Kelompok Tani Mandiri di Dusun Nganggring.

Guna mengetahui informan atau sampel yang sudah peneliti wawancarai sebagai pengaplikasian teknik *purposive sampling*, berikut ini identitas informan yang sudah peneliti temui di lokasi penelitian dan telah memberikan informasi:

**Tabel 2**

#### **Identitas Informan**

<b>Nama</b>	<b>Jabatan</b>
Andi A. Palupi	Kepala Fungsi Pelaksana Pengembangan UMKM (Manajer)
Amanda Bounita Rizki	Analisis Fungsi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan (Asisten Manajer)

Sumber: Olahan Peneliti

Alasan peneliti mewawancarai informan diatas yaitu karena kedua merupakan pihak dari KPw Bank Indonesia Yogyakarta yang terlibat secara langsung dalam program pengembangan klaster UMKM. Hasil wawancara tersebut telah memenuhi data primer yang dibutuhkan peneliti. Kedua informan tersebut juga telah memenuhi karakteristik yang sudah peneliti tentukan dalam penetapan informan, dan karakteristik tersebut antarlain:

- a. Pegawai aktif KPw Bank Indonesia Yogyakarta yang terlibat dalam pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM pada Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri.
- b. Pegawai aktif KPw Bank Indonesia Yogyakarta yang terlibat dalam proses komunikasi program pengembangan klaster UMKM pada Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri.

#### **4. Metode Pengumpulan Data**

##### **a. Jenis Data**

Data yang telah dikumpulkan oleh peneliti dalam penelitian ini meliputi:

##### **1) Data Primer**

Data primer adalah data yang yang didapatkan oleh peneliti secara langsung dari sumber data pertama atau tangan pertama di lapangan (Kriyantono, 2006: 41). Untuk mendapatkan data primer, peneliti melakukan penelitian langsung dengan melakukan wawancara kepada

pegawai KPw Bank Indonesia Yogyakarta dengan menggunakan pedoman yang telah disiapkan.

## 2) Data Sekunder

Sedangkan data sekunder adalah data yang didapatkan secara tidak langsung dengan melalui perantara media (Ruslan, 2006: 138). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh melalui observasi, dokumentasi dan beberapa informasi dari internet.

### b. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini peneliti telah menggunakan beberapa teknik pengumpulan data, diantaranya sebagai berikut:

#### 1) Wawancara

Pengumpulan data digunakan dengan mengadakan wawancara mendalam untuk mendapatkan informasi mengenai seluruh aspek yang diteliti dan relevan dengan masalah penelitian. Wawancara mendalam merupakan proses yang dilakukan guna memperoleh berbagai keterangan untuk kepentingan tujuan penelitian (Bungin, 2007: 108). Adapun informan yang dipilih dalam penelitian ini adalah Kepala Fungsi Pelaksana Pengembangan UMKM KPw Bank dan Analis Fungsi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan KPw Bank Indonesia Yogyakarta.

#### 2) Observasi

Observasi yang akan dipilih peneliti adalah observasi partisipan, dimana peneliti akan mengamati secara langsung kehidupan kelompok secara lebih riil dengan menjadi bagian dari kelompok tersebut



(Kriyantono, 2006: 110). Peneliti melakukan pengamatan pada realita yang nampak pada subjek dan objek yang akan diteliti.

### 3) Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pelengkap dari metode wawancara dan observasi dimana datanya berasal dari dokumen publik atau dokumen privat (Kriyantono, 2006; 118). Sumber dokumen yang digunakan peneliti merupakan dokumen-dokumen terkait dengan pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM dari Bank Indonesia.

## 5. Analisis Data

Model analisis data menurut Miles dan Huberman dalam Ardianto (2010: 223) ada tiga jenis kegiatan yaitu:

### a. Reduksi

Merupakan proses pemilihan, pemfokusan, penyederhanaan dan penyaringan data dari data-data yang diperoleh dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terkait dengan audit kehumasan pada program pengembangan klaster UMKM di Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri sebagai program CSR KPw Bank Indonesia Yogyakarta.

### b. Model Data (Data Display)

Langkah kedua adalah model data, dimana informasi yang diperoleh dievaluasi dengan menyesuaikan konsep manajemen PR empat tahap yang dikembangkan oleh Cutlip, Center, dan Broom. Selanjutnya data dianalisis menggunakan audit kehumasan oleh Andre Hardjana.

c. Verifikasi/Penarikan Kesimpulan

Langkah terakhir adalah verifikasi atau penarikan kesimpulan. Dari awal penelitian ini dilakukan sudah ditentukan apakah makna sesuatu, mencatat keteraturan, pola-pola, penjelasan, konfigurasi yang mungkin, alur sebab-akibat, dan proposisi-proposisi (Ardianto, 2010: 223).

## 6. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi. Menurut Denzim dalam Meleong (2010) triangulasi yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian (Meleong: 2010: 330). Penelitian ini akan menggunakan triangulasi sumber, dengan mengecek atau membandingkan ulang keakuratan informasi yang didapat dari sumber yang berbeda (Kriyantono, 2006: 70).

Triangulasi sumber dalam penelitian ini, peneliti sudah mewawancarai informan lain terkait dengan permasalahan dalam penelitian ini. Informan tersebut adalah Ketua Koperasi Kelompok Tani Ternak Mandiri yang bernama Triyana. Pemilihan informan tersebut didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- a. Memahami pengertian program pengembangan klaster UMKM, tujuan dan ruang lingkup program
- b. Memahami penerapan program pengembangan klaster UMKM

- c. Memahami karakteristik Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri
- d. Memiliki pengetahuan mengenai klaster susu kambing PE
- e. Sebagai pihak yang terlibat sebagai penerima dan pengelola program CSR dari Bank Indonesia yaitu pengembangan klaster UMKM.

**Tabel 3**

**Identitas Informan untuk Keabsahan Data**

Nama	Jabatan
Tamto	Ketua Kelompok Tani Ternak Mandiri
Triyana	Ketua Koperasi Kelompok Tani Ternak Mandiri

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Program pengembangan klaster UMKM merupakan program yang dibuat Bank Indonesia dalam upaya percepatan pertumbuhan ekonomi di sektor riil, maka dari itu Bank Indonesia berinisiatif memfasilitasi dan mendorong pertumbuhan UMKM di Indonesia. Program ini dilaksanakan oleh seluruh kantor perwakilan yang ada di tiap wilayah. Salah satunya oleh Kpw Bank Indonesia Yogyakarta, dimana Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri adalah salah satu klaster binaannya. Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri ini merupakan *local economi development* (LED) dari Kabupaten Sleman. Program pengembangan klaster UMKM ini diimplementasikan selama selama 3 tahun dengan pendekatan hulu-hilir.

Setelah peneliti melakukan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi kemudian dari data yang didapatkan kemudian mengevaluasi dengan menggunakan 4 pokok tinjauan audit kehumasan dari Andre Hardjana, maka peneliti menemukan:

1. Budaya komunikasi manajemen yang tercipta di KPw Bank Indonesia khususnya pada TIM FPPU dan Tim FKKK dalam proses pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM bersifat terbuka dan saling mendukung, sehingga

komunikasi dengan pihak internal dan eksternal berjalan dengan lancar.

2. KPw Bank Indonesia Yogyakarta memiliki sistem tersendiri untuk mengatur sistem komunikasi internalnya agar berjalan dengan lancar yaitu *whistleblowing system*, sedangkan untuk berkomunikasi dengan pihak eksternal seluruhnya ditangani oleh Tim Fungsi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan (FKKK) agar tidak terjadi ketimpangan informasi yang keluar.
3. Tidak ada media komunikasi khusus dalam pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM maupun komunikasi lainnya. Media yang digunakan adalah media yang memang sudah digunakan oleh KPw Bank Indonesia atau yang sudah menjadi rekan baik media cetak, elektronik maupun internet.
4. Pendistribusian komunikasi untuk penyampaian informasi ke pihak eksternal telah dilakukan sesuai dengan struktur organisasi di KPw Bank Indonesia Yogyakarta.
5. Program pengembangan klaster UMKM telah sesuai dengan kebutuhan dan kenyataan lingkungannya.
6. Umpan balik yang diterima KPw Bank Indonesia Yogyakarta dari Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri masih dalam kadar yang normal.

7. Penanganan terhadap respon awal yang kurang baik dari beberapa anggota kelompok tani, membuatnya tidak berlarut-larut sehingga tidak menjadi masalah besar.
8. Semua pesan dan informasi tersampaikan dengan baik pada semua pihak yang terlibat dalam pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM pada Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri.

Hasil analisis menggunakan prinsip-prinsip program CSR dari Crowther David yaitu *sustainability*, *accountability*, dan *transparency* menunjukkan bahwa program ini memiliki keunggulan yaitu sifatnya yang memberdayakan atau *sustainable*. KPw Bank Indonesia Yogyakarta juga telah mampu bertanggung jawab penuh atas program ini pada klaster UMKM binaan hingga mengalami kemajuan. Program pengembangan klaster UMKM ini juga transparan dalam semua laporannya, sehingga *stakeholders* mengetahui apa yang terjadi pada program ini.

Dari hasil evaluasi menggunakan 4 tinjauan audit kehumasan milik Andre Hardjana yang terdiri dari budaya komunikasi manajemen, pengorganisasian komunikasi, komunikasi-komunikasinya sendiri, dan umpan balik, kemudian peneliti analisis menggunakan prinsip-prinsip program CSR dari Crowther David yaitu *sustainability*, *accountability*, dan *transparency* peneliti menyatakan bahwa program *corporate social responsibility* berupa program pengembangan klaster UMKM yang

diimplementasikan KPw Bank Indonesia Yogyakarta layak untuk terus diimplementasikan.

Karena proses komunikasi pada program pengembangan klaster UMKM ini berjalan efektif dan juga telah memenuhi ketiga prinsip CSR maka selain layak untuk terus diimplementasikan di D.I. Yogyakarta, program ini juga layak menjadi contoh bagi perusahaan, instansi, maupun organisasi yang akan melaksanakan program CSR.

## **B. Saran**

Setelah peneliti melakukan penelitian dan mendapatkan kesimpulan yang mampu menjawab rumusan masalah, maka peneliti mencatat beberapa saran yang dapat menjadi bahan pertimbangan, antara lain:

### **1. Bagi Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri**

Sebagai pihak penerima program CSR dari Bank Indonesia, seluruh anggota kelompok harus menjaga, merawat, dan memaksimalkan pemanfaatan semua fasilitas yang telah diberikan. Hal tersebut tentu saja harus disertai dengan etika dan perilaku yang baik, dan sesuai dengan ketentuan dari Bank Indonesia.

### **2. Bagi Kpw Bank Indonesia Yogyakarta**

Sebagai pihak yang sering melakukan publikasi terhadap program pengembangan klaster UMKM ini, KPw Bank Indonesia Yogyakarta harus mendokumentasikan setiap materi publikasi yang telah diberikan ke media atau yang diliput langsung oleh media, agar memudahkan proses evaluasi publikasi.

## DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Ardianto, Elvinaro. 2010. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Bambang Hidayana, Sutoro Eko, Andi Sandi, dkk. 2011. *Menjadi Katalis Perubahan Reposisi CSR untuk Penanggulangan Kemiskinan dalam Konteks Desentralisasi*. Yogyakarta: IRE.
- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media. Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: RAJAGRAFINDO PERSADA.
- Bungin, Burhan dan Rosli Muhammed. 2015. *Audit Komunikasi: Pendekatan dan Metode Asesmen Sistem Informasi Komunikasi dalam Organisasi*. Jakarta: Kencana.
- Cutlip, Scott M Center, Allen H dan Broom, Glen M. 2006. *Effective Public Relations*. Jakarta: Kencana
- Hardjana, Andre. 2000. *Audit Komunikasi Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo
- Hadi, Nor. 2011. *Corporate Social Responsibility*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media.
- Meleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Pawito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LkiS Yogyakarta.
- Ritonga, M Jamiludin. 2004. *Riset Kehumasan*. Jakarta: Grasindo
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: Rajagrafindo Persada
- Solihin, Ismail. 2015. *Corporate Social Responsibility from Charity to Sustainability*. Jakarta: Salemba Empat
- Suprianto dan Syefri Luwis. 2012. *Sejarah dan Heritage Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jakarta: Bank Indonesia.



Skripsi dan Jurnal:

- Fikri, M. 2009. *Audit Kehumasan Program Quality Assurance (Studi Evaluasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Yogyakarta.
- Gracia Fenta Agustina. 2014. *Jurnal E-Komunikasi Vol. 4, No. 1*. Jurnal. Program Studi Ilmu Komunikasi. Universitas Kristen Petra Surabaya, Surabaya.
- Ismaniah Nurdin, Hafied Cangara, Iqbal Sultan. 2014. *Jurnal Komunikasi Kareba Vol. 3, No. 1 Januari-Maret 2014*. Jurnal. Universitas Hasanuddin Makasar, Makasar.
- 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.

Internet:

- Laporan Kajian Arah Pengembangan Klaster Nasional Dalam Rangka Mendukung Pengendalian Inflasi, <https://www.bi.go.id>, diakses pada 10 April 2018 pukul 19:20 WIB
- Surat An-Nisa' Ayat 36, <https://tafsirq.com>, diakses pada 2 Maret 2018 pukul 18:37 WIB
- Upaya Bank Indonesia Dalam Mendukung Percepatan Pertumbuhan Sektor Riil Melalui Pemberdayaan Umkm, <https://anzdoc.com>, diakses pada 21 April 2018 pukul 19:22
- Apa Itu PABX dan Bagaimana Kerjanya, <http://www.indocommco.com/artikel/8-apa-itu-pabx-dan-bagaimana-kerjanya.html> diakses pada 3 Oktober 2018 pukul 21:27
- <https://www.tripadvisor.com> diakses pada 16 Oktober 2018 pukul 15.45
- [https://www.instagram.com/p/BpBNzVzgn3b/?taken-by=ca\\_bijogja](https://www.instagram.com/p/BpBNzVzgn3b/?taken-by=ca_bijogja) diakses pada 18 Oktober 2018 pukul 19.30

# LAMPIRAN

**LAMPIRAN**  
**DOKUMENTASI PENELITIAN**



*Wawancara dengan Informan*



*Wawancara dengan Informan*



*Wawancara dengan Informan*



*Peresmian Klaster UMKM Kelompok  
Tani Ternak Mandiri*



*Penandatanganan Prasasti oleh  
Bupati Sleman*



*Pidato Kepala Perwakilan Bank  
Indonesia Yogyakarta*



*Pemotngan Pita Peresmian Bantuan  
Rumah Produksi Pakan*



*Proses Pemerahan Susu Kambing PE*



*Tempat Pemerahan Susu Kambing*



*Bantuan Unit Produksi Pakan*



*Bantuan Unit Produksi Starter*



*Bantuan Unit Produksi Pupuk*



*Bantuan Unit Koperasi*



*Bantuan Pengadaan tempat Outbond*



*Pengolahan Limbah Menjadi Pupuk Cair*



*Bantuan Perbaikan Gapura Pintu Masuk*



*Kandang Kambing*



*Pelatihan UMKM di KPw BI Yogyakarta*



*Pelatihan UMKM di KPw BI Yogyakarta*



*Pelatihan UMKM di KPw BI Yogyakarta*



*UMKM Binaan KPw BI Yogyakarta Ikut Serta di Halal Fest 11-14 Oktober 2018*



*UMKM Binaan KPw BI Yogyakarta Ikut Serta di Halal Fest 11-14 Oktober 2018*

**LAMPIRAN**  
**INTERVIEW GUIDE**

**AUDIT KEHUMASAN PROGRAM *CORPORATE SOCIAL*  
*RESPONSIBILITY***  
**KANTOR PERWAKILAN BANK INDONESIA YOGYAKARTA**

**(Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengembangan Klaster Usaha Mikro Kecil dan Menengah Di Dusun Nganggring Turi Sleman Yogyakarta)**

1. Apakah pihak BI Jogja melakukan mini riset sebelum memulai program?
2. Adakah faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi terimplementasikannya program pengembangan klaster UMKM?
3. Fenomena apa yang menjadi latar belakang BI Jogja melaksanakan program pengembangan klaster pada klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri?
4. Apa tujuan program dari program ini untuk klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri?
5. Apa strategi yang digunakan agar program ini berjalan dengan lancar?
6. Apakah program ini dilakukan sendiri oleh pihak BI Jogja atau ada keterlibatan dari pihak lain? Jika ada, siapa saja pihak tersebut?
7. Kapan program ini dapat memperlihatkan hasil baik untuk pihak BI, pihak diluar BI, dan pelaku UMKM binaan?
8. Bagaimana rancangan atau strategi komunikasi yang diciptakan oleh tim Fungsi Koordinasi dan Komunikasi Kebijakan (FKKK) dan Fungsi Pelaksana Pengembangan UMKM (FPPU) untuk berhubungan dengan pihak-pihak diluar BI Yogyakarta?
9. Apakah informasi yang disampaikan ke publik sesuai dengan realitas kegiatannya?
10. Apakah tim FPPU mengevaluasi pesan-pesan yang disampaikan di media, dan jumlah pesan yang sudah diberitakan oleh media?
11. Apakah terjadi perubahan sosial, budaya, atau ekonomi pada penerima program ini?

12. Adakah hal-hal yang belum sempat dipersiapkan sampai tahap implementasi, sehingga menghambat jalannya proses ini?
13. Bagaimana hasil dari program pengembangan klaster UMKM ini pada Klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri?
14. Bagaimana budaya komunikasi yang terbangun di dalam tim FKKK dan FPPU?
15. Apakah ada kebijakan dan peraturan tentang pelaksanaan komunikasi yang dibuat khusus oleh tim FPPU dan FKKK seperti pedoman komunikasi untuk pengimplementasian program pengembangan klaster UMKM?
16. Bagaimana prosedur komunikasi yang harus dilakukan antar pegawai di internal dan ke eksternal?
17. Adakah media khusus atau perangkat komunikasi khusus yang harus digunakan?
18. Apakah tim FKKK dan FPPU mempersiapkan staf (SDM) khusus untuk menangani bidang komunikasi dalam program ini?
19. Bagaimana struktur organisasi di FKKK dan FPPU?
20. Dalam mengkomunikasikan program ke publik, saluran apa yang dipilih oleh tim FKKK?
21. Apakah tim FKKK pernah membuat *press release* (siaran pers) terkait dengan pengembangan klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri di Nganggring?
22. Apakah tim FKKK pernah menyampaikan pidato mengenai klaster UMKM Kelompok Tani Ternak Mandiri di Nganggring, baik dilakukan oleh tim ini sendiri maupun melalui pidato Kepala KPw BI Yogyakarta?
23. Adakah umpan balik yang diberikan oleh para pelaku UMKM disana?
24. Bagaimana tim FKKK dan FPPU menanggapi umpan balik tersebut?



## CURRICULUM VITAE

### A. Informasi Personal

Nama : Ario Ganes Woro

Tempat, Tanggal Lahir : Tempuran, 12 Juli 1996

Jenis Kelamin : Laki-laki

Agama : Islam

Status : Belum Kawin

Kewarganegaraan : Indonesia

Domisili : Jln. Petung No. 1 Papringan,  
Caturtunggal, Kecamatan Depok,  
Kabupaten Sleman, DIY

Alamat Asal : Dusun V RT/RW 010/020 Tempuran,  
Kecamatan Trimurjo, Kabupaten Lampung  
Tengah, LAMPUNG

No Handphone : +628 5298065368

E-mail : [woroganes1@gmail.com](mailto:woroganes1@gmail.com)



### B. Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
SD	SDN 2 Tempuran	2002-2008
SMP	SMPN 3 Kota Metro	2008-2011
SMA	SMA Muhammadiyah 1 Kota Metro	2011-2014
S1	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2014-2018

### C. Pengalaman Organisasi

<b>Nama Organisasi</b>	<b>Jabatan</b>	<b>Tahun</b>
Forum Komunikas Komunikasi (FOKASI)	Anggota	2014-2015
Ikom Radio	Ketua	2014-2015
Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (IMIKI) UIN Sunan Kalijaga	Anggota	2015-2017
Ikatan Mahasiswa Ilmu Komunikasi (IMIKI) Cabang Yogyakarta	Bendahara	2017-2018
Generasi Baru Indonesia (GenBI) Regional Yogyakarta	Anggota	2016-sekarang
Generasi Baru Indonesia (GenBI) Regional Yogyakarta	Pengurus Regional Divisi Kesehatan	2017-2019

### D. Informasi Beasiswa

<b>Tahun</b>	<b>Beasiswa</b>
2016 - 2018	Beasiswa Bank Indonesia (BI)