

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Signifikansi Penelitian

Secara umum semua perusahaan atau industri pada bidangnya jasa dan komoditas memiliki kesamaan tujuan pada saat menjalankan aktivitasnya, yaitu untuk memperoleh keuntungan bagi perusahaan yang bergerak dalam bidang tersebut. Selain itu perusahaan juga berharap dapat membuat konsumen puas atas produk miliknya, dikarenakan kepuasannya pelanggan merupakan tolak ukur keberhasilannya guna menghasilkan atau melahirkan produk dengan kualitas yang baik serta sesuai terhadap apa yang diinginkan konsumen. Hubungan antara perusahaan dengan citra perusahaan tidak terlepas dari peran *Public Relation (PR)*. (Arifin, 2004) Menurut para ahli, citra perusahaan digunakan untuk mewujudkan reputasi perusahaan, terutama bila produk perusahaan merupakan kebutuhan sehari-hari masyarakat. Kemunculan icon bagi perusahaan melahirkan pemikiran subjektif masyarakat tentang berbagai masalah. Saat ini, jarang terjadi perusahaan atau industri mengandalkan hanya pada sebuah bentuk atau cara berkomunikasi dalam menjual produk miliknya (baik dalam bentuk jasa maupun barang). Kemajuannya teknologi telah menjadikan medianya komunikasi menjadi banyak, hingga perusahaan atau industri tak hanya mengandalkan jenis media tradisional misalnya televisi, radio, majalah, atau koran, tetapi dapat menggunakan media dengan teknologi terbaru misalnya seperti handphone maupun internet. Padahal, kemajuannya terhadap teknologi ini memberikan peluang atau kesempatan bagi industri guna menggantikan komunikasi massa dengan komunikasi interpersonal yang sifatnya personal.

Sebuah contoh program yang dilaksanakan oleh PT. BRI Life yang dilakukan terhadap kepedulian masyarakat tentang suatu permasalahan sosial yang menjadikan sebuah perusahaan agar lebih baik dengan mengutamakan lingkungan sebagai faktor utama dalam selama kegiatan berlangsung, hal tersebut bisa dilakukan oleh seorang PR pada sebuah perusahaan melalui kegiatan atau

program tanggung jawab sosial atau bisa disebut sebagai *Corporate Sosial Responsibility* (CSR). (Solihin, 2009) Dalam melaksanakan kegiatan dari aktivitas tersebut CSR PT. BRI Life Asuransi menerapkan konsep “*Triple Bottom Line*” agar aktivitas yang dijalankan berjalan sesuai dengan keinginan dan mendapatkan dampak yang positif dimata masyarakat yang terdampak dari wabah covid-19 di Indonesia dengan tujuan mempertahankan dan meningkatkan citra positif perusahaan dimata masyarakat.

CSR ialah salah satunya tugas yang mana mesti dijalankan dengan bersesuaian terhadap Pasal 74 Undang-Undang Perseroan Terbatas (UUPT) baru tahun 2007 yang disahkan dalam rapat paripurna Dewan Perwakilan Rakyat (DPR). Keberadaan UUPT pada tahun 2007 mewajibkan pabrik atau perusahaan untuk melakukan CSR, namun tugas CSR tersebut tidak menjadi tanggung jawab yang berat. Harus diingat bahwa pembangunannya sebuah negara tidak saja menjadi tanggung jawabnya perusahaan juga pemerintah, namun tiap orang mempunyai fungsi guna menjadikan kesejahteraannya sosial serta mengembangkan taraf hidupnya masyarakat. Industri atau perusahaan yang aktif melakukan aktivitas.

Seperti yang kita ketahui bahwa PT. BRILife merupakan perusahaan yang menyediakan layanan asuransi jiwa bagi konsumen yang sudah menjalin *Relasi* dengan perusahaan PT. BRILife. Dimasa pandemic ini ada beberapa kegiatan yang dilakukan perusahaan guna membantu penyediaan layanan bagi setiap warga yang kebutuhan sehari-hari tidak tercukupi dikarenakan adanya pandemic tersebut. Seperti dikutip dari *BRILife.co.id* PT. BRI Life Asurance merupakan salah satu perusahaan yang menjalankan kegiatan CSR, yang diharapkan dapat memiliki nilai baik dimata khalayak umum dan berdampak bagi *Corporate Image*, kontribusi perusahaan dalam melakukan program kegiatan CSR kepada masyarakat juga bisa mendukung perusahaan dalam memperoleh berbagai penghargaan dibidang sosial. Selain itu, kegiatan yang dijalankan harus mempunyai maksud dengan tujuan baik untuk ketrentaman lingkungan yang ada

bagi lingkungan masyarakat yang mendapatkan sosialisasi langsung dari perusahaan.

Dikutip dari website resmi PT. BRI Life <https://BRILife.co.id/> sejak 2020 selama pandemic Covid-19 berlangsung perusahaan sudah mendapatkan beberapa penghargaan atas kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh CSR dalam perusahaan, selaku wujud komitmennya yang diberikan pada nasabah dengan menunjukkan kinerjanya yang terbaik, PT. BRI Life secara resmi kembali mendapatkan penghargaan dari suatu media digital dalam kategori ‘Most Innovative Insurance Companies Awards 2021’, acara pemberian penghargaan ini berlangsung bersamaan pada pelaksanaannya webinar yang temanya ‘Insurance Industry Mid year Outlook dan Virtual Awarding’ di tanggal 05-07-2021. Kegiatan tersebut termasuk penghargaannya yang kesekian kali diberikan pada PT. BRI Life sesudah tahun sebelumnya pun memperoleh penghargaan pada jenis kategorinya yang sama pada kegiatan sosialisasi yang berlangsung dimasa pandemic covid-19. Lain daripada penghargaan tersebut PT. BRI Life juga mendapatkan dua penghargaan lagi diantaranya kategori ‘Excellent’ yang mana didapatkan dikarenakan asetnya yang dimiliki perusahaan senilai 5 triliun serta kategori ‘Platinum Award’ yang mana karena dalam sepuluh tahun terakhir mendapatkan penghargaan yang predikatnya ‘Excellent’.

Dua penghargaan tersebut diberikan oleh suatu majalah keuangan nasional secara bersamaan pada waktu acara webinar secara bertepatan “Managing the Unexpected; Lessons the Insurance Industry Learned From Default Cases and Sustained Performance During the Pandemic Covid-19” pada 06 Agustus 2021. Pemberdayaan ekonomi yang diselenggarakan tersebut tidak terlepas dari peran *Public Relations* dalam melaksanakan kegiatan CSR untuk mempertahankan citra positif yang dimiliki oleh perusahaan PT. BRI Life. Penghargaan yang didapat tentunya timbul dari hasil kegiatan sosialisasi yang berdampak positif bagi perusahaan PT. BRI Life.

Gambar 1. 1 Reward yang diperoleh CSR PT. BRI Life pada di masa pandemic covid-19



Sumber : BRILife.co.id

Dalam membantu mempertahankan citra positif dimata konsumen PT. BRILife turut serta membantu pemerintah dalam mencegah penularan guna mengantisipasi peningkatan yang signifikan dari penyebaran wabah Covid-19 yang ada di Indonesia. peran perusahaan PT. BRILife tidak lepas tanggung jawab dari tugas untuk membantu pencegahan di daerah yang sudah terdampak wabah Covid-19 ini seperti kegiatan yang dilakukan perusahaan banyak sekali permasalahan yang terjadi di daerah tertentu dikarenakan impact yang ditimbulkan oleh dampak pandemic ini, seperti di penghujung tahun 2020 ini PT. BRILife menggelar beberapa kegiatan Public Relation dengan menggunakan strategi *Corporate Social Responsibility* (CSR) yang ditunjukkan untuk Langkah pembangunan di daerah yang terdampak wabah pandemic ini. Rencana tanggung jawab sosial perusahaan mencakup tiga pilar, yaitu: kebijaksanaan pembangunan berkelanjutan, kesehatan, penghijauan dan pengembangan masyarakat. Kegiatan tanggung jawab sosial perusahaan “BRI Life Berbagi” bekerjasama dengan Badan

Wahyu Meydhika Paramudyatama, 2022

Analisis Aktivitas CSR Pada PT. BRI Life Dalam Mempertahankan Citra Positif” (Studi PT. BRI Life Dalam Membantu Gerakan Melawan Covid-19 di Indonesia).

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik, S1 Ilmu Komunikasi

[www.upnvj.ac.id-www.library.upnvj.ac.id-www.repository.upnvj.ac.id]

Zakat Nasional (Baznas). Proyek yang dilaksanakan diantaranya program penampungan air dan bantuan air bersih Gunung Kidul di Yogyakarta, operasi katarak, program "Wastafel Sehat" di sekolah / panti jompo Jabodetabek, serta program pengembangan dan pemulihan Pondok Pesantren Al-Kholiliah Mubarakah. Sekolah Di Kota Sukabumi, Jawa Barat, "Dalam kegiatan bantuan air bersih tanggung jawab sosial perusahaan untuk membangun kehidupan yang lebih sehat, BRI Life dan Baznas telah menyalurkannya ke wilayah Gunung Kidul Yogyakarta, yaitu Desa Patuk, Ngawen dan Tanjung. Daerah Gunung Kidul dipilih sebagai lokasi pemberian bantuan air bersih karena merupakan salah satu daerah yang sering mengalami kekeringan dan kekurangan air terutama air bersih. Dalam rangka memenuhi kualitas kesehatan masyarakat, BRI Life juga menyelenggarakan program operasi katarak Jabodetabek untuk operasi katarak. Acara yang akan digelar pada awal Desember 2020 ini akan membantu rencana pemerintah dalam penanggulangan kebutaan akibat katarak, khususnya bagi masyarakat kurang mampu di wilayah Jabodetabek. Dua kegiatan CSR lainnya yang digelar adalah di bidang pendidikan, yaitu pembangunan dan pemulihan "wastafel sehat" di sekolah Jabodetabek dan Pondok Pesantren Al-Kholiliah Mubarakah di Sukabumi, Jawa Barat. Melalui program "wastafel sehat" sekolah, tanggung jawab sosial perusahaan "BRI Life Berbagi" mendidik siswa SD, SMP, dan SMA se-Jabodetabek untuk mengembangkan kebiasaan baru di lingkungan sekolah, khususnya dalam penerapan prosedur dan pelaksanaan kesehatan. 3 M (Cuci tangan, pakai masker, dan jaga jarak.) BRI Life dan Baznas telah mendistribusikan Wastafel Portable, termasuk sabun dan stiker panduan cuci tangan, ke beberapa sekolah di Jabodetabek.

Dalam rencana pembangunan dan pemugaran Pondok Pesantren Al Kholiliah Mubarakah di Sukabumi, BRI Life meyakini lingkungan pendidikan akan berfungsi dengan baik. Jika pengelolaan yang baik diterapkan maka tata kelola perlu didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai (termasuk sumber daya manusia). Dan manajemen yang baik. "Rencana ini sejalan dengan rencana pemerintah yaitu Peraturan Menteri BUMN Republik Indonesia (No. Per-02 /

MBU / 04/2020), Pasal 9 ayat 3B, tentang rencana pengembangan masyarakat terkait bantuan pendidikan. dan pendidikan. Tentang fasilitas ibadah Paragraf 3E bantuan.

Gambar 1. 2 BRILife berbagi gelar CSR Berorientasi pembangunan berkelanjutan



Sumber: BRILife.co.id

Pada masa pandemic Covid-19, PT. BRI Life juga berkomitmen melaksanakan tanggung jawab sosial perusahaan, yaitu berkontribusi dalam penanggulangan pandemic melalui distribusi ratusan paket sembako dan multivitamin gratis kepada masyarakat yang ada disekitaran jakarta, melalui program *Corporate Sosial Responsibility* (CSR), yang dilaksanakan pada bulam agustus lalu dikelurahan Rawa Badak Utara dan Rawa Badak Selatan untuk medistribusikan paket bantuan. Sasaran penerima bantuan adalah masyarakat yang tinggal di dua kelurahan tersebut, khususnya masyarakat yang kurang mampu yang terdampak pandemic Covid-19 dan tengah melaksanakan isolasi mandiri (Isoman).

Gambar 1. 3 Bentuk Kegiatan CSR Dalam Membantu Warga yang Terdampak Covid-19



Sumber: <https://mediaasuransinews.co.id/news-in-brief/bri-life-terima-dua-penghargaan-dan-gelar-csr/>

Dalam membentuk komunikasi yang baik antara perusahaan dengan konsumen, perusahaan membentuk kegiatan dari aktivitas CSR yang baik agar terjadinya komunikasi dua arah yang menentukan kepuasan dari nasabah yang menggunakan jasa perusahaan dalam menentukan keputusan. Jika Perusahaan tidak memperhatikan apa yang dibutuhkan oleh konsumen maka *Impact* yang akan terjadi bagi perusahaan yaitu perusahaan akan kehilangan kepercayaan dan kehilangan kesempatan untuk menjalin relasi dengan konsumen dan produk yang ditawarkan perusahaan akan menjadi sia-sia. Oleh karena itu langkah yang baik dilakukan untuk mempertahankan citra dan kepuasan konsumen dengan dilakukannya pendekatan dengan menggunakan metode persuasif oleh Public Relation perusahaan guna mempertahankan citra dan kepuasan dari nasabah yang menggunakan jasa perusahaan.

Metode persuasif adalah mempengaruhi audiens melalui persuasi. Dalam hal ini, publik akan terinspirasi oleh pikiran dan emosi. (Koentjaraningrat, 1977) Sedangkan metode edukatif ini didasarkan pada fakta, pendapat, dan pengalaman untuk memberikan ide kepada pendengarnya yang dapat dijelaskan berdasarkan kebenaran secara sengaja, teratur dan sistematis, dengan tujuan untuk mengubah perilaku manusia ke arah yang diinginkan. Peran strategi komunikasi dalam mengelola sebuah perusahaan sangatlah penting. Apalagi dengan meningkatnya persaingan komersial di semua bidang komersial. Perusahaan jasa yang sangat kompetitif adalah perusahaan asuransi. Keadaan ini mendorong setiap perusahaan

untuk memaksimalkan fungsi CSR dalam merumuskan pendekatan dengan metode persuasif yang baru, metode ini dapat memenuhi ekspektasi stakeholders, bahkan melebihi ekspektasi stakeholders, sehingga dapat meningkatkan reputasi yang dimiliki oleh perusahaan.

Jika sebuah perusahaan ingin menciptakan dan meningkatkan citra dan reputasinya, dibutuhkan kehadiran *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. CSR sangat penting bagi suatu organisasi karena kegiatannya dapat menjadi alat integrasi internal, membangun saling pengertian antar anggota masyarakat, meningkatkan loyalitas karyawan dan meningkatkan etika profesional antar direksi atau manajer. Di sinilah aktivitas CSR memainkan peran penting. Dikarenakan peran utama humas dalam menjalin hubungan antara perusahaan dengan publik (baik internal maupun eksternal), karena semua aktivitas kehumasan meliputi citra yang baik (*Good Image*), niat baik (*Good Will*), saling pengertian (*Mutual Uderstanding*), dan rasa saling percaya (*Mutual Appreciation*) dan unsur lainnya. Toleransi dan toleransi dapat meningkatkan nilai suatu perusahaan, dan toleransi dapat memungkinkan perusahaan untuk menjalin hubungan yang baik dan pada akhirnya membentuk citra positif bagi perusahaan.

Dari penjelasan di atas ada beberapa hal yang sangat penting untuk dikaji yaitu peran *CSR* PT. BRILife Asurance dalam mempertahankan citra positif yang dimiliki oleh perusahaan dengan pendekatan sosial dalam bentuk bantuan sosial yang dilakukan oleh *CSR* perusahaan guna membantu gerakan melawan Covid-19 yang ada di Indonesia.

Peneliti tertarik mengulas kegiatan ini dikarenakan ingin mengetahui secara detail program apa saja yang dilakukan *CSR* dalam mempertahankan citra positif dengan menggunakan metode strategi *CSR* dalam menerapkan konsep “*Tripple Bottom Line*” sebagai tujuan dalam melakukan kegiatan sosial yang baik dengan masyarakat yang terdampak Covid-19. Kegiatan yang ditunjukkan perusahaan dalam membantu gerakan melawan Covid-19 yang ada di Indonesia dalam mempertahankan citra positif yang dimiliki oleh perusahaan. Oleh karena itu peneliti tertarik mengkaji sebuah penelitian yang berjudul “**Analisis Aktivitas CSR Pada PT. BRI Life Dalam Mempertahankan Citra Positif**” (Studi PT. **BRI Life Dalam Membantu Gerakan Melawan Covid-19 di Indonesia**).

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini memiliki fokus pada aktivitas implementasi *CSR* PT. BRILife dalam mempertahankan citra positif guna membantu gerakan melawan Covid-19 yang ada di Indonesia dengan aktivitas *CSR* sebagai latar belakang pada penelitian.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan signifikansi penelitian yang sudah diuraikan di atas, maka peneliti sudah merumuskan beberapa pertanyaan yang dikaji sebagai berikut:

1. Apa saja kegiatan yang dilakukan oleh *CSR* pada PT. BRILife dalam mempertahankan citra positif bagi perusahaan dalam membantu Gerakan melawan Covid-19 yang ada di Indonesia?
2. Bagaimana proses implementasi dari kegiatan yang dilakukan oleh *CSR* pada PT. BRILife dalam menyuplai air bersih dengan menggunakan metode persuasif sebagai landasan dalam membantu gerakan melawan Covid-19 yang ada di Indonesia?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan hasil dari pernyataan penelitian yang telah diuraikan, maka peneliti menyimpulkan bahwa tujuan diadakannya penelitian ini adalah:

1. Menganalisis apa saja kegiatan yang dilakukan dalam aktivitas CSR PT. BRILife dalam mempertahankan citra positif perusahaan dalam rangka membantu gerakan melawan Covid-19 yang ada di Indonesia.
2. Menganalisis bagaimana proses implementasi dari kegiatan yang dilakukan oleh CSR PT. BRILife dalam menyuplai air bersih dengan menggunakan metode persuasif sebagai landasan dalam membantu gerakan melawan Covid-19 yang ada di Indonesia.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1. Manfaat Akademis

Memperdalam ilmu serta pengetahuan mengenai tentang program *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* dalam Fakultas Ilmu Komunikasi yang khususnya di ruang lingkup UPN “Veteran” Jakarta. Sehingga dapat memperbanyak topik pembelajaran bagi peminat Ilmu Komunikasi terutama mengenai aktivitas *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*. dan juga untuk memperbanyak literatur bagi generasi yang akan datang untuk mengetahui bagaimana dunia kerja dalam ruang lingkup *Corporate Sosial Responsibility (CSR)*.

Secara akademis penelitian yang dilakukan ini dimaksudkan untuk bisa menambah pengertian jika sebuah instansi yang bergerak dalam bidang asuransi bisa membantu kepedulian yang berpengaruh pada masyarakat. Serta dengan adanya landasan aktivitas CSR yang baik dari perusahaan bisa mempertahankan citra positif dan hubungan yang baik dimata konsumen dan masyarakat di Indonesia.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil dari Observasi ini diharapkan bisa bermanfaat bagi *Corporate Sosial Responsibility (CSR)* yang ada dalam perusahaan PT. BRILife agar dapat berguna untuk menetapkan beberapa program CSR untuk mempertahankan citra positif yang dimiliki oleh perusahaan. Dan bisa berguna sebagai rekomendasi bacaan untuk menambahkan ilmu dalam bidang CSR serta sumbangan kepastakaan, untuk pembaca yang mempunyai ketertarikan lebih pada kajian yang sama atau berhubungan sehingga bisa dijadikan refrensi untuk penelitian yang dilakukan di generasi selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Mencangkup mengenai signifikansi penelitian, fokus penelitian, pertanyaan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Membahas tentang teori komunikasi yang berkaitan dengan observasi yang akan dilaksanakan. Terdiri dari penelitian terdahulu, kerangka konsep, teori penelitian dan kerangka berfikir

BAB III METODE PENELITIAN

Membahas uraian mengenai jenis penelitian, objek penelitian, metode pengumpulan data, penetapan *key informan* dan *informan*, teknik analisis data, teknik keabsahan data, serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN

Bab ini menjelaskan deskripsi objek penelitian yakni pembahasan yang diangkat, dan penguraian hasil penelitian tentang bagaimana proses implementasi program Analisis Implementasi Kegiatan Aktivitas CSR dimasa Pandemi.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran yang dilakukan peneliti dalam melaksanakan kegiatan yang berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian.

DAFTAR PUSTAKA

Bab ini menjelaskan judul buku, jurnal, skripsi yang dilengkapid dengan tahun terbit, nama pengarang dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan dalam penelitian.