

Implementasi Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dalam Mempertahankan Citra Perusahaan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat

Fariq Hafizhan Kurniawan*, Aning Sofyan

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*fariqkurniawan2002@gmail.com, aningsofyan06@gmail.com

Abstract. This research exposes the context of research on the importance of refining the corporate image, for the Bank Indonesia Province of West Java and how the Social Program of the Bank of Indonesia (PSBI) can help in achieving those goals. The research also highlighted the implementation of the Social Bank Indonesia Program (PSBI) in the Indonesian Bank Office of the West Java Province as a case study. The study aims to analyze the implementation of the Social Program of the Bank of Indonesia (PSBI) in the Indonesian Bank's office in the West Java Province in refining the company's image. This research uses a qualitative approach with case study methods. The research uses data collection techniques through interviews, observations, documentation, and literature studies. The results of the discussion on this study are criteria in the Indonesian Bank Office of the Province of West Java, the determination of recipients of social assistance (PSBI) is based on economic needs and social vulnerabilities. These criteria include non-governmental ownership, entrepreneurship or management, and priority scholarships for prehistoric families. The implementation of the Social Program of the Bank of Indonesia (PSBI) at the Indonesian Bank's office in the West Java Province is an important effort to maintain the company's image. PSBI can gain a reputation as a caring and socially responsible institution by participating in programs that benefit the community. By applying the method by monitoring, evaluation periodically, so that its effectiveness has a good impact. The aim of establishing the Social Program of the Bank of Indonesia is to maintain economic stability or rupiah value, as well as maintain the positive reputation of the company as a central bank

Keywords: *Public Relations, Corporate Social Responsibility, Image.*

Abstrak. Penelitian ini memaparkan konteks penelitian mengenai pentingnya mempertahankan citra perusahaan, bagi Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dan bagaimana Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dapat membantu dalam mencapai tujuan tersebut. Penelitian ini juga menyoroti implementasi Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat sebagai studi kasus. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis implementasi Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam mempertahankan citra perusahaan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi literatur. Hasil Pembahasan pada penelitian ini adalah kriteria di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, penentuan penerima bantuan sosial (PSBI) didasarkan pada kebutuhan ekonomi dan kerentanan sosial. Kriteria tersebut mencakup kepemilikan di luar pemerintahan, kepengusahaan atau pengelolaan, dan prioritas beasiswa untuk keluarga prasejarah. Implementasi Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat merupakan upaya penting untuk mempertahankan citra perusahaan. PSBI dapat memperoleh reputasi sebagai lembaga yang peduli dan bertanggung jawab sosial dengan berpartisipasi dalam program yang bermanfaat bagi masyarakat. Dengan menerapkan metode dengan memonitoring, evaluasi secara berkala, sehingga efektivitasnya berdampak baik. Tujuan membentuk Program Sosial Bank Indonesia adalah salah satunya menjaga stabilitas ekonomi atau nilai rupiah, serta mempertahankan reputasi positif perusahaan sebagai bank sentral

Kata Kunci: *Public Relations, Corporate Social Responsibility, Citra.*

A. Pendahuluan

Kantor Perwakilan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat sendiri menerapkan kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) yang dimana hal tersebut dilakukan untuk merealisasikan tanggung jawab dan juga kesadaran perusahaan terhadap sosial hingga lingkungan untuk menumbuhkan kesejahteraan masyarakat. Dengan dilakukannya kegiatan CSR (Corporate Social Responsibility) ini diharapkan dapat menumbuhkan citra positif dan juga dapat membantu sosial serta menumbuhkan rasa percaya masyarakat terhadap Bank Indonesia. Perkembangan dunia ekonomi bisnis kini telah mencapai tahapan jauh atau global yang siapapun bisa merasakan dengan dinamika perubahan yang sangat intens. Pada saat yang sama, ketimpangan sosial dan kerusakan lingkungan meningkat seiring pertumbuhan perusahaan. Hal ini karena perusahaan dapat secara lepas kendali mengeksploitasi berbagai sumber daya untuk meningkatkan keuntungan dan membuat hidup tidak seimbang. Keberlangsungan suatu perusahaan terjamin jika memperhatikan aspek lingkungan dan sosial. Dengan perubahan yang semakin signifikan dan terkendali secara sosial, muncul kesadaran baru akan pentingnya Corporate Social Responsibility (CSR) atau biasa disebut Tanggung Jawab Sosial Perusahaan.

Corporate Social Responsibility (CSR) atau tanggung jawab sosial perusahaan adalah bentuk tanggung jawab perusahaan kepada lingkungan, khususnya masyarakat sekitar, karena pihak perusahaan perlu memanfaatkan berbagai sumber yang tersedia. Program dan kegiatan yang dilaksanakan untuk orang-orang yang ada disekitar lingkup perusahaan, yang nantinya eksistensi perusahaan sangat dihargai sehingga dapat membawa dampak positif dan manfaat bagi orang-orang di sekitar kami. Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) adalah program yang dibentuk Bank Indonesia pada tahun 2018 yang digagas oleh Bank Indonesia sebagai upaya untuk meningkatkan kepedulian dan keterlibatan bank dalam memperbaiki kesejahteraan masyarakat, khususnya yang berada di sekitar wilayah operasional bank. Setiap tujuan pasti memiliki maksud yang mendalam, seperti Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam penerapan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI), diantaranya dukungan bagi UMKM, Ponpes (Pondok Pesantren), dan perguruan tinggi. Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) di Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat memberikan dukungan melalui program-program pelatihan dan pengembangan kewirausahaan, lalu memberikan dukungan melalui program pengembangan pondok pesantren sebagai lembaga pendidikan dan pengembangan keterampilan, serta bantuan dalam hal pengembangan ekonomi pesantren, dan memberikan dukungan dalam bentuk beasiswa dan pengembangan keterampilan untuk mahasiswa, serta program dukungan dan pengembangan pendidikan tinggi. Persepsi publik terhadap suatu perusahaan memiliki dampak besar pada reputasi dan kesuksesannya. Oleh karena itu, sangat penting bagi pelaku bisnis untuk menunjukkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan. Pelaksanaan program CSR (Corporate Social Responsibility) dapat membantu perusahaan menjadi lebih bertanggung jawab dan memberikan dampak positif bagi masyarakat, yang pada gilirannya dapat meningkatkan reputasi dan citra perusahaan. Public Relations (PR) berperan penting dalam menjaga, menciptakan dan membangun citra perusahaan serta memberikan informasi publik tentang program dan kegiatannya. Peran humas adalah menjalankan peran manajemen dalam membangun, memelihara dan memperkuat hubungan antara perusahaan dengan publik. Didalam Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) mempunyai sistem yang berbeda dengan CSR lainnya, karena memiliki kegiatan rutin pada monitoring dan evaluasi, lalu membentuk suatu ekosistem disuatu wilayah untuk memperkuat ekonomi daerah. Bagi pelaku UMKM atau pesantren terpilih akan dibantu untuk promosi perdagangan, baik skala nasional hingga internasional. Penanganan secara berkala membuat kegiatan tersebut menjadi sesuai apa yang diharapkan. Public Relations berasal dari dua kata: public dan relations. Hubungan masyarakat mengacu pada masyarakat umum, yang didefinisikan sebagai individu atau sekelompok orang yang memiliki nilai dan prioritas yang sama terhadap suatu masalah. Dalam hal ini, ada banyak hubunga yang bersangkutan dengan publik (Yuliati, 2012:18-23). Peran humas, sebagaimana didefinisikan, berfungsi sebagai alat manajemen yang mempromosikan pertumbuhan, memperkuat dan memperluas hubungan positif, mengharmonisasi dan menguntungkan perusahaan dan masyarakat, dan yang dapat mempengaruhi keberhasilan atau kegagalan. Menurut Rawi dan Muchlid (2010) di Irawan, Muarifah (2020:11) menyatakan bahwa

"Corporate Social Responsibility" yakni mekanisme bagi sebuah organisasi untuk secara sengaja memasukkan pertimbangan lingkungan dan isu-isu sosial ke dalam operasi dan interaksi dengan stakeholders, melampaui batas-batas apa yang diharapkan dari sebuah organisasi di bidang hukum. Tanggung jawab dalam suatu program "Corporate Social Responsibility" sangatlah penting untuk menciptakan image yang baik dimata masyarakat sehingga program-program yang lainnya berjalan dengan baik pula.

Dari uraian diatas, maka penulis merumuskan pertanyaan pada penelitian ini, yakni sebagai berikut :

1. Bagaimana kriteria Bank Indonesia dalam menetapkan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam menentukan penerima bantuan sosial?
2. Bagaimana implementasi Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dalam mempertahankan citra perusahaan pada Bank Indonesia di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat?
3. Mengapa Bank Indonesia di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat membentuk Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dalam mempertahankan citra perusahaan?

B. Metodologi Penelitian

Peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif, yang lebih fokus pada analisis dan interpretasi data yang ada. Menurut Creswell (2008) pada Semiawan (2010:2), penelitian kualitatif adalah penelusuran atau pendekatan untuk menyelidiki dan paham perihal gejala sentral. Untuk menangani gejala sentral yang disebutkan di atas, para penyelidik membuat reservasi untuk objek yang akan mereka periksa selama penyelidikan mereka.

Paradigma yang digunakan penelitian ini ialah paradigma konstruktivis, yang dimana konstruktivisme menggambarkan bagaimana setiap individu memiliki kemampuan untuk mengkonstruksi terkait dengan emosi atau pengalaman kehidupan seseorang. Konstruksi tersebut yang memungkinkan untuk memahami peristiwa sebagai kenyataan. (Eriyanto, 2009: 54). Paradigma konstruktivisme, karena paradigma ini menekankan pada pembelajaran yang berpusat pada pengalaman individu. Dalam hal ini, program PSBI dapat diimplementasikan dengan melibatkan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat dalam pengalaman sosial dan kemanusiaan yang terkait dengan program tersebut. Hal ini dapat membantu untuk memahami dampak program terhadap masyarakat, dan memperkuat keterkaitan antara program dan citra perusahaan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada program Corporate Social Responsibility atau Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) di Provinsi Jawa Barat. Bank Indonesia berkomitmen untuk mendukung pembangunan dan pemberdayaan masyarakat di Jawa Barat melalui Untuk meningkatkan aksesibilitas dan kapasitas usaha kecil dan menengah (UMKM) di Jawa Barat, Bank Indonesia bekerja sama dengan lembaga keuangan dan pihak terkait lainnya. Tujuan program selanjutnya adalah untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan fasilitas di pondok pesantren sehingga dapat memberikan kontribusi yang lebih besar dalam pengembangan sosial dan ekonomi di Jawa Barat. Untuk mencapai tujuan ini, program beasiswa memberikan bantuan finansial dan pendampingan bagi para penerima beasiswa untuk membantu mereka menyelesaikan pendidikan mereka dengan baik dan mendukung pengembangan sumber daya manusia di Jawa Barat. program sosialnya yang dilaksanakan di berbagai wilayah di Indonesia, termasuk Jawa Barat. Didasarkan pada prinsip tanggung jawab sosial perusahaan dan kepedulian terhadap pembangunan ekonomi, sosial, dan lingkungan, Program Corporate Sosial Responsibility (CSR) Bank Indonesia di provinsi Jawa Barat bertujuan untuk memberikan kontribusi positif kepada masyarakat dan lingkungan daerah provinsi Jawa Barat. Bank Indonesia berusaha untuk memberikan dampak yang signifikan pada perkembangan ekonomi, sosial, dan lingkungan di provinsi Jawa Barat dengan program sosialnya. Program CSR Bank Indonesia di provinsi Jawa Barat adalah bagian dari komitmen bank untuk memperkuat hubungan dengan masyarakat dan membangun

keberlanjutan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat Jawa Barat. Salah satu kriteria paling penting saat memilih penerima bantuan sosial dari Program Sosial Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat adalah observasi, yang diprioritaskan kemudian dikaitkan dengan kriteria khusus. Observasi atau pengamatan dilakukan untuk mendapatkan informasi tentang kondisi masyarakat, kebutuhan, dan dampak sosial yang dapat diatasi melalui program sosial. Bank Indonesia dapat memprioritaskan penerima beasiswa dari keluarga prasejarah untuk membantu keluarga yang belum memiliki akses ke pendidikan formal, dengan mempertimbangkan beberapa kriteria, seperti kepemilikannya harus di luar pemerintahan, memiliki perusahaan atau pengelola, dan memberikan prioritas kepada penerima beasiswa dari keluarga prasejarah. Dengan memberikan prioritas kepada keluarga prasejarah, bank tersebut dapat memberikan kesempatan "Sebagai penyaring yang mempengaruhi persepsi pada kegiatan perusahaan, citra yang positif menjadi pelindung terhadap kesalahan kecil, kualitas teknik atau fungsional sedangkan citra negatif dapat membesar kesalahan tersebut," kata Sutisna dalam Sari dan Yasa (2019:13). Dengan berbagai kriteria yang ditetapkan atau disorotinya seperti, kepemilikannya harus diluar pemerintahan, memiliki kepemengusahaan atau adanya pengelola, dan untuk beasiswa diutamakan dari keluarga prasejarah. Menetapkan bahwa kepemilikan program sosial harus di luar pemerintahan bertujuan untuk menjaga program sosial tetap independen dan mencegah campur tangan politik dalam pengambilan keputusan tentang bantuan sosial. Dengan memiliki kepemilikan di luar pemerintahan, program sosial dapat lebih fokus pada kebutuhan masyarakat dan terbebas dari pengaruh politik. Bank Indonesia dapat memastikan bahwa bantuan sosial disalurkan dengan efisien, tepat sasaran, dan terukur. Persyaratan adanya perusahaan atau pengelola dalam program sosial menunjukkan pentingnya aspek manajemen dan pelaksanaan yang efektif. Bank Indonesia dapat memasukkan standar kualitas teknik atau fungsional dalam program sosialnya, yang mencerminkan tanggung jawab perusahaan untuk memberikan bantuan sosial yang berkualitas dan efektif kepada masyarakat. Dengan memastikan kualitas yang baik dalam pelaksanaan program sosial, Bank Indonesia dapat mengurangi kesalahan atau kekurangan yang dapat mempengaruhi citra perusahaan. Akibatnya, Bank Indonesia dapat mempertimbangkan citra perusahaan sebagai komponen yang mempengaruhi keputusan untuk menetapkan standar program sosial untuk mencegah dampak kesalahan yang lebih besar. Ada juga pemantauan dan evaluasi pada kriteria yang ditetapkan sehingga untuk memastikan efektivitas program bantuan sosial tersebut. Pengidentifikasiannya dalam pemantauan dan evaluasi yang komprehensif dapat melihat kinerja atau kondisi dan terlihat untuk perbaikannya dalam penetapan kriteria.

Dengan menerapkan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dengan baik dan konsisten, Bank Indonesia dapat membantu mempertahankan citra perusahaan di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat. Bank Indonesia juga dapat memperkuat citra perusahaan dan membangun kepercayaan masyarakat. Ini akan membantu mempertahankan citra Bank Indonesia sebagai institusi yang bertanggung jawab secara sosial dan berkontribusi nyata kepada masyarakat. Menurut Kasali (2003) dalam Apriyanti *et al.* (2017:160), citra perusahaan adalah gambaran psikologis dari pengetahuan, tanggapan, dan pengalaman publik tentang berbagai kegiatan suatu perusahaan. Bank Indonesia dapat membangun citra perusahaan yang kuat dan positif di mata masyarakat Provinsi Jawa Barat dengan membangun dan melaksanakan program sosial yang efektif dan berdampak positif. Dalam hal ini, Bank Indonesia dapat secara objektif mengukur kinerja dan dampak inisiatif sosial melalui pemantauan dan evaluasi yang berkala. Ini akan memungkinkan Bank Indonesia untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan sistem dan melakukan perubahan dan penyesuaian yang diperlukan. PSBI atau Program Sosial Bank Indonesia di Provinsi Jawa Barat mampu mempertahankan kepercayaan kelompok masyarakat, karena memastikan bahwa itu sesuai kebutuhan serta harapan masyarakat dan hal ini merupakan manfaat yang diterima. Manfaat yang diperoleh oleh Bank Indonesia melalui PSBI di Provinsi Jawa Barat juga mencapai tujuan, yaitu menjaga stabilitas dan ekonomi. Terlihat pada manfaat yang diterima kepada pondok pesantren (Al Umanaa), UMKM (Koperasi Tani Mandiri Sejahtera), dan penerima beasiswa. Menerima bantuan sosial dalam pengembangan infrastruktur, karena diberikannya green house (tempat produksi melon), dan alat produksi. Penggunaan greenhouse sebagai tempat produksi melon memiliki banyak manfaat. Mengontrol

lingkungan untuk pertumbuhan tanaman, melindungi tanaman dari faktor lingkungan yang berbahaya, dan meningkatkan efisiensi. Dengan bantuan greenhouse, penerima bantuan dapat meningkatkan produksi melon mereka secara optimal, meningkatkan kualitas hasil panen, dan mengurangi kerugian yang tidak efisien. Mendapatkan bantuan sosial yang diberikan Koperasi Tani Mandiri Sejahtera menjadi meningkatnya kapasitas dan ketrampilan. Hibah sosial yang diberikan oleh Bank Indonesia berupa motor roda tiga dan gudang sortasi merupakan dorongan yang sangat penting untuk meningkatkan kapasitas dan keterampilan penerima bantuan. Alat-alat tersebut sangat membantu kegiatan dan operasional. Dan terakhir adalah bantuan sosial beasiswa, Apresiasi yang tinggi untuk bantuan dalam hal pembayaran kuliah serta kesempatan untuk mengikuti program, seperti forum, yang sangat penting untuk mendukung perjalanan pendidikan dan pengembangan diri penerima. Meskipun Bank Indonesia telah melakukan upaya untuk meningkatkan kesadaran masyarakat di wilayah Jawa Barat tentang Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) dan manfaatnya, ada kemungkinan bahwa sebagian masyarakat masih belum sepenuhnya menyadari keberadaan dan manfaatnya. Bank Indonesia dapat melibatkan kelompok masyarakat dalam proses pengembangan dan implementasi PSBI di Provinsi Jawa Barat. Dengan melibatkan mereka dalam diskusi atau komunikasi, masyarakat dapat lebih memahami manfaat program PSBI secara langsung dan merasa lebih terlibat dalam kegiatan PSBI.

Kantor Bank Indonesia di Provinsi Jawa Barat mengelola Program Sosial Bank Indonesia (PSBI), yang terdiri dari program peningkatan ekonomi masyarakat (PEM) dan program beasiswa. Dengan memberikan bantuan berupa pendampingan, pelatihan, pembiayaan, dan akses ke pasar, program ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas UMKM dan pondok pesantren di Jawa Barat. Tujuan utamanya adalah meningkatkan produktivitas, persaingan, dan keberlanjutan ekonomi. Akibatnya, program ini diharapkan akan meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat Jawa Barat. Selain PEM, PSBI menyediakan program beasiswa untuk mendukung pendidikan dan pengembangan SDM di Jawa Barat. Bank Indonesia memainkan peran penting dalam memberikan pemberdayaan ekonomi kepada masyarakat Jawa Barat dengan memberikan akses ke modal dan sumber daya yang diperlukan untuk pengembangan usaha dan peningkatan pendapatan. Dengan demikian, Bank Indonesia membantu masyarakat Jawa Barat mendapatkan kemandirian ekonomi dan meningkatkan kualitas hidup mereka. Program sosial yang diluncurkan oleh Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat telah memberikan manfaat konkret, seperti bantuan ekonomi, pelatihan, dan pemberdayaan UMKM, yang meningkatkan pendapatan, produktivitas, dan pertumbuhan bisnis, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat Jawa Barat. Bank Indonesia telah menunjukkan komitmennya untuk mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat Jawa Barat melalui PSBI. Bank Indonesia memperkuat reputasinya sebagai lembaga perbankan yang peduli dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan meluncurkan program sosial yang relevan, transparan, dan bertanggung jawab. Penerima bantuan sosial dan masyarakat secara umum mengalami peningkatan melalui pelatihan dan pendampingan yang terarah. Dukungan yang mereka terima dapat membantu mereka menghadapi kesulitan di masa depan. Ini meningkatkan ketahanan mental dan keterampilan yang kuat, yang memiliki efek jangka panjang pada kesuksesan dan pertumbuhan perusahaan mereka. Dalam hal ini, Bank Indonesia benar-benar membantu mengembangkan usaha kecil dan menengah (UMKM) serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Melalui program sosialnya, Bank Indonesia telah membangun hubungan dengan masyarakat Jawa Barat. PSBI membangun hubungan yang erat dan menguntungkan antara Bank Indonesia dan masyarakat dengan melibatkan masyarakat secara langsung. Ini menumbuhkan kepercayaan, pemahaman, dan hubungan yang kuat antara mereka. Bank Indonesia memperkuat reputasinya sebagai lembaga yang peduli dan mampu memenuhi kebutuhan masyarakat dengan melaksanakan program sosial yang bermanfaat dan berdampak positif. Ini membantu mempromosikan citra Bank Indonesia sebagai lembaga yang dihormati dan dapat diandalkan dalam pembangunan sosial dan ekonomi Jawa Barat. Dalam hal ini, PSBI memainkan peran penting dalam meningkatkan kepercayaan publik terhadap Bank Indonesia. Komunikasi dan interaksi dengan penerima bantuan adalah masalah yang dihadapi saat menjalankan program sosial. Bank Indonesia menggunakan pendekatan intensif dan memastikan komunikasi yang

efektif dengan masyarakat untuk mengatasi masalah ini. Selain itu, Bank Indonesia bekerja untuk memahami masalah yang ada dan menemukan solusi yang tepat. Peningkatan komunikasi yang baik antara Bank Indonesia dan masyarakat membantu mengatasi kekhawatiran tentang pemahaman masyarakat tentang perusahaan dan memperkuat identitasnya.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat, kriteria yang digunakan untuk menetapkan Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) didasarkan pada tingkat kebutuhan ekonomi dan kerentanan sosial masyarakat penerima. Kriteria tersebut meliputi kepemilikan di luar pemerintahan, adanya pengelola atau kepengusahaan, dan prioritas diberikan kepada keluarga prasejahtera. Bank Indonesia perlu terus mengevaluasi dan memperbarui kriteria seleksi guna memastikan keberlanjutan dan keberhasilan PSBI. Partisipasi pihak terkait dan diskusi dengan masyarakat dapat membantu menciptakan kriteria seleksi yang lebih inklusif dan adil. Bank Indonesia juga dapat mempertimbangkan masukan dari pemerintah daerah dan negara untuk menetapkan standar yang lebih relevan dan memenuhi kebutuhan yang beragam.
2. Implementasi PSBI oleh Bank Indonesia di Kantor Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat penting untuk memperkuat citra perusahaan. Komunikasi yang baik dengan masyarakat dan pemangku kepentingan diperlukan. Informasi yang jelas tentang tujuan dan manfaat PSBI harus disampaikan. Melibatkan masyarakat dan mendengarkan pendapat mereka membantu mempertahankan dukungan dan kepercayaan. Bank Indonesia harus mempertahankan nilai dan misi perusahaan, transparansi, kolaborasi, evaluasi, dan komunikasi efektif. Hubungan yang kuat dengan masyarakat dan pemangku kepentingan juga penting. PSBI dapat memperkuat citra Bank Indonesia sebagai lembaga yang peduli dan bertanggung jawab sosial.
3. Bank Indonesia di Kantor Bank Provinsi Jawa Barat memiliki Program Sosial Bank Indonesia (PSBI) yang bertujuan untuk mempertahankan reputasi perusahaan. PSBI membantu membangun hubungan yang kuat dengan masyarakat dan pemangku kepentingan. Program ini juga memastikan bahwa nilai-nilai dan tujuan perusahaan terpenuhi. Bank Indonesia dapat berkomunikasi langsung dengan masyarakat, memahami masalah yang dihadapi, dan memberikan solusi yang sesuai. PSBI juga mendukung misi Bank Indonesia dalam mencapai tujuan makroekonomi dan keuangan serta nilai-nilai transparansi, akuntabilitas, dan keadilan sosial. Dengan demikian, PSBI membantu Bank Indonesia mempertahankan reputasinya sebagai bank sentral yang bertanggung jawab sosial dan memperkuat keterlibatan dengan masyarakat.

Acknowledge

Studi ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan sidang akhir di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Peneliti menyadari bahwa banyak orang telah membantu dan mendukung peneliti baik secara moril maupun materil selama proses penyusunan hingga penyelesaian penelitian ini., yakni sebagai berikut :

1. Allah SWT. yang telah memberikan nikmat dan izin untuk menyelesaikan penelitian ini.
2. Orang tua saya, yang selalu memberikan bantuan doa agar penelitian ini berjalan dengan lancar
3. Bapak Dr. Aning Sofyan, Drs., M.Si selaku dosen pembimbing pada penelitian ini yang sudah memberikan segala masukan dan saran baik.
4. Ibu Nova Yuliati, Dra., M.Si selaku dosen wali yang telah membantu dan memberi dukungan pada penelitian ini.
5. Bapak Alex Sobur, Drs., M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Unisba, seluruhnya jajarannya, dan dosen pada fakultas ilmu komunikasi yang senantiasa membagikan ilmu bermanfaat untuk bekal kehidupan dimasa yang akan datang.
Tidak diragukan lagi, peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan penelitian ini, masih

ada kesalahan dan kesalahan dalam pemahaman dan penulisan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran dari pembaca yang akan membantu peneliti memperbaiki penulisan penelitian.

Daftar Pustaka

- [1] Yulianita. (2012). *Public Relations: Konsep, Teori, dan Aplikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [2] Irawan, F., & Muarifah, E. (2020). Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Sharia Enterprise Theory: Analisis Penerapan Corporate Social Responsibility (CSR) Dalam Perspektif Sharia Enterprise Theory. *Minhaj: Jurnal Ilmu Syariah*, 1(2), 149-178.
- [3] Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- [4] Eriyanto. (2009). *Analisis Framing: Konstruksi, Ideologi, dan Politik Media*. Yogyakarta: LKis Pelangi Aksara.
- [5] Corrylia Almira Rahma Raissa, Ahmadi D. Kegiatan Media Relations Dalam Mempertahankan Citra Positif. *J Ris Public Relations [Internet]*. 2022 Dec 20;59–66. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/1087>
- [6] Lestari ID, Hernawati R. Kegiatan CSR dalam Meningkatkan Corporate Image. *J Ris Public Relations [Internet]*. 2022 Jul 4;1–5. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/626>
- [7] Sari, A. A. R. P., & Yasa, N. N. K. (2020). Kepercayaan pelanggan di antara hubungan citra perusahaan dan kewajaran harga dengan loyalitas pelanggan mapemall. com. Penerbit Lakeisha.
- [8] Putri NR, Drajat MS. Kegiatan Marketing Public Relations PT. X Bandung pada Program “Komunitas Siap Gerak.” *J Ris Public Relations [Internet]*. 2022 Jul 5;23–30. Available from: <https://journals.unisba.ac.id/index.php/JRPR/article/view/753>
- [9] Apriyanti, P., Surya, D., & Lutfi, L. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank BJB Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis Dan Manajemen Tirtayasa*, 1(2).
- [10] Marnelly, T. R. (2012). Corporate social responsibility (CSR): Tinjauan teori dan praktek di Indonesia. *Jurnal aplikasi bisnis*, 2(2), 49-59.