

Implementasi program corporate social responsibility sektor pendidikan oleh lembaga independen bersama badan-badan usaha : studi deskriptif program kampoeng pendidikan Yayasan Bina Anak Indonesia

Beny Yanis, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=108148&lokasi=lokal>

Abstrak

Program Corporate Social Responsibility Kampoeng Pendidikan Lengkong Mandiri (KPLM) adalah wujud berupaya untuk peningkatan kecerdasan intelektual, kreativitas, spiritual, emosional dan sosial kultural sejak usia dini menghasilkan anak-anak cerdas mandiri dan berakhlak di seluruh pelosok tanah air. Tujuan mulia ini diwujudkan atas kepedulian minimnya SDM di Indonesia yang berkualitas. Saat ini banyak anak bangsa yang tidak mengenyam pendidikan tinggi, bahkan terancam putus sekolah.

Pembuatan program CSR program KPLM ini terdiri dari beberapa program Pendirian Sekolah SMP Plus Berkualitas Lengkong Mandiri (inklusif), Pendirian Institut Lengkong Untuk Kajian Strategis (the Institute of Lengkong for Strategis Studies), Pendirian Perpustakaan Bumi, Pembuatan Rumah Sehat, Pembuatan Situs Sejarah Berupa Museum Sejarah Lengkong dan University of Lengkong.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan dan operasionalisasi CSR dikaitkan dengan penerapan kegiatan filantropi sosial. Apakah pelaksanaan CSR tersebut berkaitan dengan konsep empowerment atau pemberdayaan dalam peningkatan kesejahteraan sosial? Apakah ada kepentingan-kepentingan lain dan bagaimana pelaksanaannya dikaitkan dengan konsep CSR sebenarnya?

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian Deskriptif Data dan informasi diperoleh dari wawancara melalui wawancara tidak terstruktur atau indepth interview dengan sejumlah informan yang dianggap cukup kompeten, yaitu Ketua Umum YBAI (Yayasan Bina Anak Indonesia), Direktur Eksekutif Yayasan Bina Anak Indonesia, Staf Pelaksana Program corporate social responsibility bidang Pendidikan YBAI (Yayasan Bina Anak Indonesia) dan Staf Penunjang atau Pendukung sebagai Kepala Bidang Perbukuan/Perpustakaan.

Dari penelitian ini ditemukan bahwa konsep, tujuan, paradigma lembaga independen terhadap CSR masih kurang memadai. Alhasil sering terjadi kesalahan dalam implementasi CSR dalam upaya peningkatan kesejahteraan masyarakat. Hal yang sering terjadi adalah CSR dilakukan untuk keperluan penciptaan citra dan peran dari badan-badan usaha.

Ketidakpedulian lembaga independen ini sering menyebabkan peran CSR di masyarakat akan menurun. Pandangan bahwa CSR hanya merupakan penggalangan dana dan mencari filantropi adalah kesalahan besar yang harus dihindari. Kesemua ini berangkat dari ketidakpahaman pimpinan lembaga independen terhadap kegunaan dan keberdayaan dari program CSR.

Program CSR jangan dipandang dari sisi komunikasi pemasaran, karena program CSR merupakan bentuk

empowerment masyarakat terhadap investasi kehidupan sosial. Oleh sebab itu adalah keliru bila melihat CSR dari sisi perolehan uang saja. CSR seharusnya dikembalikan kepada bentuk kegiatan public relations bukan dalam keperluan penciptaan brand.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan pada sisi akademis terutama kajian-kajian teori komunikasi organisasi, Public Relations, dan Corporate Social Responsibility dihubungkan dengan komunikasi antar pribadi. Dui sisi praktis jelas memberikan masukan kepada lembaga independen, seperti Yayasan Bina Anak Indonesia untuk menyadari bahwa CSR sering digunakan oleh badan-badan usaha untuk keperluan penciptaan citra dan brand. Tugas mereka adalah mengembalikan fungsi CSR pada tugas Public Relations.