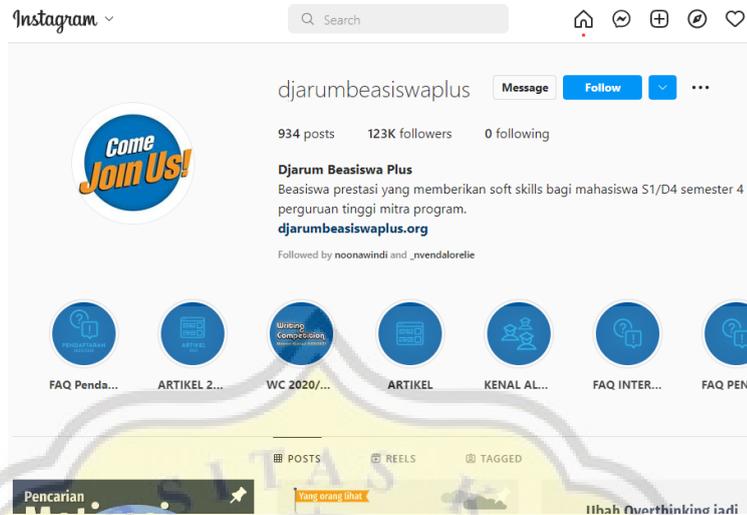


BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Tentang Djarum Foundation Pendidikan @Djarumbeasiswaplus

Djarum foundation bidang pendidikan memiliki akun *Instagram* sebagai bentuk tanggung jawab, upaya untuk menunjukkan kepedulian dan mendapat citra positif, serta dijadikan gerakan untuk mewujudkan pembangunan sosial dan ekonomi. Akun *Instagram* yang digunakan oleh *djarum foundation* bidang pendidikan adalah akun @djarumbeasiswaplus. Akun @djarumbeasiswaplus dijelaskan sebagai media beasiswa prestasi yang memberikan *soft skills* bagi mahasiswa S1/D4 semester 4 (empat) dari perguruan tinggi mitra program. Berdasarkan *website* dalam tautan *Instagram* @djarumbeasiswaplus, *djarum foundation* sudah berdiri sejak 1984 dalam memberikan kontribusi terhadap dunia pendidikan di Indonesia terutama bagi mahasiswa berprestasi tinggi. Akun @djarumbeasiswaplus memiliki 939 unggahan dengan total 123 ribu pengikut. Unggahan pada akun @djarumbeasiswaplus memuat tiga (3) hal yaitu tips, informasi (jadwal seleksi beasiswa, beasiswa, pengumuman beasiswa) serta *quote* dari para lulusan beasiswa @djarumbeasiswaplus. Berikut merupakan contoh tampilan *Instagram* pada akun @djarumbeasiswaplus.

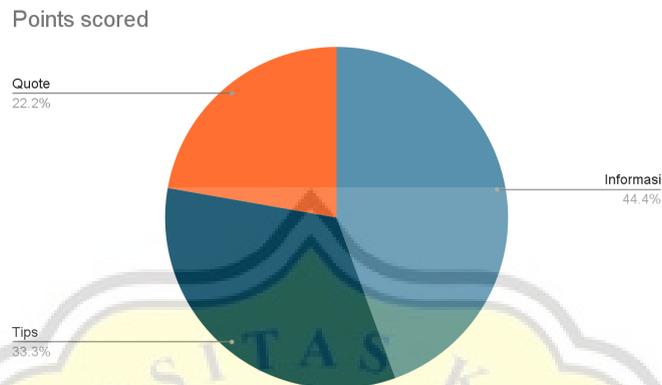


Gambar 4.0 Profile instagram @djarumbeasiswaplus
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

4.2 Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, ditemukan lima (5) hal kategori unggahan yaitu tips, jadwal seleksi beasiswa, info beasiswa, pengumuman beasiswa dan juga *quote* dari para lulusan beasiswa @djarumbeasiswaplus. Dalam setiap kategori yang ada, unggahan pada periode bulan Juni hingga Agustus ditemukan memiliki klasifikasi kegiatan CSR sesuai dengan pedoman ISO 26000 yaitu salah satunya terdapat pengembangan masyarakat yaitu berupa aktivitas yang ditunjukkan berdasarkan unggahan bagi para calon dan pengguna beasiswa djarum. Bentuk komunikasi CSR yang diunggah dalam akun @djarumbeasiswaplus ditemukan memuat karakteristik keterlibatan individu dengan *stakeholder*. Berdasarkan hasil observasi yang dilakukan oleh penulis pada periode Juni hingga Agustus 2022, ditemukan total 9 unggahan pada bulan Juni yang memuat keseluruhan kategori unggahan mengenai informasi tips, jadwal seleksi beasiswa, info beasiswa, pengumuman beasiswa dan juga *quote* atau

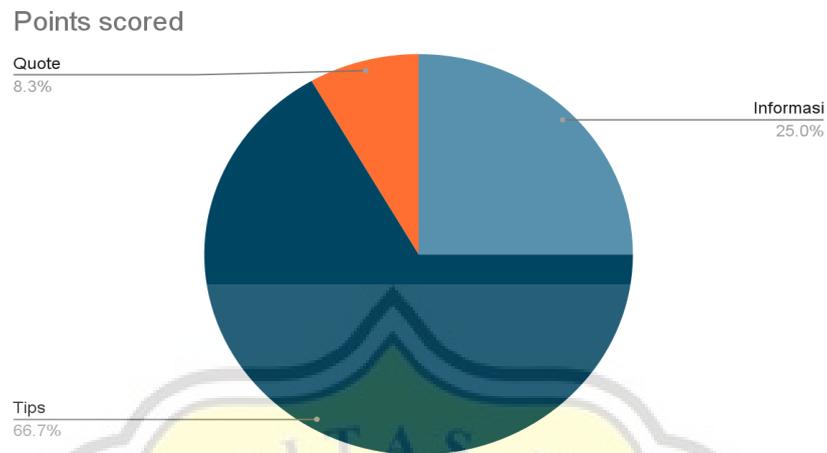
kata-kata dari para lulusan beasiswa Djarum. Berikut merupakan ringkasan keseluruhan unggahan sesuai kategori pada periode bulan Juni:



Gambar 4.1 Diagram lingkaran unggahan pada periode bulan Juni 2022

Sumber: Olahan penulis (2022)

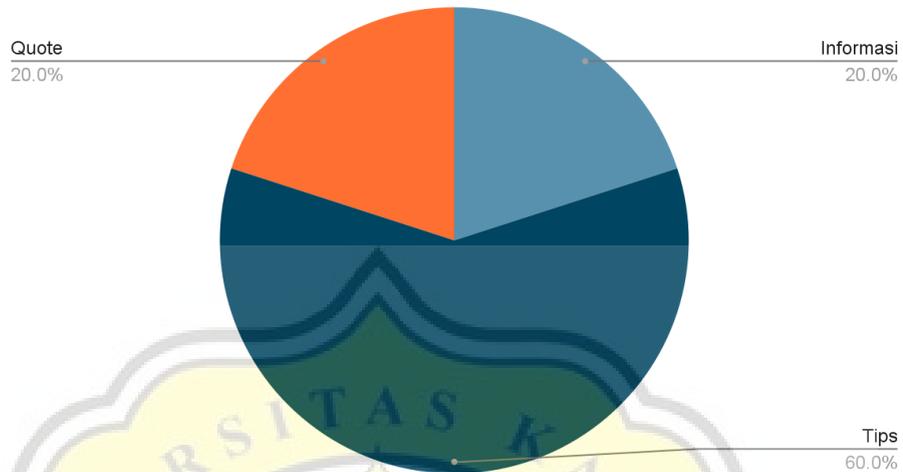
Berdasarkan diagram lingkaran unggahan periode bulan Juni 2022, ditemukan bahwa mayoritas isi pesan yang diunggah oleh akun @djarumbeasiswaplus adalah mengenai informasi. Informasi yang diunggah pada periode bulan Juni 2022 memuat hal-hal seputar informasi beasiswa, informasi pengumuman seleksi dan informasi lainnya seputar beasiswa. Pada periode bulan Juli, ditemukan sebanyak 12 (dua belas) unggahan dengan memuat tidak hanya foto, tetapi juga terdapat video mengenai kategori unggahan @djarumbeasiswaplus. Berikut merupakan ringkasan keseluruhan unggahan sesuai kategori pada periode bulan Juli:



Gambar 4.2 Diagram lingkaran unggahan pada periode bulan Juli 2022
 Sumber: Olahan penulis (2022)

Berdasarkan diagram lingkaran unggahan pada periode bulan Juli 2022 di atas, ditemukan sebagian besar unggahan berupa tips seputar *softskill* yang diperlukan bagi para konsumen atau calon beasiswa djarum. Komunikasi CSR pada periode bulan lain adalah periode bulan Agustus. Pada periode bulan Agustus, akun @djarumbeasiswaplus memuat sebanyak 10 (sepuluh) unggahan dengan kategori yang beragam seperti informasi mengenai tips, jadwal seleksi beasiswa, info beasiswa, pengumuman beasiswa dan juga *quote* atau kata-kata dari para lulusan beasiswa Djarum. Berikut merupakan ringkasan keseluruhan unggahan sesuai kategori pada periode bulan Agustus 2022:

Points scored



Gambar 4.3 Diagram lingkaran unggahan pada periode bulan Agustus 2022
Sumber: Olahan penulis (2022)

Berdasarkan diagram lingkaran unggahan pada periode bulan Juli 2022 di atas, ditemukan sebagian besar unggahan berupa tips seputar *softskill* yang diperlukan bagi para konsumen atau calon beasiswa djarum. Berdasarkan kategori pada ketiga periode di atas, ditemukan bahwa tips dan informasi menjadi salah satu poin penting bagi komunikasi CSR @djarumbeasiswa plus dalam menjalankan tanggung-jawab dan CSR perusahaan. Berikut dijabarkan dalam tabel berikut mengenai waktu dan unggahan pada periode bulan Juni hingga Agustus 2022 pada akun @djarumbeasiswa plus:

Tabel 4.1 Waktu dan Unggahan periode Juni hingga Agustus 2022 pada akun @djarumbeasiswaplus

Waktu	Jenis Unggahan
1 Juni 2022	<p>Informasi mengenai hari lahir pancasila.</p>
3 Juni 2022	<p>Tentang video tips - (jangan tunda menulis)</p>
7 Juni 2022	<p>Tentang kata-kata dari Bp. Hos Tjokroaminoto</p>

9 Juni
2022



Tentang tips (supaya lebih percaya diri dan tidak gugup saat presentasi)

19 Juni
2022



Tentang pengumuman seleksi administrasi

20 Juni
2022

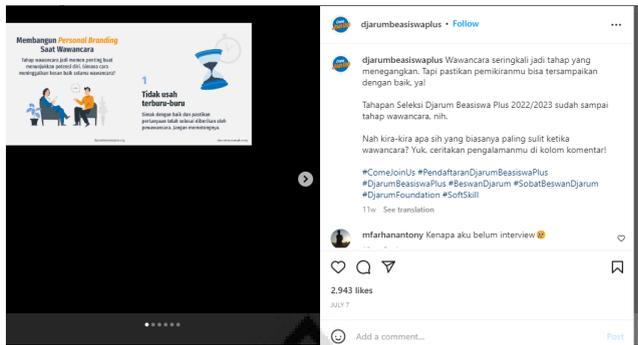


Tentang persiapan seleksi beasiswa tes *online*

<p>22 Juni 2022</p>	 <p>Tentang kata-kata Adhitya sebagai lulusan beasiswa</p>
<p>24 Juni 2022</p>	 <p>Tentang tips (kenali audiens-mu sebagai cara berbicara di depan umum)</p>
<p>30 Juni 2022</p>	 <p>Tentang persiapan tes <i>interview online</i> dan jadwal seleksi beasiswa</p>

<p>Waktu</p>	<p>Unggahan</p>
--------------	-----------------

7 Juli 2022



Unggahan tips (membangun personal branding saat wawancara)

8 Juli 2022



Unggahan kata Karisa Laras (sebagai lulusan beasiswa djarum)

9 Juli 2022



Unggahan Ucapan Selamat Hari Raya Idul Adha

10 Juli 2022



	<p>Unggahan ucapan selamat dan sukses atas pelantikan pengurus alumni Djarum Basiswa</p>
<p>11 Juli 2022</p>	 <p>Unggahan video berupa tips (<i>digital public speaking</i>)</p>
<p>12 Juli 2022</p>	 <p>Unggahan tips (belajar komunikasi asertif tanpa canggung)</p>
<p>14 Juli 2022</p>	 <p>Unggahan tips (komunikasi anti drama)</p>

16 Juli
2022



Unggahan informasi (pendapat beswan)

19 Juli
2022



Unggahan tips (soft skills)

22 Juli
2022



Unggahan info (writing competition)

<p>28 Juli 2022</p>	 <p>Unggahan video tips (kemampuan dalam <i>public speaking</i>)</p>
<p>29 Juli 2022</p>	 <p>Unggahan video motion tips (berlatih menjadi pembicara)</p>
<p>Waktu</p>	<p>Unggahan</p>
<p>1 Agustus 2022</p>	 <p>Unggahan tips mengenai esai</p>

5 Agustus
2022



Unggahan video tips (Menjadi versi terbaik)

8 Agustus
2022



Unggahan tips (kemampuan beradaptasi)

10 Agustus
2022



Unggahan info batas akhir pengumpulan esai

16 Agustus
2022



Unggahan tips (Bangun Soft Skills)

17 Agustus
2022



Unggahan informasi mengenai bangkitkan semangat dalam rangka hari jadi Indonesia.

22 Agustus
2022



Unggahan kata Stephen R.Covey

25 Agustus
2022



Unggahan tips (Kamu harus melakukan perubahan)

29 Agustus
2022



Unggahan kata Claudia Hapsari (lulusan beasiswa)

31 Agustus
2022



Unggahan tips (modal dasar menjadi pelopor perubahan)

Sumber: Akun Instagram @djarumbeasiswaplus

Berdasarkan tabel rincian data unggahan pada periode bulan Juni hingga Agustus 2022, analisis isi dalam penelitian ini akan dijabarkan dalam beberapa hal kategori sesuai dengan tujuan dan program CSR pada akun @djarumbeasiswaplus. Isi analisis yang akan digunakan dalam penelitian ini memuat kategori berupa tips, informasi umum mengenai jadwal seleksi beasiswa, jadwal beasiswa, dan pengumuman beasiswa serta *quote* atau kata-kata yang muncul terutama dari lulusan beswan. Berikut merupakan beberapa detail kategori @djarumbeasiswaplus:

4.2.1 Tips pada Unggahan @djarumbeasiswaplus

Berdasarkan unggahan di periode Juni hingga Agustus 2022, kategori informasi mengenai tips menjadi hal yang banyak dikomunikasikan oleh CSR @beasiswaDjarumplus seperti pada beberapa aplikasi unggahan sebagai berikut:

Tips pada unggahan yang menampilkan informasi berupa kata-kata seperti di bawah ini merupakan hasil *screenshot* yang diunggah oleh akun @djarumbeasiswaplus pada 3 Juni 2022:



Gambar 4.4. Unggahan tanggal 3 Juni 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Berdasarkan hasil *screenshot* pada unggahan tanggal 3 Juni 2022, akun *Instagram* @djarumbeasiswaplus mengunggah video berupa tips dengan tema “jangan tunda menulis”. Dalam unggahan tersebut disampaikan komunikasi CSR yang berfokus pada pemilihan media melalui media sosial yang berupa komunikasi *real-time* dalam sebuah aktivitas di video untuk menciptakan unggahan berupa tips mengenai “jangan tunda menulis”. Karakteristik keterlibatan individu (Glozer and Hibbert, 2018: 52-54) dalam unggahan tersebut memiliki motivasi yang ditujukan kepada para pengikut dalam video unggahan dan penonton dalam komunikasi *real-time* tersebut yaitu untuk membangun kepercayaan dan hubungan serta mempengaruhi pilihan konsumen dalam menciptakan nilai aktivitas.

Berdasarkan standar GRI, isi pesan yang ditemukan dari unggahan di atas menunjukkan adanya strategi dalam menunjukkan adanya penyampaian pesan yang lebih rinci dalam sebuah perusahaan untuk *stakeholder*. Jenis informasi yang

timbul dengan standar GRI adalah sebagai *general disclosure* yang mendeskripsikan suatu pesan dalam bentuk aktivitas organisasi yaitu berupa seminar untuk menyampaikan tips.

Selain berupa video, unggahan mengenai tips juga dimuat dalam bentuk foto unggahan. Berikut merupakan contoh tips lainnya dalam akun @djarumbeasiswaplus:



Gambar 4.5 Unggahan tanggal 9 Juni 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Dalam akun @djarumbeasiswaplus dijelaskan bahwa komunikasi CSR yang disampaikan memuat tips berupa hal-hal atau langkah-langkah yang dapat dilakukan dalam melakukan presentasi. Komunikator dalam unggahan tersebut merupakan akun CSR @djarumbeasiswaplus yang menyampaikan informasi berupa tips kepada komunikan atau dalam hal ini adalah individu konsumen atau para pendidik yang akan atau sedang dalam hubungan beasiswa Djarum ini dan mengikuti akun *Instagram* @djarumbeasiswaplus. Berdasarkan gambar 4.5 di atas, dapat dilihat juga bahwa penyampaian pesan merupakan tips dalam mengatasi gugup setiap mau presentasi tersebut disertai dengan pernyataan bersifat ajakan dalam *caption* pendukung unggahan. *Caption* tersebut memuat

pernyataan agar para individu tidak gugup dalam presentasi agar bahan yang akan dibawakan dapat tersampaikan. Komunikasi dalam pesan tersebut disebutkan sebagai “sobat beswan Djarum” yang menunjukkan adanya strategi menimbulkan sifat akrab dari *stakeholder* kepada individu yang akan dan sedang dalam hubungan beasiswa Djarum.

Isi pesan komunikasi yang timbul berdasarkan indikator GRI yang muncul adalah bahwa konten informasi tersebut memiliki standar perusahaan yang berlaku (*foundation*) dalam mengembangkan *soft skill* bagi para calon/penerima beasiswa Djarum. Hal tersebut menunjukkan adanya profil organisasi sebagai informasi penting mengenai tanggung-jawab CSR *Djarum Foundation*.

Unggahan mengenai tips juga disebarakan pada periode bulan Juli 2022 di akun @djarumbeasiswaplus. Pada tanggal 11 Juli 2022, akun @djarumbeasiswaplus mengunggah informasi mengenai tips dalam bentuk video. Berikut merupakan hasil *screenshot* dokumentasi pada tanggal 11 Juli 2022:



Gambar 4.6 Unggahan tanggal 11 Juli 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Komunikasi CSR dalam unggahan pada gambar di atas mencakup 3 hal penting diantaranya (Rahman, 2009: 71-75) adalah pemilihan media yang tepat. Komunikasi CSR oleh akun @djarumbeasiswaplus memilih media berupa penyampaian informasi secara massa (media massa) dalam sebuah forum atau komunitas secara *offline* dengan menghadirkan pembicara bernama Cornelia Laksmi untuk menyampaikan pesan. Penyampaian pesan tersebut diambil dalam bentuk video singkat yang kemudian diunggah ke dalam akun *Instagram* @djarumbeasiswaplus untuk memperlihatkan adanya pembaharuan informasi sebagai bentuk tanggung-jawab *stakeholder* dalam membangun kepercayaan dan hubungan. Keterlibatan konsumen atau orang banyak yang akan dan sedang dalam hubungan dengan beasiswa djarum memberikan hasil komentar atau reaksi atas unggahan tips mengenai *digital public speaking*.

Isi pesan dalam program CSR dengan indikator GRI yang muncul berdasarkan unggahan di atas menunjukkan adanya strategi penyampaian pesan melalui sebuah aktivitas dalam program CSR. Hal tersebut merupakan saluran standar universal GRI berupa *general disclosure* dan *management approach*.

Bentuk komunikasi CSR lainnya dalam unggahan tersebut selain mengenai pemilihan media yang tepat, terdapat hal lain berupa *what* atau pesan yang disampaikan. Pesan yang disampaikan berupa tips tentang *digital public speaking*. Pesan tersebut didukung dengan adanya pernyataan tambahan sebagai *caption* yang bersifat ajakan dalam bentuk pertanyaan berupa: *Siapa yang suka digital public speaking? Yuk tulis alasanmu di kolom komentar.*” Pesan tersebut menimbulkan reaksi positif berupa *emoticon love* pada kolom komentar yang

dituliskan oleh para komunikan (penerima pesan) dari unggahan tersebut. Hal lain sebagai acuan komunikasi CSR adalah tentang *who* atau siapa. Dalam unggahan tersebut sudah dibuktikan bahwa komunikatornya adalah admin CSR pada akun @djarumbeasiswaplus dan komunikannya adalah para pengikut atau peserta beasiswa Djarum.

Berdasarkan data unggahan pada bulan Juli, unggahan mengenai tips berfokus pada hal-hal yang berkaitan dengan tema *public speaking* atau berbicara. Hal ini ditunjukkan pada beberapa unggahan yang relatif sama yaitu mengenai tema *public speaking* atau berbicara pada unggahan mengenai tips sebagai berikut:



Gambar 4.7 Unggahan tanggal 28 Juli 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus



Gambar 4.8 Unggahan tanggal 29 Juli 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Berdasarkan kedua gambar di atas yang diunggah secara berurutan waktu pada periode Juli 2022, fokus tips oleh CSR @djarumbeasiswaplus adalah mengenai kemampuan berbicara para peserta beasiswa djarum. Kedua unggahan tersebut memiliki penyampaian pesan yang sama dengan pemilihan media unggahan yang berbeda. Pada gambar 4.7, media penyampaian pesan berupa video. Pesan pada gambar 4.8 menjelaskan tentang penting tidaknya memiliki kemampuan *public speaking* yang dibawakan oleh lulusan beasiswa djarum. *Caption* pendukung mengenai unggahan pada gambar 4.8 memiliki karakteristik

keterlibatan antara individu pembaca unggahan mengenai video tips tersebut dengan CSR akun @djarumbeasiswaplus. Proses keterlibatan individu pembaca unggahan mengenai video tips dengan CSR akun @djarumbeasiswaplus adalah berdasarkan interaksi individu sebagai lulusan beasiswa yang membagikan pengalaman beasiswa dan tips dalam mengajukan beasiswa melalui proses *public speaking*. Kalimat mengenai tips yang disampaikan berupa kalimat motivasi dan ajakan seperti: “*Yuk kenali dirimu dalam berbicara.*” dan “*public speaking gak cuma jago ngomong, tapi juga menambah relasi untuk buka peluang.*” Kedua kalimat tersebut disebutkan sesuai dengan motivasi dalam karakteristik keterlibatan individu konsumen dengan *stakeholder* dalam mempengaruhi pilihan konsumen atau peserta beasiswa dan menciptakan nilai aktivitas.

Pada gambar 4.7 dalam unggahan tips mengenai kemampuan *public speaking*, ditunjukkan dengan kalimat penjelas lainnya yang mengarah kepada langkah lain bagi para peserta beasiswa untuk menjadi pendengar yang baik. Unggahan tersebut juga memuat tiga hal penting dalam komunikasi CSR seperti kejelasan komunikator, pesan yang disampaikan dan juga pemilihan media yang sesuai.

Isi pesan yang muncul berdasarkan standar GRI dari tampilan unggahan tersebut menunjukkan adanya *management approach* atau rencana organisasi yang terkontrol. Dalam hal ini, pesan yang disampaikan berdasarkan sebuah rencana demi mencapai tujuan kegiatan CSR yaitu untuk memberikan tanggung-jawab perusahaan terhadap *stakeholder*.

Unggahan mengenai tips pada periode bulan Agustus memiliki tema dalam membangun *soft skills* pada peserta beasiswa sesuai dengan salah satu program bakti pendidikan oleh Djarum Beasiswa Plus. Program mengenai *soft skills* dimaksud oleh CSR Djarum untuk mengembangkan wawasan kebangsaan, membentuk karakter, serta mempersiapkan mereka menjadi calon pemimpin masa depan bangsa sebagai hal yang menjadi pembeda beasiswa djarum dengan beasiswa lainnya. Berikut merupakan beberapa unggahan tips mengenai tema *soft skills* pada periode bulan Agustus 2022:



Gambar 4.9 Unggahan tanggal 16 Agustus 2022 Gambar 4.10 Unggahan tanggal 25 Agustus 2022
 Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Berdasarkan unggahan di atas, komunikasi CSR yang dilakukan oleh akun @djarumbeasiswaplus menyampaikan pesan secara informatif dan persuasif. Hal tersebut dibuktikan dengan kalimat pada unggahan 16 Agustus yang memberikan beberapa informasi mengenai membangun *soft skills* dengan kemampuan adaptasi seperti empati, berpikiran terbuka, kolaborasi, percaya diri dan juga rasa ingin tahu. Kemudian pada unggahan 16 Agustus yang dilampirkan pada *caption* di unggahan berupa kalimat persuasi atau ajakan seperti “*Yuk klik link buat tahu caranya!*”.

Komunikasi CSR dalam kedua unggahan tersebut berfokus pada komunikasi yaitu para peserta beasiswa agar dapat terus membangun *soft skills*

dalam diri. Pada unggahan tanggal 25 Agustus, tips yang disampaikan merupakan pesan bagi para peserta beasiswa agar dapat melakukan perubahan untuk terus menggali *soft skills* dalam diri. Dalam unggahan tersebut, terdapat dialog sebagai salah satu proses karakteristik antara individu dengan *stakeholder*. Dialog tersebut dimunculkan sebagai pertanyaan mengenai informasi wawancara dalam proses pengajuan beasiswa. Kalimat yg digunakan dalam *caption* pada gambar 4.9 juga merupakan bentuk kalimat informatif dan persuasif.

4.2.2 Informasi pada Unggahan @djarumbeasiswaplus

Selain menggunakan kalimat informasi berupa tips, unggahan di periode bulan Juni hingga Agustus juga memuat informasi mengenai info beasiswa, jadwal seleksi beasiswa dan pengumuman beasiswa. Hal pokok dalam komunikasi CSR oleh Djarum Foundation dalam akun @djarumbeasiswaplus adalah mengenai ketiga informasi tersebut.

Dalam informasi beasiswa, CSR akun @djarumbeasiswaplus melakukan aktivitas kegiatan CSR secara terstruktur seperti melakukan perencanaan, implementasi dan juga evaluasi dalam menerapkan program. CSR @djarumbeasiswaplus melakukan perencanaan dengan memberikan informasi penting mengenai beasiswa. Hal tersebut ditunjukkan dengan unggahan pada periode bulan Juni 2022 yang mengunggah informasi seperti berikut:



Gambar 4.11 Unggahan tanggal 19 Juni 2022
 Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Berdasarkan unggahan di atas, komunikasi CSR (Rahman, 2009: 71-75) diatas berupa implementasi kegiatan CSR mengenai *what* atau isi pesan yang disampaikan tentang informasi pengumuman seleksi administrasi pada periode bulan Juni 2022. Komunikasi yang diterapkan oleh akun @djarumbasiswaplus bersifat persuasif dengan *clue* bagi para pendaftar beasiswa untuk terus memantau email pendaftar guna menemukan informasi selanjutnya. Dalam unggahan tersebut, terdapat karakteristik keterlibatan individu dengan proses dialog beragam seperti: CSR @djarumbeasiswaplus mengunggah informasi pengumuman seleksi dengan memberikan kalimat ajakan atau persuasi berupa “*pantau terus info dari kami.*” Pada unggahan tersebut juga menimbulkan pertanyaan di kolom komentar seperti “*permisi ada yang dapat emailnya tanggal.....*” sebagai salah satu bentuk interaksi dialog dalam proses komunikasi CSR.

Interaksi dialog yang menjadi proses komunikasi CSR @djarumbeasiswaplus ditunjukkan dengan banyaknya calon beasiswa djarum yang mengikuti *update* informasi pengumuman. Hal ini ditunjukkan dengan jumlah *like* dan komentar yang banyak pada unggahan pada tanggal 19 Juni 2022. Jumlah *like* dalam unggahan tersebut mencapai 3.214 dengan komentar sebanyak

110 unggahan. Hal ini ditunjukkan dengan beberapa ucapan dalam kolom komentar seperti contoh berikut:



Gambar 4.12 Hasil Komentar Unggahan tanggal 19 Juni 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Hasil komentar dalam gambar di atas menunjukkan adanya interaksi dialog sebagai perwujudan tanggung-jawab CSR dalam membangun kepercayaan dan hubungan dengan para penerima pesan yaitu calon penerima beasiswa Djarum. Berdasarkan unggahan di atas, terdapat komunikasi CSR yang lengkap menurut Rahman (2009: 71-75) yaitu adanya pemilihan media yang tepat yaitu dalam memberikan informasi ke dalam akun @djarumbeasiswaplus yang memiliki pengikut sebagai calon dan para penerima beasiswa Djarum. Hal ini menunjukkan adanya ketepatan pemberian informasi dalam media yang tepat. Kemudian terdapat pesan yang penting atau pokok sebagai informasi yang dinantikan oleh para konsumen. Informasi yang diunggah adalah berupa informasi

mengenai pengumuman yang menimbulkan reaksi sebagai proses adanya karakteristik keterlibatan individu. Komunikator yang bergerak dalam pesan tersebut adalah *stakeholder* itu sendiri atau akun @djarumbeasiswaplus yang muncul dalam beberapa komentar pada pertanyaan yang disampaikan oleh para komunikan (penerima pesan). Hasil komentar pada unggahan tersebut ditemukan menjadi unggahan dengan komentar yang banyak pada periode bulan Juni hingga Agustus 2022. Hasil komentar menunjukkan adanya sekitar 3.214 komunikan menerima pesan yang ditandai dengan hasil *like* dan kemudian terdapat 114 komunikan memberikan komentar berupa harapan dan ucapan “*semoga berhasil*”.

Isi pesan dalam komunikasi program CSR dengan indikator GRI berdasarkan unggahan tersebut menunjukkan bahwa pesan tersebut menunjukkan adanya ketiga standar universal konten informasi. Ketiga standar universal konten informasi yang ditunjukkan yaitu terdiri dari *foundation* (memiliki standar perusahaan yang berlaku yaitu berupa aktivitas CSR sebagai bentuk tanggung-jawab), *general disclosure* (sebagai deskripsi aktivitas organisasi berupa penyampaian pesan dan bagaimana pesan tersebut menimbulkan reaksi bagi para komunikan) dan *management approach* (sebagai rencana organisasi yang terkontrol dalam bentuk pengambilan keputusan yang tepat yang disalurkan oleh pesan tersebut demi terjadinya aktivitas komunikasi di dalam akun @djarumbeasiswaplus).

Kemudian pada periode selanjutnya dalam beasiswa Djarum, sebagai bentuk tanggung-jawab presentasi *stakeholder* akun @djarumbeasiswaplus,

terdapat unggahan mengenai informasi batas akhir pengumpulan esai bagi para pendaftar beasiswa seperti berikut:



Gambar 4.13 Unggahan tanggal 10 Agustus 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Berdasarkan gambar di atas, komunikasi CSR akun @djarumbeasiswaplus memiliki makna karakteristik penyampaian pesan yang detail dengan melampirkan informasi mengenai “*batas akhir pengumpulan esai*” berupa tanggal dan waktu pengumpulan. Hal ini sebagai tolak ukur penyampaian komunikasi yang membuat para peserta beasiswa Djarum memperhatikan batasan waktu dengan menentukan waktu pembuatan hingga pengumpulan esai sesuai dengan informasi yang tertera sebelum mencapai batas akhir pengumpulan esai. Dalam komunikasi tersebut, komunikator atau penerima pesan berdasarkan unggahan informasi di atas disebutkan sebagai *beswan djarum 2021/2022* dalam kalimat sapaan di *caption* berupa “*buat beswan djarum 2021/2022, yang sudah mengirimkan abstrak, jangan terlambat untuk mengumpulkan esai ya!*” Pesan yang disampaikan dalam *caption* unggahan di atas juga melampirkan kalimat persuasi dalam akhir penyampaian pesan berupa: “*kami tunggu esai terbaik kamu!*”

Isi pesan berdasarkan unggahan di atas menampilkan adanya profil organisasi yaitu berupa informasi mengenai beasiswa sesuai dengan profil komunikator tersebut. Kemudian ditunjukkan bahwa isi pesan komunikasi berdasarkan standar GRI yang muncul dalam pesan tersebut menunjukkan adanya *general disclosure* sebagai nilai aktivitas kegiatan CSR @djarumbeasiswaplus.

4.2.3 *Quote* atau kata-kata pada Unggahan @djarumbeasiswaplus

Hal lain dalam unggahan adalah berupa kata-kata (*quote*) yang bertujuan untuk meningkatkan reaksi penerima pesan berupa motivasi dari orang penting (ahli). Hal ini dibuktikan pada unggahan pada periode bulan Juni 2022 yang diunggah seperti berikut:



Gambar 4.14 Unggahan tanggal 7 Juni 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Komunikasi CSR pada unggahan di atas memuat pesan yang disampaikan berupa *quote* atau kata kata dari seorang ahli bernama Hos Tjokroaminoto. Hal tersebut menimbulkan keterlibatan peserta beasiswa dengan munculnya reaksi sebagai dialog beragam dalam kolom komentar pada unggahan tersebut. Pesan yang disampaikan oleh akun @djarumbeasiswaplus memberikan makna bagi para

peserta untuk menjadi pemimpin yang baik dengan diberi penambahan kalimat pendukung berupa “*menulishlah seperti wartawan dan berbicaralah seperti orator!*”

Pesan yang memuat program CSR berupa *quote* atau kata-kata tersebut dimunculkan sesuai dengan standar GRI yaitu adanya *management approach* berupa rencana organisasi dalam meningkatkan kepercayaan publik atau komunikasi pada pesan tersebut.

Hal terakhir dalam penyampaian pesan yang mendukung program kegiatan dan komunikasi CSR sebagai bentuk pertanggung-jawaban *stakeholder* terutama dalam akun @djarumbeasiswaplus adalah memberikan informasi atau kata-kata (*quote*) dari beberapa orang penting atau lulusan alumni beasiswa djarum. Pada setiap unggahan di periode bulan Juni hingga Agustus 2022, ditemukan beberapa unggahan informasi atau kata-kata (*quote*) dari beberapa orang penting atau lulusan alumni beasiswa djarum sebagai berikut:



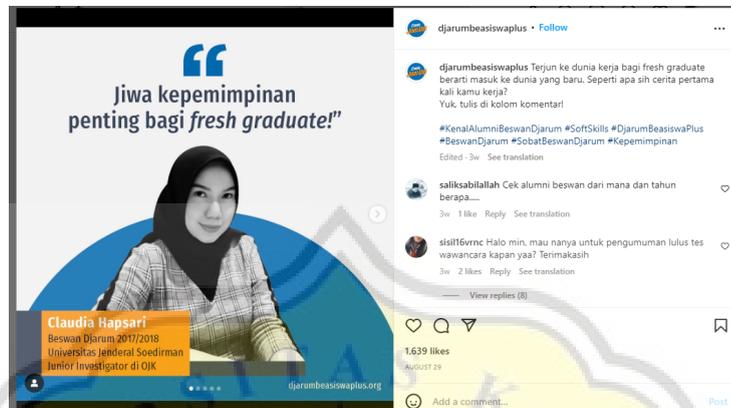
Gambar 4.15 Unggahan tanggal 22 Juni 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbeasiswaplus

Salah satu unggahan yang memuat interaksi konsumen atau para peserta beasiswa djarum adalah unggahan mengenai informasi atau kata-kata (*quote*) dari beberapa orang penting atau lulusan alumni beasiswa djarum. Dalam unggahan pada gambar di atas, informasi yang disampaikan memuat seseorang dalam hal ini sebagai komunikator bernama Aditya Gianto Hadiwijaya dengan tambahan *profil* lengkap mengenai detail informasi data dirinya yang seorang beswan djarum 2013/2014 dari Institut Teknologi Bandung sebagai informasi tambahan mengenai siapakah seorang komunikator dalam pesan tersebut. Penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator secara tertulis dalam unggahan tersebut memuat kata-kata (*quote*) bersifat informatif berupa “*komunikasi bukan hanya berbicara tapi juga mendengar*”. Berdasarkan penyampaian pesan yang dimuat dalam unggahan tersebut, menimbulkan reaksi komunikan (penerima pesan) berupa respon dalam kolom komentar seperti “*beswan 29 nih*” dan beberapa *emoticon* yang mendukung lainnya sesuai dengan unggahan tersebut. Hal ini menjadikan unggahan tersebut bersifat aktif dan mendapat reaksi positif kepada komunikan dari para penerima pesan yaitu peserta beasiswa djarum.

Bentuk peningkatan kepercayaan publik terhadap pesan yang disampaikan dalam unggahan mengenai *quote* tersebut menunjukkan adanya penerapan isi komunikasi dalam standar GRI yaitu *management approach*. Hal tersebut menunjukkan adanya rencana organisasi yang terkontrol demi mencapai tujuan CSR Djarum Foundation.

Dalam mengembangkan potensi kepercayaan publik terhadap perusahaan beasiswa yaitu Djarum Foundation, unggahan mengenai *quote* atau kata-kata

ditunjukkan dalam versi lain oleh lulusan beswan. Hal ini ditunjukkan dalam contoh unggahan berikut:



Gambar 4.16 Unggahan tanggal 29 Agustus 2022
Sumber: Akun instagram @djarumbesiswaplus

Unggahan pada gambar di atas memuat interaksi konsumen atau para peserta beasiswa djarum adalah unggahan mengenai informasi atau kata-kata (*quote*) dari beberapa orang penting atau lulusan alumni beasiswa djarum. Dalam unggahan pada gambar di atas, informasi yang disampaikan memuat seseorang dalam hal ini sebagai komunikator bernama Claudia Hapsari dengan tambahan *profil* lengkap mengenai detail informasi data dirinya yang seorang beswan djarum 2017/2018 dari Universitas Jenderal Soedirman sebagai informasi tambahan mengenai siapakah seorang komunikator dalam pesan tersebut. Penyampaian pesan yang disampaikan oleh komunikator secara tertulis dalam unggahan tersebut memuat kata-kata (*quote*) bersifat informatif berupa “*Jiwa kepemimpinan penting bagi fresh graduate*”.

Bentuk peningkatan kepercayaan publik terhadap pesan yang disampaikan dalam unggahan mengenai *quote* tersebut menunjukkan adanya penerapan isi komunikasi dalam standar GRI yaitu *management approach*. Hal tersebut

menunjukkan adanya rencana organisasi yang terkontrol demi mencapai tujuan *CSR Djarum Foundation*.

Dalam peran komunikasi CSR yang melibatkan *stakeholder* dengan para peserta beasiswa, unggahan tersebut juga sebagai motivasi guna membangun kepercayaan dan hubungan serta mempengaruhi pilihan konsumen dalam menciptakan nilai aktivitas sebagai bentuk timbal-balik komunikasi. Keterlibatan peserta beasiswa termasuk dalam memberikan respon dalam kolom komentar meningkatkan komunikasi jangka panjang yang sesuai dengan tujuan komunikasi oleh CSR pada Djarum Foundation.

