

SKRIPSI

**REKONSTRUKSI CITRA PT CIMB NIAGA TBK MELALUI
PROGRAM CSR BEASISWA (STUDI PADA PENERIMA
BEASISWA PERIODE 2023–2025)**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1)

Pada Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH :

ANISA RAZAK KHAIRINA

2110414220011




KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
BANJARMASIN
2025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

MASUKKAN JUDUL


- A. Nama Mahasiswa : Anisa Razak Khairina
NIM : 2110414220011
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai () dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 24 Juni 2025.
- C. Tim Penguji:
- a. Ketua
Dr. Sri Astuty, S.Sos., M.Si.
NIP. 197806192008012008 ()
 - b. Sekretaris
Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 197805212008121002 ()
 - c. Anggota
Dr. Novaria Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom.
NIP. 198611302008122002 ()

Banjarmasin, 24 Juni 2025
Ketua Tim Penguji,



Dr. Sri Astuty, S.Sos., M.Si.
NIP. 197806192008012008

Mengetahui,
Dekan FISIP ULM


Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP. 197301221998021001

PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam Daftar Pustaka.

Banjarmasin, 20 Juni 2025



Anisa Razak Khairina

NIM : 2110414220011

ABSTRAK

Anisa Razak Khairina, 2110414220011, 2025 "Rekonstruksi Citra PT CIMB Niaga Tbk Melalui Program CSR Beasiswa (Studi Pada Penerima Beasiswa Periode 2023–2025)". Dibawah bimbingan Sri Astuty

Penelitian ini berangkat dari sebuah pemahaman bahwa program *Corporate Social Responsibility* (CSR) menjadi instrumen krusial bagi perusahaan untuk membentuk citra di mata publik, di mana persepsi langsung dari penerima manfaat menjadi penentu utama keberhasilannya. Studi ini secara fundamental mengadopsi pendekatan kualitatif yang dilandasi oleh tradisi fenomenologi sosial. Pendekatan ini dipilih karena berupaya memahami secara mendalam fenomena sosial dari sudut pandang partisipan itu sendiri, dan secara khusus menempatkan pengalaman serta kesadaran subjektif mereka sebagai inti analisis, demi mengungkap makna yang terbentuk dalam dunia kehidupan (*lifeworld*) mereka. Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menelaah persepsi penerima beasiswa CIMB Niaga terkait citra perusahaan, mengidentifikasi dimensi-dimensi yang membentuk persepsi tersebut, serta menganalisis peran strategis program CSR beasiswa dalam proses pembentukan citra perusahaan di benak para penerima.

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi sosial yang bersifat eksploratif dan deskriptif. Fenomenologi sosial Alfred Schutz sebagai lensa interpretif utama digunakan untuk memahami proses pembentukan makna secara subjektif dan intersubjektif. Informan kunci dalam studi ini adalah tiga penerima Program Beasiswa CIMB Niaga periode 2023–2025. Guna melengkapi perspektif, informan pendukung juga melibatkan perwakilan dari tim CSR CIMB Niaga dan pihak akademis. Proses pengumpulan data dilakukan melalui wawancara, observasi partisipatif, serta studi dokumen, memastikan kekayaan dan kedalaman informasi yang diperoleh.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa citra perusahaan CIMB Niaga berhasil terkonstruksi secara positif dan multi-aspek, mencakup atribut kredibilitas, profesionalisme, serta komitmen tulus pada pengembangan talenta. Citra positif ini merupakan buah dari transformasi persepsi awal yang mungkin terfragmentasi (mulai dari skeptis, positif, hingga prestisius), yang dipicu oleh interaksi dinamis antara dimensi personal penerima, elemen program (seperti kesempatan magang dan pelatihan berkualitas), serta konteks sosial yang melingkupinya. Singkatnya, program beasiswa ini berperan aktif dalam mengonstruksi citra positif CIMB Niaga, bertindak sebagai sinyal komitmen, pembangun legitimasi sosial, dan pencipta loyalitas melalui pertukaran timbal balik yang terjadi.

Kata Kunci: Citra Perusahaan, *Corporate Social Responsibility* (CSR), Persepsi, Fenomenologi Sosial, Beasiswa

ABSTRACT

Anisa Razak Khairina, 2110414220011, 2025 "Reconstructing the Image of PT CIMB Niaga Tbk Through the CSR Scholarship Program (A Study on Scholarship Recipients for the 2023–2025 Period)". Under the supervision of Sri Astuty

This study analyzes how PT CIMB Niaga Tbk's corporate image is constructed through the perceptions of its 2023–2025 Scholarship Program recipients. Recognizing CSR programs as crucial instruments for public image, and beneficiary perceptions as key to their success, this qualitative research fundamentally adopts a social phenomenology tradition. This approach deepens understanding of the social phenomenon from participants' perspectives, focusing on subjective experiences and consciousness to uncover meaning within their lifeworlds. The research aims to examine scholarship recipients' perceptions of the company's image, identify the dimensions shaping these perceptions, and analyze the strategic role of the scholarship program in this image-building process.

The study employs a qualitative research type with an explorative and descriptive social phenomenology approach. Alfred Schutz's social phenomenology serves as the primary interpretive lens to understand subjective and intersubjective meaning construction. Key concepts like stock of knowledge at hand and lived experience underpin the exploration of how initial perceptions transform through program engagement and social interaction. Key informants include three CIMB Niaga Scholarship Program recipients from the 2023–2025 period. Supporting informants from the CIMB Niaga CSR team and academic advisors provide complementary perspectives. Data collection involves interviews, participant observation, and document studies, ensuring rich and comprehensive information.

Results indicate a successful, positive, and multifaceted reconstruction of CIMB Niaga's image, encompassing credibility, professionalism, and sincere commitment to talent development. This positive image emerged from a transformation of initial fragmented perceptions (skeptical, positive, prestigious), driven by dynamic interactions between recipients' personal dimensions, program elements (e.g., quality internships and training), and surrounding social contexts. In essence, the scholarship program actively constructs this positive image by signaling commitment, building social legitimacy, and fostering loyalty through reciprocal exchange

Keywords: *Corporate Image, Corporate Social Responsibility (CSR), Perception, Social Phenomenology, Scholarship*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini yang berjudul "Rekonstruksi Citra PT CIMB Niaga Tbk Melalui Program CSR Beasiswa (Studi Pada Penerima Beasiswa Periode 2023–2025)". Selama proses penyusunan skripsi ini peneliti mendapatkan bimbingan serta petunjuk dari berbagai pihak sehingga peneliti dapat menyelesaikannya. Selanjutnya melalui tulisan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.
3. Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP. M.Si., sebagai Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP ULM sekaligus Dosen Pembimbing Akademik peneliti.
4. Dr. Sri Astuty, S.Sos., M.Si., selaku pembimbing yang telah berkenan membimbing peneliti hingga selesainya penelitian skripsi ini.
5. Sarwani. S.Sos M.Med.Kom., selaku dosen penguji 1 pada skripsi ini.
6. Dr. Novaria Maulina, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku dosen penguji 2 pada skripsi ini.

7. Bapak/Ibu dosen S1 Ilmu Komunikasi FISIP ULM atas ilmu yang telah diberikan sebagai bekal peneliti dalam menyusun proposal penelitian ini.
8. PT CIMB Niaga Tbk terutama divisi Community Relations dan tim Kejar Mimpi Pusat yang telah membantu secara materil dan juga moril dalam perjalanan kuliah peneliti.
9. Orang tua peneliti, Dr. Abdurrahman Sadikin, S.E., M.M., Nikmah, S.Pd., dan adik-adik peneliti Awliyaa, Anas, Aida, dan Ainun yang sangat peneliti cintai, terima kasih telah senantiasa sabar juga selalu memberikan dukungan dan motivasi yang sangat besar kepada peneliti.
10. Para mentor peneliti Chefi Abdul Latif, S.Akun., CFTR, CAP., Afri Ani Santi, S.Pd., dan Addina Khalida Zia yang terus mendorong juga memberikan dukungan kepada peneliti dalam pembuatan proposal ini.
11. Teman seperjuangan awardee beasiswa CIMB Niaga 2023-2025 yang telah membantu dan berkenan menjadi informan pada penelitian ini.
12. Rekan rekan seperjuangan Nadaa Rizka Salsabil, Rizky Anwari, Mosa Kanaka Thaariq Tuska, dan teman-teman Mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi angkatan 2021 yang telah membantu dan memberikan dukungan, motivasi, semangat hingga skripsi ini selesai.

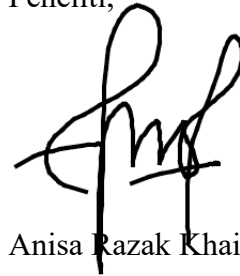
Meskipun peneliti telah berusaha semaksimal mungkin dalam penelitian skripsi ini namun kesempurnaan itu hanya milik Allah SWT, karena itu peneliti

menyadari masih banyak kekurangan dan penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun. Peneliti berharap semoga proposal penelitian ini bermanfaat bagi kita semua khususnya bagi perusahaan dalam penyelenggaraan program CSR yang berkualitas.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Amin.

Banjarmasin, 20 Juni 2025

Peneliti,

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Anisa Razak Khairina', written in a cursive style.

Anisa Razak Khairina

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
PERNYATAAN.....	ii
ABSTRAK.....	iii
<i>ABSTRACT</i>	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Matriks Penelitian Sejenis.....	7
2.2 Tinjauan Konseptual.....	18
2.2.1 <i>Public Relation</i> dalam Membangun Citra Perusahaan.....	18
2.2.2 Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>).....	20
2.2.3 <i>Corporate Social Responsibility (CSR)</i>	22
2.2.4 Hubungan antara CSR dan Citra Perusahaan.....	24
2.2.5 Hubungan antara CSR, Persepsi, dan Citra Perusahaan.....	27
2.3 Tinjauan Teoritis.....	44
2.4 Kerangka Berpikir.....	49

BAB III METODE PENELITIAN	53
3.1 Pendekatan Penelitian	53
3.2 Tipe Penelitian	53
3.3 Objek Penelitian	55
3.4 Sumber Data	61
3.4.1 Data Primer	61
3.4.2 Data Sekunder	63
3.5 Informan	63
3.5.1 Penerima Beasiswa CIMB Niaga	64
3.5.2 Tim CSR Beasiswa CIMB Niaga	65
3.6 Teknik Pengumpulan Data	65
3.6.1 Wawancara	66
3.6.2 Observasi	66
3.6.3 Studi Dokumen	67
3.7 Teknik Analisa Data	68
3.7.1 Fenomenologi (sebagai Lensa Interpretif)	68
3.7.2 Analisis Tematik	69
3.8 Teknik Keabsahan (Validasi)	73
3.8.1 Triangulasi	73
3.8.2 Member Check	78
3.8.3 Reflexivity	78
3.9 Teknik Penyajian Data	78
3.10 Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi Kesimpulan	79
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	81
4.1 Gambaran Umum	81
4.1.1 Profil Singkat PT Bank CIMB Niaga Tbk	81
4.1.2. Program CSR Beasiswa CIMB Niaga	84

4.1.3 Profil Informan	86
4.2 Hasil Penelitian	89
4.2.2 Pengalaman Penerima dalam Pelaksanaan Program	106
4.2.3 Dimensi-Dimensi dalam Rekonstruksi Persepsi Penerima ..	116
4.2.4 Peran Program CSR Beasiswa dalam Rekonstruksi Citra Perusahaan	135
4.3 Pembahasan	152
4.3.1 Interpretasi Fenomenologis Pada Proses Rekonstruksi Makna Persepsi Melalui Pengalaman Langsung	152
4.3.2 Dinamika Rekonstruksi Persepsi Melalui Interaksi Antar Dimensi	152
4.3.3 Keterkaitan Program CSR Beasiswa dengan Rekonstruksi Citra Perusahaan	156
4.3.4 Analisis Mengenai Posisi dan Jenis Citra Perusahaan	160
4.3.5 Implikasi Teoritis dan Praktis	163
BAB V KESIMPULAN	170
5.1 Kesimpulan	170
5.2 Saran	172
5.2.1 Saran Praktis untuk PT Bank CIMB Niaga Tbk	172
5.2.2 Saran untuk Penelitian Selanjutnya	173
LAMPIRAN PEDOMAN PENELITIAN	175
LAMPIRAN WAWANCARA	182
LAMPIRAN DOKUMEN	202
LAMPIRAN OBSERVASI	205
DAFTAR PUSTAKA	217

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	49
Gambar 3.1 Tangkapan Layar Jumlah Penerima Beasiswa	64
Gambar 3.2 Triagulasi Sumber	75
Gambar 3.3 Triagulasi Metode	77
Gambar 4.1 Tangkapan Layar Informasi Tahapan Seleksi	100
Gambar 4.2 Tangkapan Layar Informasi Detail Seleksi	100
Gambar 4.3 Kegiatan <i>Financial Literacy Advanced Level</i>	111
Gambar 4.4 Tangkapan Layar Proses <i>Reimbursement</i>	115

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	18
Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Penelitian	152