



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Dengan majunya ekonomi Indonesia pada jaman sekarang, perbankan menjadi pusat perhatian masyarakat Indonesia. Setiap hal positif maupun negatif dapat dilihat oleh media dan juga masyarakat Indonesia, sehingga citra dan reputasi bank harus tetap di jaga. Untuk menjaga citra dan reputasi bank, divisi Hubungan Masyarakat (Humas) harus menjalankan tugasnya agar reputasi bank tetap terjaga.

Dewasa ini, peran *Public Relations* (PR) sangat dibutuhkan dalam bisnis apapun, bukan hanya untuk menjaga reputasi perusahaan tersebut, tetapi juga untuk segala kegiatan sosial yang dijalankan perusahaan dan juga untuk mendapatkan kepercayaan nasabah dan juga calon nasabah. Dalam perbankan, kepercayaan adalah prioritas utama, sebab nasabah baru akan mendeposit uang mereka di bank tersebut. Apabila mereka sudah sangat percaya bank tersebut untuk menyimpan uang mereka. Salah satu contoh kasus kepercayaan nasabah hilang terjadi pada bulan November 2008 di saat PT Bank Century mengalami kasus korupsi dari pihak bank tersebut. Seluruh nasabah bank tersebut kehilangan uang mereka dan meskipun mereka mengubah nama mereka menjadi PT Bank Mutiara, tim Humas mereka tidak bisa menaikkan reputasi bank tersebut dan tidak dapat membuat program untuk mendapat kepercayaan nasabah dan calon nasabah lagi.

Menurut Rick Keating, *“One of the key objectives of any PR campaign will likely be to differentiate the client’s brand from the competition. When it comes to banks, the average customer may find it difficult to tell the difference between all the banks on the block. According to the New Jersey Department of Banking and Insurance, there have been 60 bank mergers over the last five years. This translates to*

*a great deal of confusion and frustration among customers, who often complain that they no longer know what their bank is.*

*Before undertaking a PR initiative, it is essential to determine what separates you from the competition. If you are unable to answer why a customer should choose your bank over another, then you cannot expect a customer to be able to make that differentiation either. A public relations firm can work with you to define and highlight your differentiators, if this hasn't already been determined.”( dalam [www.bankingny.com](http://www.bankingny.com) )*

PT Bank Central Asia Tbk. dapat dibilang sebagai bank dengan reputasi terbaik sebab banyaknya penghargaan yang didapatkan. Pada tahun 2014 sendiri, BCA telah memenangkan lebih dari 20 penghargaan seperti, bank terbaik di Indonesia, perusahaan terbuka terbaik, bank berpredikat sangat bagus, dsb. Selain BCA yang mendapatkan penghargaan, Direktur Utama BCA, Jahja Setiaatmadja, mendapatkan penghargaan sebagai *Most Admired* CEO, best CEO, dsb. Dengan begitu banyak penghargaan yang didapatkan, terbukti bahwa BCA adalah salah satu perusahaan yang memiliki reputasi sangat baik di pandangan masyarakat.

Penulis memilih PT Bank Central Asia Tbk disebabkan reputasi BCA yang sangat baik dimata nasabahnya. Apabila reputasi baik, berarti mereka memiliki tim Humas yang sangat baik, sehingga mendapatkan penghargaan sebagai Bank Terbaik pada tahun 2015, sehingga penulis ingin belajar dari yang terbaik mengenai mempertahankan reputasi perusahaan.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang.**

Tujuan kerja magang penulis adalah untuk mengetahui mengenai aktivitas hubungan masyarakat PT Bank Central Asia Tbk.

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Penulis menjalankan kerja magang di PT Bank Central Asia Tbk., selama tiga bulan dari 3 Maret 2015 sampai dengan 2 Juni 2015. Namun, dari awal semester genap dimulai, penulis sempat menghabiskan waktu mencari tempat kerja untuk dijadikan tempat magang. Penulis lebih memilih untuk menjadikan PT Bank Central Asia Tbk. sebagai tempat kerja magang penulis karena reputasi yang sangat baik dan juga sangat dikenal oleh masyarakat Indonesia. Dengan demikian kesempatan magang di Bank BCA ini diharapkan juga dapat membantu memperbaiki *curriculum vitae* penulis.

Kesempatan magang di PT. Bank Central Asia Tbk. juga terbuka bagi mahasiswa lain yang tertarik, dimana calon peserta magang tersebut perlu mengajukan Surat Permohonan Magang kepada Kepala Divisi Pendidikan dan Pelatihan PT. Bank Central Asia Tbk. Namun demikian, karena keterbatasan tempat dan mentor untuk magang, maka tentu tidak semua permohonan akan dikabulkan.

Bagi penulis, karena kesempatan magang ini dimaksudkan untuk menimba ilmu dalam hal manajemen reputasi, maka kesempatan magang dilakukan di Divisi Corporate Secretary yang membawahi Sub Divisi Hubungan Masyarakat dan Sub Divisi Corporate Social Responsibility serta juga membawahi unit kerja yang membantu kegiatan Direksi dan Dewan Komisaris Perusahaan.