



### **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 III

### PELAKSANAAN KERJA MAGANG

#### 3.1 KEDUDUKAN DAN KOORDINASI

Kerja Magang dilakukan penulis di Bank Indonesia Jakarta. Selama melakukan kerja magang di Bank Indonesia, penulis ditempatkan di empat divisi berbeda dalam Departemen Komunikasi, yaitu Divisi Pengendalian dan Penyelarasan Komunikasi, Divisi Strategi Komunikasi, Divisi Pemberdayaan Komunitas dan Lembaga Publik. Selama Praktik Kerja Magang berlangsung, setiap mahasiswa diberikan mentor yang menjadi pembimbing utama. Mahasiswa dapat bertanya, dan bertukar pendapat jika ada hal-hal yang tidak dimengerti terkait dengan BI maupun tugas yang diberikan. Disamping itu, penulis juga memiliki pembimbing dari setiap divisi yang berbeda dimana penulis ditempatkan. Berikut ulasan nama tiap-tiap pembimbing disetiap divisi yang ditempatkan kepada penulis :

1. Divisi Strategi Komunikasi - Rishanty (Analisis/Manager)
2. Divisi Pengendalian dan Penyelarasan Komunikasi - Rizky Utama (Assistant)
3. Divisi Pemberdayaan Komunitas – Miftakul Khoiri (Pelaksana Yuniior)
4. Divisi Lembaga Publik – Agus L L Buana (Analisis/Manager)

Sebelum diberikan tugas, penulis selalu diberikan arahan dan panduan terlebih dahulu oleh pembimbing. Sehingga penulis dapat mengerjakan tugas dengan mandiri, tanpa didampingi. Melalui kerja magang ini, penulis memperoleh banyak pengalaman secara nyata mengenai fungsi dan tugas seorang PR. Penulis juga merasakan peran PR Officer terhadap citra dan reputasi sebuah perusahaan. Hal ini sangat berkesan dan menjadi bekal bagi penulis sebelum memasuki dunia kerja yang sesungguhnya.

## 3.2 TUGAS YANG DILAKUKAN

Terdapat beberapa kegiatan yang dilakukan oleh penulis selama kerja magang di Departemen Komunikasi BI, antara lain adalah melakukan *media monitoring and analysis*, membuat perencanaan komunikasi kompetisi, dan terlibat dalam kegiatan *press conference*.

Penulis bertugas untuk membantu pada tiap-tiap divisi yang telah ditetapkan oleh pengurus mahasiswa PKL BI. Sebelum melaksanakan tugas yang diberikan, penulis diberikan arahan mengenai apa yang harus dilakukan. Hal itu bertujuan agar adanya kesepakatan antara penulis dan pembimbing yang memberikan tugas tersebut.

Selama melakukan kerja magang di BI, penulis memiliki tugas utama yang harus dikerjakan di setiap divisi. Berikut beberapa kegiatan utama yang dilakukan oleh penulis.

1. Divisi Strategi Komunikasi :
  - a. Membuat strategi komunikasi bagi program atau kebijakan yang akan dikeluarkan oleh BI.
  - b. *Internal meeting*
2. Divisi Pengendalian dan Penyelarasan Komunikasi :
  - a. *Media monitoring*
  - b. *Media analysis*
  - c. *Internal meeting*
3. Divisi Pemberdayaan Komunitas :
  - a. Membantu dalam kegiatan kunjungan setiap hari Selasa dan Kamis
  - b. Menyortir proposal bantuan program sosial bagi Sekolah Dasar
  - c. Menyeleksi sponsor proposal bagi *event* kampus
4. Divisi Lembaga Publik

- a. Mencari biodata dari anggota partai politik yang ikut dalam pemilihan 2014
- b. Melakukan kunjungan DPR

Berikut merupakan tabel aktivitas pelaksanaan kerja magang yang telah dijalankan oleh penulis selama kerja magang di Bank Indonesia yang berlangsung pada 12 Agustus 2013 – 11 Oktober 2013.

AKTIVITAS	AGUSTUS				SEPTEMBER				OKT
	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Media monitoring&analysis	v	v	v	v	v	v	v	v	v
Strategic PR planning	v			v					
Corporate Social Responsibility					v	v	v		
Press Conference & Press Release			v		v		v		

Tabel 3.2.1 Tabel Aktivitas Pelaksanaan Kerja Magang

Berikut adalah realisasi kerja magang yang telah dilakukan penulis selama kerja magang di Bank Indonesia Jakarta.

Minggu	Divisi	Jenis Pekerjaan yang Dilakukan Mahasiswa
1	Divisi Strategi Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat strategi “Kompetisi Inovasi Cabai Olah” untuk Departemen DPAU BI</li> <li>• Mengikuti rapat dan diskusi Penetapan Dewan Gubernur (PDG) Baru</li> <li>• Mengikuti <i>media analysis</i> yang rutin</li> </ul>

		<p>dilakukan setiap hari kamis dengan seluruh pegawai Departemen Komunikasi</p>
2		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat transkrip Forum Strategis 2013</li> <li>• Menjadi panitia dalam “Acara Diskusi dan Panel Workshop Pembahasan: Good Corporate Governance Perbankan Indonesia 2013” yang diadakan oleh KNKG</li> <li>• Mengikuti <i>press conference</i> mengenai “Kebijakan Lanjutan Bank Indonesia dalam Menjaga Stabilitas Mikroekonomi” oleh Dewan Gubernur</li> <li>• Mengikuti pelatihan refreshment moneter yang diadakan BI bagi kepala cabang BI di Indonesia.</li> <li>• Mengikuti perayaan dan perlombaan 17 Agustus</li> </ul>
3	Divisi Pengendalian dan Penyelarasan Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mengikuti wawancara TVOne dengan Direktur Eksekutif DPU BI dengan tema “Pengedaran Uang Palsu”</li> <li>• <i>Media analysis</i> periode 22 Agt-29 Agt 2013</li> <li>• <i>Media monitoring</i> atas pemberitaan “Utang Luar Negeri 20-22%”</li> <li>• Membantu dalam <i>press conference</i> mengenai kebijakan BI Rate</li> </ul>
4		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Media monitoring</i> mengenai Term Deposit Valas dan Sertifikat Deposito Bank Indonesia</li> <li>• <i>Media monitoring</i> mengenai nilai tukar Rupiah, Inflasi, BI Rate, dan Pertumbuhan Ekonomi</li> </ul>

		<ul style="list-style-type: none"> <li>• Membuat materi <i>slide power point</i> Strategi Departemen Komunikasi</li> <li>• Membuat strategi Komunikasi Masyarakat Ekonomi Asean</li> </ul>
5	Divisi Program Sosial Bank Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Media monitoring</i></li> <li>• Mengikuti kegiatan kunjungan BI</li> <li>• Mengikuti kegiatan “BI Bareng Media”</li> </ul>
6	Indonesia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Media monitoring</i></li> <li>• Merancang materi <i>power point presentasi</i> Strategi Kompetisi Cabai</li> <li>• Menyeleksi sponsor untuk <i>event</i> kampus</li> <li>• Mengikuti kegiatan kunjungan BI</li> </ul>
7	Divisi Lembaga Publik	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Media monitoring</i></li> <li>• Membuat list perencanaan sosialisasi LTV di media</li> <li>• Menyortir proposal bantuan program sosial bagi Sekolah Dasar</li> <li>• Mengikuti kegiatan “BI Bareng Media”</li> </ul>
8		<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Media monitoring</i></li> <li>• Mencari biodata peserta pesta partai 2014</li> </ul>

Tabel 3.2.2 Realisasi Kerja Magang

### 3.3 PEMBAHASAN

#### 3.3.1 URAIAN PELAKSANAAN KERJA MAGANG

##### a. *Media Monitoring* dan *Analysis*

*Media monitoring* merupakan salah satu agenda penting dan rutin yang dilakukan setiap hari. *Media monitoring* dilakukan untuk melihat pemberitaan apa yang sedang menjadi isu utama yang sedang ramai dibicarakan oleh masyarakat terkait dengan perekonomian di Indonesia dan Bank Indonesia. *Media*

*monitoring* dalam Departemen Komunikasi di BI dijalankan oleh Divisi Pengendalian dan Penyelarasan Komunikasi.

Dengan dibimbing oleh Rizky Utama, penulis diminta untuk melakukan *monitoring* terhadap pemberitaan diseluruh media massa Indonesia, baik media cetak maupun *online* sebagai contoh *kompas*, *kontan*, *Indonesia Finance Today*, *Bisnis Indonesia*, *Investor Daily* dan media *online* seperti *detik.com*, *vivanews*, *kompas.com*, dsb.

Dalam melakukan *media monitoring*, penulis diberi akses untuk membuka website monitoring internal BI, yaitu <http://www.bi.binokular.net>. Website ini dibentuk sebagai wadah untuk mengumpulkan pemberitaan yang berkaitan dengan Bank Indonesia, dan isu-isu perekonomian di Indonesia. Penulis biasanya diberikan topik-topik yang harus dimonitor dan dianalisis *tone* pemberitaannya, apakah pemberitaan itu mengarah ke arah negatif, positif, ataupun netral dari kutipan opini seorang pengamat di media massa.

Hasil dari *media monitoring* ini kemudian dikompilasi dan dijadikan bahan untuk analisis media yang dilakukan setiap hari Kamis. *Weekly meeting* ini menjadi masukan bagi BI sekaligus membahas mengenai isu-isu apa yang perlu dan penting untuk ditanggapi oleh BI atas pemberitaan media selama seminggu.

Seluruh pegawai di Departemen Komunikasi diperbolehkan untuk mengikuti *weekly meeting* tetapi diwajibkan bagi Grup Perencanaan Komunikasi. *Weekly meeting* di Departemen Komunikasi BI biasanya disebut “ngoran”. Kegiatan *ngoran* biasanya dibawakan oleh Rizky Utama selaku Assistant untuk menjelaskan presentasi mengenai pemberitaan di media selama seminggu. Setelah itu, seluruh peserta rapat akan mendiskusikan apa yang perlu ditanggapi atas pemberitaan yang dimuat di media. Penulis sendiri biasanya dilibatkan dalam kegiatan

ngoran tersebut dan diperbolehkan jika ingin menyatakan pendapat pribadi penulis.

b. *Strategic PR planning*

*Strategic PR planning* merupakan proses mendefinisikan perencanaan-perencanaan perusahaan, atau arahan, atau pembuatan keputusan untuk mengalokasikan semua sumber-sumber yang mendorong keberhasilan suatu program. Menurut Frank Jefkins, perencanaan ini merupakan proses berkesinambungan dan selalu memerlukan peninjauan agar tindakan yang diambil sesuai dengan aturan yang telah ditetapkan.

Tujuan dari *public relations* adalah membangun pemahaman publik, membangun hubungan timbal balik antara organisasi dengan publik, serta memelihara citra organisasi (Iriantara, 2005:45). Menurut Patricia T. Whallen, terdapat 7 tahapan strategi dalam penyusunan sebuah strategi PR, dimulai dari *situation analysis, objective, strategy, target, messages, tactics, evaluation* (2006:57).

Pada saat ditempatkan di Divisi Strategi Komunikasi, penulis ditugaskan untuk membuat perencanaan strategi komunikasi dari kegiatan kompetisi cabai olahan yang akan dilakukan oleh BI dengan target pedagang UKM. Penulis diberi proposal yang telah dibuat oleh Departemen Pengembangan dan UMKM (DPAU) yang berisi latar belakang, susunan kegiatan kompetisi, target, dan anggaran dari kompetisi tersebut. Dari proposal tersebut, penulis diminta untuk membuat perencanaan komunikasi yang tepat. Penulis menggunakan *7 steps strategic PR planning* menurut Patricia T. Whallen karena dirasa sesuai dengan perencanaan strategi komunikasi kompetisi cabai olahan.

Setelah menyelesaikan perencanaan strategi komunikasi tersebut, penulis menyerahkannya pada Ibu Rishanty selaku



pembimbing pada saat penulis berada di Divisi Strategi Komunikasi. Pembimbing kemudian memberikan masukan dan saran apa yang perlu ditambahkan dalam penyusunan perencanaan strategi komunikasi kompetisi tersebut. Hingga periode kerja magang penulis selesai, perencanaan kompetisi cabai olahan tersebut masih diproses oleh Tim Relasi Media Cetak dan Tim Strategi Komunikasi.

c. *Corporate Social Responsibility*

Definisi CSR menurut Philip Kotler,

*Corporate Social Responsibility is a commitment to improve community well-being through discretionary business practices and contribution of corporate resources* (Kotler, 2005:3).

Berdasarkan pada definisi ini, CSR berarti sebuah komitmen untuk meningkatkan kesejahteraan sebuah komunitas melalui praktik bisnis dan kontribusi sumber daya yang dimiliki perusahaan. Saat ini CSR menjadi satu agenda yang wajib dilakukan oleh sebuah perusahaan sebagai kepedulian perusahaan terhadap lingkungan disekitarnya dan sekaligus bentuk pembangunan berkelanjutan.

Kegiatan CSR di BI dilakukan oleh Divisi Pemberdayaan Komunitas. CSR BI memiliki beberapa agenda yang rutin dilakukan sebagai bentuk kepedulian kepada masyarakat, antara lain kunjungan bagi siswa dari sekolah menengah atas dan mahasiswa dari universitas yang ada di Indonesia setiap hari Selasa dan Kamis. Kegiatan yang dilakukan ketika kunjungan adalah seminar. Penulis biasanya diajak untuk ikut dalam kegiatan kunjungan dan ditugaskan sebagai pembuka seminar dan *operator* yang membantu *speaker* saat melakukan presentasi.

Selain kegiatan kunjungan, CSR yang juga dilakukan BI adalah memberikan bantuan bagi sekolah-sekolah di daerah pedesaan, beasiswa bagi siswa maupun mahasiswa, dan menjadi sponsor pada kegiatan yang bersifat sosial atau di bidang

pendidikan. Penulis ditugaskan untuk menyeleksi sekolah mana yang layak diberikan bantuan berdasarkan pada persyaratan dan ketentuan yang telah diatur oleh BI. Penulis menyeleksi dengan cara memeriksa *background* dari lembaga tersebut, kemudian membandingkan jumlah permintaan dana dengan kerusakan bangunan yang dialami oleh sekolah tersebut. Penulis juga dapat menghubungi pihak yang mengajukan proposal jika terdapat informasi yang masih dibutuhkan dalam pengajuan program bantuan sosial BI.

d. *Press Conference* dan *press release*

*Press conference* menjadi salah satu sarana bagi BI dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Konferensi pers adalah suatu kegiatan mengundang wartawan untuk berdialog dengan materi yang telah disiapkan secara matang oleh pemimpin rapat, sedangkan sasaran pertemuan itu diharapkan dapat dimuat media massa dari wartawan yang diundang (Soemirat & Ardianto, 2002:135). Tujuan utama *press conference* adalah mewujudkan keinginan pemrakarsa untuk menyampaikan informasi yang dianggapnya penting disampaikan kepada publik lewat wartawan.

*Press conference* di BI biasanya dilakukan oleh juru bicara BI atau Gubernur Bank Indonesia (GBI). Biasanya, setelah *press conference* dijelaskan oleh Juru Bicara BI, wartawan dipersilahkan untuk bertanya kepada Juru Bicara. Tetapi jika *press conference* yang dibawakan oleh GBI, maka wartawan tidak diberikan ruang waktu untuk bertanya.

Setelah *press conference* selesai, *penulis* biasanya diminta untuk membagikan *press release* kepada seluruh wartawan yang hadir. *Press Release* atau siaran pers menurut Soemirat dan Ardianto (2004:141) adalah informasi dalam bentuk berita yang dibuat oleh *Public Relations* (PR) suatu organisasi/perusahaan

yang disampaikan kepada pengelola pers/redaksi media massa (tv, radio, media cetak, media online) untuk dipublikasikan dalam media massa tersebut.

Di Bank Indonesia, *press release* disusun terlebih dahulu oleh Analis/Manager Tim Relasi Media Cetak, lalu diberikan kepada Deputi Direktur untuk ditinjau apakah sudah layak untuk diberikan kepada media atau belum. Jika seluruh isi siaran pers dirasa sudah sesuai, maka akan diserahkan kepada Direktur Eksekutif Departemen Komunikasi untuk ditandatangani. Setelah itu, barulah *press release* tersebut siap untuk diberikan kepada wartawan.

Selama dua bulan melakukan kerja magang di BI, penulis merasakan banyak pengalaman menyaksikan secara langsung *press conference*. *Press conference* yang pernah diikuti oleh penulis selama magang di BI antara lain mengenai kebijakan kenaikan BI Rate, langkah-langkah lanjutan penguatan Bauran Kebijakan Bank Indonesia untuk Pengendalian Inflasi, Stabilisasi Nilai Tukar Rupiah, dan Penurunan Defisit Transaksi, Kebijakan Lanjutan Bank Indonesia dalam Menjaga Stabilitas Makroekonomi, Penyempurnaan peraturan Loan to Value (LTV), dan kebijakan mikroekonomi.

### 3.3.2 KENDALA YANG DITEMUKAN

Selama proses kerja magang berlangsung, penulis tidak menemukan kendala yang terlampau sulit untuk diselesaikan. Kendala yang terkadang dihadapi adalah kurangnya penjelasan atas suatu pekerjaan yang diberikan oleh pembimbing. Hal ini mempengaruhi penulis dalam menyelesaikan tugas.

Pembimbing biasanya menjelaskan secara singkat dan cepat apa yang harus dikerjakan. Sebagai contoh saat penulis diminta untuk membuat perencanaan strategi edukasi bagi masyarakat Indonesia untuk menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean 2015. Penulis tidak

diberikan *brief* yang terperinci mengenai target, peran BI, dan pesan apa yang ingin disampaikan oleh BI. Hal ini menyebabkan penulis salah mempersepsikan maksud pembimbing, sehingga hasil pekerjaan yang telah dikerjakan oleh penulis berbeda dengan hasil yang diharapkan.

### 3.3.3 SOLUSI ATAS KENDALA YANG DITEMUKAN

Kendala yang dihadapi adalah kurangnya penjelasan atas tugas yang diberikan oleh pembimbing. Solusi atas kendala tersebut adalah meminta penjelasan dan pengarahan yang lebih terperinci kepada pembimbing agar tugas yang diberikan dapat diselesaikan penulis dengan baik dan tepat waktu. Di samping itu, penulis juga biasanya meminta contoh dari pekerjaan yang telah dibuat sebelumnya agar menjadi bahan masukan dan informasi yang dapat menambah pemahaman penulis dalam menyelesaikan pekerjaan.

UMMN