

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

PT.BPR Magga Jaya Utama merupakan Bank Perekonomian Rakyat (BPR) yang biasa dikenal sebagai Bank Maju. Sebagai tempat pelaksanaan kerja magang, pemilihan perusahaan di PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju) yang merupakan sebuah perbankan didasari oleh keunggulannya dalam mengembangkan komunikasi digital serta membangun hubungan dengan mitra bisnisnya dalam melaksanakan sebuah kampanye yang mereka lakukan. Kegiatan kampanye yang dilakukan oleh Bank Maju seperti mengadakan sosialisasi kepada mitra bisnis yaitu kepada sekolah-sekolah dan juga vihara. Kegiatan-kegiatan kampanye yang dilakukan bertujuan untuk membangun hubungan yang baik serta membangun citra yang positif dalam mengelola reputasi.

Pada divisi *Promotion & Publication* di Bank Maju, tugas dari divisi ini merupakan bagian yang meliputi dan mempublikasikan kepada nasabah maupun calon nasabah secara transparan kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan. Divisi ini bertanggung jawab dalam mengelola komunikasi, baik dari media komunikasi, pengemasan pesan, dan bagaimana dari pesan tersebut dapat mencerminkan nilai-nilai perusahaan, sehingga dapat membentuk citra dan reputasi yang baik di masyarakat. Bentuk komunikasi yang dibuat oleh divisi ini juga bisa secara visual, dimana pada divisi ini banyak sekali membuat *marketing tools* untuk aktivitas perusahaan.

Dalam sebuah pekerjaan PR, dibutuhkan juga kemahiran dalam berkomunikasi di depan publik. Seperti mata kuliah yang telah diambil oleh penulis yaitu *Public Speaking* dimana pada mata kuliah ini mempelajari cara berkomunikasi serta etika dalam berkomunikasi dengan baik dan benar dalam menyampaikan sebuah pesan. Kaitannya dengan divisi *Promotion & Publication*, pada divisi ini juga menekankan pada pembuatan konten, seperti perancangan konsep dan naskah pada sebuah konten sehingga pesan dapat tersampaikan dengan jelas.

Melalui laman resmi dari Otoritas Jasa Keuangan (OJK) nama BPR telah mengalami perubahan dalam dua tahun terakhir. Nama Bank Perkreditan Rakyat yang biasa dikenal oleh masyarakat telah berubah nama menjadi Bank Perekonomian rakyat terkait dengan terbitnya Undang-Undang Nomor 4 Tahun 2023 tentang Pengembangan dan Penguatan Sektor

Keuangan (UU P2SK).

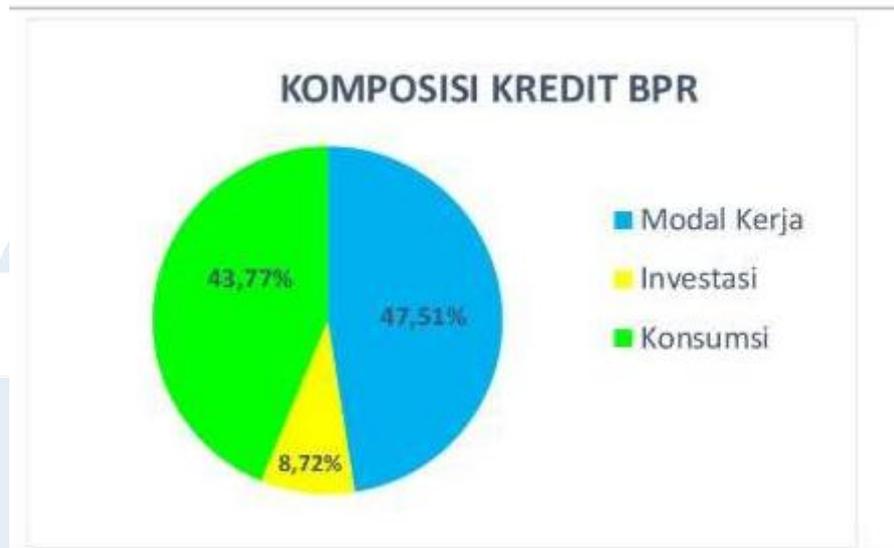
Mengutip dari website [universalbpr.co.id](http://universalbpr.co.id) BPR (Bank Perekonomian Rakyat) berperan sebagai pemberi kredit kepada masyarakat dan juga tujuan utama mereka sebagai pengembangan ekonomi bagi masyarakat (Zahra, 2024). BPR beroperasi sama seperti bank pada umumnya, secara konvensional atau syariah tergantung dengan kebutuhan dari nasabah. Kegiatan yang dilakukan oleh BPR antara lain; menghimpun dana, memberikan kredit, dan jasa keuangan lainnya. Kegiatan tersebut berupaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat lokal secara personal. Kegiatan yang dilakukan BPR berbeda dengan yang dilakukan oleh bank umum, perbedaan ini terdapat pada kegiatan BPR yang tidak melayani jasa dalam lalu lintas pembayaran, oleh sebab itu, jangkauan lingkup dari BPR tidak seluas bank umum.



**Gambar 1.1 Nilai kegiatan usaha Bank Perekonomian Rakyat**

**Sumber:** Otoritas Jasa Keuangan (2025)

Pengolahan data BPR yang diolah oleh Statistik Perbankan Indonesia menunjukkan bahwa ada perkembangan yang dialami bank perekonomian rakyat (BPR). Perkembangan kredit pada bank perekonomian rakyat (BPR) meningkat pada periode tahun 2024/25 dengan nilai kegiatan usaha BPR mencapai Rp149.170 triliun pada Januari 2025. Melalui nilai tersebut, nominal yang tercatat memungkinkan untuk BPR terus beroperasi dalam meminjamkan dana, menghimpun dana, dan memberikan kredit.



**Gambar 1.2 Kredit Bank Perekonomian Rakyat**

Sumber : Otoritas Jasa Keuangan (2025)

Dengan nominal dari usaha BPR yang mencapai Rp149.170 triliun, komposisi kredit BPR dibagi menjadi tiga sektor utama dalam penyaluran dana yang dipinjamkan kepada masyarakat beserta dengan jenis penggunaannya. Berdasarkan gambar diatas, dari Rp149.170 triliun terdapat 43.77% pada bagian konsumsi, 47,51% sebagai modal kerja, dan 8.72% ada dalam dana investasi.

Untuk dapat bertahan dan menjaga eksistensi dari para pesaing, dunia perbankan juga menerapkan komunikasi yang strategis dan efektif, tidak hanya menyediakan pelayanan yang optimal. Dalam hal tersebut peran *Public Relations* (PR) menjadi krusial dalam sebuah perusahaan. Hal tersebut dikutip dalam buku *Principles of Marketing* (Kotler et al., 2018) bahwa kegiatan *public relations* (PR) membangun hubungan baik dengan masyarakat. PR juga didefinisikan sebagai peran yang mengatur secara strategis dalam menerapkan komunikasi yang efektif agar hubungan antara publik dengan perusahaan tetap harmonis serta dapat mempertahankan suatu organisasi dengan sebuah organisasi lainnya, baik dalam lokal maupun global (Sriramesh & Verčič, 2020). Berdasarkan definisi PR diatas dapat disimpulkan bahwa pengelolaan komunikasi yang strategis dilakukan oleh PR dalam sebuah organisasi atau perusahaan dapat membangun ataupun mempertahankan hubungan yang harmonis dengan publik.

Era digital di zaman modern seperti saat ini, komunikasi digital sangat penting dalam membangun citra dan reputasi sebuah perusahaan. Wahidin Saputra (2011) menekankan pada

konsep peran *Public Relations* dalam ranah komunikasi digital. Seorang PR dapat memanfaatkan media digital sebagai tempat mencari sumber, berinteraksi secara interaktif, cepat, dan global.

Cowen (2017) mengatakan bahwa salah satu tantangan terbesar dalam komunikasi internal adalah menyampaikan nilai-nilai organisasi yang dikembangkan oleh HR (*Human Resource*) dalam suatu organisasi. Mengingat bahwa peran PR dalam suatu organisasi merupakan peran penting untuk membangun nilai perusahaan. Komunikasi terbaik adalah ketika di dalam perusahaan memiliki perilaku yang baik dari pemimpin turun sampai ke pegawai. Ketika perilaku baik dari seseorang dapat terlihat saat terinspirasi dengan sesuatu, maka inspirasi tersebut bisa menjadi sumber ide yang cemerlang. Namun, ketika seorang pemimpin berperilaku buruk, maka sebuah perusahaan akan mencerminkan perilaku yang buruk juga.

Dengan melakukan magang sebagai *Public Relations (PR)* di PT BPR Magga Jaya Utama, penulis berharap dapat memperoleh pengalaman dalam industri perbankan bagaimana penyampaian informasi dalam sebuah kampanye dapat tersampaikan dengan jelas kepada audience. Selain itu juga memahami dan melewati tantangan dalam mengembangkan kemampuan yang relevan dalam bidang komunikasi.

## 1.2 Tujuan Kerja Magang

Program magang (*internship*) merupakan kegiatan wajib bagi mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara sebagai sarana dalam mendapatkan ilmu, pengalaman, dan pengenalan akan dunia kerja. Selain itu, kegiatan magang berguna dalam mengembangkan keterampilan mahasiswa dalam mengaplikasikan pengetahuan dan wawasan yang telah dipelajari selama masa perkuliahan. Adapun tujuan kerja magang untuk mengasah *hard skill*, *soft skill*, dan pengalaman yang didapat sebagai berikut:

1. Mengasah *hard skill* berupa *presentation making*, *presentation skills*, *internal campaign strategy*, dan *pembuatan konten*. Mengasah *soft skill* untuk bekerja sama dan berkomunikasi dengan baik dengan tim
2. Mendapatkan pengalaman dan wawasan di dunia kerja khususnya industri perbankan.
3. Menerapkan konsep yang telah dipelajari selama perkuliahan ke dalam praktik kerja magang.

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

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Pelaksanaan Magang Track 1 di PT. BPR Magga Jaya Utama berlangsung selama 5 bulan dimulai pada 10 Februari 2025 hingga 11 Juli 2025, dengan jam kerja yang ditetapkan 8.00 WIB hingga 17.00 WIB dari Senin s/d Jumat ditempatkan di kantor pusat Bank Maju, yang beralamat di Bank Maju (PT. BPR Magga Jaya Utama) Ruko Kota Ayodhya, Blok G No 20-21 Kelapa Indah – Kota Tangerang.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **A. Proses Administrasi Kampus (UMN)**

1. Mengikuti seminar sosialisasi magang yang diselenggarakan oleh Universitas Multimedia Nusantara bagi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi.
2. Melakukan pengisian KRS *Internship* pada *website* my.umn.ac.id dengan syarat telah memenuhi 110 sks serta tidak memiliki mata kuliah mengulang dan tidak memiliki nilai D & E.
3. Mengisi form KM-01 yada form yang telah disiapkan perihal tempat melaksanakan magang kemudian mendapatkan form KM-02 dari kepala program studi ilmu komunikasi.
4. Mendapatkan surat persetujuan KM-01 dari kepala program studi untuk melaksanakan aktivitas magang di PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju).
5. Mengirim surat persetujuan (KM-02) kepada PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju) serta mendapatkan surat penerimaan magang dari PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju)
6. Melakukan pengisian daily task selama pelaksanaan kerja magang dan waktu bimbingan.

#### **B. Proses Administrasi Tempat Magang PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju)**

1. Mengisi formulir registrasi magang PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju) berupa CV, data diri, kontak, dan pertanyaan singkat.
2. Penulis mendapatkan informasi dari perusahaan untuk memulai aktivitas magang pada tanggal 10 Februari 2025.
3. Aktivitas magang dimulai pada tanggal 10 Februari 2025 selain itu mendapatkan surat penerimaan magang dari PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju) untuk diajukan ke *website* merdeka.umn.ac.id.
4. Memberikan surat KM-02 (Surat persetujuan magang dari UMN) kepada PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju).

#### **C. Proses Praktik Kerja Magang**

1. Posisi peserta magang ditempatkan sebagai posisi *public relations intern* di PT. BPR Magga Jaya Utama (Bank Maju).
2. Pengawasan dan kebutuhan informasi, didampingi langsung oleh *Social Media Management* Sinddy Cloudia selaku *supervisor*.
3. Praktik kerja magang mendapatkan bimbingan secara langsung oleh supervisor serta tim divisi terkait.

#### **D. Proses Pembuatan Praktik Kerja Magang**

1. Penyusunan laporan praktik kerja magang dibimbing oleh Dosen Pembimbing, Angga Ariestya melalui pertemuan *online* Google Meet.
2. Setelah selesai, laporan magang diserahkan dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Laporan praktik kerja magang yang telah disetujui diajukan untuk selanjutnya melalui proses sidang.

