

## PENDAHULUAN

### Latar Belakang

Hakikatnya manusia sebagai makhluk sosial selalu melakukan interaksi dan komunikasi untuk mencapai kebutuhan dan tujuan yang diharapkan. Komunikasi memiliki pengertian sebagai suatu proses pertukaran pesan antara individu ke individu lain melalui tatap muka maupun bermedia baik dengan simbol-simbol, sinyal-sinyal, maupun tindakan. Komunikasi tidak hanya dilakukan oleh individu dengan individu, tetapi juga bisa dilakukan individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok maupun organisasi yang berhubungan dengan publiknya, termasuk komunikasi yang dijadikan *tools* oleh *public relations* dalam menjalankan peran dan fungsinya.

Kehadiran divisi *public relations* merupakan hal yang sangat penting pada tiap perusahaan, karena baik buruknya *image* suatu instansi atau lembaga sangat tergantung dari apa yang dilakukan *public relations*, juga tergantung dari sejauh mana *public relations* perusahaan mampu menjembatani kepentingan perusahaan dengan publiknya, begitu juga sebaliknya. Kehadiran divisi atau departemen tersebut mengindikasikan perusahaan mempunyai kepedulian dan tanggung jawab terhadap *stakeholders*-nya. *Public Relations* adalah salah satu bagian dari empat kegiatan promosi, tiga diantaranya adalah periklanan, promosi penjualan, dan penjualan perseorangan. Kata *relations* menunjukkan peran *public relations* yang utama yaitu membangun hubungan baik dengan publik. Publik yang dimaksud bisa merupakan institusi eksekutif, yudikatif, legislatif, edukatif, media cetak dan elektronik, tokoh dan lembaga masyarakat serta tentu saja masyarakat umum (Pariani dan Aryanto, 2009:xiv). *Public relations* berperan penting dalam berhubungan baik dengan publik, aktivitas yang dijalankan juga berbeda-beda pada setiap perusahaan. Menurut Ruslan (2018:1), aktivitas *public relations* merupakan aktivitas yang menyelenggarakan komunikasi timbal balik antara perusahaan atau suatu lembaga dengan pihak publik yang bertujuan untuk menciptakan saling pengertian dan dukungan bagi tercapainya suatu tujuan tertentu, kebijakan, kegiatan produksi barang atau pelayanan, jasa, dan sebagainya, demi kemajuan perusahaan atau citra positif bagi lembaga bersangkutan.

Peranan yang paling sering dilakukan *public relations* sangat tergantung dari beberapa hal, antara lain sistem budaya perusahaan, tersedianya sumber daya manusia yang berkualitas, struktur perusahaan yang menentukan kebijakan *public relations*, serta ciri *public relations* suatu perusahaan. Lingkup pekerjaan *public relations* erat dengan penyelenggaraan acara, karena acara-acara yang diikuti atau diselenggarakan oleh perusahaan merupakan salah satu cara untuk menjalin hubungan dengan masyarakat luas. Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa *public relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik ke dalam suatu perusahaan maupun ke luar perusahaan, atau antara suatu perusahaan dengan khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan yang berdasarkan pengertian satu sama lain.

Menjalankan peran *public relations* agar dapat membangun hubungan yang baik dengan publik dan agar publik dapat berkecukupan dalam menerima informasi mengenai perusahaan maka perlunya dilakukan kegiatan penyebaran informasi

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPI.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

yang juga dinamakan publikasi. Kata publikasi berarti tindakan penerbitan, berarti setiap tulisan, buku majalah, jurnal ilmiah, surat kabar yang diterbitkan dalam eksemplar atau setiap situs *web* (Liliweri, 2011:459). Publikasi merupakan aktivitas untuk menyebarkan sesuatu hal yang berkaitan dengan perusahaan. Kegiatan publikasi saat ini telah dipermudah dengan adanya kecanggihan teknologi internet yang menjadi kegiatan penting dari perusahaan, seperti menurut Philip dan Herbert M. Baus dalam Ruslan (2018:60) menyebutkan bahwa publikasi (*publication*) merupakan peran *public relations* dalam menceritakan atau menyampaikan sebanyak mungkin pesan atau informasi mengenai kegiatan perusahaan kepada masyarakat luas, dengan kata lain publikasi merupakan kegiatan terpenting dan menjadi ujung tombak dari kegiatan *public relations*. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa kegiatan publikasi yang dilakukan yaitu menyebarkan informasi kepada publik yang merupakan salah satu peran atau bagian pekerjaan yang dilakukan oleh *public relations* pada setiap perusahaan.

Bank Indonesia (BI) Institute melaksanakan kegiatan publikasi yang merupakan salah satu peran dari *public relations* yang dimilikinya. BI Institute merupakan departemen termuda Bank Indonesia yang didirikan pada bulan Juni 2016. BI Institute memiliki peran sebagai aktor utama yang mengembangkan dan menciptakan pemimpin ekonomi bangsa yang berkualitas melalui pembelajaran dan infrastruktur terbaik. Untuk membantu peran tersebut, BI Institute memiliki Divisi Perpustakaan dan *Public Exposure* yang berperan untuk menunjang sumber bahan pustaka dan menjalankan fungsi *public exposure*. Menurut Merriam-Webster Dictionary, *exposure* ialah tindakan atau logoh mengekspos, fakta atau kondisi terpapar. Pengertian dari mengekspos berarti menunjukkan dan menyebarkan mengenai sesuatu hal kepada publik. Dapat disimpulkan bahwa pengertian *public exposure* ialah menyebarkan sesuatu hal kepada publik. Secara fungsi dan definisi yang dimiliki *public exposure* dalam divisi ini sama seperti salah satu peran yang dimiliki oleh *public relations*.

Divisi Perpustakaan dan *Public Exposure* memiliki subdivisi yang bernama Tim *Public Exposure* untuk menyelenggarakan dan mempersiapkan segala kebutuhan setiap acara, karena peran dari *public exposure* sangat dibutuhkan untuk setiap *event* yang akan diadakan. Pada setiap perusahaan tentunya menjalankan peran *public relations* yang sangat penting untuk menjalankan fungsi publikasi suatu acara. Tidak ada satupun perusahaan yang tidak melakukan kegiatan publikasi, karena dari publikasi yang telah dilakukan akan menghasilkan informasi dan menciptakan suatu pandangan kepada masyarakat terhadap perusahaan dari setiap kegiatan yang telah dilaksanakan.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis akan menjelaskan peran Divisi Perpustakaan dan *Public Exposure* khususnya Tim *Public Exposure* yang menjalankan fungsi *public relations* dalam publikasi Acara APKASI Otonomi EXPO 2019. APKASI Otonomi Expo 2019 adalah acara pertemuan antar pemerintah daerah atau kabupaten seluruh Indonesia yang dilaksanakan di Jakarta Convention Center pada tanggal dari tanggal 3-5 Juli 2019. Beberapa peran Tim *Public Exposure* dalam praacara, acara dan pascaacara APKASI Otonomi Expo 2019 yaitu, membuat rancangan desain untuk keperluan acara, melakukan peliputan acara, mengunggah artikel terkait acara ke *website* internal dan mengunggah dokumentasi kegiatan ke media sosial *Instagram* BI Institute. Maka dari itu, sangat penting dilakukannya publikasi dari acara ini agar para pegawai Bank Indonesia

#### Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPI.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPI.

dan BI Institute maupun masyarakat yang menjadi *stakeholders*-nya mengetahui tentang keterlibatan BI Institute dalam Acara APKASI Otonomi Expo 2019.

## Rumusan Masalah

Dalam suatu pembahasan Laporan Akhir yang dilakukan tentu karena adanya permasalahan. Permasalahan tersebut haruslah diteliti dan dirumuskan. Berdasarkan uraian pada latar belakang, maka terdapat rumusan masalah yang akan dibahas pada Laporan Akhir adalah sebagai berikut:

- 1. Bagaimana kegiatan Divisi Perpustakaan dan *Public Exposure* dalam praacara, acara dan pascaacara dalam publikasi Acara APKASI Otonomi Expo 2019?
- 2. Bagaimana hambatan dan solusi Divisi Perpustakaan dan *Public Exposure* dalam praacara, acara dan pascaacara dalam publikasi Acara APKASI Otonomi Expo 2019?

## Tujuan

Berdasarkan permasalahan yang telah disusun, maka terdapat beberapa tujuan yang ingin dicapai, tentunya untuk menjawab setiap permasalahan yang ada. Dapat disimpulkan tujuan dari laporan akhir ini diantaranya:

- 1. Menjelaskan kegiatan Divisi Perpustakaan dan *Public Exposure* dalam praacara, acara dan pascaacara dalam publikasi Acara APKASI Otonomi Expo 2019
- 2. Menjelaskan hambatan dan solusi Divisi Perpustakaan dan *Public Exposure* dalam praacara, acara dan pascaacara dalam publikasi Acara APKASI Otonomi Expo 2019

## METODE

### Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data Laporan Akhir dilakukan di Bank Indonesia Insitute, beralamat di Jalan M.H. Thamrin No.2 Tanah Abang, RT 2/RW 3, Gambir, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibu Kota Jakarta 10110. Pengumpulan data Laporan Akhir dilakukan selama dua bulan terhitung sejak 17 Juni 2019 sampai dengan 9 Agustus 2019. Pengumpulan data untuk Laporan Akhir dilaksanakan setiap hari Senin sampai Jum'at dengan jam kerja mulai dari pukul 08.00 WIB hingga pukul 16.30 WIB. Kegiatan yang diikuti ialah mendesain poster acara, mendokumentasikan acara, dan membuat artikel pasca berlangsungnya acara. Kegiatan yang terbilang beragam pada saat praktik kerja lapangan di Bank Indonesia Institute sangat membantu membuat informasi untuk Laporan Akhir ini semakin lengkap.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB.

