

BAB II

DESKRIPSI INSTITUSI/KLIEN DAN PROGRAM KOMUNIKASI

2.1 Gambaran Umum

Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah merupakan bank pertama yang dibentuk dengan mengatur keuangan daerah serta mendukung pengembangan ekonomi lokal khususnya di daerah Jawa Tengah. Pemerintah Provinsi Jawa Tengah bersama-sama membangun dan mengendalikan citra Bank Pembangunan Daerah Jawa Tengah ini yang kemudian berubah menjadi Bank Jateng. Bank Jateng sendiri memiliki beberapa kantor cabang baik di kota maupun kabupaten di seluruh Provinsi Jawa Tengah, Jakarta, dan Yogyakarta. Di Semarang, Bank Jateng memiliki 2 kantor utama yaitu Bank Jateng Pusat dan Bank Jateng Cabang Semarang.



Gambar 2. 1 Gedung Bank Jateng

Bank Jateng bergerak sebagai bank di bawah naungan Pemerintah Daerah Jawa Tengah yang memiliki visi “Bank Terpercaya, menjadi kebanggaan masyarakat”. Disamping itu, terdapat misi yang menyebutkan “Meningkatkan pelayanan prima yang didukung oleh kehandalan Sumber Daya Manusia dengan teknologi modern serta jaringan yang luas, membangun budaya perusahaan dan mempertahankan Bank yang sehat, mendukung pertumbuhan ekonomi regional dengan mengutamakan kegiatan retail banking, meningkatkan kontribusi, dan komitmen pemilik guna memperkokoh Bank”. Visi misi inilah yang menjadi patokan Bank Jateng untuk terus melakukan pelayanan terbaik kepada masyarakat guna meningkatkan kualitas yang dapat menentukan keberhasilan bisnis perbankan.

Layaknya bank pada umumnya, Bank Jateng juga memberikan pelayanan terkait keuangan seperti simpan pinjam, penarikan uang, pembukaan rekening, dan program layanan masyarakat. Perusahaan didirikan dalam sebuah lingkungan sosial, maka dari itu perusahaan tidak hanya dapat dilihat dalam hal keuntungannya saja tetapi juga dalam tindakan dan kepedulian sosialnya (Magdalena, 2021). Lewat program *Corporate Social Responsibility*, Bank Jateng mengintegrasikan kepedulian sosialnya dalam kegiatan operasi bisnis perusahaan dimana mereka terlibat dalam interaksi dan kegiatan dengan para mitra binaan CSR.

Bank Jateng juga meraih penghargaan Pelaksana CSR Terbaik Kategori BUMD tahun 2025 dari Pemerintah Provinsi Jawa Tengah. Penghargaan ini seakan mendeskripsikan bahwa Bank Jateng bukan hanya berorientasi pada profit, melainkan juga berfokus pada dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan sekitar. Program CSR ini dapat mendukung program-program pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah daerah dalam rangka peningkatan kualitas hidup masyarakat Indonesia yang lebih baik. Konsep CSR melibatkan tanggung jawab kemitraan antara pemerintah, perusahaan, serta komunitas masyarakat yang menjunjung sifat aktif dan dinamis (Omar Saddam Bhamakerti & Ahmad Saifudin Mutaqi, 2023)



Gambar 2. 2 Bank Jateng Menerima Penghargaan

Bank Jateng telah memenuhi kewajiban sebagai perusahaan perbankan yang memberikan *funding* kepada mitra penerima manfaat yang mengajukan program CSR ke pemerintah yang kemudian diarahkan ke Bank Jateng. Masyarakat menjadi pihak yang paling berpengaruh untuk dijadikan sebagai tolok ukur kesuksesan

program. *Corporate Social Responsibility* memiliki konsep pada pengembangan masyarakat yang dapat diartikan bahwa adanya kegiatan pemberdayaan di dalam program CSR. Namun, dalam pelaksanaannya, kurangnya keterlibatan dalam kegiatan program CSR dan lebih berfokus pada pendanaan. Sedangkan, partisipasi masyarakat sangat diperlukan dalam pelaksanaan program CSR Bank Jateng. Masyarakat hanya diberikan ikan, tapi bukan pancing dan hanya diberi uang, bukan keterampilan atau *skill* (Saleh & Sihite, 2020). Berdasarkan hasil survei, Bank Jateng lebih banyak berkontribusi pada pemberian bantuan alat atau mesin produksi sebanyak 38,9% atau 14 responden dari jumlah responden sebanyak 36. Pada hasil survei yang lain juga menunjukkan bahwa tantangan terbesar yang dihadapi mitra penerima manfaat dari program CSR Bank Jateng adalah kurangnya keterampilan atau pengetahuan dalam pengelolaan program sebanyak 41,7% atau 15 responden. Hasil ini menunjukkan kurangnya keterlibatan aktif dalam program CSR Bank Jateng kepada mitra penerima manfaat.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, dibentuk rancangan program komunikasi strategis yang dalam penyusunannya akan dilakukan evaluasi pada program CSR Bank Jateng sebelumnya. Adapun beberapa program yang sudah dilakukan Bank Jateng dalam menjalankan program CSRnya seperti Urban Farming SMPN 39 Semarang, yang terletak di Ngaliyan. Dalam kegiatan ini, Bank Jateng memberikan dukungan berupa green house, rumah bibit, dan rumah kompos. Adapun program lainnya seperti Budidaya melon dan lele KWT Mekar Makmur, Pembuatan pertanian hortikultural BUPM Kultura, dan lainnya. Namun, beberapa program yang sudah terlaksana sebelumnya, belum terdapat pendampingan khusus seperti pelatihan dan pendampingan langsung. Setelah dilakukannya diskusi lanjutan, menghasilkan sebuah Kampanye *Public Relations* bernama “Langkah Lestari” .

Ruang Karya diciptakan sebagai bentuk pelatihan serta pendampingan kepada mitra penerima manfaat dari program CSR Bank Jateng. Kegiatan ini mendukung pengembangan keterampilan serta meningkatkan kemampuan kapasitas melalui bimbingan yang diberikan oleh Bank Jateng secara langsung. Ruang Karya memiliki target yang berasal dari mitra binaan CSR Bank Jateng sebagai peserta utama yang diadakan selama 3 kali pelatihan. Karena tujuan dari

kegiatan ini adalah pelatihan dan pendampingan yang dikhususkan kepada mitra binaan. Dengan lingkup yang lebih kecil, proses pelatihan dan pendampingan menjadi lebih efektif dan efisien mengingat jumlah peserta yang sedikit sehingga akan menjadi lebih fokus. Pendekatan ini dibuat agar setiap informasi yang disampaikan bisa diterima secara optimal sebagai bentuk pengembangan keterampilan mitra binaan CSR Bank Jateng.

Dari kegiatan pelatihan sebelumnya, mitra binaan dapat mengimplementasikannya ke dalam kegiatan Warung Bumi yang diadakan di Kantor Pusat Bank Jateng. Kegiatan ini diartikan sebagai bentuk nyata dari hasil pelatihan dan pendampingan kepada penerima manfaat yang telah diberikan oleh Bank Jateng. Warung Bumi merupakan pop up booth yang digunakan sebagai media implementasi dari materi pelatihan sebelumnya. Kegiatan ini menargetkan 100 orang selama 2 hari yang terlibat dalam jual beli. Tidak hanya itu, Warung Bumi juga sebagai sarana memperkenalkan mitra CSR Bank Jateng kepada khalayak yang lebih luas, baik karyawan Bank Jateng itu sendiri maupun masyarakat umum.



Gambar 2. 3 Akun Instagram @Langkahlestari.smg

Adanya kegiatan ini mengarahkan pada peningkatan kesadaran ke publik bahwa Bank Jateng tidak hanya berfokus pada perbankan saja, melainkan juga berkontribusi dalam kegiatan sosial. Terakhir, Kampanye Sosial Media ini memfokuskan pada penyampaian informasi serta edukasi mengenai program *Corporate Social Responsibility* (CSR) Bank Jateng. Sosial Media yang dipilih

adalah Instagram karena dapat menjangkau audience secara lebih luas dan memanfaatkan visual yang lebih menonjol.

Instagram dipilih sebagai salah satu media penyampaian informasi dan memberikan edukasi terkait program CSR Bank Jateng secara lebih luas dan efektif. Pemanfaatan Instagram ini juga dijadikan sebagai salah satu strategi untuk membangun citra sebagai institusi yang peduli terhadap isu-isu sosial di masyarakat dan membangun pemberdayaan khususnya di masyarakat Jawa Tengah. Berbagai fitur seperti penggunaan hastag, repost, feeds, dan Add Yours juga akan dioptimalkan sebagai bentuk pemanfaatan dan perluasan jangkauan selama kampanye berlangsung.



Gambar 2. 4 Akun Youtube Bank Jateng

Selain Instagram, Youtube juga menjadi media sosial yang dipilih untuk membantu dalam kegiatan publikasi. Seiring perkembangan zaman, Youtube dijadikan sebagai media besar yang konten videonya ditonton oleh banyak orang bahkan hingga ke penjuru dunia. Youtube cocok untuk pengguna sosial media yang tidak memiliki waktu untuk membaca dan ingin memahami sesuatu dari apa yang mereka lihat dan dengar (Ardi & Karina, 2024).

2.2 *Branding Specialist*

Seorang *Branding Specialist* memiliki tanggung jawab untuk memastikan bahwa citra dari Bank Jateng dikenal dan dipahami dengan baik oleh masyarakat terutama kepada mitra binaan CSR Bank Jateng. *Branding Specialist* berfokus kepada aspek visual dan komunikasi persuasif selama pelaksanaan kegiatan di lapangan.

Penulis juga memiliki peran sebagai *Branding Specialist* yang bertanggung jawab atas persiapan pelatihan dan pendampingan pada Ruang Karya dari Volume

1 hingga Volume 3. Kegiatan Ruang Karya berlangsung mulai tanggal 15 Maret, 14 April, dan 23 April yang diadakan di Svarnaloka dan SMP Negeri 22 Semarang. Persiapan yang dilakukan meliputi pengumpulan ide dan materi mengenai “Strategi Digital Branding” dan research data mengenai kedua mitra binaan CSR Bank Jateng. Penulis juga memastikan pengimplementasian di Warung Bumi berjalan dengan cukup baik, mulai dari persiapan barang jualan hingga dekorasi.

2.3 Administration Manager

Dalam sebuah kegiatan membutuhkan segala bentuk persyaratan baik dari surat-menyurat serta perizinan. Penulis bertanggung jawab dalam segala bentuk surat menyurat baik dalam ranah kampus maupun eksternal. Persiapan yang dilakukan adalah membuat template surat menyurat, merancang dana kegiatan baik dari segi logistik, dana operasional, dan dana darurat. Semua pengeluaran harus disertai dengan dokumentasi untuk tetap menjaga transparansi dari setiap transaksi yang dilakukan setiap anggota tim.

2.4 Video Director

Penulis bertanggung jawab untuk sepenuhnya menjadi *video director* selama proses pembuatan video *after movie* untuk Bank Jateng. Mulai dari storyboard, draft pertanyaan wawancara, hingga pengambilan beberapa *footage* yang baik agar menghasilkan video yang baik dan sesuai standar perusahaan Bank Jateng. Karena aftermovie ini nantinya akan diunggah melalui Youtube milik Bank Jateng sehingga harus memiliki kualitas yang lebih baik.