

STRATEGI MEDIA MONITORING BANK INDONESIA SEBAGAI TINDAKAN PREVENTIF PENYEBARAN UANG PALSU

INDONESIA BANK MONITORING MEDIA STRATEGY AS A PREVENTIVE ACTION OF FAKE MONEY SPREAD

1) Indah Apriyolla Doannata, 2) Itca IstiaWahyuni, S.I.Kom., MBA
1,2) Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
1) indahapriyolla20@gmail.com, 2) cha.istia@gmail.com

Abstrak

Berita adalah sebuah laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi atau sebagai wadah informasi untuk khalayak. Sebuah perusahaan atau lembaga membutuhkan berita-berita untuk kebutuhan informasi terkait perkembangan setiap harinya yang terjadi pada lingkungan masyarakat. Selain membutuhkan informasi untuk kebutuhan perkembangan perusahaan atau lembaga, berita juga dibutuhkan untuk mengetahui sudut pandang dari sisi masyarakat atau untuk mengetahui informasi yang berkaitan dengan perusahaan atau lembaga. Perusahaan atau lembaga perlu melakukan Media Monitoring yang berguna untuk mengetahui sejauh mana berita positif atau negatif yang diberitakan oleh media. Penelitian ini berjudul "Strategi *Media Monitoring* Bank Indonesia Sebagai Tindakan Preventif Penyebaran Uang palsu". Objek dalam penelitian ini adalah Bank Indonesia provinsi Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi *Media Monitoring* Bank Indonesia sebagai tindakan preventif penyebaran uang rupiah palsu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan total 4 narasumber yang merupakan Humas Bank Indonesia provinsi Jawa Barat. Paradigma penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah konstruktivisme. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang berisi wawancara mendalam dan teknik observasi serta data sekunder dimana mendapatkan data melalui perantara orang lain atau dokumen. Kesimpulan dalam penelitian ini adalah Media Monitoring yang digunakan oleh Bank Indonesia adalah infografis dan CIKUR (Ciri - ciri keaslian uang rupiah) untuk menganalisis pemberitaan yang memberitakan mengenai Bank Indonesia, serta CIKUR sebagai bentuk tindakan sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat untuk penyebaran uang palsu.

Kata kunci: Media Monitoring, Public Relations, Penyebaran Uang Palsu.

Abstract

News is a report about an event that is happening or as a container of information for the public. A company or institution needs news for information needs related to daily developments that occur in the community. In addition to requiring information for the development needs of companies or institutions, news is also needed to find out the perspective of the community or to find out information relating to the company or institution. Companies or institutions need to conduct Media Monitoring that is useful to find out the extent of positive or negative news reported by the media. This study is entitled "Bank Indonesia Media Monitoring Strategy as Preventive Spread of Counterfeit Money". The object of this study is Bank Indonesia of West Java Province. This study aims to determine the strategy of Bank Indonesia Media Monitoring as a preventive measure for the spread of counterfeit rupiah currency. The method used in This research is a qualitative method with a total of 4 speakers who are Bank Indonesia Public

Relations of West Java province. The research paradigm used in this study is constructivism. The data collection used in this study is primary data that contains in-depth interviews and observation techniques and secondary data where getting data through other people's intermediaries or documents. The conclusion in this study is that Media Monitoring used by Bank Indonesia is infographics and CIKUR (Characteristics of the authenticity of rupiah currency) to analyze the news reporting about Bank Indonesia, and CIKUR as a form of socialization and education to the public for the distribution of counterfeit money.

Keywords: Media Monitoring, Public Relations, Spread of Counterfeit Money.

1. PENDAHULUAN

Berita adalah sebuah laporan tentang suatu kejadian yang sedang terjadi atau sebagai wadah informasi untuk khalayak. Adapun hal yang perlu dilakukan dalam penyampaian berita yaitu menyortir berita yang layak diberikan kepada khalayak. Berita tidak hanya memberikan informasi terbaru, tetapi juga digunakan untuk memberikan dampak kepada khalayak. Terutama berita yang sedang viral, sering terjadi khalayak terpengaruh oleh pembawa atau penulis berita untuk mengikuti arus berita tersebut, salah satunya adalah berita tentang uang rupiah palsu.

Keberadaan uang rupiah palsu adalah suatu hal yang sulit untuk dihindari karena uang memiliki fungsi sebagai alat transaksi dan sebagai alat tukar pembayaran yang sah. Uang merupakan simbol negara yang menjadi alat pemersatu, atau menjadi alat penguasaan perekonomian. Kejahatan uang rupiah palsu yang terjadi di beberapa daerah menimbulkan kerugian Bank dalam mencetak uang rupiah yaitu Bank Indonesia. Beberapa oknum memanfaatkan uang rupiah palsu sebagai alat tukar dalam melakukan suatu transaksi. Penggelapan uang rupiah palsu adalah tindakan kriminal yang dapat merugikan banyak pihak salah satunya masyarakat.

Besarnya jumlah uang rupiah palsu yang beredar dalam masyarakat membawa pengaruh yang cukup besar bagi kestabilan perekonomian negara khususnya terhadap nilai mata uang rupiah. Semakin besar jumlah uang rupiah palsu yang beredar maka semakin mempengaruhi daya jual dan beli dan perekonomian masyarakat. Keberadaan uang rupiah palsu dapat mendorong terjadinya inflasi karena jumlah uang yang beredar menjadi tidak terkontrol dan melebihi batas. Pencetakan uang asli yang dilakukan oleh pemerintah percetakan negara atas permintaan Bank Indonesia didasari oleh perencanaan dan pengaturan secara cermat sehingga tepat sasaran. Sehingga diperlukan peran dari Bank Indonesia menekan peredaran uang rupiah palsu di Indonesia. Selain itu, karena terjadinya penyebaran uang rupiah palsu membuat masyarakat ragu akan keaslian uang yang digunakan. Apabila keraguan itu muncul maka pihak Bank Indonesia membuat press conference dan melakukan penyuluhan atau sosialisasi untuk memberikan edukasi perihal uang rupiah palsu. Selanjutnya Bank Indonesia memantau berita perihal uang rupiah palsu tersebut dengan melakukan Media Monitoring.

Bagi lembaga besar seperti Bank Indonesia Bandung, Media Monitoring sangatlah penting untuk melaporkan kegiatan apa saja yang sudah dilakukan, memantau berita tentang Bank Indonesia Bandung ada di berita mana saja, sehingga pimpinan dan bagian Humas lainnya bisa memperhatikan isu – isu tertentu. Bank Indonesia Bandung menggunakan media clipping sebagai salah bentuk Media Monitoring sebagai bahan evaluasi Bank Indonesia Bandung dalam pemberitaan. Selain Infografis Bank Indonesia provinsi Jawa Barat juga menggunakan media

publikasi seperti elektronik yaitu televisi, radio, dan surat kabar. Jadi setelah melakukan Media Monitoring sebagai bentuk evaluasi terhadap pemberitaan khususnya pemberitaan penyebaran uang rupiah palsu, pihak Bank Indonesia Bandung melakukan tindakan penyuluhan dan sosialisasi kepada masyarakat sebagai bentuk edukasi seperti pelaku usaha, mahasiswa, perbankan, dan masyarakat umum. Sehingga masyarakat sudah paham dalam mencegah beredarnya uang rupiah palsu.

Berdasarkan uraian diatas, penulis merasa Bank Indonesia masih kurang sigap dalam menanggapi pemberitaan uang rupiah palsu, jadi penulis ingin mengetahui “**Strategi Media Monitoring Bank Indonesia Sebagai Tindakan Preventif Penyebaran Uang rupiah palsu**” untuk memberantas oknum pembuat uang rupiah palsu dan membuat masyarakat dapat membedakan keaslian uang rupiah.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Rangkuman Teori

2.1.1 Komunikasi

Kegiatan komunikasi adalah kegiatan yang tak luput dilakukan oleh manusia dalam sehari – hari. Komunikasi dapat mempermudah antar manusia untuk mendapatkan informasi maupun menjalin relasi dalam bentuk apapun. Komunikasi (dalam Tatang, 2016:83) merupakan suatu kegiatan untuk menjalin hubungan antara satu orang dengan orang lainnya yang akan menimbulkan adanya hubungan sosial.

2.1.2 Public Relations

Public Relations menurut Dan Lattimore, Otis Baskin, Suzette T. Heiman, dan Elizabeth L. Toth (2010 : 4) adalah sebuah fungsi kepemimpinan dan manajemen yang membantu pencapaian tujuan sebuah organisasi, membantu mendefinisikan filosofi, serta memfasilitasi perubahan organisasi. Para praktisi *public relations* berkomunikasi dengan semua masyarakat internal dan eksternal yang relevan untuk mengembangkan hubungan yang positif serta menciptakan konsistensi antara tujuan organisasi dengan harapan masyarakat.

2.1.3 Konsep Strategi

Ilmu mengenai perumusan, pelaksanaan dan evaluasi pada keputusan lintas fungsi yang memungkinkan perusahaan atau organisasi mencapai tujuannya dapat disebut dengan manajemen strategi Fred R. David pada Taufiqurokhan (2016:15).

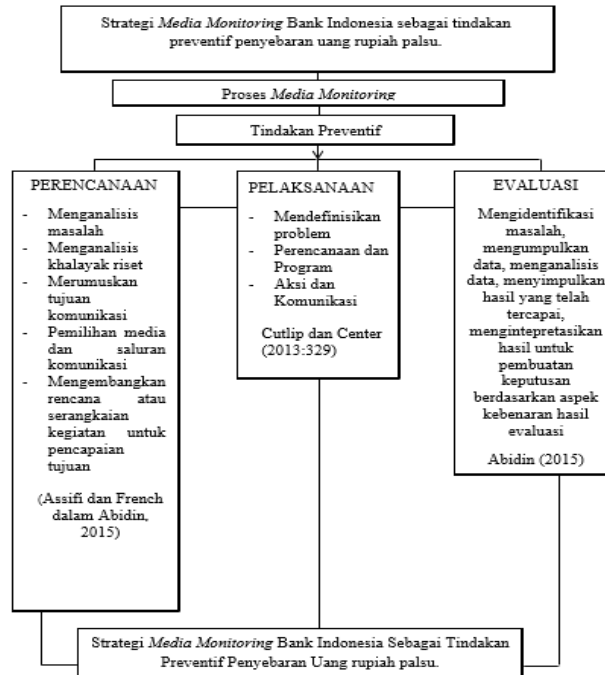
2.1.4 Media Monitoring

Media Monitoring atau istilah lainnya content analysis adalah penerapan prosedur sistematis untuk menentukan secara obyektif hal yang sedang diberitakan oleh media (Cutlip, Center dan Broom, 2009 : 345). Untuk mengetahui keberhasilan ini maka perlu dilakukannya Media Monitoring dengan tujuan untuk membedah pemberitaan yang dilakukan oleh media massa. Selain itu Media Monitoring juga berfungsi untuk membantu menentukan pengambilan kebijakan dan merupakan salah satu kegiatan yang penting dilakukan oleh seorang *Public Relations*.

2.1.5 Tindakan Preventif

Tindakan preventif menurut Yunita (dalam L.Abate, 1990:10) adalah Prevention atau pencegahan terdiri dari berbagai pendekatan, prosedur dan metode yang dibuat untuk meningkatkan kompetensi interpersonal seseorang dan fungsinya sebagai individu, pasangan, dan sebagai orang tua.

2.2 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

3.1 Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah pegawai dari Bank Indonesia Bandung yang juga menjadi informan dan yang menjadi objek penelitian adalah analisis Media Monitoring yang dilakukan oleh Bank Indonesia provinsi Jawa Barat sebagai evaluasi perusahaan dalam penyebaran berita uang rupiah palsu.

3.2 Unit Analisis Penelitian

Menurut Ghony dan Almanshur (2012:248), unit analisis penelitian diartikan sebagai sesuatu yang berkaitan dengan fokus elemen dari apa yang diteliti. Unit analisis ditentukan agar peneliti dapat dengan jelas menentukan batasan penelitian, siapa atau apa yang akan diteliti. Unit analisis dalam penelitian ini adalah bagaimana analisis Media Monitoring yang dilakukan Bank Indonesia Provinsi Jawa Barat sebagai evaluasi perusahaan dalam penyebaran uang rupiah palsu. Analisis data penelitian diolah berdasarkan oleh hasil wawancara, observasi, maupun dokumentasi yang dilakukan oleh peneliti kepada subjek penelitian. (Pujileksono, 2015:12).

Tabel 3.1

Unit Analisis Masalah

INPUT	ANALISIS	SUB – ANALISIS
Strategi Media Monitoring Bank Indonesia Sebagai Tindakan Preventif Penyebaran Uang rupiah palsu	Proses Media Monitoring dan tindakan preventif	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menjelaskan Masalah Penelitian 2. Perencanaan (keseluruhan dari proses pemikiran dan penentuan yang matang dari berbagai hal yang akan dikerjakan pada masa mendatang guna untuk

		<p>pencapaian tujuan yang sebelumnya telah ditentukan)</p> <p>3. Pelaksanaan (konsep yang dilaksanakan dan dikembangkan sesuai dengan kondisi dan situasi)</p> <p>4. Evaluasi (merupakan proses untuk mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, menganalisis data, menyimpulkan hasil yang telah dicapai)</p>
--	--	--

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Dalam sub-bab ini, peneliti menganalisis hasil penelitian yang didapatkan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan kunci dan informan pendukung. Sebelum peneliti membahas mengenai tahapan dalam Strategi Media Monitoring Bank Indonesia sebagai Tindakan Preventif Penyebaran Uang rupiah palsu, peneliti mengkaji bagaimana kegiatan yang dilakukan oleh Bank Indonesia dapat masuk kedalam kegiatan Media Monitoring. Menurut pernyataan informan ahli yang berasal dari seorang ahli dibidang Media Monitoring, kegiatan yang dilakukan oleh Bank Indonesia sudah cukup dalam memanfaatkan Media Monitoring karena Bank Indonesia berusaha untuk melakukan tindakan pencegahan kepada masyarakat berupa CIKUR (Ciri – ciri Keaslian Uang Rupiah) yang berisi edukasi mengenai perbedaan terhadap uang rupiah asli dan yang palsu. Selain itu Bank Indonesia juga membuat iklan campaign 3 D (Dilihat, Diraba, Diterawang) untuk dijadikan sebagai informasi tambahan serta sumber menjadi alternative lainnya.

4.1 Perencanaan Strategi Media Monitoring Sebagai Tindakan Preventif penyebaran Uang rupiah palsu

Perencanaan atau perumusan strategi Media Monitoring meliputi penerapan prosedur sistematis untuk menentukan secara objektif hal yang sedang diberitakan oleh media (Cutlip, Center dan Broom, 2009 : 345). Ebrinda Daisy memulai dengan melakukan melihat visi dan misi yang dimiliki oleh Bank Indonesia sebagai acuan untuk melakukan sebuah strategi Media Monitoring yang akan digunakan sebagai tindakan preventif penyebaran uang rupiah palsu. Langkah – langkah dalam strategi Media Monitoring sebagai berikut :

4.1.1 Analisis Masalah

Untuk mengetahui berita kasus penyebaran uang rupiah palsu beredar, Bank Indonesia melakukan observasi di media cetak terlebih dahulu untuk melakukan penelusuran penyebaran uang rupiah palsu. analisis ini bertujuan untuk menentukan tindakan yang akan diambil untuk kasus penyebaran uang rupiah palsu, analisis pemberitaan yang dilakukan untuk menemukan informasi serta mengkonfirmasi fakta pemberitaan tersebut.

Langkah pertama yaitu melakukan analisis pemberitaan khususnya mengenai Bank Indonesia untuk menyeleksi pemberitaan positive, negative, serta netral. Analisis berita dilakukan sebelum melaksanakan penerapan strategi yang dilakukan dengan menganalisis media cetak yang sudah disiapkan oleh kantor untuk mencari tahu pemberitaan mengenai Bank Indonesia khususnya di daerah Jawa Barat menurut penuturan Ebrinda Daisy. Penerapan strategi Media Monitoring Bank Indonesia menggunakan metode menganalisa pemberitaan, membuat summary dari pemberitaan yang sudah dikumpulkan dari beberapa koran yang sudah disiapkan dan membuat inforgrafis sebagai bahan evaluasi Bank Indonesia untuk mengambil langkah selanjutnya di masa yang akan datang.

Maraknya pemberitaan uang rupiah palsu terjadi ketika masa pemilihan umum dan lebaran. Ketika pemilihan umum dan menjelang lebaran peredaran uang rupiah palsu meningkat dari biasanya. Oleh karena itu BI melakukan tindakan pemeriksaan dan upaya lainnya agar tidak terjadinya peningkatan penyebaran uang rupiah palsu, namun Bank Indonesia provinsi Jawa Barat belum melakukan pembuatan khusus infografis mengenai berita penyebaran uang rupiah palsu. Humas Bank Indonesia provinsi Jawa Barat melakukan analisis berita secara langsung dimana tim melakukan analisa serta scanning berita dari beberapa koran seperti Pikiran Rakyat, Tempo, Kompas, dan Media Indonesia untuk mencari pemberitaan mengenai Bank Indonesia saja secara umum.

Peneliti mendapatkan pemahaman mengenai pentingnya sebuah analisis pemberitaan untuk mengetahui permasalahan atau fakta yang sedang dibahas, dengan menggunakan analisis pemberitaan Bank Indonesia dapat memantau dan menentukan tindakan apa yang harus dilakukan serta untuk mengetahui media apa yang efektif digunakan pada area tersebut. Dari analisis yang dilakukan Bank Indonesia akan dengan mudah menentukan strategi yang akan menjadi tujuan dibuatnya infografis namun Bank Indonesia provinsi Jawa Barat belum mengkhususkan perihal berita penyebaran uang rupiah palsu.

4.1.2 Analisis Strategi Media Monitoring

Dalam penelitian ini membuktikan bahwa keempat informan memiliki pandangan pada perencanaan strategi Media Monitoring menurut Cutlip, Center, dan Broom (2009 : 345) Media Monitoring adalah penerapan prosedur sistematis untuk menentukan secara obyektif hal yang sedang diberitakan oleh media. Kliping pers dan laporan pemantauan siaran yang tersedia di layanan komersil telah lama dipakai sebagai dasar analisis isi media. Dimana keempat mencari tahu dan mengikuti isu – isu yang berada di media cetak maupun online khususnya mengenai Bank Indonesia.

Informasi tersebut dikumpulkan dengan cara dibaca, discan, setelah itu di analisis dan dirangkum, kemudian dibuatkan infografis untuk dijadikan bahan evaluasi terhadap pemberitaan tersebut. Berita-berita yang dipantau berasal dari beberapa media cetak yaitu, Bisnis Indonesia, Pikiran Rakyat, Media Indonesia, Kompas, dan Tempo. Pelaksanaan Media Monitoring pada bagian Humas yaitu menganalisis berita, merangkum, lalu membuat infografis. Kegiatan tersebut merupakan kegiatan rutin yang dilakukan setiap hari mulai pukul 07.00 WIB sampai dengan pukul 10.00 WIB.

Kegiatan membuat infografis ini setiap harinya dilakukan staf Humas Bank Indonesia dan pembagian jadwal membuat infografis tersebut sudah ditentukan. Dalam membuat infografis dari media cetak, terlebih dahulu staff Humas membaca surat kabar yang telah disediakan, kemudian berita yang berkaitan dengan Bank Indonesia, Otoritas Jasa Keuangan, dan Pembangunan Jawa Barat dipilih untuk di-scan yang kemudian dirangkum.

Setelah berita dirangkum, staff Humas menyerahkan hasil rangkuman yang sudah berbentuk infografis berita tersebut ke Kepala Divisi bagian Humas yang bertugas untuk mengecek kembali infografis pada hari tersebut apakah sudah sesuai dengan ketentuan atau belum, karena setiap staf bergiliran setiap harinya untuk membuat infografis berita. Setelah itu rangkuman berita yang sudah dikoreksi dan dinyatakan sesuai dengan ketentuan, diarsipkan di folder agar jika suatu saat membutuhkan informasi mengenai infografis tersebut dapat dengan mudah menemukannya. Pembuatan infografis ini bertujuan sebagai alat pengawasan dan sebagai alat evaluasi terhadap Bank Indonesia.

4.1.3 Pemilihan Media dalam Media Monitoring Bank Indonesia

Dalam melakukan pemilihan media, Bank Indonesia provinsi Jawa Barat hanya memilih media cetak untuk Media Monitoring. Bank Indonesia belum berani menggunakan media online untuk diberikan kepada pimpinan hasilnya nanti. Jadi Bank Indonesia lebih fokus pada

4 berita yaitu pertama Bank Indonesia, kedua otoritas jasa keuangan, ketiga lembaga penjamin simpanan, Keempat berita ekonomi pembangunan Jawa Barat.

Kemudian Bank Indonesia menggunakan media digital berupa Instagram dan youtube dimana konten didalamnya terdapat kegiatan – kegiatan Bank Indonesia dan video mengenai 3 D (Dilihat, Diraba, Diterawang) sebagai bentuk tindakan preventif yang diberikan Bank Indonesia kepada masyarakat agar selalu waspada mengenai penyeberan uang rupiah palsu. Alasan Bank Indonesia menggunakan media tersebut karena memiliki kekuatan yang tinggi dikalangan konsumen yang kebanyakan sekarang adalah kaum milenial.

Penentuan media yang telah dilakukan diharapkan dapat membantu untuk tercapainya tujuan tindakan pencegahan yang dilakukan Bank Indonesia walaupun untuk di instagram sendiri masih belum menarik perhatian khalayak. Selain membuat iklan 3 D (Dilihat, Diraba, Diterawang), Bank Indonesia juga membuat Webseries berjudul “CIKUR – CINTA MASKUR” yang bercerita mengenai kehidupan laki – laki yang menjalani kehidupan sehari – hari yang diselipi berbagai macam cara mengenai jenis rupiah yang asli dan palsu serta menjaga uang kita dengan baik. Hal ini dilakukan untuk memaksimalkan kinerja Media Monitoring dan juga timbal balik yang akan di dapatkan oleh Bank Indonesia. Dengan konsep Webseries tadi Bank Indonesia berharap agar masyarakat dapat ter-edukasi secara tidak langsung dari sebuah penggalan film pendek tersebut.

4.2 Penerapan Strategi Media Monitoring

Penerapan strategi ditentukan oleh mendefinisikan masalah, perencanaan dan program, serta aksi dan komunikasi. Hal ini yang mendorong penerapan pada saat melakukan observasi di lapangan yang harus disesuaikan dengan isu yang sedang dibahas pada saat penelitian dan tindakan apa yang akan diambil nantinya. Hal ini sebagai bentuk tindakan pencegahan atau preventif terhadap penyebaran uang rupiah palsu (Cutlip dan Center (2013:239)

4.2.1 Perencanaan dan Program Strategi Media Monitoring

Dalam perencanaan dan program dalam strategi Media Monitoring, Bank Indonesia memiliki program CIKUR sebagai bentuk tindakan preventif penyebaran uang rupiah palsu. CIKUR (Ciri – ciri keaslian uang rupiah) adalah bentuk tindakan yang dilakukan Bank Indonesia dalam kasus penyebaran uang rupiah palsu. CIKUR sebagai bentuk pencegahan dalam bentuk program yang berisikan edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai ciri – ciri keaslian uang rupiah, merawat uang dengan baik dan benar, dan sebagainya. Program CIKUR ini sudah dilakukan di setiap kota ketika penyebaran uang rupiah palsu terjadi. CIKUR dapat meningkatkan dan menumbuhkan rasa waspada serta pengetahuan masyarakat terhadap penyebaran uang rupiah palsu yang kemudian mereka terapkan lagi di kehidupan sehari – hari agar tidak menjadi korban selanjutnya. CIKUR dilakukan dalam bentuk langsung berinteraksi terhadap masyarakat yang ingin diberikan edukasi mengenai ciri –ciri keaslian uang rupiah, seperti masyarakat dengan ekonomi menengah kebawah, mahasiswa, dan siswa menurut penjelasan yang diberikan oleh Ebrinda Daisy dan Immadudin Sahabat.

Sementara untuk program Media Monitoringnya sendiri Bank Indonesia tidak mengkhususkan kasus penyebaran uang rupiah palsu. Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya oleh ke 3 informan yang berasal dari Bank Indonesia provinsi Jawa Barat menjelaskan bahwa Humas Bank Indonesia hanya berfokus membuat infografis melalui berita – berita umum seputar Bank Indonesia, otoritas jasa keuangan, lembaga penjamin simpanan, dan berita ekonomi pembangunan Jawa Barat. Pada strategi ini dapat dilihat jika Bank Indonesia belum terlalu mengkhususkan suatu berita seperti penyebaran uang rupiah palsu. Selain itu Bank Indonesia provinsi Jawa Barat juga terlalu berfokus pada pencarian berita pada media cetak. Bank Indonesia provinsi Jawa Barat harus meningkatkan cakupan dalam pencarian berita seperti pada media online yang lebih uptodate dibandingkan media cetak.

4.2.2 Aksi dan Komunikasi dalam Pelaksanaan Strategi Media Monitoring

Dalam sub bab ini akan menjelaskan mengenai aksi dan komunikasi dalam pelaksanaan strategi Media Monitoring pada Bank Indonesia. Selain membuat iklan 3D (Dilihat, Diraba, Diterawang) Bank Indonesia juga membuat webseries yang berjudul CIKUR – CINTA MASKUR yang berkisah mengenai seorang pemuda dengan kehidupan masyarakat pada umumnya. Tetapi yang membedakan CINTA MASKUR dengan webseries lain adalah selipan mengenai edukasi cara menjaga uang rupiah dengan baik serta mengetahui ciri – ciri keaslian uang rupiah yang disampaikan oleh webseries tersebut. Webseries tersebut adalah bentuk aksi yang dilakukan oleh Bank Indonesia untuk mengedukasi masyarakat dalam pencegahan penyebaran uang rupiah palsu.

Selain itu Bank Indonesia juga melakukan kegiatan “Pemusnahan Barang Temuan Uang rupiah palsu Se – Jawa Barat” guna mengurangi penyebaran uang rupiah palsu ke daerah – daerah lainnya. Dalam Kegiatan ini Bank Indonesia provinsi Jawa Barat mengundang Wakapolda Jabar, Kepala perwakilan Bank Indonesia Prov Jabar, Hakim tinggi pengadilan tinggi Prov. Jabar, Aspidum kejaksaan tinggi prov. Jabar, Kepala otoritas jasa keuangan kantor regional 2 Jabar atau yang mewakili, Kepala group SP PUR dan layanan administrasi KPW BI Jabar, Dir Reskrimsus Polda Jabar, Para pimpinan perbankan wilayah kerja kantor perwakilan BI Prov. Jabar serta para tamu undangan lainnya.

Kegiatan pemusnahan uang rupiah palsu ini adalah langkah untuk melindungi masyarakat dengan memastikan bahwa uang rupiah palsu tersebut tidak beredar di masyarakat menurut penuturan Ebrinda Daisy. Kegiatan ini juga untuk meningkatkan kemampuan dalam mengenali ciri – ciri uang rupiah, serta memproses secara hukum pelaku tindak pidana agar memberikan efek jera pada pelaku kejahatan uang rupiah palsu.

4.3 Evaluasi Strategi Media Monitoring

Evaluasi Menurut Abidin (2015:144) merupakan proses untuk mengidentifikasi masalah, mengumpulkan data, menganalisis data, menyimpulkan hasil yang telah dicapai, menginterpretasikan hasil menjadi rumusan kebijakan dan menyajikan informasi (rekomendasi) untuk pembuatan keputusan berdasarkan aspek kebenaran hasil evaluasi. Evaluasi merupakan tahap akhir dari sebuah strategi. Bank Indonesia mengukur hasil kinerjanya dan mengevaluasi berita - berita dari media cetak yang sudah teruji fakta dari berita tersebut. Evaluasi strategi Media Monitoring yang dilakukan Bank Indonesia sebagai berikut :

1. Mengidentifikasi Masalah

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan kunci, informan pendukung 1, dan informan pendukung 2 menyebutkan bahwa Humas Bank Indonesia melakukan analisa berita yang dilakukan setiap hari dimulai dari jam 07.00 - 10.00 pagi. Menurut Informan kunci Ebrinda Daisy, Humas Bank Indonesia menganalisa berita - berita mengenai Bank Indonesia, otoritas jasa keuangan, lembaga penjamin simpanan, dan berita ekonomi pembangunan Jawa Barat. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil infografis yang secara keseluruhan mengenai berita - berita tersebut.

Meskipun begitu, Bank Indonesia provinsi Jawa Barat jarang menggunakan portal berita online sebagai Media monitoring. Media online memiliki keunggulan dalam menemukan sesuatu yang sedang viral di masyarakat serta untuk mengetahui pesaing dan untuk mengambil tindakan pencegahan hal – hal yang tidak ingin terjadi di kemudian hari. Sedangkan penyebaran pemberitaan pada media cetak lebih lambat dari media online. Walaupun lebih sering menggunakan media cetak sebagai sumber, itu tidak menjadi hambatan untuk Bank Indonesia dalam menganalisa berita untuk infografis.

Sementara untuk tindakan preventif terhadap penyebaran uang palsu sendiri Humas Bank Indonesia provinsi Jawa Barat tidak mempunyai tindakan yang signifikan. Menurut informan kunci, informan pendukung 1, dan informan pendukung 2 menjelaskan bahwa

CIKUR (Ciri - ciri keaslian uang rupiah) merupakan tindakan preventif penyebaran uang palsu. Setelah mengetahui kasus penyebaran uang palsu yang sudah diinvestigasi, Bank Indonesia melakukan kegiatan sosialisasi sekaligus mengedukasi khalayak agar dapat membedakan perbedaan antara uang rupiah asli dan yang palsu.

2. Mengumpulkan Data

Dalam pengumpulan data proses Media Monitoring artikel atau berita mengenai Bank Indonesia, Humas Bank Indonesia lebih sering menggunakan media cetak sebagai sumber portal berita. Proses pengumpulan data dilakukan setiap hari menurut informan kunci, informan pendukung 1, dan informan kunci 2. Walaupun lebih banyak mengambil berita dari media cetak, Bank Indonesia sendiri tidak memiliki kendala apapun. Informan kunci 1 juga menjelaskan bahwa Humas Bank Indonesia juga bekerjasama dengan wartawan dan jurnalis untuk mengulas kembali jika terdapat berita - berita yang ditemukan oleh Bank Indonesia tersebut janggal.

3. Menganalisis Data

Dalam menganalisis sebuah berita menurut informan kunci, informan pendukung 1 dan informan pendukung 2, Bank Indonesia melakukan kegiatan menganalisis data setiap hari yang dimulai dari jam 07.00-10.00 pagi, dimana setelah melakukan analisis berita, hasilnya akan di-scan dan dibuat summary dengan topik berita mengenai Bank Indonesia, otoritas jasa keuangan, lembaga penjamin simpanan, dan berita ekonomi pembangunan Jawa Barat. Untuk tahap dari tindakan preventif terhadap penyebaran uang palsu sendiri melakukan CIKUR sebagai tindakan untuk mengedukasi masyarakat. Dalam analisisnya sendiri Bank Indonesia cenderung memasukan berita positif dan mengapresiasi para penulis artikel karena telah memberitakan berita positif mengenai Bank Indonesia guna menjaga citra Bank Indonesia di kalangan masyarakat.

4. Menyimpulkan Hasil Yang Telah Tercapai

Dari hasil Media Monitoring yang telah dilakukan, Infografis dan CIKUR adalah hasil dari yang akan dicapai. Menurut informan kunci, informan pendukung 1, dan informan pendukung 2 menjelaskan bahwa hasil dari infografis adalah sebagai bahan evaluasi kinerja Bank Indonesia. Infografis adalah hasil dari kumpulan berita - berita positif mengenai Bank Indonesia dari beberapa media cetak yang telah dianalisa dan dirangkum oleh Humas Bank Indonesia.

Dari wawancara pada ketiga informan yang bekerja sebagai Humas Bank Indonesia, diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada berita tahapan evaluasi yang dilakukan oleh Humas Bank Indonesia adalah melakukan evaluasi berita apakah perlu ditindak lanjuti atau tidak, mengedukasi masyarakat agar terhindar dari penyebaran yang palsu, dan sebagai bahan evaluasi juga untuk kedepannya dimana kalau ada berita yang negative solusi kedepannya itu seperti apa baiknya.

5. Mengintrepretasikan Hasil Untuk Pembuatan Keputusan Berdasarkan Aspek Kebenaran Hasil Evaluasi

Dalam tahap hasil evaluasi Media Monitoring, Bank Indonesia membuat webseries yang berjudul "CINTA MASKUR" yang menceritakan tentang kehidupan seorang pemuda laki - laki yang diselipkan mengenai edukasi menjaga keaslian uang rupiah. Bank indonesia membuat webseries ini untuk mengedukasi masyarakat dengan suguhan cerita menarik yang ber-genre komedi, sehingga masyarakat bisa terhibur sekaligus mengedukasi. Dengan kegiatan sosialisasi CIKUR dan webseries yang berjudul "CINTA MASKUR" Bank Indonesia bisa memantau serta melihat perkembangan masyarakat dalam pengetahuan ciri - ciri keaslian uang rupiah.

Selain itu, Informan kunci menjelaskan bahwa setelah hasil pemantauan Media Monitoring berupa CIKUR, Bank Indonesia juga melakukan kegiatan pemusnahan uang rupiah palsu. Kegiatan ini adalah langkah untuk melindungi masyarakat dengan

memastikan bahwa uang rupiah palsu tersebut tidak beredar di masyarakat Kegiatan ini juga untuk meningkatkan kemampuan dalam mengenali ciri – ciri uang rupiah, serta memproses secara hukum pelaku tindak pidana agar memberikan efek jera pada pelaku kejahatan uang rupiah palsu. Kegiatan ini juga merupakan teguran keras dari Bank Indonesia kepada masyarakat agar tidak memproduksi uang palsu yang menimbulkan kerugian bagi masyarakat yang tidak mengetahui perbedaannya atau menjadi korban penerimaan uang palsu.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian tentang strategi Media Monitoring pada Bank Indonesia sebagai tindakan preventif penyebaran uang rupiah palsu ini menggunakan 3 proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi. Langkah – langkah kegiatan yang dilaksanakan oleh Bank Indonesia provinsi Jawa Barat sudah selaras dengan proses perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi yang digunakan oleh peneliti.

Tujuan dari kegiatan Media Monitoring di Bank Indonesia provinsi Jawa Barat adalah untuk memantau pemberitaan tentang Bank Indonesia khususnya berita penyebaran uang rupiah palsu. Selain melakukan pemantauan berita, Bank Indonesia provinsi Jawa Barat juga melakukan analisis, membuat summary, dan membuat infografis yang dijadikan sebagai bahan evaluasi untuk mengambil tindakan selanjutnya dalam menentukan strategi atau langkah selanjutnya.

Lalu pada proses pelaksanaan strategi Media Monitoring yang sudah dijalankan oleh Bank Indonesia provinsi Jawa Barat, dalam hal ini dengan cara melakukan monitoring yang tahapan kegiatannya adalah melakukan analisis terlebih dahulu, kemudian rangkuman dan terakhir yaitu membuat infografis. Selain kegiatan monitoring, Bank Indonesia provinsi Jawa Barat juga melakukan kegiatan sosialisasi seperti CIKUR (ciri-ciri keaslian uang rupiah) dan Webseries yang berjudul CIKUR - CINTA MASKUR sebagai sarana mengedukasi masyarakat lewat film pendek yang bergenre komedi. Kegiatan sosialisasi ini bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada masyarakat agar teredukasi tentang bagaimana mencegah penyebaran uang rupiah palsu dan menjaga keaslian uang rupiah

Evaluasi merupakan tahap ketiga dalam proses strategi Media Monitoring yang dilakukan oleh Bank Indonesia provinsi Jawa Barat. Proses ini dilakukan dengan langkah pertama yaitu dengan cara membuat infografis yang selanjutnya dari membuat infografis itu sendiri harus mengerti ilmu jurnalistik. Hal ini bertujuan agar dapat memahami kalimat - kalimat pada pemberitaan dari media. Pada tahap pembacaan berita dalam Media Monitoring harus memposisikan sudut pandang dari pembaca, masyarakat, dan orang BI untuk melakukan evaluasi terhadap berita-berita tentang Bank Indonesia agar proses Media Monitoring itu sendiri dapat berdampak lebih baik kepada Bank Indonesia kedepannya.

5.2 Saran

5.2.1 Saran Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan atau bahan penelitian selanjutnya dengan tinjauan yang sama.

5.2.2 Saran Praktis

1. Meningkatkan kemampuan kerja dari Bank Indonesia provinsi Jawa Barat dalam hal *Media Monitoring* dengan pihak media massa agar bisa lebih banyak bekerjasama dengan media – media lain terutama media online.
2. Meningkatkan kemampuan kerja dalam tindakan pencegahan uang rupiah palsu pada *Media Monitoring* serta sosialisasi dan edukasi kepada masyarakat agar lebih waspada terhadap penyebaran uang rupiah palsu.

3. Meningkatkan kemampuan kerja dalam *Media Monitoring* dalam tindakan preventif penyebaran uang rupiah palsu dengan cara melakukan pemantauan berita tidak hanya melalui media cetak tetapi juga melalui media online, televisi, dan radio.

DAFTAR PUSTAKA

- Abate, C., Patel, L., Raucher, F.J. III, 1990, *Redox regulation of fos and jun DNA-binding activity in vitro*, Science. 249:1157-61.
- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi, Penelitian Kuantitatif Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Baskin, Otis & Craig Aronoff & Dan Latimore. 2010. *Public Relations Edisi ke 3, Profesi dan Praktik*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Cutlip, Scott. M., Center Allen H. & Broom.Glen. M. 2009. *Effective Public Relations*, Ed. 9. Jakarta : Kencana.
- Ghony, M.D. dan Almanshur, F. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Ar- ruzz Media.
- Taufiqurokhman. 2016. *Manajemen strategic*. Jakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Prof. Dr. Moestopo Beragama.

