

**STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* BANK INDONESIA
JAWA TIMUR MELALUI KOMUNIKASI PUBLIK DALAM
PROGRAM EKSPEDISI RUPIAH BERDAULAT**

SKRIPSI



Oleh:

AGIKA RAHMAH PUTRI

NPM. 22043010087

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* BANK INDONESIA
JAWA TIMUR MELALUI KOMUNIKASI PUBLIK DALAM
PROGRAM EKSPEDISI RUPIAH BERDAULAT**

Disusun oleh:

Agika Rahmah Putri
NPM. 22043010087

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dian Hutami Rahmawati, S.Ikom., M.Med.Kom
NIP. 199409202024062001

Mengetahui,

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

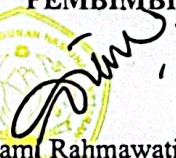
**STRATEGI KAMPANYE *PUBLIC RELATIONS* BANK INDONESIA JAWA
TIMUR MELALUI KOMUNIKASI PUBLIK DALAM PROGRAM EKSPEDISI
RUPIAH BERDAULAT**

Oleh:

Agika Rahmah Putri
NPM. 22043010087

Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik
Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur pada tanggal
27 Februari 2026

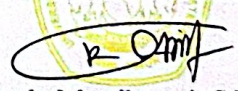
PEMBIMBING


Dian Hutami Rahmawati, S.Ikom., M.Med.Kom
NIP. 199409202024062001

**TIM PENGUJI,
KETUA**


Dr. Yudiantha Indriastuti, M.Si
NIP. 197410132021212005

SEKRETARIS


Ratih Pandu Mustikasari, S.I.Kom., M.A
NIP. 199205292022032010

ANGGOTA


Dian Hutami Rahmawati, S.Ikom., M.Med.Kom
NIP. 199409202024062001

Mengetahui
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : AGIKA RAHMAH PUTRI
NPM : 22043010087
Angkatan : 2022
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
Fakultas : ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN ILMU POLITIK

Menyatakan bahwa dalam dokumen ilmiah Skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga Pendidikan Tinggi, dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam dokumen ini dan disebutkan secara lengkap dalam daftar pustaka.

Dan saya menyatakan bahwa dokumen ilmiah ini bebas dari unsur-unsur plagiasi. Apabila dikemudian hari ditemuan indikasi plagiat pada Skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Surabaya, 19 Februari 2026



AGIKA RAHMAH PUTRI
NPM. 22043010087

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga skripsi berjudul “*Strategi Kampanye Public Relations Bank Indonesia Jawa Timur Melalui Komunikasi Publik Dalam Program Ekspedisi Rupiah Berdaulat*” dapat diselesaikan dengan baik sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. Peneliti menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari berbagai kendala, namun berkat bimbingan, doa, dan dukungan dari berbagai pihak, seluruh proses dapat dilalui dengan baik.

Secara khusus, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Ibu Dian Hutami R., S.I.Kom., M.Med.Kom. atas waktu, kesabaran, arahan, dan motivasi yang diberikan selama proses penyusunan skripsi, sehingga penelitian ini dapat tersusun secara sistematis dan sesuai dengan kaidah akademik. Untuk itu, dengan segenap hati, peneliti mengucapkan terima kasih yang tiada henti kepada:

1. Bpk Dr. Catur Suratnoaji, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Ibu Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom., selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Dra. Dyva Claretta, M.Si., selaku dosen wali yang telah mendampingi sejak awal perkuliahan peneliti mulai dari sebagai mahasiswa baru hingga menuju mahasiswa akhir saat ini.

4. Seluruh Bapak, Ibu dosen Ilmu Komunikasi atas ilmu dan bimbingan selama proses studi berlangsung.
5. Yang dirindu mama tersayang, Almh Kartining. Terima kasih telah menjadi motivasi terbesar bagi peneliti dalam menyelesaikan studi dan mewujudkan impian yang selalu didoakan. Seseorang yang menjadi inspirasi peneliti untuk menjadi perempuan yang berdaya dan mempunyai cita-cita. Terima kasih sudah melahirkan, membesarkan peneliti dengan penuh cinta, kasih sayang, dan kesabaran. Terima kasih sudah selalu mempercayai peneliti untuk setiap langkah yang dipilih tanpa tuntutan, hanya dukungan dan pelukan hangat yang senantiasa menyambut peneliti.
6. Ayah terkasih, Agus Winarto. Terima kasih atas seluruh usaha dan pengorbanan untuk dapat memberikan pendidikan terbaik bagi putri kecilnya. Terima kasih telah mengusahakan anak pertamanya ini menempuh pendidikan setinggi-tingginya dan mendukung apapun pilihan peneliti dengan penuh rasa percaya. Terima kasih untuk tetap menjadi rumah dan kebersamai peneliti dengan penuh kasih sayang serta menguatkan peneliti setelah kepulangan mama.
7. Muhammad Argian Imansyah selaku adik kandung peneliti. Terima kasih atas kasih sayang, canda, tawa, dan dukungan yang telah diberikan selama ini.
8. Seluruh keluarga besar Bani Kartib dan Mbah Ti, yang senantiasa memberikan dukungan dan do'a kepada peneliti tanpa henti.
9. Adinda Nasywa Salsabila, Mustika Berliantoro, Ariefrt, serta sahabat-sahabat terdekat dan tersayang yang tidak bisa peneliti sebutkan namanya satu per satu.
From the bottom of my heart, thank you for always being there for me

throughout my college journey. I truly don't know where I would be without your support. You have filled this journey with warmth, color, and joy, and I am deeply grateful to have such amazing people in my life.

10. Seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 22 di Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah menjadi tempat berbagi dan saling mendukung selama masa perkuliahan.
11. Seluruh pihak yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, yang telah membantu untuk menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena sebab itu, kritik dan saran yang membangun bagi skripsi ini sangat peneliti harapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Terima kasih.

Surabaya, 19 Februari 2026

Peneliti,

Agika Rahmah Putri

ABSTRAKSI

Fenomena penelitian ini adalah terbatasnya akses masyarakat di wilayah terdepan, terluar, dan tertinggal (3T) terhadap layanan sistem pembayaran serta rendahnya literasi mengenai fungsi dan makna Rupiah sebagai simbol kedaulatan negara. Tantangan geografis, keterbatasan infrastruktur, dan minimnya edukasi keuangan menyebabkan masih ditemukannya peredaran uang tidak layak edar dan uang palsu di masyarakat. Di sisi lain, komunikasi publik di wilayah 3T memerlukan pendekatan adaptif dan berbasis kebutuhan lokal agar pesan kebijakan tersampaikan secara efektif. Dalam konteks tersebut, Bank Indonesia melalui Program Ekspedisi Rupiah Berdaulat (ERB) tidak hanya mendistribusikan uang layak edar, tetapi juga memperkuat kampanye Cinta, Bangga, dan Paham (CBP) Rupiah sebagai strategi komunikasi publik terintegrasi. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi publik Bank Indonesia Jawa Timur melalui ERB dalam mendukung kampanye CBP Rupiah di wilayah 3T. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, kemudian dianalisis menggunakan model interaktif Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi Public Relations dilaksanakan melalui empat tahap: fact-finding, planning and programming, action and communication, serta evaluation. Pelaksanaan program bersifat adaptif dan partisipatif, dengan dukungan TNI Angkatan Laut untuk memperluas jangkauan layanan. Namun, evaluasi masih berfokus pada indikator operasional dan belum sepenuhnya mengukur dampak perubahan sikap dan perilaku masyarakat. Program ERB berperan sebagai instrumen komunikasi strategis dalam memperkuat literasi keuangan dan kedaulatan Rupiah di wilayah 3T. Penelitian menyimpulkan bahwa Program ERB tidak hanya berfungsi sebagai mekanisme distribusi uang tunai, tetapi sebagai instrumen komunikasi publik strategis dalam memperkuat literasi keuangan, identitas nasional, dan kedaulatan Rupiah di wilayah 3T.

Kata Kunci: Public Relations; Bank Indonesia; Ekspedisi Rupiah Berdaulat; CBP Rupiah; Komunikasi Publik; Wilayah 3T.

ABSTRACT

The research phenomenon underlying this study is the limited access to payment system services in frontier, outermost, and disadvantaged (3T) areas, as well as low public literacy regarding the function and meaning of the Rupiah as a symbol of national sovereignty. Geographic barriers, inadequate infrastructure, and limited financial education have contributed to the circulation of unfit and counterfeit currency. Public communication in 3T regions therefore requires adaptive and locally responsive approaches to ensure effective policy delivery. In this context, Bank Indonesia through the Ekspedisi Rupiah Berdaulat (ERB) Program not only distributes fit-for-circulation cash but also strengthens the Cinta, Bangga, dan Paham (CBP) Rupiah campaign as an integrated public communication strategy. This study aims to analyze the public communication strategy of Bank Indonesia East Java through the ERB Program in supporting the CBP campaign in 3T areas. Using a qualitative case study approach, data were collected through in-depth interviews, observation, and documentation, and analyzed with Miles and Huberman's interactive model. The findings show that the Public Relations strategy is implemented through four stages: fact-finding, planning and programming, action and communication, and evaluation. The program applies adaptive and participatory communication approaches, supported by collaboration with the Indonesian Navy to expand outreach. However, evaluation remains focused on operational indicators and has not fully measured long-term changes in public attitudes and behavior. The ERB Program thus functions not only as a cash distribution mechanism but also as a strategic public communication instrument to strengthen financial literacy and Rupiah sovereignty in 3T regions.

Keywords: *Public Relations; Bank Indonesia; Ekspedisi Rupiah Berdaulat; CBP Rupiah; Public Communication; 3T Areas.*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAKSI	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis Penelitian	11
1.4.2 Manfaat Praktis Penelitian	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Tinjauan Pustaka	18
2.2.1 Pengertian atau Definisi <i>Public Relation</i>	18
2.2.2 Peran & Tugas Public Realtion	20
2.2.3 <i>Goverment Public Relation</i>	23

2.2.4 Tahap-tahap Perencanaan Program <i>Public Relation</i>	26
2.2.5 <i>Public Relation Campaign</i>	29
2.2.6 Peran <i>Public Relation</i> dalam Konteks Komunikasi Publik	33
2.2.7 Pengertian atau Definisi Komunikasi Publik.....	36
2.2.8 Teori Komunikasi Publik	38
2.2.9 Jenis-jenis Media Digital <i>Public Relation</i>	40
2.2.10 Program Ekspedisi Rupiah Berdaulat	42
2.2.10.1 Agenda Ekspedisi Rupiah Berdaulat KPW BI Jawa Timur .	42
2.2.10.2 Edukasi Cinta, Bangga, Paham Rupiah	44
2.2.10.3 Peran PR dalam Layanan Penukaran Uang Rupiah	46
2.3 Kerangka Berfikir	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Pendekatan Penelitian	50
3.2 Definisi Konseptual Penelitian	52
3.3 Lokasi & Waktu Penelitian.....	54
3.4 Objek dan/atau Subjek Penelitian	55
3.5 Teknik Pemilihan Informan	56
3.6 Teknik Pengumpulan Data	57
3.6.1 Wawancara Mendalam (<i>in-depth interview</i>)	58
3.6.2 Observasi Lapangan	59
3.6.3 Dokumentasi	60
3.7 Analisis Data	61
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Program Ekspedisi Rupiah Berdaulat (ERB) Bank Indonesia Jawa Timur	65
4.1.1 Latar Belakang Program Ekspedisi Rupiah Berdaulat	65
4.1.2 Tujuan Program dalam Konteks Komunikasi Publik dan Edukasi Rupiah	68
4.1.3 Sasaran Khalayak Program ERB (Wilayah 3T, Pesisir, dan Kepulauan	

Jawa Timur)	69
4.1.4 Peran Kantor Perwakilan Bank Indonesia Jawa Timur dalam Program ERB	72
4.1.5 Identitas Informan	78
4.2 Hasil & Pembahasan Penelitian Temuan Strategi <i>Public Relations</i> dalam Program ERB	80
4.2.1 Tahap <i>Fact-Finding / Defining the Problem</i>	80
A. Tantangan Geografis dan Akses Wilayah	86
B. Tantangan Sosial, Budaya, dan Tingkat Literasi Ekonomi Masyarakat Wilayah ERB	88
C. <i>Fact-Finding</i> Kolaborasi multi-stakeholder	90
4.2.2 Tahap <i>Planning & Programming</i>	93
A. <i>Situation Analysis</i> & Kebutuhan Komunikasi	94
B. Penetapan Tujuan Kampanye (CBP Rupiah: Cinta, Bangga, Paham Rupiah)	97
C. <i>Publics / Audience</i>	99
D. <i>Strategy</i>	102
E. <i>Tactics & Programming</i>	104
F. <i>Evaluation</i>	108
4.2.3 Tahap Implementasi Strategi Kampanye PR	110
A. Bentuk kegiatan komunikasi publik dalam ERB & Layanan Penukaran Kas Rupiah	110
B. Kolaborasi <i>multi-stakeholder</i>	115
C. Narasi Kebangsaan dan Simbol CBP Rupiah	118
D. Pendekatan Informal Kampanye Edukasi CBP Rupiah	120
E. Kreativitas & Relevansi Publikasi Konten Kampanye Cinta Bangga Paham Rupiah	123
4.2.4 Tahap Evaluasi Strategi Kampanye PR	125
A. Mekanisme Evaluasi Internal Bank Indonesia	125
B. Indikator Keberhasilan Program	127
C. Keterbatasan KPI dampak komunikasi	131

4.3 Bagan Temuan Strategi Kampanye <i>Public Relation</i> Bank Indonesia Jawa Timur Melalui Komunikasi Publik Dalam Program Ekspedisi Rupiah Berdaulat	133
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	134
5.1 Kesimpulan	134
5.2 Saran	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN	144

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Cycle Teori 4 Tahap Cutlip, Center & Broom	26
Gambar 2.2 <i>Public Relations Campaign Planning Model</i>	30
Gambar 6.1 Dokumentasi Interview	180
Gambar 6.2 Dokumentasi Interview	180
Gambar 6.3 Dokumentasi Prosedur	180
Gambar 6.4 Sosialisasi Kampanye CBP	181
Gambar 6.5 Sosialisasi Kampanye CBP di Sekolah	181
Gambar 6.6 Agenda Layanan Penukaran Kas Uang Rupiah	181
Gambar 6.7 Edukasi CBP Rupiah dengan Masyarakat	181

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Aspek Perbandingan Penelitian Terdahulu	13
Tabel 2.2 Aspek Keberhasilan <i>Campaign Public Relations</i>	32
Tabel 4.1 Analisa Peran KPW BI Jatim dengan Provinsi lain	78
Tabel 4.2 Data 5 Pulau Sasaran ERB	83
Tabel 4.3 Pertumbuhan Ekonomi Kabupaten Sumenep	84
Tabel 4.4 Transportasi & Jarak Tempuh Pulau 3T	87
Tabel 4.5 Data Pertumbuhan Ekonomi Kab. Sumenep	89
Tabel 4.6 Representatif masing-masing pulau 3T sasaran ERB 2025	123
Tabel 4.7 Total dana layanan kas ERB secara nasional	127

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I. <i>Interview Guide</i>	144
Lampiran II. Transkrip <i>Interview</i>	146
Lampiran III. Dokumentasi <i>Interview</i>	180
Lampiran IV. Dokumentasi ERB KPW BI JATIM 2025	181
Lampiran IV. Kartu Bimbingan	182
Lampiran V. Riwayat Hidup	183