

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi kemajuan teknologi yang pesat sangat berpengaruh terhadap perekonomian Indonesia. Sebagai Negara dengan jumlah penduduk terbesar keempat di dunia, Indonesia memiliki potensi pasar yang sangat besar. Sehingga mengalami berbagai tantangan dari segi perekonomian yang tidak hanya berasal internal saja tetapi juga dari eksternal yang dapat mempengaruhi stabilitas perekonomian Indonesia. Seiring dengan perkembangan terhadap kemajuan ekonomi, masyarakat Indonesia sering menghadapi berbagai macam kesulitan khususnya dalam hal memahami nilai dan pentingnya menjaga mata uang Negara yakni Rupiah.

Sebagian masyarakat Indonesia tidak paham akan pentingnya peran Rupiah dalam perekonomian Indonesia. Rupiah adalah mata uang Negara Indonesia sekaligus sebagai alat pembayaran yang sah untuk digunakan dalam kegiatan transaksi ekonomi di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (D. Hukubun et al., 2023). Mata uang Rupiah dilindungi oleh UU No 23 Tahun 1999 dan sah digunakan sebagai alat tukar atau transaksi pembayaran di wilayah Negara Kesatuan Republik Indonesia (De Carvalho Belo et al., 2022).

Bank Indonesia yang merupakan Bank Sentral Republik Indonesia tentunya mempunyai tanggung jawab dalam pengelolaan uang Rupiah, yang meliputi merencanakan, mencetak, mengeluarkan, mengedarkan, mencabut dan menarik, serta memusnahkan uang rupiah. Bank Indonesia harus lebih transparan dan bertanggung jawab dalam melaksanakan tugasnya untuk mencapai tujuan

memelihara kestabilan nilai Rupiah yang tercermin pada laju inflasi dan nilai tukar. (Pinem et al., 2021).

Salah satu perwakilan Bank Indonesia yang ada di Aceh yaitu Bank Indonesia Lhokseumawe yang dimana sebagai lembaga yang bertanggung jawab menghadapi tantangan besar dalam menyosialisasikan programnya terhadap stabilitas moneter dan program edukasi keuangan memiliki peran penting dalam hal ini. Sebagai kantor perwakilan yang ada di Aceh, Bank Indonesia Lhokseumawe tentunya memiliki tugas dan wewenangan yang sama dengan Bank Indonesia diseluruh Indonesia yaitu mengoptimalkan pengawasan terhadap stabilitas perekonomian dan memberikan pelayanan keuangan bagi masyarakat.

Pada tahun 2022 Bank Indonesia sudah mulai melakukan kegiatan sosialisasi yang bertujuan mengajak masyarakat Indonesia berpartisipasi dalam menjaga stabilitas nilai Rupiah dan salah satu inisiatif yang diluncurkan Bank Indonesia adalah program Cinta, Bangga, Paham, Rupiah (CBP) yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya merawat dan menggunakan uang Rupiah sehingga tidak ada lagi ditemukan uang sobek, terlipat, basah, hingga uang palsu yang tersebar luas dimasyarakat (Fauzan et al., 2024). Hal ini terjadi karena dilatarbelakangi oleh minimnya pengetahuan masyarakat tentang perawatan mata uang rupiah.

Sejak awal munculnya program Cinta, Bangga, Paham Rupiah yang diluncurkan oleh Bank Indonesia pada tanggal 6 Juli 2022 Bank Indonesia telah banyak melakukan Sosialisasi baik itu secara langsung maupun melalui media sosial seperti Instagram, Facebook, dan lain sebagainya, tak hanya itu sosialisasi

ke lapisan masyarakat pun terus gencar dilakukan oleh Bank Indonesia Pusat maupun tiap-tiap kantor perwakilan daerah di setiap Provinsi.

Dalam Sosialisasi program tersebut Bank Indonesia tentunya perlu melakukan komunikasi yang baik dan tepat kepada berbagai lapisan masyarakat, terkhusus kepada mahasiswa. Seperti yang kita ketahui bahwasanya kalangan mahasiswa yang akan menjadi agen perubahan di tengah-tengah masyarakat, sebagai agen perubahan tentunya peranan mahasiswa tentunya sangat besar. Hal ini didukung dengan kemampuan memahami oleh mahasiswa tentunya dapat membantu dalam keberhasilan program ini.

Salah satu target komunikasi Bank Indonesia dalam Sosialisasi Program Cinta, Bangga, Paham Rupiah ini adalah Komunitas Generasi Baru Indonesia Universitas Malikussaleh yang merupakan para mahasiswa Universitas Malikussaleh Penerima Beasiswa Bank Indonesia serta ikut aktif dalam kegiatan yang dilakukan GenBI. Dimana anggota Komunitas GenBI ini menjadi salah satu perwajahan Bank Indonesia serta komunikator yang harapannya dapat membantu Bank Indonesia dalam mengenalkan serta menyosialisasikan Program-Program yang ada di Bank Indonesia baik itu Bank Indonesia pusat maupun Bank Indonesia Lhokseumawe.

Sebagai penerima Beasiswa dari Bank Indonesia yang ikut aktif berorganisasi dapat berdampak baik dan penting ketika sudah menyelesaikan kuliahnya karena tujuan dari GenBI ini sendiri yaitu sebagai garis terdepan serta sebagai *Front Linear* Bank Indonesia Lhokseumawe dalam menyosialisasikan serta mengenalkan program-program serta kebijakan-kebijakan Bank Indonesia kepada masyarakat tentang pemahaman mengenai Cinta, Bangga, Paham Rupiah

(CBP). Dalam menyosialisasikan program ini Bank Indonesia Lhokseumawe tentu harus melakukan komunikasi yang baik dan tepat.

Hal ini didukung dengan kemampuan memahami oleh mahasiswa tentunya dapat membantu dalam keberhasilan program ini. Oleh sebab itu, penggunaan strategi komunikasi persuasif yang tepat dan efektif kepada mahasiswa menjadi krusial agar tujuan menyosialisasikan program Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP) pada mahasiswa dapat tercapai, harapan nantinya dapat memberikan edukasi dan keteladanan kepada masyarakat secara luas dalam mencintai, bangga, dan memahami manfaat dan cara yang tepat dalam menggunakan uang Rupiah. Pada penerapannya ada banyak sekali jenis Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh pihak Bank Indonesia Lhokseumawe dalam proses sosialisasi program Cinta, Bangga, Paham Rupiah salah satunya adalah dengan cara menanamkan rasa Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP).

Berdasarkan permasalahan serta keterkaitan komunikasi persuasif dalam melakukan sosialisasi Program Cinta, Bangga, Paham Rupiah. Ditambah dengan adanya potensi hambatan dari beberapa permasalahan dalam proses komunikasi persuasif. Penulis merasa bahwasanya hal ini perlu dilakukan kajian untuk mengetahui sejauh mana komunikasi persuasif yang dilakukan Generasi Baru Indonesia (GenBI) Universitas Malikussaleh Bank Indonesia Lhokseumawe dalam menyosialisasikan Program Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP).

Dengan demikian bisa ditemukan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi keberhasilan komunikasi persuasif Generasi Baru Indonesia (GenBI) sejauh mana program ini berjalan, serta bagaimana komunikasi persuasif dapat merubah sikap masyarakat khususnya anggota Komunitas GenBI

Universitas Malikussaleh yang memiliki kewajiban untuk memahami secara penuh mengenai Program Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP) ini sehingga nantinya para anggota GenBI siap dan mau untuk terjun langsung ke lapangan dalam membantu Bank Indonesia menyosialisasikan, Sehingga dapat membantu dan menunjang keberhasilan program ini. Alhasil sosialisasi program Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP) dapat jauh lebih optimal dan diterima oleh seluruh lapisan masyarakat kota Lhokseumawe.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas maka fokus penelitian tentang komunikasi persuasif Generasi Baru Indonesia (GenBI) Universitas Malikussaleh dalam melakukan sosialisasi program Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP) dengan menggunakan 6 prinsip yaitu: timbal balik, komitmen dan konsistensi, bukti sosial, menyukai, otoritas dan kelangkaan

1.3 Rumusan Masalah

Bagaimana komunikasi persuasif Generasi Baru Indonesia (GenBI) Universitas Malikussaleh dalam melaksanakan sosialisasi program Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP).

1.4 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan fokus penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis Komunikasi persuasif

Generasi Baru Indonesia (GenBI) Universitas Malikussaleh dalam melaksanakan sosialisasi program Cinta, Bangga, Paham Rupiah (CBP).

1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini akan memiliki manfaat teoritis dan praktis bagi perkembangan pengetahuan dalam kajian ilmu komunikasi, di antaranya adalah:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Sebagai bentuk pengetahuan tentang komunikasi persuasif sangat penting dalam sosialisasi CBP Rupiah.
 - b. Untuk menambah ilmu pengetahuan serta menambah referensi buku bacaan peneliti yang berkaitan dengan komunikasi persuasif.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Komunitas

Tentunya peneliti ingin memberikan manfaat penelitian ini bagi setiap komunitas dalam melakukan program. Peneliti berharap dengan adanya komunitas ini dapat bermanfaat untuk pengembangan komunitas menjadi lebih baik dalam hal membuat, dan melaksanakan program kerja dengan baik.

- b. Bagi Peneliti

Bagi peneliti diharapkan mampu memberikan pengetahuan yang lebih tentang pentingnya komunikasi persuasif Generasi Baru Indonesia (GenBI) Universitas Malikussaleh dalam melakukan sosialisasi Cinta, Bangga, Paham Rupiah.