



Hak cipta dan penggunaan kembali:

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk menggubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

Copyright and reuse:

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

BAB III

PELAKSANAAN KERJA MAGANG

3.1 Kedudukan dan Koordinasi

Penulis melakukan praktek kerja magang di *unsecured loan division* PT. OCBC NISP, dibawah pimpinan Neni Veronica, yang menjabat sebagai *Card Sales Head*. Dalam pelaksanaan kerja magang, instruksi pekerjaan diterima penulis langsung dari card sales head. Sementara, pembimbing kerja lapangan adalah Tri Handayani, yang menjabat sebagai *Senior Card Sales Support Officer*.

Setiap hari selama melakukan praktek kerja magang, penulis melakukan *broadcast message* melalui *blackberry messenger* dan mengirimkan *direct mail* kepada seluruh *seller* OCBC NISP diseluruh Indonesia. Selain itu penulis juga melakukan *update* akun twitter resmi kartu kredit OCBC NISP. Konten dari setiap *tweet* beragam, tergantung dari program dan promosi apa yang sedang berlangsung.

Setiap satu bulan sekali, penulis diminta untuk mengisi kolom majalah internal bank OCBC NISP, dengan artikel yang membahas berbagai aktivitas divisi kartu kredit. Untuk mendapatkan data sebagai sumber informasi, penulis kerap melakukan wawancara kepada berbagai narasumber yang terkait dengan tema artikel.

Penulis diberikan kesempatan untuk membuat sendiri konten dan desain pesan yang akan dikirimkan, namun tetap melalui persetujuan langsung dari *Card Sales Head*.

Setelah melalui proses persetujuan, pesan kemudian dikirimkan kepada seluruh *seller*. Penulis diminta untuk menciptakan pesan yang menarik, melalui kata-kata yang interaktif dan didukung dengan gambar serta personal status di *blackberry messenger*. Sedangkan pada email, kesan menarik penulis ciptakan melalui gambar, *font*, warna, dan visualisasi seperti tulisan berkedip.

Informasi mengenai materi yang akan dikemas menjadi *broadcast message* diberikan oleh berbagai pihak, mulai dari *marketing* dan *direct sales*. Perbedaan pesan dari kedua pihak tersebut adalah, pesan-pesan dari *marketing* lebih kepada promosi-promosi kartu kredit yang ada seperti diskon restaurant, program cicilan bunga ringan, dll. Sedangkan pesan dari pihak *direct sales* lebih kepada program yang menguntungkan para seller, jika mereka berhasil memperoleh penjualan kartu kredit.

Pekerjaan yang dilakukan penulis selama praktek kerja magang ini sangat membutuhkan kreatifitas dan koordinasi yang baik dengan berbagai pihak. Sehingga, penerapan ilmu komunikasi yang dipelajari penulis, diterapkan secara nyata dalam kegiatan ini.

3.2 Tugas yang Dilakukan

Tugas yang diberikan oleh pembimbing lapangan cukup bervariasi, mulai dari membuat artikel majalah internal, membuat konten *broadcast message* serta email, melakukan *update* akun *twitter* resmi kartu kredit OCBC NISP, dan menjawab pertanyaan, keluhan seller atau karyawan, baik melalui email maupun melalui *blackberry messenger*.

Berikut ini adalah pekerjaan yang dilakukan selama proses kerja magang yang berlangsung di *unsecured loan division*, PT. OCBC NISP :

Aktivitas		Agustus			September				Oktober				
		2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
Komunikasi Internal :	1. Menyebarkan informasi melalui <i>blackberry messenger</i>												
	2. Mengirimkan email internal												
	3. Menulis artikel majalah internal												
Komunikasi Eksternal	1. Updating akun <i>twitter</i> resmi PT. OCBC NISP												

3.3 Pembahasan

3.3.1 Uraian Pelaksanaan Kerja Magang

Secara umum, pekerjaan yang dilakukan penulis pada praktik kerja magang ini adalah aktivitas komunikasi internal dengan para seller untuk mendukung kegiatan penjualan. Selain itu, adapula kegiatan komunikasi eksternal, khususnya kepada nasabah atau konsumen, melalui *social media twitter*. Uraian pekerjaan penulis dibagi atas :

Peranan penulis disini adalah melakukan strategi online PR, dengan mengkomunikasikan seluruh program marketing, yaitu *event bazaar*, promosi cicilan 0%, program *reward point*, dan membangun *awareness* publik mengenai salah satu program diskon restaurant terbaru yang diberi nama *Alfresco dining*, melalui media sosial *twitter* kepada nasabah dan komunitas yang ada didalamnya.

1. Komunikasi Internal

Komunikasi internal adalah komunikasi yang dilakukan antara manajemen dan karyawan atau sebaliknya (Effendy, 1993 : 17). Komunikasi manajemen kepada karyawan disebut *downward communication* sedangkan komunikasi karyawan kepada manajemen disebut dengan *upward communication* (De Vito, 2011 : 385-388). Pola komunikasi internal ini disebut komunikasi vertikal dan bersifat formal. Terdapat pula komunikasi internal yang bersifat tidak formal, yaitu komunikasi yang dilakukan oleh sesama karyawan yang memiliki rentang jabatan yang sama, atau disebut juga dengan komunikasi horizontal.

Komunikasi internal memiliki fungsi sebagai berikut

- Sebagai alat untuk menyampaikan kebijakan organisasi sehingga menghindari kesalahpahaman yang dapat menimbulkan hambatan dalam aktivitas organisasi,
- Sebagai wadah bagi karyawan untuk menyatakan pendapat kepada manajemen tentang berbagai hal yang berhubungan dengan pekerjaan dan tanggung

jawabnya.

- Komunikasi internal yang dilakukan secara intensif akan mendorong motivasi dan kinerja karyawan yang dapat meningkatkan produktivitas organisasi.

Unsecured loan division sendiri melakukan komunikasi internal berupa *downward* dan *upward communication*. Tujuan dilakukannya komunikasi internal ini adalah untuk menyebarkan informasi yang dibutuhkan oleh *seller* dan sebaliknya, *seller* dapat dengan mudah menyampaikan pertanyaan, kritik, maupun saran yang membangun bagi manajemen.

Aliran informasi didalam suatu organisasi dapat dilakukan melalui tiga cara, yaitu serentak, berurutan, atau kombinasi dari kedua cara tersebut (Wayne, 2001:171). Penyebaran pesan yang serentak dari orang kepada orang lainnya didalam organisasi melibatkan sumber pesan dan penerima. Berikut ini beberapa cara yang dilakukan penulis dalam penyebaran pesan kepada *seller*.

a. Menyebarkan informasi melalui *blackberry messenger*

Unsecured loan division melakukan penyebaran pesan secara serentak, yaitu dengan memanfaatkan fasilitas *broadcast message* pada *blackberry messenger*. Pada pekerjaan ini, penulis memiliki tugas untuk menjadi sumber informasi yang kredibel bagi *seller*.

Penulis menyediakan berbagai macam informasi seputar kartu kredit, yang dibutuhkan oleh *seller*. Misalnya mengenai spesifikasi produk, keuntungan *seller* apabila berhasil mencapai target penjualan, mengirimkan *report approval* kartu kredit setiap bulannya hingga mengadakan games berhadiah untuk memberikan hiburan bagi para *seller*.

Penulis tidak sekedar menulis pesan yang akan disebar, sebelum menulis pesan, ada beberapa hal yang dilakukan, yaitu berkoordinasi dengan karyawan lain yang

terkait, berdiskusi dengan pembimbing lapangan, dan memperoleh *approval* dari pembimbing lapangan sebelum pesan disebar.

Agar efektif, pesan yang akan di *publish* melalui *broadcast message blackberry messenger* dan *e-mail* harus memiliki kriteria sebagai berikut :

- Menggunakan kalimat aktif dan bahasa sehari-hari, seperti sedang berkomunikasi kepada orang yang sudah dikenal
- Hindari istilah asing, yang berpotensi menimbulkan pertanyaan lanjutan dari *seller*.
- Memanfaatkan *emoticon* (aplikasi yang terdapat pada *blackberry messenger* dan email. Berupa gambar berbagai macam ekspresi wajah manusia). Tujuannya agar ekspresi Penulis dalam pesan, dapat tergambar dibenak pembaca.
- Pesan di *blackberry messenger* harus dibuat secara singkat dan padat dan sesuaikan *profile picture* dan *personal message*, dengan pesan yang di *broadcast*.

Untuk dapat memperoleh hasil yang maksimal, komunikasi *downward* dan *upward communication* harus berjalan seimbang. Oleh karena itu, melalui alat komunikasi *blackberry messenger* dan *e-mail*, penulis membuka kesempatan bagi *seller* untuk dapat memberikan pertanyaan, kritik, dan saran bagi manajemen. Penulis diminta untuk selalu menanggapi segala bentuk pertanyaan *seller* yang masuk, untuk kemudian disampaikan kepada pimpinan yang berwenang.

- b. Mengirimkan email internal kepada seluruh karyawan PT. OCBC NISP

Selain melalui *blackberry messenger*, informasi juga dikirimkan melalui *e-mail* internal. Berbeda dengan pesan

yang dikirimkan melalui *blackberry messenger*, pesan pada e-mail lebih bersifat umum karena dikirimkan kepada seluruh karyawan PT. OCBC NISP. Contoh informasi yang dikirimkan adalah mengenai *bazaar*, promosi cicilan gadget terbaru, dsb.

Pesan melalui email, boleh dibuat lebih panjang namun tetap padat, karena informasi dalam email harus dibuat secara jelas. Sertakan pula gambar bergerak, *font* dan warna tulisan, agar menarik mata pembaca. Selain itu, penting untuk menentukan subject yang menarik, agar pesan dibuka.

Syarat utama pengiriman e-mail agar efektif adalah sesuaikan waktu pengiriman dengan kegiatan para seller. Biasanya *seller* membuka email pada pagi hari, sebelum dan sesudah makan siang, dan sebelum jam kerja berakhir.

c. Menulis artikel untuk ditampilkan di majalah internal PT. OCBC NISP

Komunikasi internal dengan *seller* juga dilakukan berupa mengisi ruang majalah internal PT. OCBC NISP sebagai media publikasi berita seputar kegiatan apa saja yang dilakukan oleh divisi *unsecured loan division*.

PT. Bank OCBC NISP memiliki media komunikasi internal berupa majalah internal bernama *On-Us*, yang terbit setiap satu bulan sekali dan dikelola oleh divisi *corporate communication*. Isi dari majalah internal tersebut adalah segala informasi mengenai aktivitas perusahaan, misalnya berita perolehan penghargaan bagi perusahaan, liputan aktivitas halal bihalal idul fitri, liputan motivasi bekerja, dan sebagainya.

Masing-masing divisi yang ada di perusahaan diperbolehkan untuk mengirimkan artikelnya, untuk diterbitkan didalam majalah internal tersebut. Penulis

diminta untuk mengirimkan tulisan mengenai kegiatan divisi kartu kredit untuk di tampilkan dalam majalah internal.

Sebelum menulis, seorang PR harus memiliki wawasan mengenai apa yang akan ditulisnya. Wawasan yang harus diketahui PR sebelum menulis adalah (Kriyantono,2012:104) :

- Karakteristik organisasi dan publiknya,
- Kebutuhan karyawan,
- Visi, misi, dan tujuan organisasi,
- Isu-isu terkini yang berlaku di masyarakat,
- Teori dasar komunikasi dan persuasi, termasuk konsep komunikasi (komunikator, komunikan, media, pesan, *noise*, dan *feedback*).

Dengan memiliki wawasan mengenai hal-hal tersebut, sebuah tulisan akan lebih menarik minat publik untuk membacanya.

Penulis mewawancarai pihak-pihak terkait sebagai narasumber, seperti pimpinan atau karyawan lain, sesuai dengan kebutuhan tema tulisan, untuk memperoleh data dan fakta sebagai materi artikel yang akan ditulis.

Penulis juga melakukan koordinasi dengan pihak *corporate communication* mengenai artikel yang akan di tampilkan dalam majalah internal. Koordinasi yang dilakukan adalah komunikasi perihal deadline artikel, desain artikel, tema artikel, dan lain-lain.

Beberapa artikel yang telah dikerjakan penulis selama melakukan praktik kerja magang pada unsecured loan division ini berjudul, “*Credit Card Cross Sell Contest*”, “*Milestone : 100.000 OCBC NISP Credit Card Booked!!*”, “*Alfresco Dining*”, dan “*Wisata Korea dan Bali Bersama Credit Card OCBC NISP*”

2. Komunikasi Eksternal

Komunikasi eksternal adalah komunikasi yang dilakukan organisasi kepada publik di luar organisasinya. Beberapa publik eksternal dari sebuah organisasi adalah pemasok, pemerintah, konsumen, komunitas, masyarakat sekitar, dan sebagainya.

Komunikasi eksternal dimaksudkan untuk menyamakan persepsi antara persepsi organisasi dengan persepsi publik. Aktivitas komunikasi eksternal dapat berbentuk *community relation*, *customer relation*, *investor relation*, dan sebagainya, tergantung siapa publik eksternal yang menjadi target audiens kegiatan komunikasi eksternal.

Target audiens dari aktivitas komunikasi eksternal yang dilakukan *unsecured loan division* hanya terbatas pada nasabah dan calon nasabah. Media sosial *twitter*, dipilih sebagai media komunikasi dengan publik eksternalnya.

Alasan pemilihan sosial media sebagai media komunikasi dengan publik eksternal adalah karena media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dalam percakapan (Ardianto, 2011:165).

Media sosial sangat mudah diakses melalui *gadget* atau alat elektronik dimana saja, sehingga dengan cepat sebuah informasi dapat diterima oleh masyarakat. Selain itu, publik juga dapat memberikan *feedback*-nya secara langsung, dan dapat ditanggapi kembali oleh komunikator dalam waktu yang singkat.

Dibutuhkan strategi dalam pengelolaan media sosial sebagai media komunikasi dengan publik eksternal, strategi tersebut sering disebut dengan online PR. Online PR adalah segala bentuk kegiatan public relation yang dilakukan secara online. Misalnya, membentuk *awareness* publik mengenai program kartu kredit terbaru melalui *twitter* seperti yang dilakukan *unsecured loan division*.

Tujuan utama dilakukannya kegiatan komunikasi eksternal ini adalah untuk membangun *awareness* nasabah mengenai program

dan promosi yang ada. Kegiatan promosi program kartu kredit OCBC NISP dibuat dengan tujuan agar nasabah *existing* terus menggunakan kartu kredit OCBC NISP dalam setiap transaksi mereka dan juga untuk menarik nasabah baru agar mau membuat kartu kredit OCBC NISP.

Konten pesan yang harus disampaikan kepada publik eksternal, penulis dapatkan dari departemen marketing. Departemen marketing selalu berusaha membuat inovasi dengan menciptakan program-program yang dianggap dapat menarik nasabah untuk terus bertransaksi dengan kartu kredit OCBC NISP.

Berikut beberapa contoh *tweet* kartu kredit OCBC NISP selama penulis melakukan praktek kerja magang





2.3.2 Kendala yang Ditemukan

Berikut ini beberapa kendala yang ditemukan oleh penulis selama melakukan praktek kerja magang di Unsecured Loan Division PT. OCBC NISP :

a. Kendala Komunikasi Internal :

1. Kurangnya pemanfaatan *social media* seperti *twitter*, *facebook*, *website*, dan *blog* sebagai media publikasi informasi karena kurangnya minat para *seller* terhadap media sosial. Perusahaan sangat membatasi penggunaan internet, dan mengunci akses karyawan untuk membuka *social media* seperti *facebook*. Sehingga, *social media* tidak bisa dimanfaatkan sebagai media komunikasi dengan para *seller* dan hanya terbatas pada penggunaan alat komunikasi *blackberry messenger* dan e-mail internal.
2. Tidak adanya departemen khusus yang mengatur arus komunikasi dengan para *seller*. Selama proses kerja magang ini, penulis ditempatkan pada departemen *sales*, dan dibimbing langsung oleh *card sales head*. Penulis seringkali menemui kesulitan ketika

meminta persetujuan konten pesan sebelum dikirimkan. Hal tersebut dikarenakan pembimbing lapangan sibuk dengan pekerjaannya sebagai *card sales head*, dan secara tidak sengaja mengesampingkan pekerjaan yang dilakukan penulis.

b. Kendala Komunikasi Eksternal :

Kendala komunikasi eksternal yang ditemukan adalah kurangnya pemahaman karyawan dan pimpinan di *unsecured loan division* akan pentingnya komunikasi eksternal. Sehingga, faktor-faktor yang mendukung terlaksananya komunikasi eksternal secara efektif belum diwujudkan. Faktor yang dimaksud misalnya, perencanaan kegiatan, fasilitas yang mendukung, dan kegiatan yang menunjang.

2.3.3 Solusi Atas Kendala yang Ditemukan

a. Solusi atas kendala komunikasi internal

1. Penulis dan pembimbing lapangan sepakat untuk hanya menggunakan media komunikasi *blackberry messenger* dan email internal untuk sementara, demi efisiensi waktu. Karena, tidak mudah mendapatkan persetujuan dari direksi agar membuka akses *social media* bagi karyawan. Keterbatasan akses internet membuat penulis menjadi aktif dengan meminjam akses internet milik karyawan lain untuk menyelesaikan pekerjaan.
2. Penulis berusaha untuk lebih aktif dengan bertanya kepada *card sales head* apakah beliau telah menerima dan memeriksa pekerjaan yang penulis kirimkan kepadanya, sehingga pada akhirnya beliau memeriksa dan memberikan persetujuannya.

b. Solusi atas kendala komunikasi eksternal

Penulis, pembimbing lapangan, dan departemen marketing berdiskusi untuk membuat games berhadiah di *social media twitter* untuk menambah jumlah *followers*. Namun, karena waktu magang yang telah berakhir, penulis belum sempat menjalankan perencanaan yang telah dibuat selama kerja magang dilaksanakan.

