



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, 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 I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi di Indonesia semakin berkembang pesat, perkembangan teknologi ini mengakibatkan bergesernya budaya masyarakat. Menghadapi perkembangan teknologi ditengah persaingan industri yang semakin tajam, bisnis perbankan mengalami peningkatan persaingan, bisnis perbankan dituntut untuk mengikuti perkembangan zaman dan itu merupakan tantangan tersendiri bagi bisnis perbankan untuk mempertahankan posisinya.

Maybank sebagai salah satu bank swasta di Indonesia menyediakan serangkaian produk dan jasa komprehensif bagi nasabah juga ikut berinovasi mengikuti budaya masyarakat yang kian berubah, dalam mewujudkan produknya dalam bentuk digital dengan menyediakan produk dan layanan berbasis teknologi untuk memenuhi kebutuhan nasabah.

Merujuk pada tahun 2019, jumlah pengguna internet mengalami kenaikan sebanyak 416 juta jiwa dengan persentase kenaikan sebanyak 10% (dikutip dari <https://wearesocial.com> diakses pada 17 Desember 2019). Jika dilihat dari data terbaru pengguna internet di Indonesia pada 2019, pengguna internet mencapai 171,17 juta jiwa dari total penduduk Indonesia yakni 264,16 juta jiwa (Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia, 2019).

Dengan meningkatnya pengguna internet, arus informasi terjadi begitu cepat, dengan kebutuhan akan informasi secara cepat ini masyarakat akan lebih memilih menggunakan *media digital* dibandingkan dengan media lainnya jika dilihat dari keefektifan waktu yang digunakan. Bisnis perbankan berlomba untuk terus meningkatkan konten pada *media digital* dengan harapan agar nasabah maupun calon nasabah merasa puas dengan informasi yang mereka dapatkan mengenai perusahaan tersebut di *media digital*.

Teknologi telah memberikan kemampuan untuk berinteraksi dengan lebih banyak cara, lebih cepat, dan dengan lebih banyak orang daripada sebelumnya (Gamble Gamble, 2006, h. 12).

Dalam dunia bisnis, media sosial dapat dijadikan salah satu platform yang dapat digunakan untuk menjalin hubungan sekaligus memperoleh *feedback* dari nasabah. Dietrich (2012, h. 49) menjelaskan bahwa terdapat beberapa fungsi media sosial, yaitu:

- Masukan *customer* melalui jejaring sosial menjadi sumber utama dalam mencari informasi
- Sebagai wadah untuk saling berdiskusi mengenai suatu produk serta memantau perkembangan bisnis yang dimiliki kompetitor
- Memperlihatkan situasi pasar yang sedang dibicarakan
- Nilai saham perusahaan yang diperlihatkan dapat menjelaskan siapa yang memenangkan persaingan publik

Salah satu cara Maybank mempertahankan posisinya seperti sekarang ini dengan cara mengikuti arus perkembangan digital, dengan memanfaatkan internet sebagai media komunikasi dalam memasarkan produk serta *engagement* dengan nasabah. Apalagi dengan gaya hidup masyarakat di Indonesia yang sudah mengenal internet merupakan peluang yang besar. Selain itu, kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh Maybank disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan nasabah. Berbagai kegiatan promosi dilakukan bertujuan untuk memberikan kepuasan kepada nasabah.

Kategori yang menjadi salah satu bentuk *media digital* antara lain situs web, radio digital, TV *streaming*, dan surat elektronik (Romli, 2012, h. 30). Akitvitas komunikasi yang dilakukan Maybank pada *media digital* melalui website dan akun resmi media sosial Maybank dengan tujuan untuk berinteraksi dengan nasabah serta memberikan segala bentuk informasi yang dibutuhkan oleh nasabah. Dengan adanya aktivitas Maybank pada *media digital* perlu adanya *monitoring* secara berkala dengan tujuan untuk mempertahankan sekaligus meningkatkan *engagement* dengan nasabah melalui *media digital*.

## **1.2 Tujuan Kerja Magang**

Penulis melakukan praktik kerja magang sebagai *digital communication intern* dengan tujuan:

1. Untuk mengetahui peran *media digital* dalam *monitoring* aktivitas *corporate communication* pada *media digital* di PT Bank Maybank Indonesia
2. Untuk menerapkan ilmu-ilmu yang sudah dipelajari selama masa perkuliahan untuk kemudian dipraktikkan secara nyata dilapangan tempat kerja magang dan mendapatkan pengalaman praktik kerja magang
3. Untuk mengasah serta meningkatkan *skill monitoring* dan evaluasi

## **1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Kegiatan kerja magang dilaksanakan selama kurang lebih tiga bulan mulai tanggal 5 Agustus sampai 29 November 2019. Hari kerja di PT Bank Maybank Indonesia adalah hari Senin sampai Jumat dengan jam kerja pukul 08.00 – 17.00 WIB.

### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

Prosedur pelaksanaan kerja magang terbagi menjadi tiga bagian, yaitu sebagai berikut:

1. Tahap Pengajuan
  - a. Penulis telah memenuhi syarat dan telah mengambil mata kuliah kerja magang / *internship*
  - b. Penulis mengajukan permohonan dengan mengisi formulir pengajuan kerja magang (KM-01) sebagai acuan pembuatan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) yang ditujukan kepada perusahaan
  - c. Penulis mengirimkan Surat Pengantar Kerja Magang (KM-02) kepada perusahaan
  - d. Setelah memenuhi syarat, penulis memperoleh KM 03 – KM 07 yang wajib diisi

## 2. Tahap Pelaksanaan

- a. Penulis melakukan praktik kerja magang sesuai dengan peraturan dan waktu yang berlaku di PT Bank Maybank Indonesia
- b. Penulis bertanggung jawab atas absen harian dan mingguan yang wajib diisi sesuai form dari Universitas Multimedia Nusantara
- c. Penulis mengikuti rangkaian kegiatan dan arahan yang diperintahkan oleh pembimbing lapangan

## 3. Tahap Akhir

- a. Setelah praktik kerja magang, penulis melakukan penyusunan laporan kerja magang berdasarkan pengalaman atas pekerjaan yang dilakukan selama melakukan praktik kerja magang dengan bimbingan dosen pembimbing kerja magang
- b. Laporan kerja magang disusun sesuai dengan format dan struktur yang dikeluarkan oleh Universitas Multimedia Nusantara
- c. Penulis wajib mengisi formulir bimbingan magang yang ditandatangani oleh dosen pembimbing kerja magang dengan minimal 4x tatap muka
- d. Menyerahkan laporan kerja magang dan mengajukan permohonan ujian kerja magang
- e. Menghadiri ujian praktik kerja magang dan mempertanggungjawabkan laporan kerja magang yang telah dibuat