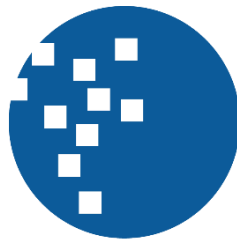


**IMPLEMENTASI PROGRAM KOMUNIKASI INTERNAL
PADA MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN *EMPLOYEE*
*ENGAGEMENT***

(Studi Kasus BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk)



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TESIS

AURELIA KARTIKA WANGSA

00000075434

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

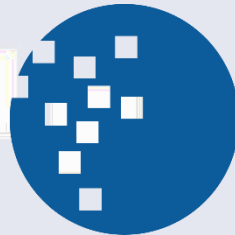
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2024

**IMPLEMENTASI PROGRAM KOMUNIKASI INTERNAL
PADA MEDIA SOSIAL DALAM MEMBANGUN *EMPLOYEE*
*ENGAGEMENT***

(Studi Kasus BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk)



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

TESIS

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)

AURELIA KARTIKA WANGSA

00000075434

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya,

Nama : Aurelia Kartika Wangsa

Nomor Induk Mahasiswa **00000075434**

Program studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tesis dengan judul:

**IMPLEMENTASI PROGRAM KOMUNIKASI INTERNAL PADA MEDIA
SOSIAL DALAM MEMBANGUN *EMPLOYEE ENGAGEMENT*
(Studi Kasus BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk)**

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan hasil plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain. Serta semua sumber, baik yang dikutip maupun yang dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari saya terbukti melakukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan tesis maupun dalam penulisan laporan tesis, maka saya bersedia menerima konsekuensi untuk dinyatakan TIDAK LULUS dalam sidang ujian tesis yang telah saya tempuh.

Tangerang, 20 Desember 2023



A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Aurelia', is written over the stamp.

(Aurelia Kartika Wangsa)

HALAMAN PENGESAHAN

Tesis dengan judul

**Implementasi Program Komunikasi Internal Pada Media Sosial dalam
Membangun *Employee Engagement*
(Studi Kasus BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk)**

Oleh

Nama : Aurelia Kartika Wangsa
NIM : 00000075434
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Sabtu, 06 Januari 2024

Pukul 08.30 s.d 10:30 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

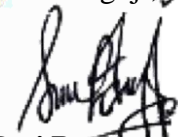
Ketua Sidang,



Dr. Endah Murwani, M.Si

NIDN: 0327066402

Penguji,



Dr. Teguh Dwi Putranto, M.Med.Kom.

NIDN: 0302108907

Pembimbing I,



Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si.

NIDN: 0320077401

Pembimbing II,



Dr. Nuria Astagini, S.Sos, M.Si.

NIDN: 0404038205

Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi,



Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si.

NIDN: 0313088403

**HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Aurelia Kartika Wangsa
NIM : 00000075434
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : *Tesis/~~Skripsi/Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**IMPLEMENTASI PROGRAM KOMUNIKASI INTERNAL PADA MEDIA
SOSIAL DALAM MEMBANGUN *EMPLOYEE ENGAGEMENT*
(Studi Kasus BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk)**

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 20 Desember 2023

Yang menyatakan,



(Aurelia Kartika Wangsa)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas selesainya tesis dengan judul “Implementasi Program Komunikasi Internal Pada Media Sosial dalam Membangun *Employee Engagement* (Studi Kasus BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk)”. Setelah menempuh program magister selama kurang lebih 3 semester, akhirnya saya berhasil menyelesaikan penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk mencapai gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom) dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara. Saya menyadari betapa pentingnya penerapan ilmu dan pengetahuan yang telah diajarkan oleh Bapak dan Ibu dosen semasa perkuliahan salah satunya melalui penelitian. Saya berharap penelitian juga dapat memberikan manfaat dan menjadi sarana berbagi ilmu kepada para pembaca hasil penelitian ini.

Secara khusus saya mengucapkan terima kasih kepada para pihak seluruh pihak yang telah menyetujui, membantu, dan mendukung proses pembuatan tesis ini. Ucapan terima kasih saya sampaikan kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Handoko, M.Sc., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Dr. Agustinus Rusdianto Berto, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si, sebagai Pembimbing pertama yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang berarti sehingga penulis berhasil menyelesaikan tesis ini.
5. Dr. Nuria Astagini, S.Sos, M.Si, sebagai Pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi yang berarti sehingga penulis berhasil menyelesaikan tesis ini.

6. Dr. Endah Murwani, M.Si. sebagai Ketua Sidang yang telah memimpin proses sidang tesis dapat berjalan dengan baik dan lancar dan penulis dapat lulus
7. Dr. Teguh Dwi Putranto, M.Med.Kom. sebagai Penguji yang telah memberikan berbagai masukan dan kesempatan untuk perbaikan.
8. Papaku dan mamaku, serta adik dan kakak yang selalu memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini.
9. Rekan-rekan Batch 3 yang telah bersama-sama berjuang dan belajar bersama, secara khusus Cindy, Pricil, dan Vina.
10. Pihak Biro Internal Public Relations PT Bank Central Asia, Tbk yang telah memberikan izin, secara khusus Andreas Wirjadi dan Bagus Budiono yang telah berbaik hati memberikan wawasan luas untuk mendukung hasil penelitian ini.
11. Rekan-rekan unit kerja Kredit Karyawan PT Bank Central Asia, Tbk yang telah memberikan saya waktu dan kesempatan untuk belajar semasa kerja.
12. Seluruh rekan-rekan BLUECASTER dan teman-teman karyawan PT Bank Central Asia, Tbk, secara khusus sebagai informan penelitian ini: Lintang, Eldora, Ansel, Kevin, Kelvin, dan Ali.
13. Serta seluruh pihak yang telah berkontribusi baik secara langsung maupun tidak langsung memberikan dukungan, doa, motivasi, dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penelitian ini semoga senantiasa diberikan kesehatan dan kesuksesan.

Dengan demikian, semoga hasil penelitian ini dapat memberikan manfaat ilmiah dan praktis kepada seluruh pembacanya.

Tangerang, 20 Desember 2023



(Aurelia Kartika Wangsa)

**Implementasi Program Komunikasi Internal Pada Media Sosial dalam
Membangun *Employee Engagement*
(Studi Kasus BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk)**

Aurelia Kartika Wangsa

ABSTRAK

Praktisi *internal communication* saat ini aktif menggunakan media sosial sebagai salah satu saluran komunikasi dalam perusahaan. Hal inilah yang kemudian dikembangkan oleh Bank BCA melalui program komunikasi internal, yaitu BCA BLUECASTER. Melalui program ini, perusahaan mendorong karyawan untuk aktif memproduksi dan mendistribusikan pesan perusahaan melalui pemanfaatan media sosial sehingga dapat mendukung *employee engagement* yang baik. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana implementasi program komunikasi internal, yaitu BCA BLUECASTER dalam membangun *employee engagement*. Selain itu penelitian ini juga mendeskripsikan bagaimana peranan para BLUECASTER sebagai *employee influencer* melalui penggunaan media sosial. Penelitian ini menggunakan *Social Influence Theory*, konsep *employee influencer*, dan *internal communication* dalam membentuk *employee engagement*. Metode yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah studi kasus dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *employee influencer* berperan sebagai pendukung tim komunikasi internal untuk memproduksi dan mendistribusikan pesan secara autentik melalui media sosial pribadinya. Bank BCA sebagai *communication hub* secara formal memberikan panduan, pelatihan, dan apresiasi kepada *employee influencer* dan menghasilkan *commitment* dari BLUECASTER untuk secara antusias dan konsisten memproduksi konten di media sosial. *Employee engagement* yang sudah terbentuk secara positif di perusahaan kemudian didukung oleh peranan karyawan sebagai *influencer* melalui konten pesan yang bersifat informatif dan menarik. Hasil penelitian menunjukkan aspek *engagement* yang terbentuk dari konten pesan para *employee influencer* adalah aspek *emotional* dan *cognitive* karyawan sebagai *follower*.

Kata kunci: *internal communication, employee influencer, employee engagement, media sosial*

***Implementation of Internal Communication Program on Social
Media in Building Employee Engagement
(Case Study of BCA BLUECASTER at PT Bank Central Asia, Tbk)***

Aurelia Kartika Wangsa

ABSTRACT

Internal communication practitioners are currently actively using social media as one of the communication channels in the company. This has been further developed by Bank BCA through an internal communication program, namely BCA BLUECASTER. Through this program, the company encourages employees to actively produce and distribute company messages through the use of social media to support good employee engagement. The purpose of this study is to understand how the implementation of the internal communication program, namely BCA BLUECASTER, contributes to building employee engagement. Additionally, this research also describes the roles of BLUECASTER as employee influencers through the use of social media. The study utilizes Social Influence Theory, the concept of employee influencers, and internal communication in shaping employee engagement. The method employed in this qualitative research is a case study with data collection through in-depth interviews and social media observations. The research findings indicate that employee influencers play a role as supporters of the internal communication team to authentically produce and distribute messages through their personal social media. Bank BCA, as the communication hub, formally provides guidance, training, and appreciation to employee influencers, generating commitment from BLUECASTER to enthusiastically and consistently produce content on social media. The positive employee engagement already established in the company is then supported by the roles of employees as influencers through informative and attractive message content. The research results show that the aspects of engagement formed from the message content of employee influencers include emotional and cognitive aspects for employees as followers

Keywords: *internal communication, employee influencer, employee engagement, , social media*

DAFTAR ISI

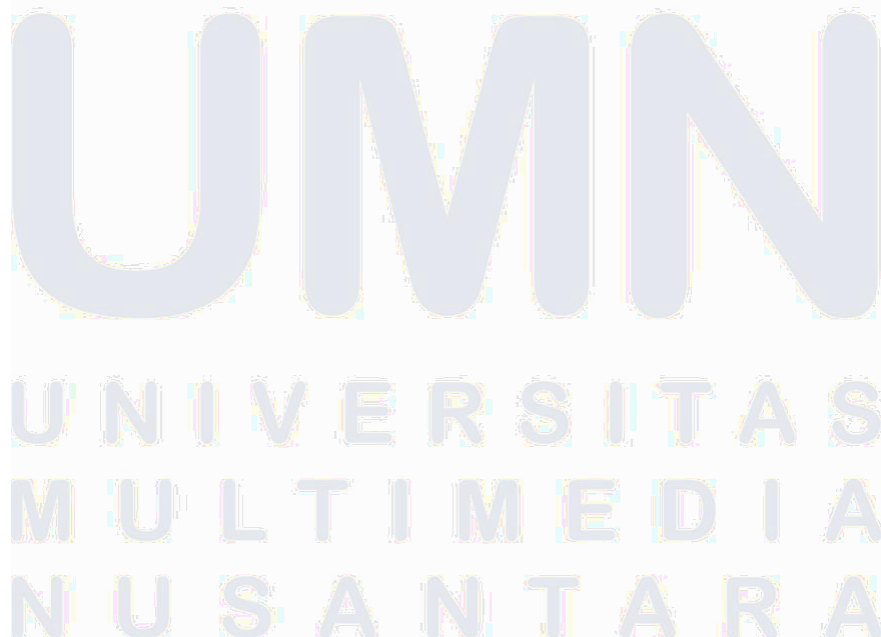
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	12
1.4 Tujuan Penelitian	12
1.5 Kegunaan Penelitian	12
1.5.1 Kegunaan Akademis	12
1.5.2 Kegunaan Praktis	13
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	14
2.1 Penelitian Terdahulu	14
2.1.1 <i>Employee Influencer</i> dalam Komunikasi Internal.....	14
2.1.2 <i>Employee Engagement</i> dalam Konteks Penggunaan Media Sosial	18
2.2 Teori atau Konsep.....	28
2.2.1 <i>Social Influence Theory</i>	28
2.2.2 <i>Employee Influencer</i>	31

2.2.3 <i>Employee engagement</i> dalam Komunikasi Internal.....	37
2.2.4 Media Sosial dalam Komunikasi Internal.....	40
2.3 Alur Pikir Penelitian.....	47
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	48
3.1 Paradigma Penelitian.....	48
3.2 Pendekatan dan Sifat Penelitian.....	49
3.3 Metode Penelitian.....	50
3.4 Partisipan dan Informan.....	52
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	56
3.6 Keabsahan Data.....	57
3.7 Teknik Analisis Data.....	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Objek Penelitian.....	61
4.2 Hasil Penelitian.....	64
4.2.1 Implementasi Program Komunikasi Internal: BCA BLUECASTER.	65
4.2.2 Peranan <i>employee influencer</i> dalam program BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk melalui penggunaan media sosial.....	86
4.3 Pembahasan.....	103
4.3.1 Implementasi komunikasi internal dalam membangun <i>employee engagement</i> di PT Bank Central Asia, Tbk melalui program BCA BLUECASTER.....	104
4.3.2 Peranan <i>employee influencer</i> dalam program BCA BLUECASTER di PT Bank Central Asia, Tbk melalui penggunaan media sosial.....	114
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	127
5.1 Simpulan.....	127
5.2 Saran.....	129
5.2.1 Saran Akademis.....	129
5.2.2 Saran Praktis.....	130

5.3 Keterbatasan Penelitian	131
DAFTAR PUSTAKA	132
LAMPIRAN	136

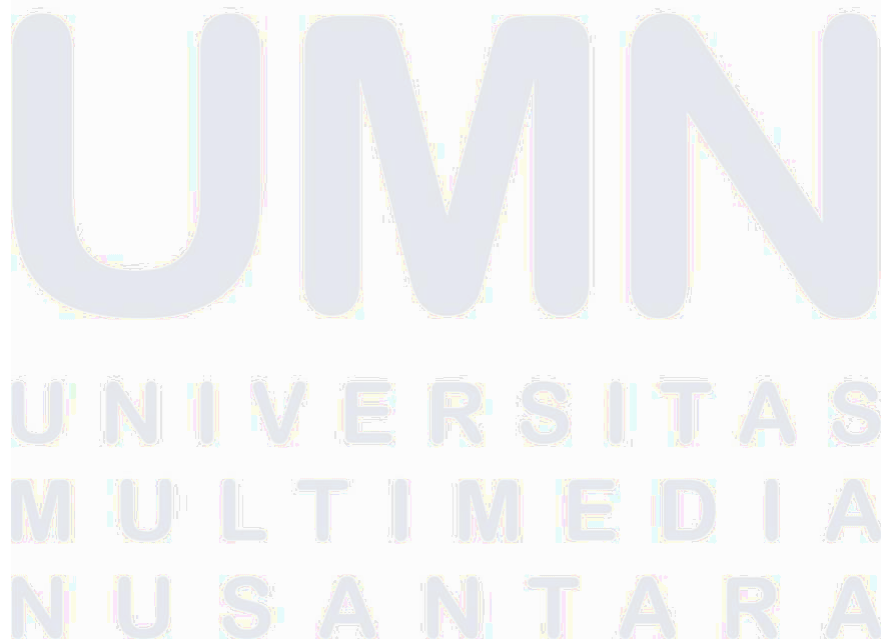
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Ringkasan Penelitian Terdahulu.....	21
Tabel 3.1 Informan dan Partisipan Penelitian	54
Tabel 3.2 Ringkasan Profil Partisipan Penelitian: BCA BLUECASTER	56
Tabel 4.1 <i>Communication Promoting</i> BLUECASTER Periode Juni – November 2023	112
Tabel 4.2 Aspek Interaksi <i>Communication Hubs</i> dan <i>Employee Influencer</i> dalam program BCA BLUECASTER.....	119
Tabel 4.3 Aspek Interaksi <i>Communication Hubs</i> dan <i>Employee/Followers</i> dalam program BCA BLUECASTER.....	121
Tabel 4.4 Aspek Interaksi <i>Employee Influencer</i> dan <i>Employee/Followers</i> dalam program BCA BLUECASTER.....	123



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 <i>The Conceptual Model of Employee influencer Management</i>	34
Gambar 2.2 <i>The Employee engagement Concept and Internal Corporate Communication a Conceptual Model</i>	39
Gambar 2.3 Logo Media Sosial Instagram.....	42
Gambar 2.4 Logo Media Sosial TikTok.....	43
Gambar 2.5 Alur Penelitian.....	47
Gambar 4.1 Tampilan Akun Instargam & TikTok Internal @bcasemuaberes.....	64
Gambar 4.2 Materi Publikasi Program BCA BLUECASTER.....	65
Gambar 4.3 Pengumuman 30 BLUECASTER Terpilih Tahun 2023.....	67
Gambar 4.4 Model Konseptual <i>Employee Influencer Management</i> dalam Program BCA BLUECASTER.....	124



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A: List Pertanyaan Wawancara Mendalam.....	137
Lampiran B: Transkrip Wawancara Mendalam	142
Lampiran C: Tematik Coding Hasil Wawancara Mendalam.....	275
Lampiran D: Lembar Observasi Konten Media Sosial BLUECASTER.....	309
Formulir Konsultasi Tesis dengan Pembimbing 1	324
Formulir Konsultasi Tesis dengan Pembimbing 2	326
Hasil Uji Turnitin	327
<i>Curriculum Vitae</i> Peneliti.....	330

