

# BAB 1

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era digital yang semakin berkembang pesat, integrasi teknologi dalam strategi pemasaran menjadi hal yang esensial bagi perusahaan, termasuk di sektor perbankan. Bank OCBC Indonesia, sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, dihadapkan pada tantangan untuk terus beradaptasi agar tetap kompetitif dan relevan di pasar yang dinamis [1]. Untuk menjangkau nasabah yang lebih luas serta meningkatkan efektivitas pemasaran, strategi marketing digital perlu dioptimalkan. Teknologi, khususnya dalam pengelolaan konten dan *website*, menjadi kunci dalam mencapai tujuan ini [2].

Salah satu tantangan utama yang dihadapi Bank OCBC Indonesia adalah memastikan bahwa konten yang disajikan di *website* selalu *up-to-date*, relevan, dan menarik bagi pengguna. *Website* perusahaan tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi, tetapi juga sebagai platform yang mencerminkan identitas dan nilai-nilai perusahaan [3]. Oleh karena itu, keberadaan konten yang informatif, seperti artikel dan promosi, menjadi sangat penting untuk membangun kepercayaan nasabah dan menarik minat calon pelanggan [4]. Namun, seringkali proses pembaruan konten dihadapkan pada kendala, seperti waktu respons yang lambat dan keterbatasan sumber daya dalam mengelola volume konten yang besar.

Selain itu, OCBC Indonesia perlu memanfaatkan *landing page* untuk mendukung berbagai kampanye promosi dan *event* khusus. Misalnya, dalam momen-momen penting seperti Imlek, Ramadhan, atau peluncuran produk baru, pembuatan *landing page* yang menarik dan informatif dapat membantu dalam penargetan segmen pasar tertentu [5]. Namun, pembuatan dan pengelolaan *landing page* yang efektif memerlukan perencanaan yang matang serta pemahaman yang mendalam tentang preferensi pengguna. Tidak jarang, masalah muncul dalam hal konsistensi desain, waktu peluncuran, serta analisis hasil yang diharapkan.

Lebih jauh lagi, tantangan dalam pemasaran digital tidak hanya terbatas pada konten, tetapi juga pada cara mengukur keberhasilan dari upaya pemasaran yang dilakukan. Salah satu masalah yang dihadapi adalah sulitnya memantau dan menganalisis performa *website* secara menyeluruh, termasuk *traffic*, *leads*, dan konversi.

Untuk mengatasi masalah-masalah ini, tim *Website Management* di Bank OCBC Indonesia perlu mengoptimalkan penggunaan CMS (*Content Management System*) Sitecore guna mempercepat proses unggah dan pembaruan konten. Selain itu, diperlukan upaya kolaboratif dalam pengembangan strategi pembuatan konten yang lebih relevan dan terarah, serta dalam pemanfaatan data analitik untuk meningkatkan efektivitas kampanye digital [6]. Oleh karena itu, integrasi teknologi dalam pengelolaan konten dan pemasaran menjadi faktor penting yang harus ditingkatkan untuk mencapai tujuan perusahaan.

Dengan demikian, diperlukan upaya kontribusi yang signifikan dalam mengatasi berbagai tantangan yang dihadapi oleh divisi *Marketing Journey, Tech & Website* di Bank OCBC Indonesia, terutama dalam pengelolaan konten, optimasi *landing page*, serta analisis data guna mendukung strategi pemasaran yang lebih efektif dan efisien.

## 1.2 Maksud dan Tujuan Kerja Magang

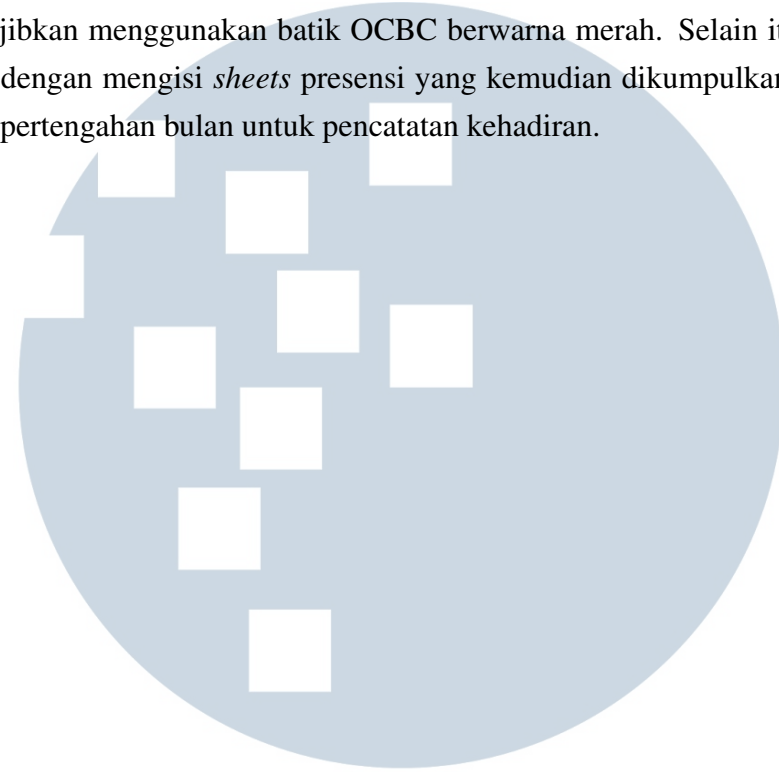
Maksud dari magang ini adalah untuk memberikan pengalaman praktis dalam dunia kerja dan pemahaman mendalam mengenai pengelolaan dan pengembangan konten digital di sektor perbankan. Magang ini diharapkan dapat meningkatkan keterampilan teknis dalam bidang manajemen konten, khususnya dalam penggunaan CMS Sitecore dan pemahaman terkait teknologi *website*. Tujuan spesifik dari magang ini adalah sebagai berikut.

1. Mengelola konten *website* dengan mengunggah artikel dan konten promosi.
2. Memodifikasi tampilan *website*.
3. Membuat *landing page* produk atau *event* OCBC Indonesia.

## 1.3 Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang

Magang berlangsung selama enam bulan, dimulai efektif pada 11 Juli 2024 dan berakhir pada 10 Januari 2025, dengan jam kerja yang ditetapkan dari pukul 08.00 WIB hingga 17.00 WIB setiap hari kerja, yaitu Senin hingga Jumat, serta waktu istirahat yang dijadwalkan dari pukul 12.00 WIB hingga 13.00 WIB. Setiap hari Senin diadakan *huddle meeting* yang bertujuan untuk membahas pencapaian serta kegiatan yang telah dilakukan selama minggu sebelumnya. Selama masa magang diwajibkan mengenakan pakaian berkerah sebagai standar berpakaian di

lingkungan kantor. Khusus setiap hari Selasa, dianjurkan untuk menggunakan batik berwarna merah agar selaras dengan aturan bagi karyawan tetap OCBC Indonesia yang diwajibkan menggunakan batik OCBC berwarna merah. Selain itu, presensi dilakukan dengan mengisi *sheets* presensi yang kemudian dikumpulkan ke bagian HR setiap pertengahan bulan untuk pencatatan kehadiran.



UMMN  
UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA