BAB II

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

2.1 Profil dan Sejarah Perusahaan

Penulis menjalankan program magang di PT Central Bank Asia Tbk dengan posisi sebagai *graphic designer intern*. Dengan demikian, fokus kerja magang penulis adalah menyediakan berbagai media visual untuk memenuhi kebutuhan perusahaan seputar industri bank. Sebagai salah satu bank swasta terbesar di Indonesia, Bank BCA memiliki sejarah dan profil perusahaan yang akan dijabarkan penulis lebih lanjut.

2.1.1 Profil Perusahaan

Dilansir dari laman resminya, PT Central Bank Asia Tbk atau Bank BCA adalah salah satu perusahaan bank swasta terbesar di Indonesia. Perusahaan bank ini telah berjalan selama 68 tahun untuk melayani berbagai keperluan finansial nasabah dari berbagai kalangan. Bank BCA memegang komitmen "Senantiasa di Sisi Anda" atau "Senada" yang menunjukkan prioritasnya dalam menjaga kepercayaan dan harapan nasabah. BCA memiliki prioritas memberikan solusi terbaik bagi berbagai kebutuhan finansial para nasabahnya. Solusi finansial tersebut ditujukan untuk mendukung perencanaan keuangan pribadi serta pengembangan nasabah bisnis (PT Bank Central Asia Tbk, 2020). Beberapa produk layanan yang ditawarkan BCA adalah Internet *Banking* (KlikBCA), *Mobile Banking* (m-BCA), Debit BCA, Tunai BCA, ATM, dan lain-lain.

Gambar 2. 1 Logo PT Bank Central Asia Tbk.
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Sebagai perusahaan yang bergerak di industri perbankan, BCA aktif menyediakan layanan transaksi pembayaran dan penyaluran kredit untuk mendukung pertumbuhan usaha di Indonesia dan meningkatkan perekonomian nasional. Layanan yang ditawarkan oleh BCA juga didukung oleh terintegrasinya jaringan antar cabang, luasnya ATM di seluruh Indonesia, serta jaringan perbankan elektronik lainnya. BCA sendiri merupakan perusahaan publik (terbuka) yang berarti sebagian sahamnya dimiliki oleh masyarakat umum. Berdasarkan data per 31 Desember 2020, komposisi persentase kepemilikian saham BCA terbagi menjadi 54,94% yang dipegang oleh PT Dwimuria Investama Andalan dan 45,06% yang dipegang masyarakat (PT Bank Central Asia Tbk, 2020).

Sebagai perusahaan bank yang memprioritaskan integritas dan kepercayaan nasabah, BCA menjunjung visi, misi, dan tata nilai yang mendasari setiap langkahnya dalam melayani kebutuhan finansial nasabah. Visi BCA adalah menjadi bank pilihan utama andalan masyarakat dengan perab sebagai pilar penting perekonomian Indonesia. Di samping itu, terdapat 3 poin misi BCA, yaitu membangun institusi yang unggul dalam menyelesaikan pembayaran dan menjadi solusi keuangan baik bagi nasabah bisnis maupun perseorangan, memahami kebutuhan nasabah yang beragam dan memberikan layanan finansial yang tepat untuk mencapai kepuasan optimal bagi nasabah, serta meningkatkan nilai francais dan nilai *stakeholders* BCA (PT Bank Central Asia Tbk, 2020)

Selain itu, terdapat 4 tata nilai yang dijunjung oleh BCA yaitu Fokus pada Nasabah, Integritas, Kerjasama Tim, dan Berusaha Mencapai yang Terbaik. Fokus pada Nasabah berarti memberikan perhatian dengan usaha melayani untuk memenuhi harapan serta kebutuhan nasabahnya secara spesifik. Integritas berarti menjunjung tinggi sikap jujur dan keterbukaan serta berlaku konsisten menjalankan tugasnya dalam berbagai situasi dan kondisi untuk menjaga kepercayaan nasabah. Kerjasama Tim berarti memprioritaskan kerjasama dengan interaksi dan sinergi yang baik untuk mencapai tujuan

organisasi. Selain itu, BCA juga selalu berupaya mencapai yang terbaik secara berkelanjutan untuk memberikan nilai tambah bagi nasabah (PT Bank Central Asia Tbk, 2025).

2.1.2 Sejarah Perusahaan

Ditelaah dari sejarah proses perkembangannya, PT Bank Central Asia telah melewati berbagai hal dimulai dari awal mula berdirinya pada tahun 1950-an hingga kini. Sejarah PT Bank Central Asia tbk dimulai dari tahun 1955, di mana awalnya perusahaan tersebut berupa NV Perseroan Dagang dan Industrie Semarang Knitting Factory. Pada tahun 1957-an, BCA mulai beroperasi tepatnya pada tanggal 21 Februari 1957 di kantor pusatnya yang berlokasi di Jakarta, daerah Asemka. Pada tahun 1970-an tepatnya pada tanggal 2 September 1975, nama perusahaan berubah menjadi PT Bank Central Asia (BCA). BCA kemudian memfokuskan perkembangan pada jaringan layanan cabangnya. Selanjutnya 2 tahun kemudian, BCA berkembang menjadi Bank Devisa sehingga dapat melayani kebutuhan transaksi internasional.

Memasuki era tahun 1980-an, sektor perbankan di Indonesia mengalami deregulasi sehingga BCA memperluas jaringan kantor cabangnya secara agresif. Langkah-langkah yang dilakukan pada saat itu adalah mengembangkan layanan, produk, dan pengembangan teknologi informasinya secara keseluruhan. Pada masa ini, BCA juga menerapkan sistem *online* untuk jaringan kantor cabangnya dan meluncurkan Program Tahapan (Tabungan Hari Depan) BCA. Melanjutkan sejarah perkembangannya ke tahun 1990-an, BCA mulai mengembangkan ATM (*Automated Teller Machine* atau Anjungan Tunai Mandiri). Pengerjaan perkembangannya pun dilakukan secara intensif dan mendalam serta bekerja sama dengan institusi terkemuka yaitu PT Telkom agar *customer* dapat melakukan pembayaran tagihan telepon melalui ATM BCA. Selain PT Telkom, BCA juga bekerja sama dengan Citibank agar nasabah BCA yang memiliki kartu kredit Citibank dapat membayar tagihannya melalui ATM

BCA. Memasuki era Indonesia mengalami krisis moneter pada 1998-an, BCA turut terdampak dan mengalami *bank rush*. Kemudian BCA menjadi BTO (*Bank Take Over*) dan termasuk ke dalam program rekapitalisasi serta restrukturisasi oleh BPPN (Badan Penyehatan Perbankan Nasional) Pemerintah Indonesia. Setelah proses rekapitalisasi selesai, Pemerintah Indonesia pada saat itu memiliki 92,8% saham BCA sebagai bentuk imbalan atas Bantuan Likuiditas Bank Indonesia dan kredit pihak terkait ditukarkan dalam bentuk Obligasi Pemerintah.

Memasuki era tahun 2000 hingga 2005-an, BCA memfokuskan pengembangan produk dan layanannya, terutama untuk perbankan elektronik. Produk-produk yang dikenalkan saat itu adalah Debit BCA, Tunai BCA, *Mobile Banking* M-BCA, *Internet Banking* KlikBCA, EDCBizz, dan lain-lain. BCA juga meningkatkan kompetensinya di bidang penyaluran kredit melalui anaknya, yaitu BCA *Finance*. Di tahun 2007-an, BCA menjadi pelopor yang menyediakan produk kredit kepemilikan rumah dengan suku bunga yang tetap. Produk-produk seperti kartu prabayar, Flazz *Card*, dan layanan *Weekend Banking* juga mulai diluncurkan. Di era gejolak krisis global pada tahun 2008 hingga 2009-an, BCA mengelola penyaluran kredit dan posisi likuiditas secara proaktif serta memprioritaskan kompetensi utamanya sebagai *bank* transaksi. BCA juga menyelesaikan pembangunan *mirroring* IT *system* dan membuka layanan Solitaire bagi nasabah yang memiliki *net-worth* tinggi.

Pada tahun 2010 hingga 2013-an, BCA mulai mengembangkan lini bisnis baru berupa perbankan Syariah, asuransi umum dan sekuritas, serta pembiayaan sepeda motor. BCA juga melakukan inovasi pada produk dan layanannya seperti pada aplikasi *mobile banking* untuk *smartphone*, pembayaran melalui *e-commerce*, dan konsep baru *Electronic Banking Center* untuk melengkapi ATM *Center* dengan fitur-fitur barunya. Memasuki tahun 2014 hingga 2016-an, BCA mulai mengembangkan MyBCA, yaitu layanan perbankan *digital* yang berbasis *self service* (digunakan mandiri).

Selain itu, aplikasi *electronic wallet* Sakuku juga diluncurkan. Selain itu, BCA juga menyempurnakan *internet banking platform* 'KlikBCA *Integrated Business Solution*' untuk menyediakan berbagai fitur-fitur yang dibutuhkan nasabah pebisnbis. BCA kemudian mendapatkan izin memberikan layanan asuransi jiwa melalui PT Asuransi Jiwa BCA (BCA *Life*). Pada 23 Januari 2017, BCA *Learning Institute* dan Galeri BCA diresmikan sebagai fasilitas BCA di bidang *Research and Development* (R&D).

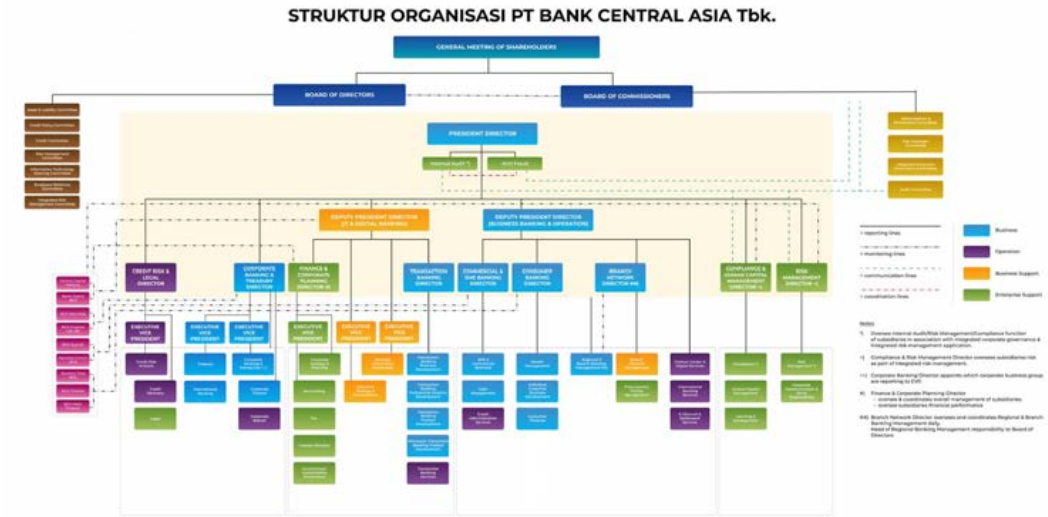
Dengan berkembang pesatnya *e-commerce* dan *cashless payment*, sejak memasuki era tahun 2017 hingga 2018-an, BCA bekerja sama dengan perusahaan-perusahaan *fintech* atau *e-commerce* melalui *Application Programming Interface* (API) untuk mempermudah jalinan koneksi antara sistem perusahaan tersebut dengan sistem perbankan transaksi BCA. Banyak produk berbasis *online* yang dibangun dan dikembangkan pada era ini, seperti aplikasi BCA *Mobile*, Sakuku, fitur *peer-to-peer* transfer berbasis teknologi QR *code*, OneKlik (fitur pembayaran *online merchants*), dan *Virtual Assistant* VIRA. Selain itu, proyek percontohan sentra UMKM juga dijalankan di beberapa cabang. Pada tahun 2017, kerja sama anak bisnis BCA seperti CS *Finance*, BCA Sekuritas, dan BCA *Life* juga semakin ditingkatkan dan dikokohkan untuk memperkuat integrasinya satu sama lain.

Memasuki era tahun 2019-an hingga saat ini, BCA terus meluncurkan berbagai inovasi layanan dan produk khususnya bidang digital untuk terus meningkatkan layanan dan pengalaman nasabah. Di era ini, BCA memfokuskan pengembangan konsep *future branch model* berbasis perangkat teknologi digital untuk mendukung pengalaman *customer* dan meningkatkan efisiensi operasional di kantor-kantor cabangnya. Untuk merealisasikan ini, pada tahun 2019 diluncurkan BCA *Keyboard* agar *customer* dapat langsung mengakses layanan transaksi perbankan di berbagai *platform online chat*, fitur pembukaan rekening di BCA *Mobile*, dan WELMA, yaitu *mobile application* untuk layanan *wealth management*. Hingga saat ini, BCA masih terus melakukan pengembangan dan peningkatan berbagai layanan serta produknya khususnya

yang berbasis digital, sesuai dengan perkembangan zaman (PT Bank Central Asia Tbk, 2025).

2.2 Struktur Organisasi Perusahaan

Secara garis besar, struktur organisasi PT Bank Central Asia Tbk terdiri atas beberapa bagian yang saling berhubungan dan berkoordinasi antar satu dengan yang lainnya. Dilansir dari situs resminya bca.co.id, secara garis besar terdapat 4 bagian besar, yaitu Susunan Direksi dan Dewan Komisaris, Komite di bawah Dewan Komisaris, Komite Eksekutif Direksi, dan Sekretaris Perusahaan. Dewan Komisaris terdiri atas 1 Presiden Komisaris, 1 Komisaris, dan 3 Komisaris Independen. Bagian Komite di bawah Dewan Komisaris terdiri atas 1 ketua dan 2 anggota. Gambaran struktur organisasi PT Bank Central Asia Tbk dapat dilihat melalui bagan berikut.



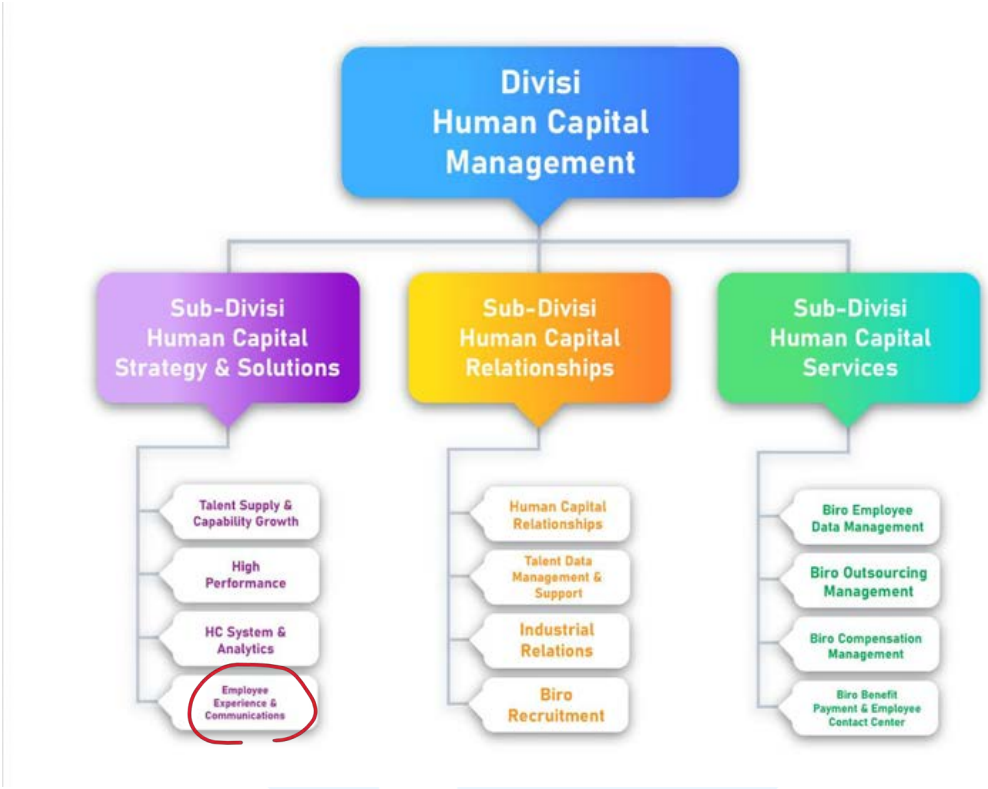
Gambar 2. 2 Bagan Struktur Organisasi PT Bank Central Asia Tbk.
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Dalam bagan tersebut, posisi tertinggi terdapat pada *Meeting of Shareholders* yang merupakan forum resmi para pemegang saham di PT Bank Central Asia Tbk. Di posisi selanjutnya, terdapat *Board of Directors* yang bertugas memimpin dan mengelola bank serta *Board of Commissioners* yang bertugas di bidang pengawasan dan memberikan saran kepada direksi. Kedua pihak ini juga

saling berkaitan untuk mengawasi satu sama lainnya. Di bawahnya, terdapat *President Director* yang bertgas sebagai pemimpin tertinggi dan bertanggung jawab langsung kepada Dewan Direksi. Tugasnya adalah *Internal Audit* dan *Anti Fraud*. Di bagian bawah, terdapat *Deputy President Director* yang terbagi menjadi 2 posisi utama, yaitu *IT & Digital Banking* serta *Business Banking & Operation*. Selain sub-direktorat tersebut, terdapat bagian *operation* berupa *Credit Risk & Legal Director*, bagian *business* berupa *Corporate Banking & Treasury Director*, serta bagian *Enterprise Support* berupa *Compliance & Human Capital Management Director* dan *Risk Management Director*. Di bawahnya, terdapat posisi *Executive Vice President* yang bertanggung jawab atas berbagai unit bisnis seperti Analisis Risiko Kredit, *Treasury*, Transaksi & *Banking* Korporat, serta strategi dan operasi pengembangan bisnis. Di bagian bawah, terdapat pembagian berbagai divisi yang dikelola oleh staf perusahaan. Di bagan struktur tersebut, terdapat 4 jenis garis yang menghubungkan bagian satu dengan bagian lainnya, yaitu *reporting lines* (pelaporan/hubungan langsung), *monitoring lines* (pengawasan), serta komunikasi dan koordinasi.

Dalam pelaksanaan magang, penulis ditempatkan di Divisi besar *Human Capital Management*. Berdasarkan bagan struktur besar BCA, divisi ini termasuk ke dalam bagian *Enterprise Support*. Fungsinya adalah untuk memberikan dukungan kepada tim bisnis utama, terutama berfokus pada pengelolaan dan manajemen sumber daya manusia. Divisi *Human Capital Management* (HCM) sendiri terbagi ke 3 sub-divisi, yang dapat terlihat pada gambar bagan berikut.

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA



Gambar 2. 3 Bagan Struktur Divisi Human Capital Management PT Bank Central Asia Tbk.
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Sub-divisi di bawahnya terdiri atas *Human Capital Strategy & Solutions*, *Human Capital Relationships*, dan *Human Capital Services*. Masing-masing sub-divisi terdiri atas 4 biro yang di dalamnya dikelola oleh berbagai staf. Sub-divisi *Human Capital Strategy & Solutions* terdiri atas 4 biro, yaitu *Talent Supply & Capability Growth, High Performance, HC System & Analytics,* serta *Employee Experience & Communications* (EEC). Di masing-masing biro, terdapat kepala biro (kabiro) yang mengelola staf-staf di bawahnya. Sub-Divisi *Human Capital Relationships* juga terdiri atas 4 biro, yaitu *Human Capital Relationships*, *Talent Data Management & Support, Industrial Relations,* serta Biro *Recruitment*. Pada Sub-Divisi *Human Capital Services* terdapat 4 biro, yaitu *Employee Data Management, Outsourcing Management, Compensation Management*, dan *Benefit Payment & Employee Contact Center*. Di dalam pembagian tersebut, penulis ditempatkan di Biro *Employee Experience & Communications* (EEC). Di dalam Biro EEC, terdapat total 9 staf dengan 1 kabiro. Di dalamnya, terdapat pembagian divisi internal dan

eksternal, di mana divisi internal mengelola kebutuhan internal perusahaan dan eksternal sebaliknya. Lebih spesifik lagi, penulis ditempatkan di divisi eksternal posisi *graphic designer intern* yang bertugas membuat materi desain untuk keperluan eksternal perusahaan (didominasi promosi).

2.3 Portofolio Perusahaan

Sebagai perusahaan yang bergerak di bidang perbankan, BCA juga menyediakan jasa dan produk perbankan untuk nasabahnya. Secara garis besar, produk BCA dibagi ke dalam 2 jenis, yaitu untuk individu dan untuk bisnis. Dilansir dari laman resminya bca.co.id, Produk Individu BCA terdiri atas Simpanan Individu, Pinjaman Individual, *Wealth Management*, Uang Elektronik, Kartu Kredit BCA, dan *Reward* BCA. Simpanan Individu sendiri terdiri atas Tahapan, Tahapan Xpresi, Simpanan Tahapan Berjangka, Simpanan Pelajar, Tapres, TabunganKu, BCA Dollar, Deposito Berjangka, dan e-Deposito. Pinajman Individual terdiri atas Kredit Sepeda Motor (KSM), Kredit Kendaraan Bermotor, Kredit Pemilikan Rumah, Pinjaman Kredit Tanpa Agunan Personal, dan *Secured Personal Loan*. *Wealth Management* terdiri atas Asuransi, Reksa Dana, Obligasi, Rekening Dana Nasabah, dan Rekening Dana Lender (RDL) BCA. Uang Elektronik terdiri atas Flazz dan Sakuku. Produk individu lainnya adalah kartu kredit BCA dan *reward* BCA yang merupakan *loyalty point* BCA yang bisa didapatkan nasabah setiap melakukan transaksi dengan Kartu Kredit BCA di Indonesia maupun luar negeri. *Reward*-nya dapat berupa pemotongan saldo transaksi saat belanja maupun lainnya.

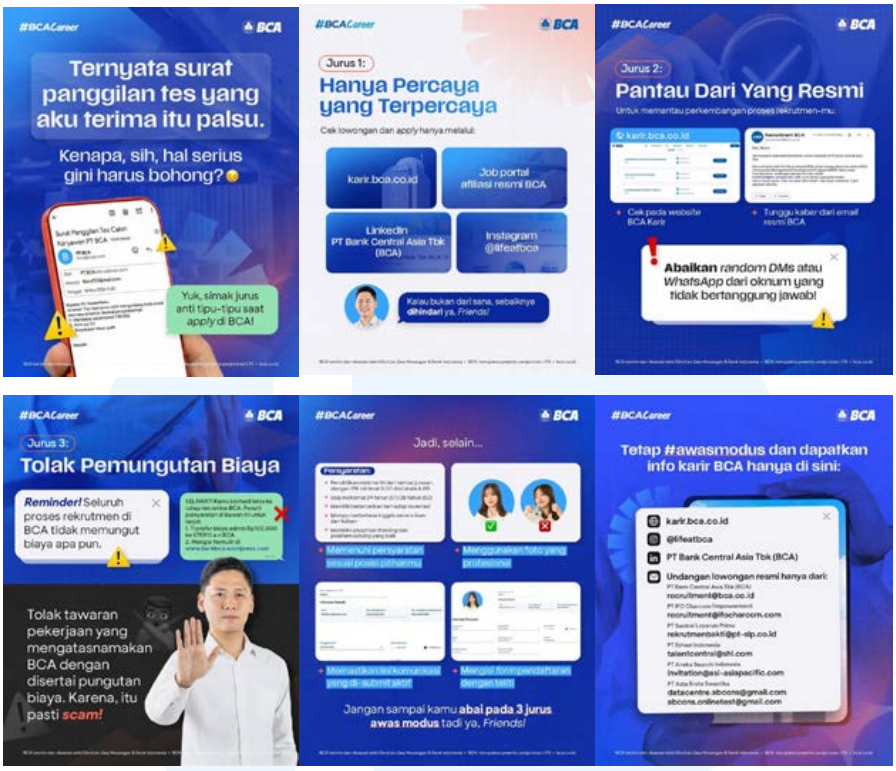
Selain produk individu, BCA juga menyediakan produk untuk keperluan bisnis. Produk Bisnis terbagi menjadi Simpanan Bisnis, Penerimaan Bisnis, Pinjaman Bisnis, Kartu Kredit Bisnis, dan Investasi Bisnis untuk Pengusaha. Simpanan Bisnis terdiri atas Deposito Berjangka, e-Deposito, Giro, Rekening Dana Lender (RDL), Rekening Dana Nasabah, dan Tahapan Gold. Penerimaan Bisnis terdiri atas BCA *E-Commerce Payment Gateway*, QRIS Bisnis, EDC BCA, Aplikasi *Merchant* BCA, dan *Payment Link.* Pinjaman Bisnis terdiri atas Kredit Usaha, Kredit Investasi, Kredit Agunan Surat Berharga Negara (SBN), Kredit Multiguna Usaha, Trade *Finance*, Kredit Usaha Rakyat, dan Kredit Tempat Usaha.

Selain itu, Kartu Kredit Bisnis BCA juga tersedia dalam beberapa pilihan yang bisa disesuaikan dengan kebutuhan bisnis, yaitu Rekening *Smartcash*, BCA *Smartcash*, BCA *Visa Corporate*, dan BCA *Corporate Business Account*. Produk lainnya adalah Solusi Pengelolaan Keuangan Perusahaan berupa investasi (PT Bank Central Asia Tbk, 2025).

Selain produk perbankan di atas, BCA juga membuat produk materi promosional di sosial media sebagai bentuk karya hasil kerja sama dengan berbagai pihak yang dipublikasikan secara publik. Sosial media yang digunakan untuk promosi juga beragam, mencakup Instagram, Tiktok, LinkedIn, WhatsApp, YouTube, dan Facebook. Sosial media paling utama yang sering digunakan untuk promosi saat ini adalah Instagram, di mana BCA memiliki 5 akun resmi, yaitu @goodlifebca, @blubybcadigital, @bca_sekuritas, @bcasyariah.official, dan @lifeatbca. Akun Instagram yang digunakan untuk membagikan informasi dan promosi terkait keperluan HCM (*Human Capital Management*) seperti recruitment maupun *hiring* adalah @lifeatbca. Berikut adalah contoh poster promosi dan informasi terkait *hiring event* atau *recruitment* yang pernah dipublikasikan di Instagram @lifeatbca.

2.3.1 Poster Peringatan Surat Panggilan Tes Palsu

Pada tanggal 7 Maret 2025, @lifeatbca mempublikasikan poster dengan materi tips-tips membedakan peringatan surat panggilan tes rekrutmen BCA yang palsu. Bentuk poster (*post feeds* Instagram) ini adalah *carousel*, yang terdiri atas 1 poster utama sebagai *cover* dan 5 *post feeds* berisi materi. Materi ini dibuat sebagai bentuk pencegahan terhadap kasus penipuan rekrutmen yang akhir-akhir ini marak dialami oleh masyarakat.



Gambar 2. 4 Poster Peringatan Surat Panggilan Tes Palsu BCA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Di dalam poster tersebut, terdapat total 3 tips yang dibagikan kepada masyarakat untuk menghindari penipuan terkait tahap tes rekrutmen di BCA, yaitu mencari dan mendaftarkan ke lowongan melalui sumber BCA yang terpercaya, memantau perkembangan proses rekrutmen dari sumber resmi, dan menolak segala bentuk pemungutan biaya. Desain poster tersebut dirancang menggunakan *color palette* yang telah disesuaikan dengan *branding* @lifeatbca, yang terdiri atas warna dominan biru tua, biru muda, dan putih dan warna sekunder berupa ungu dan oranye. Selain itu, setiap poster juga disertai dengan *template* logo #BCACareer, BCA, dan pernyataan bahwa BCA berizin dan diawasi oleh OJK (Otoritas Jasa Keuangan) Indonesia. *Post* Instagram tersebut juga dilengkapi dengan *caption* Instagram yang mengingatkan pada audiens untuk terhindar dari penipuan terkait proses rekrutmen BCA.

2.3.2 Poster *Hiring Wealth Management Program* (WMP)

Pada tanggal 5 Maret 2025, @lifeatbca mempublikasikan poster promosi *hiring* untuk posisi WMP (*Wealth Management Program*). WMP merupakan salah satu program karir di BCA yang difokuskan untuk menguasai *skills sales & marketing*, analisis keuangan, strategi mengelola aset, dan solusi investasi yang tepat bagi nasabah. Materi di poster mencakup rincian singkat terkait posisi WMP yang ditawarkan dan persyaratan kandidat yang harus dipenuhi. Seluruh materi disajikan dalam bentuk *post feeds* Instagram berjenis *carousel.*

Gambar 2. 5 Poster *Hiring Wealth Management Program (WMP)* BCA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Materi di poster meringkas kebutuhan perusahaan dari posisi WMP tersebut melalui 2 poin, yaitu sebagai seorang *Wealth Specialist* dan *Personal Relationship Officer* yang ditampilkan di *post* pertama sebagai *cover*. *Post* kedua berisi poin-poin persyaratan yang dibutuhkan dari kandidat. Poster juga dilengkapi dengan *link* pendaftaran yang dapat diakses oleh masyarakat yang tertarik dengan posisi WMP. Secara keseluruhan, poster didesain dengan *color palette* dan *template feeds* Instagram BCA yang sama dengan poster lainnya. *Caption* yang menyertai *post* Instagram tersebut juga dilengkapi dengan *link* tujuan yang dapat diakses kandidat untuk mendaftar lebih lanjut.

2.3.3 Poster *Hiring Management Development Programp* (MDP)

Pada tanggal 19 Februari 2025, @lifeatbca mempublikasikan poster promosi *hiring* untuk pposisi MDP (*Management Development Program*) yang termasuk ke dalam MT Programs (*Management Trainee*). MDP adalah salah satu program karir di BCA yang difokuskan untuk menguasai berbagai aspek dalam dunia perbankan seperti *skill leadership*, pemasaran, audit, kredit, dan pengembangan bisnis. Secara konsep, poster ini mirip dengan poster *hiring* WMP, hanya mempromosikan posisi yang berbeda yaitu MDP. Poster ini dibuat dalam bentuk *carousel* dengan 2 *post* yang berisi materi *headline*, persyaratan, dan *link* pendaftaran.

Gambar 2. 6 Poster *Hiring Management Development Program* (MDP) BCA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Materi di poster yang berfungsi sebagai *cover* terdiri atas *headline* dan *caption* yang mengajak audiens untuk mendaftar sebagai *future leader* di BCA melalui posisi MDP (*Management Development Program*). Materi di poster *slide* kedua terdiri atas poin-poin persyaratan kandidat untuk mendaftar ke posisi MDP. Sama seperti desain poster *hiring* sebelumnya, poster *Hiring* MDP ini juga disertai dengan *template* logo, OJK, dan *link* pendaftaran. *Color palette* yang digunakan juga sama, dengan dominasi warna biru tua dan putih pada poster tersebut.

2.3.4 Poster Tips *Relationship Officer* BCA

Pada tanggal 20 Desember 2024, @lifeatbca mempublikasikan poster tips-tips keberhasilan dalam karir RO (*Relationship Officer*) di BCA.

Relationship Officer bertugas untuk memberikan solusi keuangan yang sesuai dengan kebutuhan nasabah. Bidang pekerjaannya juga meliputi menganalisis kelayakan kredit bagi calon debitur. Materi poster yang disajikan di bawah berfokus pada 3 kunci keberhasilan RO yang disampaikan oleh Wilson, *Business Relationship Officer* di BCA. Bentuk poster berjenis *carousel feeds* Instagram yang terdiri atas 2 *slide*.

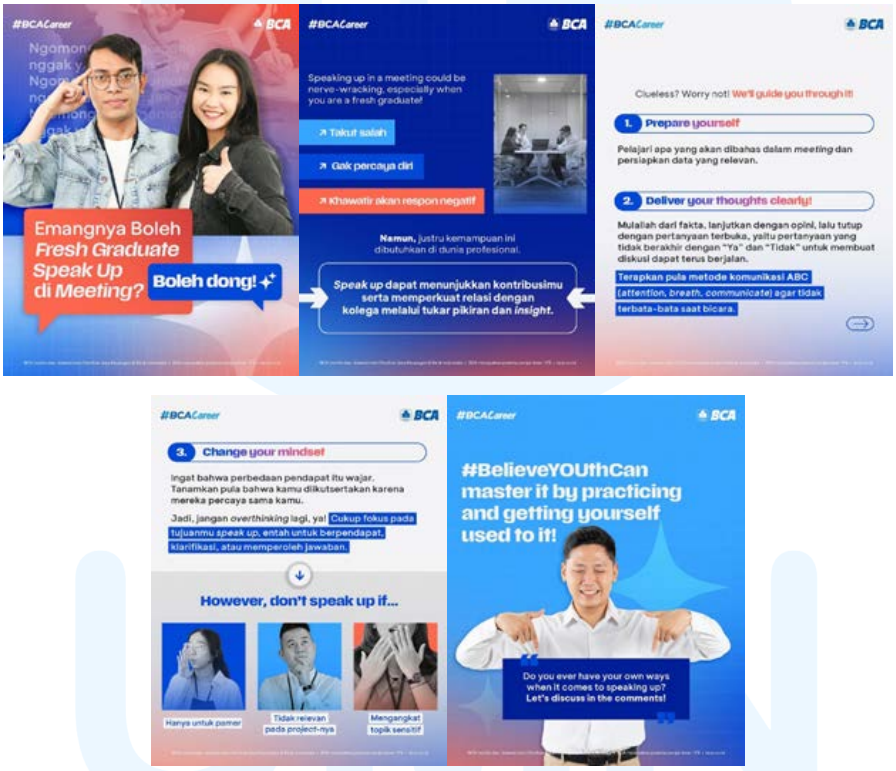
Gambar 2. 7 Poster Tips *Relationship Officer* BCA
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Slide pertama merupakan poster *cover* yang terdiri atas *headline* "Tertarik untuk Jadi RO?" untuk langsung menarik perhatian audiens. Materi kemudian diikuti dengan *caption* dan poin-poin kunci keberhasilan seperti *Mastering the Product Knowledge*, *Be a Problem Solver*, dan *Excellent Communications Skill*. Di *slide* berikutnya, materi dilengkapi dengan foto tim RO BCA dan ajakan bagi audiens untuk mendaftarkan diri melalui *link* yang dicantumkan. Desain poster juga disesuaikan dengan *template* logo, OJK, *color palette* yang sama dengan poster-poster lainnya. *Caption* yang menyertai poster juga mendorong audiens untuk mendaftarkan diri ke RO.

2.3.5 Poster Tips *Speak Up* di Meeting untuk *Fresh Graduates*

Pada tanggal 28 Oktober 2024, @lifeatbca mempublikasikan poster informasi mengenai tips *speak up* di *meeting* untuk karyawan *fresh graduate*. Poster ini berjenis *post feeds Instagram* dalam bentuk *carousel*, dengan jumlah *post* 1 untuk *cover* dan 4 *post* berisi materi inti. 4 *post* materi terdiri

atas 1 *post* menjabarkan poin-poin masalah yang kerap dialami *Fresh Graduate* saat akan berbicara di *meeting*, seperti takut salah, tidak percaya diri, dan khawatir akan respon negatif. Di 2 *post* berikutnya, dijabarkan poin-poin tips menghadapi masalah tersebut seperti menyiapkan diri sendiri, menyampaikan opini dengan jelas dan lantang, serta mengubah *mindset* bahwa mengutarakan pendapat adalah hal yang wajar. Di *post* terakhir, ditambahkan *statement* untuk mengajak audiens membagikan pengalaman mereka saat *speak up* di kantor di kolom komentar.



Gambar 2. 8 Poster Tips *Speak Up* di *Meeting* untuk *Fresh Graduates*
Sumber: Dokumentasi Perusahaan (2025)

Seluruh desain poster didesain dengan *template* logo, OJK, dan *color palette* yang sama dengan poster lainnya. Warna yang digunakan di poster didominasi biru tua, putih, dan aksen oranye. Konten poster bertujuan untuk memberikan informasi tips bagi *fresh graduates*, sesuai dengan target kandidat karyawan yang dicari BCA berdasarkan lowongan yang ada. Jenis konten ini mengangkat konsep *soft-selling*, di mana informasi yang

disampaikan secara tidak langsung juga mempromosikan *culture* dan lingkungan kerja di BCA.

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA