

JURNAL CYBER PR
Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

**Sosialisasi Aplikasi Digital Platform Mybca PT Bank Central Asia Tbk
KCU Taman Duta Mas**

**Wahyu Srisadono, Nadia Hanada, Nunuk Prihatiningsih*,
Fizzy Andriani, R. Rama Adhypoetra**

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)

Jl. Hang Lekir I No. 8, Jakarta Pusat, Indonesia

*Email korespondensi: nunuk.ps@dsn.moestopo.ac.id

Abstract - In disseminating information, planning is carried out regarding communication activities which can influence the public to follow the dissemination of the information. Like the Public Relations of KCU Taman Duta Mas in socializing the MyBCA Digital Platform Application to customers. Using the right media can increase the efficiency of information dissemination. Of course, in the dissemination of information is often encountered obstacles. This study aims to analyze the communication activities carried out by BCA KCU Taman Duta Mas and the obstacles found during the socialization process. The method in this research is qualitative-descriptive. Data was collected through observation and in-depth interviews. The paradigm of this research is Constructivism which prioritizes case studies. The data validity technique uses the Source Triangulation Method. And the theory used are the Theory of 4 Steps of Public Relations and 7 Cs of Public Relations Communication. The results of this study indicate that the most effective communication media according to customers is when they face to face with Frontliners. The information obtained is clearer and more detailed than other media. And the obstacles found are the older people who have limitations in MyBCA technology and features in MyBCA are still in the development process.

Keywords: public relations; socialization; mybca

Abstrak - Dalam melakukan penyebaran informasi dilakukan perencanaan mengenai kegiatan komunikasi yang dapat mempengaruhi masyarakat untuk mengikuti penyebaran informasi tersebut. Seperti halnya Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas dalam melakukan penyebaran informasi mengenai Aplikasi Digital Platform MyBCA kepada para nasabah. Menggunakan media yang tepat dapat meningkatkan efisiensi dari penyebaran informasi. Tentunya dalam penyebaran informasi tersebut seringkali ditemukan kendala. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh BCA KCU Taman Duta Mas dan kendala yang ditemukan selama proses penyebaran informasi. Metode dalam penelitian ini bersifat kualitatif-deskriptif. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi dan wawancara mendalam. Paradigma penelitian ini adalah Konstruktivisme yang mengedepankan studi kasus. Teknik keabsahan data menggunakan Metode Triangulasi Sumber. Dan teori yang digunakan ialah Teori 4 Langkah Hubungan Masyarakat dan 7 Cs *Public Relations* Communication. Hasil penelitian ini menunjukkan media komunikasi yang efektif menurut nasabah ialah ketika mereka berhadapan langsung dengan para Frontliner. Informasi yang dapatkan menjadi lebih jelas dan detail dibandingkan dengan media lainnya. Serta hambatan yang ditemukan ialah orang tua yang memiliki keterbatasan dalam teknologi dan fitur MyBCA yang masih dalam proses pengembangan.

Kata Kunci : sosialisasi; hubungan masyarakat; mybca

PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya teknologi yang semakin pesat, perkembangan tersebut menuntut masyarakat untuk dapat beraptasi dengan perubahan yang ada. Salah satunya ialah digitalisasi. Adanya digitalisasi membuat perbankan bersaing memanfaatkan teknologi untuk mempermudah transaksi bagi para nasabahnya. Perkembangan tersebut menimbulkan evolusi yang mengarah kepada layanan perbankan digital (*digital banking*). Demi terbentuknya rasa loyalitas yang terbentuk dari nasabah terhadap perusahaan perbankan itu sendiri. Ditambah dengan masa pandemic yang mengharuskan masyarakat untuk *new normal life*, dapat dijadikan sebagai peluang bagi bank untuk mendorong dan memperkuat pergeseran layanan kepada nasabah dari konvensional ke teknologi digital (bank digital). Layanan ini bertujuan meningkatkan efisiensi kegiatan operasional dan mutu pelayanan bank kepada nasabahnya. Untuk itu, bank perlu mengembangkan strategi bisnis yang mengarah pada layanan perbankan digital (OJK 2016).

Dalam mendukung layanan perbankan digital, Bank Central Asia, Tbk. Meluncurkan aplikasi digital platform terbaru yang bernama MYBCA. Merupakan aplikasi yang dikombinasikan dari aplikasi sebelumnya yaitu Mobile BCA dan KlikBCA. Informasi produk layanan BCA seperti ini tentunya perlu disosialisasikan kepada masyarakat, sehingga peran humas diperlukan. Hubungan Masyarakat (humas) melakukan penyebaran informasi bertanggung jawab untuk memperkenalkan produk perusahaan serta kebijakannya kepada para nasabah serta menerima tanggapan atau aspirasi dari nasabah tersebut. Dalam melakukan penyebaran informasi, Hubungan Masyarakat juga berperan penting dalam penentuan strategi terkait langkah yang akan diambil untuk mencapai tujuan perusahaan. Oleh sebab itu keberadaan Hubungan Masyarakat pada setiap cabang sangatlah dibutuhkan untuk merealisasikan strategi yang telah disusun dan memastikan tujuan perusahaan tercapai. Peran Hubungan Masyarakat pada kantor cabang yaitu ialah untuk menjaga citra dan nama baik dimata para nasabahnya seperti halnya pada BCA KCU Taman Duta Mas. Oleh karena itu juga perlu dilakukan kontrol terhadap pelayanan service yang diberikan oleh para frontliner sehingga nasabah merasa puas dan BCA KCU Taman Duta Mas. Termasuk memiliki peran lain untuk mengelola keadaan darurat. Seperti halnya ketika ada isu negatif yang terjadi pada perusahaan. Dengan adanya Praktisi Hubungan Masyarakat di Cabang, dapat membantu mengontrol persepsi nasabah di cabang KCU Taman Duta Mas serta meyakinkan nasabah untuk tetap mempercayai dan berada di pihak perusahaan.

Tantangan yang menjadi sorotan dalam penelitian ini, bahwa praktisi Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas dalam melakukan penyebaran informasi aplikasi digital terbaru platform MyBCA sering mendapatkan respon penolakan dari nasabah. Nasabah beralasan cenderung merasa nyaman dengan aplikasi sebelumnya. Selain itu nasabah masih belum terbiasa melakukan transaksi dengan fitur yang ada pada aplikasi MyBCA, dan nasabah yang kurang memahami era teknologi saat ini sehingga nasabah tersebut memilih untuk melakukan transaksi secara manual melalui mesin ATM. Hal tersebut diperoleh dari hasil pengamatan peneliti. Selain itu, menurut data internal cabang KCU Taman Duta Mas sebanyak 55% nasabah yang sudah mahir dalam penggunaan aplikasi digital dan sudah mengetahui mengenai aplikasi tersebut, serta 45% nasabah yang masih kurang dalam pengetahuan dan memahami teknologi. Dalam observasi, menunjukkan penolakan nasabah ketika ditawari produk aplikasi digital oleh para frontliner. Kemudian ditemukan dari hasil pengamatan bahwa nasabah yang datang ke cabang, hanya untuk melakukan transaksi yang sebenarnya bisa dilakukan melalui aplikasi digital. Ini merupakan tantangan bagi praktisi Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas dalam melakukan penyebaran informasi aplikasi digital platform MyBCA, sehingga dapat mengubah perilaku dan pola pikir nasabahnya untuk ikut serta menggunakan aplikasi MyBCA.

Dalam penelitian ini digunakan teori atau konsep sebagai kerangka teori yang memperkuat penelitian ini. Salah satunya adalah konsep publik relations atau hubungan masyarakat. Public Relations (PR) adalah fungsi manajemen yang khas dan mendukung pembinaan, pemeliharaan jalur bersama antara organisasi dengan publiknya, menyangkut aktivitas komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama; melibatkan manajemen dalam menghadapi persoalan/permasalahan, membantu manajemen dalam mengikuti dan memenfaatkan perubahan secara efektif; bertindak sebagai sistem peringatan dini dalam mengantisipasi kecenderungan penggunaan penelitian serta teknik komunikasi yang sehat dan etis sebagai sarana utama (Ruslan, 2014).

Dari defenisi di atas, dalam pelaksanaan pekerjaannya seorang praktisi/humas akan menggunakan konsep-konsep manajemen untuk mempermudah pelaksanaan tugas-tugasnya. Bawa proses humas (tahapan *fact finding, planning, communicating* dan *evaluation*) sepenuhnya mengacu pada pendekatan manajerial. Untuk keperluan pembahasan manajemen hubungan masyarakat, maka sementara manajemen itu dapat dirumuskan sebagai suatu proses dari kelompok orang-orang yang secara koordinatif, memimpin kegiatan-kegiatan tertentu untuk mencapai tujuan-tujuan bersama. Manajemen PR (humas) dapat dikatakan sebagai penerapan fungsifungsi manajemen (perencanaan, pengorganisasian, penstaffan, pemimpinan dan evaluasi) dalam kegiatan-kegiatan humas. Manajemen humas berarti melakukan penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi terhadap berbagai kegiatan komunikasi yang disponsori oleh organisasi.

Perkembangan Public Relations, baik sebagai ilmu maupun profesi tidak bisa lepas dari perkembangan teknologi komunikasi. Kegiatan utama yang dilakukan Public Relations adalah komunikasi, sehingga pemanfaatan teknologi komunikasi mutlak diperlukan. Beragam alat dan teknologi pada intinya memang dibutuhkan Public Relations agar apa yang mereka buat menjadi lebih efisien dan efektif. Selain media konvensional, salah satu media yang makin marak digunakan Public Relations saat ini, yaitu internet (Taniarza, Suherdiana, & Herman, 2018)

Manajemen humas bisa mencakup manajemen terhadap seluruh kegiatan kehumasan yang dilakukan oleh organisasi. Manajemen terhadap kegiatan-kegiatan kehumasan yang lebih spesifik atau yang berupa satuan-satuan kegiatan kehumasan. Dalam proses tersebut kita jumpai teknik-teknik dan koordinasi tertentu yang dipergunakan oleh kelompok orang-orang yang disebut manajer di dalam mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan itu sendiri.

Bila merujuk pada tipe media yang dikemukakan Brent D.Ruben dan Lea P. Steward, maka internet sebagai media komunikasi bisa dimasukkan pada media kelompok. Komunikasi melalui internet dianggap efektif dalam praktek Public Relations, karena menciptakan hubungan one to one dari pada media massa lain yang bersifat one to many (Onggo, 2004). Lebih jauh, Bob Julius Onggo menjelaskan dengan e-PR. Seorang Public Relations bisa langsung menyampaikan pesan-pesan tersebut kepada target public, membangun digital brand image, membina hubungan yang baik dengan berbagai media, melalui media center online, e-PR dapat digunakan sebagai sarana komunikasi pasar global maupun mitra bisnis internasional dengan biaya yang sangat minim, dan mendukung departemen pemasaran melalui 3R, yaitu relations dengan berbagai target audiens, reputasion melalui penggunaan teknologi modern, dan relevations memberi informasi yang relevan dengan keinginan target audiens (Onggo, 2004) dalam (Taniarza et al., 2018).

Dalam penelitian ini, teori-teori maupun konsep mendasar terkait topik yang diteliti yang digunakan di antaranya ialah : konsep Hubungan Masyarakat, Teori *Exellence*, 4 Langkah Hubungan Masyarakat dan 7 Cs *Public Relations Communication*. Dalam mendefinisikan hubungan masyarakat (Humas) telah dirumuskan oleh buletin PR News: "Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen yang mengevaluasi sikap publik, mengidentifikasi

kebijakan dan prosedur individu atau organisasi dengan kepentingan publik, serta merencanakan dan melaksanakan program tindakan untuk mendapatkan pengertian dan kesabaran publik" (Wilcox, 2014). Fungsi humas seperti diutarakan Profesor Lawrence W. Long dan Vincent Hazleton, yang menggambarkan hubungan masyarakat sebagai "fungsi komunikasi manajemen melalui mana organisasi beradaptasi, mengubah, atau memelihara lingkungan mereka untuk tujuan mencapai tujuan organisasi"(Wilcox, D. L., Cameron, G. T. & Reber, 2014), (Ruliana & Dwiantari, 2015). Hal ini sejala dengan pengertian dari (Kriyantono, 2012), Hubungan Masyarakat adalah fungsi manajemen yang tugasnya: (1) Membantu memelihara dan menjaga komunikasi, pengertian, penerimaan dan kerja sama antara organisasi dan publiknya. (2) Mencakup manajemen masalah dan isu-isu. (3) Membantu manajemen selalu memberikan informasi dan responsive terhadap opini publik. (4) Mendefinisikan dan menekankan pada tanggung jawab manajemen untuk melayani kepentingan publik. (5) Membantu manajemen selalu mengikuti dan memanfaatkan perubahan. (6) Melayani sistem pencegahan awal untuk mengantisipasi tren. (7) Menggunakan riset dan teknik komunikasi yang beretika sebagai alat-alat pokok. Oleh karena itu praktisi humas memiliki berbagai macam fungsi, salah satu fungsinya ialah fungsi manajemen, yaitu fungsi dalam melakukan perencanaan, pengorganisasian serta pengawasan.

Menurut Grunig & Hunt (1984) dalam (Rachmat Kriyantono, 2019) Teori *Excellence* dalam *Public Relations* merupakan pengembangan teori *situational of the public* dan empat model *Public Relations*. Dalam teori *Exellence*, bahwa humas tidak hanya dianggap memiliki peran sebagai alat persuasif atau sebagai teknisi komunikasi untuk menyebarluaskan komunikasi. Namun dianggap sebagai Ahli yang melaksanakan peran sebagai manajer yang menggunakan penelitian dan dialog untuk membangun hubungan yang sehat dengan publiknya. Teori *Excellence* juga menjelaskan mengenai Hubungan Masyarakat dapat berkontribusi sebagai fungsi manajemen untuk keseluruhan keefektifan organisasi, seperti dalam membangun hubungan dengan publik dan penyelesaian konflik organisasi. Terdapat tiga komponen yang menjadi dasar keberhasilan Komunikasi *Exellence*. Diantaranya ialah *Knowledge Core* (Dasar Pengetahuan), *Shared Expectation* (Harapan Bersama) dan *Parcipative Culture* (Budaya Organisasi yang Partisipatif).

Dalam mengukur strategi Hubungan Masyarakat, menggunakan Teori Cutlip, Center, and Broom (2007) yang mencakup empat tahapan, yakni: (1) Mendefinisikan problem atau peluang (*fact finding*). (2) Perencanaan dan pemrograman (*planning*). (3) Mengambil tindakan dan berkomunikasi (*communication*). (4) Mengevaluasi program (*evaluation*). Setelah membuat strategi Hubungan Masyarakat maka Tindakan selanjutnya Hubungan Masyarakat mengimplementasikan program komunikasi Hubungan Masyarakat dengan mengacu pada konsep 7Cs (Broom, G. M., 2013) : (1) *Credibility* (kredibilitas). (2) *Context* (konteks). (3) *Content* (isi). (4) *Clarity* (kejelasan). (5) *Continuity and consistency* (kontinuitas dan konsisten). (6) *Channel* (saluran). (7) *Capability of the audience* (kapabilitas atau kemampuan audien). (Rahastine, 2021)

Beberapa referensi penelitian sejenis yang terdahulu digunakan oleh peneliti untuk mendukung penelitian. Pada penelitian (Aufa & Surur, 2020) berjudul Efektifitas Sosialisasi Sebagai Penarik Minat Nasabah Perbankan Syariah Di Masa Pandemic Covid-19". Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk memberikan wawasan tentang lembaga keuangan syariah untuk menarik nasabah di masa pandemi saat ini. Dalam penelitian ini, metode yang digunakan adalah dengan melalui pendekatan kualitatif, paradigma yang digunakan adalah studi kasus. Sosialisasi diperlukan untuk kegiatan sehari-hari, termasuk dalam dunia kerja seperti contoh di lembaga keuangan. Sosialisasi di dalam lembaga keuangan sangat di perlukan untuk menarik minat nasabah di perbankan syariah yang saat ini Negara sedang gempar dengan masa pademi COVID-19. Perbankan syariah harus pandai-pandai bersosialisasi dengan nasabah nya sebaik mungkin.

Penelitian kedua dengan yang dilakukan oleh (Aulia, 2020) dengan judul Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. Berdasarkan hal tersebut, penggunaan dompet digital pada perilaku konsumen milenial di saat pandemi Covid-19 menjadi obyek penelitian. Penelitian ini menggunakan metode dekriptif kualitatif dengan pendekatan literatur. Data penelitian diperoleh melalui studi pustaka dan kajian teoritis dari berbagai sumber ilmiah. Hasil penelitian memperlihatkan bahwa pandemi Covid-19 memberikan peningkatan penggunaan dompet digital hingga kecenderungan konsumerisme konsumen dengan penggunaan transaksi elektronik yang lebih cocok dan efisien untuk digunakan dalam masa pandemi. Era digital sudah berkembang pesat dalam masyarakat yang sudah beradaptasi menjadi adaptive shopper di dalam cashless society yang mengembangkan budaya normal baru yaitu transaksi pembayaran elektronik melalui dompet digital.

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui sosialisasi seperti apakah yang dilakukan pihak Hubungan Masyarakat BCA KCU Taman Duta Mas dalam penyebaran informasi aplikasi digital platform MyBCA kepada para nasabahnya. Selain itu ingin mengetahui hambatan apa saja yang ditemukan Hubungan Masyarakat BCA KCU Taman Duta Mas dalam penyebaran informasi tersebut. Sehingga dari hal-hal tersebut diharapkan dapat ditetapkan bagaimana langkah yang harus diambil untuk menyelesaikan hambatan yang terjadi dalam proses penyebaran informasi.

METODOLOGI

Dengan menggunakan paradigma konstruktivisme, tidak hanya melakukan wawancara secara mandala tetapi dengan melakukan pengamatan dan objektivitas dalam penelitiannya. Peneliti akan melakukan pengamatan secara langsung untuk mengetahui kegiatan komunikasi apa sajakah yang dilakukan Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas dalam melakukan penyebaran informasi penggunaan aplikasi digital MyBCA dan mengetahui hambatan yang terjadi dalam pelaksanaan kegiatan penyebaran informasi. Sehingga jenis pendekatan penelitian yang dilakukan ialah pendekatan Kualitatif deskriptif. Secara holistik dan dengan cara deskriptif dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017). Peneliti menggunakan metode penelitian berupa studi kasus. Penelitian studi kasus bersifat untuk mempelajari, menerangkan, menginterpretasikan suatu ‘kasus’ dalam konteksnya yang ilmiah tanpa adanya intervensi pihak luar (Mulyana, 2018). Studi kasus dalam penelitian ini yang menjadi kajian penelitian ialah penyebaran informasi penggunaan aplikasi digital platform MyBCA. Merupakan sebuah subyek penelitian untuk pengumpulan data secara komprehensif yang meliputi aspek fisik psikologis, dengan tujuan memperoleh pemahaman mendalam melalui informasi dan data secara intergratif serta komprehensif.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan metode observasi karena berkenaan dengan perilaku manusia, yaitu perilaku nasabah dalam menanggapi adanya aplikasi digital platform terbaru MyBCA. Sehingga metode observasi penting sekali untuk dilakukan. Selain itu data diperoleh melalui wawancara mendalam untuk menggali informasi yang sangat detail atau terperinci mengenai suatu hal yang berkaitan dengan penelitian. Wawancara dilakukan oleh peneliti melalui percakapan langsung dengan target subjek, Peneliti akan mewawancarai beberapa subjek penelitian, yaitu bagian Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas untuk mengetahui program komunikasi apa dan kegiatan komunikasi seperti apa yang dilakukan dalam melakukan penyebaran informasi. Yang kedua ada Kepala KCU Taman Duta Mas, untuk mengetahui arahan penyebaran informasi Hubungan Masyarakat Kantor Pusat yang diturunkan kepada Hubungan Masyarakat Cabang. Yang ketiga ialah nasabah KCU Taman Duta Mas yang belum menggunakan aplikasi digital platform MyBCA, untuk mengetahui hambatan dan kendala yang terjadi dalam penggunaan MyBCA.

Selain itu data-data pendukung penelitian diperoleh melalui tinjauan pustaka. Menurut (Sugiyono, 2016), tinjauan pustaka adalah cara yang dilakukan untuk menelusuri dan mencari teori-teori yang relevan dengan penelitian peneliti. Adapun keabsahan data dilakukan melalui triangulasi. Menurut (R. Kriyantono, 2012) ada beberapa triangulasi, yaitu: (1) Triangulasi Sumber. (2) Triangulasi Teori. (3) Triangulasi Metode. Teknik triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber (narasumber yang diwawancara) dengan teori yang digunakan. Dan teknik analisis data yang digunakan setelah data terkumpul melalui tiga tahapan, di antaranya adalah : (1) Reduksi Data, (2) Penyajian Data, (3) Penarikan Kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tiga komponen yang menjadi dasar keberhasilan Komunikasi *Excellence* diantaranya ialah *Knowledge Core* (Dasar Pengetahuan), *Shared Expectation* (Harapan Bersama) dan *Participative Culture* (Budaya Organisasi yang Partisipatif). Berdasarkan hasil wawancara, untuk komponen (1) *Knowledge Core*; dapat disimpulkan bahwa Hubungan Masyarakat telah memiliki pengetahuan mengenai kehumasan dengan melakukan pembagian informasi dan komunikasi Two Way Asymmetric. Kemudian (2) *Shared Expectation*; berdasarkan dari hasil wawancara yang di dapatkan oleh Kepala Kantor Cabang yakni ibu Dyah Aryanti, bahwa komunikasi yang dilakukan oleh Hubungan Masyarakat Kantor Cabang kepada Hubungan Masyarakat Kantor Pusat bertujuan untuk diteruskannya kembali keinginan dan kebutuhan nasabah kepada pihak manajemen. Yang mana mereka akan memutuskan untuk mengambil tindakan dari aspirasi nasabah tersebut. Kemudian (3) *Participative Culture*; bahwa apa yang dilakukan oleh Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas dalam melakukan sosialisasi penggunaan aplikasi digital platform MyBCA, sosialisasi ini dilakukan dengan Kerjasama tim. Yang mana mengikutsertakan para *Customer Service Officer* dan *Teller* dalam kegiatannya.

Dalam mengukur strategi Hubungan Masyarakat, menggunakan (Cutlip, H, & M, 2009) yang mencakup empat tahapan. Pada tahap (1) *Planning*; Ibu Dyah Aryanti mengatakan bahwa Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas telah melakukan langkah Planning dari teori Cutlip & Center mengenai strategi. Dengan menentukan langkah dan perencanaan yang akan dilakukan untuk menyebarluaskan informasi penggunaan aplikasi digital MyBCA kepada nasabah cabang. Dengan cara menyampaikan secara langsung melalui para *frontliner*, dengan media brosur, zoom meeting dan tentunya media sosial. (2) *Communication*; tentunya dalam melakukan dan membentuk program komunikasi seperti halnya penyebaran informasi penggunaan aplikasi digital MyBCA diperlukan banyak pihak untuk mendukung keberhasilan dari program komunikasi yang dilakukan. Tidak mungkin program komunikasi dapat dilakukan hanya dengan satu pihak saja. (3) *Action*; Seperti uraian dari Ibu Dyah Aryanti dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan program kegiatan, pada tahap action ini, Hubungan Masyarakat menunjuk seseorang atau banyak orang dalam penugasan pada program kegiatan yang dilaksanakan. Agar program kegiatan dapat berjalan dengan baik tanpa terjadi kendala. (4) *Evaluation*; Menurut Ibu Dyah Aryanti, Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas telah mengetahui masalah ketidakpahaman para nasabah berusia 45-60 tahun terhadap teknologi, yang menyebabkan mereka tidak menggunakan aplikasi tersebut. Sehingga untuk mengatasi masalah tersebut, dilakukan dengan cara memberikan pemahaman dengan penjelasan yang mudah dimengerti oleh para *frontliner* dan Hubungan Masyarakat kepada para nasabah. Dan memberikan gambaran mengenai fitur MyBCA yang tidak dimiliki oleh aplikasi yang lain dapat sangat membantu nasabah di masa yang akan datang. Dari penjelasan yang diberikan, dapat dikatakan berhasil mengatasi masalah tersebut karena nasabah memberikan tanggapan positif untuk menggunakan aplikasi tersebut apabila ia akan melakukan penempatan deposito kedepannya.

Berbeda dengan tanggapan yang diberikan oleh Bapak Muhamad Yasir Muhyi, disimpulkan bahwa pihak Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas melakukan evaluasi sebagai bentuk dari penilaian penyebaran informasi yang sudah dilakukan selama ini. Dari evaluasi ini akan menghasilkan potensi inovasi penyebaran informasi lainnya yang mampu membuat perusahaan semakin dekat dengan target penyebaran informasi. Hal ini sesuai dengan tahap pelaksanaan program terakhir dari Cutlip & Center yakni evaluation, merupakan salah satu tahap yang paling penting untuk menilai sejauh mana efektifitas atau keberhasilan suatu perencanaan penyebaran informasi yang dibuat dalam suatu program.

Penerapan Sosialisasi Penggunaan Aplikasi Digital Platform MyBCA menggunakan 7Cs Public Relations Communication

Setelah membuat perencanaan program penyebaran informasi maka tindakan selanjutnya Hubungan Masyarakat mengimplementasikan penyebaran informasi dengan mengacu pada konsep 7Cs, diantaranya ialah : (1) *Credibility* (Kredibilitas); Komunikasi dimulai dengan iklim rasa saling percaya. Penerima harus percaya kepada pengirim informasi dan menghormati kompetensi sumber informasi terhadap topik informasi. Dari kasus yang terjadi di KCU Taman Duta Mas pelaku dalam penyebaran informasi penggunaan aplikasi digital MyBCA ialah seseorang yang harus dipercaya oleh nasabah. Terkait hasil wawancara dengan Ibu Lisjanti selaku nasabah KCU Taman Duta Mas non pengguna aplikasi MyBCA dan hasil wawancara yang saya lakukan dengan Bapak Muhamad Yasir Muhyi selaku nasabah KCU Taman Duta Mas pengguna aplikasi MyBCA, bahwa pembicara dalam program komunikasi penyebaran informasi mengenai penggunaan aplikasi digital MyBCA telah berhasil membangun kredibilitas, dimana ia mendapat kesan yang baik dari nasabah dan telah dipercaya. (2) *Context* (Konteks); Konteks dalam penyebaran informasi penggunaan aplikasi digital MyBCA haruslah informatif sesuai dengan fakta. Disini ada kemungkinan nasabah masih belum sepenuhnya memahami mengenai informasi yang diberikan oleh pembicara. Ini sesuai dari hasil wawancara dengan Ibu Lisjanti, bahwa nasabah belum menggunakan aplikasi MyBCA dikarenakan ia tidak terlalu banyak memahami mengenai teknologi. Sedangkan dalam penggunaan aplikasi tersebut, dibutuhkan pengetahuan teknologi yang cukup untuk dapat mengaksesnya. Sehingga informasi yang diberikan terhadap Ibu Lisjanti bisa dikatakan kurang dipahami, karena terbatasnya pengetahuan teknologi yang dimiliki.

Sedangkan hasil wawancara dengan Bapak Muhamad Yasir Muhyi dapat disimpulkan, nasabah mengerti dan memahami mengenai konteks pemberian informasi yang diberikan oleh KCU Taman Duta Mas. Sehingga ia menggunakan aplikasi tersebut, namun masih dirasakan ketidakpuasan terhadap fitur yang dimiliki aplikasi tersebut. (3) *Content* (Isi); Pentingnya menyesuaikan isi pesan dalam menyebarluaskan informasi mengenai penggunaan aplikasi digital MyBCA agar dapat mudah dipahami dan dimengerti oleh para audiens. Sehingga audiens akan dengan mudah menangkap isi pesan yang disampaikan dan tidak terjadinya kesalahpahaman diantara kedua belah pihak. Namun seringkali hal tidak terduga terjadi selama proses penyebaran informasi tersebut, sehingga pesan yang disampaikan pembicara tidak sepenuhnya dapat diterima oleh audiens. Ini sesuai dengan pernyataan yang dikatakan Ibu Lisjanti bahwa karena aktivitas tidak terduga yang dilakukan oleh nasabah selama penyebaran informasi tersebut berlangsung, membuat nasabah tidak dapat focus terhadap informasi yang diberikan.

Namun berbeda hasilnya, dengan pembagian informasi yang dibagikan secara tatap muka dengan para frontliner. Ini dapat dibuktikan dengan hasil wawancara yang saya lakukan bersama dengan Bapak Muhamad Yasir Muhyi bahwa informasi yang didapatkan oleh nasabah sudah jelas dan lengkap, nasabahpun dapat mengerti mengenai isi informasi yang diberikan oleh KCU Taman Duta Mas sehingga langsung ingin menggunakan aplikasi tersebut. (4)

Clarity (Kejelasan); Dalam penyampaian pesan informasi mengenai penggunaan aplikasi digital MyBCA, pesan harus disampaikan secara jelas, tidak bertele-tele dan tidak membuat bosan. Agar nasabah dapat mudah mengerti dan menangkap informasi yang dijelaskan oleh pembicara. Dari hasil wawancara berikutnya bahwa Ibu Lisjanti tidak sepenuhnya mendapatkan kejelasan saat pembagian informasi tersebut dilakukan, dikarenakan aktivitas yang dilakukannya selagi mendengarkan informasi yang diberikan KCU Taman Duta Mas.

Berbeda halnya dengan pernyataan Bapak Muhamad Yasir Muhyi bahwa menurutnya nasabah mendapatkan kejelasan sepenuhnya dari penyebaran informasi yang di lakukan KCU Taman Duta Mas dengan langsung menggunakan aplikasi tersebut di tempat. (5); *Continuity and Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi); Dalam penyampaian informasi mengenai penggunaan aplikasi digital MyBCA, haruslah dilakukan secara terus menerus dan konsisten agar tercapainya tujuan dari diadakan penyebaran informasi tersebut. Tidak cukup apabila hanya dilakukan 1kali saja, karena penyampaian informasi itu akan dengan mudah dilupakan sehingga nasabah tidak memiliki keperdulian untuk menggunakan aplikasi tersebut. Menurut penjelasan yang dikatakan oleh Ibu Lisjanti yang didukung oleh pernyataan Bapak Muhamad Yasir Muhyi, dapat dilihat bahwa program komunikasi penyebaran informasi penggunaan aplikasi digital MyBCA yang dilakukan oleh BCA Taman Duta Mas tidak hanya dilakukan satu kali, tetapi konsisten untuk memberikan informasi tersebut kepada nasabah. Nasabah mendapatkan informasi saat bertatap muka langsung dengan para *frontliner* dan brosur saat bertransaksi di cabang. Media social Instagram tidak berlaku, karena di dapatkan bukan dari media social yang dimiliki KCU Taman Duta Mas melainkan dari *official account* BCA. Sehingga dapat disimpulkan KCU Taman Duta Mas konsisten dalam pembagian informasi mengenai aplikasi digital MyBCA kepada nasabah. (6) *Channel* (Saluran); Saluran komunikasi yang sudah ada harus digunakan, sebaiknya saluran yang dihormati dan dipakai oleh si penerima. Saluran yang berbeda punya efek berbeda dan efektif pada tingkat yang berbeda-beda dalam tahap proses difusi informasi. Dibutuhkan pemilihan saluran yang sesuai dengan publik sasaran.

Setiap saluran memiliki keefektifannya masing-masing bagi setiap orang, tergantung pada selera dan kemampuan mereka dalam menggunakan saluran tersebut sebagai media komunikasi. Menurut pendapat Ibu Lisjanti saluran yang digemari oleh narasumber ialah tatap muka secara langsung karena merasa informasi yang didapatkan lebih jelas dibandingkan dengan media serta saluran lainnya. Dapat diperjelas dengan pernyataan yang diberikan oleh Bapak Muhamad Yasir Muhyi bahwa “*Media Instagram saya pikir kurang menarik ya videonya. Kalau dari Customer Service di cabang penjelasannya lebih lengkap dan mudah di mengerti. Lalu mengenai brosur, jujur saya paling males ya baca brosur. Cuma lumayan lah di baca sambil nunggu transaksi selesai. Saya ga bawa pulang, cuma saya baca saat transaksi. Ditawari Customer Servicenya juga itu brosur jadi saya baca. Tapi dari semua media itu menurut saya saat bertransaksi dengan Customer Service ya, karena informasinya lebih lengkap.*” (Wawancara Langsung, Muhamad Yasir Muhyi, 03/01/22). (7) *Capability of the Audience* (Kemampuan Audience);

Dalam melakukan program komunikasi penyebaran informasi penggunaan aplikasi MyBCA harus mempertimbangkan kemampuan audien atau para nasabahnya. Kemampuan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti waktu yang mereka miliki, kebiasaan, kemampuan membaca, dan pengetahuan yang telah mereka punyai. Karena kemampuan setiap manusia berbeda-beda. Dari penjelasan Ibu Lisjanti dapat disimpulkan kemampuan nasabah tidak memadai dalam menggunakan aplikasi MyBCA karena dibutuhkan pengetahuan teknologi yang mencukupi. Namun karena terkendala oleh usia membuat nasabah kesulitan dalam penggunaannya. Tetapi dapat dilihat karena adanya kebutuhan pada fitur yang dimiliki MyBCA, memaksa nasabah untuk menggunakan aplikasi MyBCA ke depannya. Berbeda

dengan pernyataan yang diberikan oleh Bapak Muhamad Yasir Muhyi bahwa nasabah memiliki kemampuan dalam menggunakan aplikasi tersebut, namun tetap memiliki kendala dikarenakan fasilitas fitur MyBCA belum memadai dan kesulitan dalam penerapan password yang lebih rumit dibandingkan dengan aplikasi BCA yang lainnya seperti Mobile BCA dan Klik BCA.

Pembahasan

Peran Hubungan Masyarakat Cabang sangatlah penting untuk membantu pertumbuhan perusahaan dan tetap dapat bersaing dengan perusahaan perbankan lainnya. Karena kondisi setiap nasabah di seluruh Cabang di Indonesia sangatlah berbeda, keinginan dan kebutuhan mereka pun beragam. Sebagai bentuk kegiatan melakukan komunikasi, seringkali ditemui hambatan-hambatan yang menyebabkan tidak efektifnya komunikasi yang dilakukan. Pesan yang disampaikan tidak diterima dengan baik oleh komunikasi. Hambatan komunikasi menurut Singbad dan Bell (Pratminingsih, 2006), terbagi menjadi dua, yaitu *pertama*, verbal kesalahan pemilihan kata, kurangnya perbedaan kosa kata, kesalahan penulisan atau pengucapan, dan perbedaan level antara komunikator dan komunikasi. *Kedua*, non verbal perbedaan persepsi, perbedaan kepentingan, perbedaan topik yang dibicarakan antara komunikator dan komunikasi, keterlibatan emosi, kurangnya intropesi kedua pihak dalam berkomunikasi, kesalahan dalam menilai penampilan dan pesan yang disampaikan kurang jelas dan tidak sistematis.

Karena keterbatasan Hubungan Masyarakat Kantor Pusat tidak mungkin dapat mendengarkan masalah yang dihadapi setiap cabangnya secara globalisasi. Maka dari itu peran dan fungsi Hubungan Masyarakat sangatlah penting dan membantu perusahaan. Dalam melakukan kegiatan komunikasi penyebaran informasi penggunaan aplikasi digital platform MyBCA, pesan yang disampaikan harus jelas. Agar pesan tersebut tersampaikan dengan baik dan dapat diterima oleh nasabah, sehingga dapat merubah perilaku dan opini nasabah tersebut. Dengan adanya perubahan perilaku yang terjadi dapat dikatakan bahwa komunikasi penyebaran informasi yang dilakukan oleh praktisi Hubungan Masyarakat efektif dan berhasil. Maka keberadaan Hubungan Masyarakat di dalam perbankan sangatlah dibutuhkan. Karena dilihat pada tugasnya, Hubungan Masyarakat tidak hanya bertugas dalam kegiatan membuat dan merencanakan program tetapi juga dalam membentuk opini public yang nantinya akan berubah menjadi image terhadap organisasi atau perusahaannya. Maka setiap program yang dibuat oleh Hubungan Masyarakat sangatlah berpengaruh kepada image perusahaan di mata public internal maupun eksternal. Dibutuhkan perencanaan yang matang dalam setiap program kegiatan yang dibuat dan dilaksanakan, agar dapat tercapainya tujuan perusahaan. Menurut (Tench 2017) ‘perencanaan adalah tentang bagaimana organisasi mengatasi dunia, yang dinamis dan muncul’ dan dalam daftar istilah mereka mendefinisikannya sebagai ‘cara yang digunakan organisasi untuk mencapai (dan berusaha mencapai) tujuan dan tujuan mereka’. Program komunikasi hubungan masyarakat adalah program yang dirancang untuk membantu organisasi mereka menghadapi dunia: proaktif, terencana, dan memiliki tujuan (objektif). Oleh karena itu, mereka memiliki dampak dan berkontribusi untuk memenuhi tujuan organisasi; mereka bukan hanya kegiatan untuk kepentingan itu. Tujuan (objektif) yang telah ditetapkan harus dapat memberikan perubahan.

Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas telah memenuhi peran dan fungsi Hubungan Masyarakat pada teori Edward L.Bernays (Ruslan, 2014). Hal tersebut diketahui dengan melihat beberapa elemen pendukungnya. Yang pertama melihat peran dan fungsi Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas dalam memberikan penerangan kepada public sudah dilakukan. Peran ini dalam rangka untuk memberikan penjelasan, pemahaman dan pengertian kepada public mengenai perusahaan. Dengan melakukan berbagai kegiatan Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas memberikan pemahaman mengenai produk perusahaan, ataupun isu yang berkembang. Dengan sikap responsive yang diberikan dapat

menimbulkan sikap penerimaan dari nasabah terhadap perusahaan. Kemudian humas telah melakukan persuasi kepada publik untuk mengubah sikap dan tingkah laku public, sehingga dapat menimbulkan rasa kebutuhan, ketertarikan dan keinginan yang dirasakan oleh public terhadap perusahaan. Berbagai cara dilakukan oleh Hubungan Masyarakat Cabang untuk melakukan persuasinya terhadap nasabah, seperti halnya pernyataan yang diberikan Ibu Dyah Aryanti selaku Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas. Selanjutnya sebagai upaya agar masyarakat memiliki sikap dan perilaku yang sesuai dengan perusahaan, diawali dengan melakukan riset agar perilaku dan sikap yang dilakukan masyarakat dapat diketahui, yang pada akhirnya dapat menghasilkan produk atau layanan yang sesuai dengan selera masyarakat.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di KCU Taman Duta Mas mengenai penyebaran Informasi atau sosialisasi yang dilakukan Hubungan Masyarakat PT Bank Central Asia, Tbk KCU Taman Duta Mas mengenai Aplikasi Digital Platform MyBCA sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: penyebaran informasi yang dilakukan dengan menggunakan beberapa media, diantaranya ialah Tatap muka langsung bersama para *frontliner* ketika nasabah bertransaksi di cabang, Melalui media zoom meeting dengan Hubungan Masyarakat KCU Taman Duta Mas sebagai pembicaranya, Media telepon yang disebut dengan penelponan H+1 yang dilakukan oleh para *frontliner* setelah jam layanan selesai kepada para nasabah, Media spanduk yang dipasang pada area *banking hall*, Media brosur yang disediakan serta dibagikan para *frontliner* kepada nasabah, dan Media social Instagram yang dimiliki oleh KCU Taman Duta Mas. Adanya media yang dianggap lebih efektif dibandingkan dengan media lainnya oleh para nasabah. Seperti halnya dengan penyebaran informasi yang dilakukan secara tatap muka dengan para *frontliner*. Para nasabah mengakui mendapatkan informasi lebih jelas dan detail ketika berbicara dengan para *frontliner* ketika sedang bertransaksi di cabang dan mendapatkan media brosur yang dapat dibaca di cabang dan dibawa pulang.

Hambatan yang ditemukan saat penyebaran informasi dilakukan, diantaranya ialah masih banyak nasabah berusia 45-60 tahun yang tidak memahami atau sedikit memahami mengenai teknologi. Sehingga mereka memiliki kesan bahwa aplikasi MyBCA sulit untuk digunakan. Lalu kendala yang ditemui pada generasi milenial yang telah memahami teknologi ialah, terlalu panjang password yang harus digunakan untuk membuka aplikasi MyBCA. Dibutuhkan 8-13 karakter untuk membuat password tersebut, berbeda dengan aplikasi Mobile BCA dan KlikBCA yang hanya memerlukan 6 karakter. Sehingga password MyBCA rentan untuk terblokir. Ditambah dengan fitur MyBCA yang masih dalam pengembangan, sehingga masih belum lengkap fitur-fitur tersebut. Dan dirasa kurang memadai tidak seperti aplikasi Mobile BCA ataupun KlikBCA.

DAFTAR PUSTAKA

- Aufa, A., & Surur, A. M. (2020). Efektifitas Sosialisasi Sebagai Penarik Minat Nasabah Perbankan Syariah Di Masa Pedemi Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi PROGRESSIO*, 1(2), 83–88.
- Aulia, S. (2020). Pola Perilaku Konsumen Digital Dalam Memanfaatkan Aplikasi Dompet Digital. *Jurnal Komunikasi*, 12(2), 311. <https://doi.org/10.24912/jk.v12i2.9829>
- Broom, G. M., and B. L. S. C. and C. (2013). *Effective Public Relations* (14th ed; S. Yagan., ed.). England: Pearson Education Limited.
- Cutlip, S. M., H, C. A., & M, B. G. (2009). *Effective Public Relations* (Nine). Jakarta: Jakarta: Kencana.
- Kriyantono, R. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: CV Kencana.
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Public Relations Writing Teknik Produksi Media*. Public

- Relations dan Publisitas Korporat.* Jakarta: Kencana Prenada Media Grup.
- Kriyantono, Rachmat. (2019). Peran Manajerial Praktisi Humas Perempuan Lembaga Pemerintah Dalam Profesi Yang Didominasi Perempuan. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(2), 181–194. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.31445/jskm.2019.2694>
- Moleong, L. . (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Revisi). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rahastine, M. P. (2021). Analisa Peranan dan Fungsi Public Relation Baitulmaal Munzalan Indonesia Dalam Publikasi Gerakan Infaq Beras Jakarta. *Journal Komunikasi*, 12(1), 85–90. <https://doi.org/https://10.31294/jkom>
- Ruliana, P., & Dwiantari, R. (2015). Hotel Public Relations Strategy in Shaping the Image of Tourist Attractions. *Jurnal ASPIKOM*, 2(4), 255. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v2i4.76>
- Ruslan, R. (2014). *Manajemen Publik Relation Dan Media Komunikasi (Konsep Dan Aplikasi)*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Sugiyono. (2016). Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung: Alfabeta. <https://doi.org/10.1111/j.1365-2036.2009.03946.x>
- Taniarza, R., Suherdiana, D., & Herman. (2018). Pengelolaan Informasi Melalui Website Dinas Tanaman Pangan dan Hortikultura Provinsi Jawa Barat. *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*, 3(1), 70–90. Retrieved from <http://digilib.uinsgd.ac.id/id/eprint/5961>
- Wilcox, D. L. ., Cameron, G. T. ., & Reber, B. H. (2014). *Public Relations: Strategies and Tactics* (Global Edi). England: England: Pearson Education Limited.