

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Magang**

Public Relations (PR) atau hubungan masyarakat merupakan suatu aktivitas yang dilakukan dengan cara menjalin hubungan-hubungan dalam bentuk komunikasi antara organisasi dengan keseluruhan publik baik eksternal maupun internal yang tujuannya untuk menumbuhkan saling pengertian, goodwill, dan kerjasama antar publik dengan jalan komunikasi timbal balik untuk mencapai tujuan bersama yang hendak dicapai (Akbar, Evadianti, &Asniar, 2021, p.17).

Public Relations memiliki peran penting dalam organisasi, salah satunya sebagai alat komunikasi strategis. PR bertugas menyampaikan informasi kepada publik dengan jelas dan transparan untuk membangun pemahaman dan kepercayaan. Selain itu, hal ini juga berfungsi sebagai mediator antara organisasi dan publiknya, khususnya dalam menghadapi masalah atau krisis yang dapat memengaruhi reputasi organisasi. Fungsi lain dari PR adalah mengelola reputasi organisasi melalui berbagai kegiatan komunikasi dan promosi, seperti siaran pers, pengelolaan media sosial, serta penyelenggaraan acara. Dan juga di dalam organisasi, seorang Public Relations secara fungsional dapat menjalankan fungsi-fungsi manajemen, dengan cara menciptakan komunikasi yang harmonis antara pimpinan dengan pegawai, pimpinan dengan publik, ataupun pegawai dengan publik untuk menciptakan suatu citra organisasi yang menguntungkan (Akbar et al., 2021, p. 30)

Dalam menjalankan tugasnya, Public Relations menerapkan berbagai strategi. Salah satunya adalah media relations, yaitu menjalin hubungan baik dengan media untuk memastikan organisasi mendapatkan liputan yang positif. Strategi lain adalah event management, seperti menyelenggarakan seminar, peluncuran produk, atau kegiatan sosial untuk memperkuat citra perusahaan. Yang tidak kalah penting adalah bagaimana PR juga memanfaatkan Corporate Social Responsibility (CSR) untuk menunjukkan tanggung jawab sosial organisasi terhadap masyarakat dan lingkungan. Strategi modern yang diterapkan adalah digital PR, yang melibatkan penggunaan media sosial, blog, dan website untuk

menjangkau publik secara real-time dan interaktif (Seitel, 2017).

Berkaitan dengan Public Relations, salah satu lingkup yang lebih spesifik dan menjadi cabang dari public relations adalah customer relations. Hal ini berfokus pada membangun dan memelihara hubungan baik antara organisasi atau perusahaan dengan pelanggannya. Dalam konteks ini, tujuan utama Customer Relations adalah menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, meningkatkan kepuasan mereka, serta membangun loyalitas yang berkelanjutan. Sebagai bagian dari PR, Customer Relations tidak hanya berfungsi untuk menangani kebutuhan pelanggan tetapi juga menjadi saluran untuk menyampaikan citra positif perusahaan (Fitriani & Utari, 2024).

Customer Relations berperan penting dalam memastikan bahwa komunikasi antara perusahaan dan pelanggan berjalan dengan baik. Hal ini melibatkan penyediaan informasi yang relevan, menjawab pertanyaan, dan menangani keluhan pelanggan secara efektif. Melalui fungsi ini, perusahaan dapat memahami kebutuhan dan ekspektasi pelanggan, sehingga mampu memberikan solusi yang sesuai. Selain itu, Customer Relation juga berperan sebagai jembatan antara pelanggan dan manajemen perusahaan. Masukan dari pelanggan yang dikumpulkan melalui Customer Relations dapat digunakan untuk memperbaiki produk, layanan, atau strategi bisnis perusahaan. Maka dari itu, Customer Relations menjadi elemen kunci dalam menciptakan kepercayaan dan membangun hubungan yang saling menguntungkan antara pelanggan dan perusahaan (Buttle & Maklan, 2019).

Untuk menjalankan Customer Relations yang efektif, perusahaan perlu menerapkan berbagai strategi. Salah satu strategi penting adalah personalisasi layanan. Dengan memahami preferensi dan kebutuhan masing-masing pelanggan, perusahaan dapat memberikan pengalaman yang lebih relevan dan memuaskan. Penggunaan teknologi, seperti Customer Relationship Management (CRM), juga menjadi alat penting dalam mengelola data pelanggan dan memberikan layanan yang lebih terintegrasi (Kumar & Reinartz, 2018). Selain itu, komunikasi yang masif juga merupakan bagian penting dari Customer Relations. Ini mencakup pemberian informasi secara berkala kepada pelanggan mengenai produk baru, promosi, atau perubahan dalam layanan. Komunikasi secara berkala tidak hanya membantu menjaga pelanggan tetap terinformasi tetapi juga menciptakan persepsi bahwa perusahaan peduli terhadap mereka (Handayani & Pratama, 2019). Maka dari itu,

untuk memperoleh pengetahuan serta pengalaman yang mendalam dalam mempraktikkan customer relations, maka diperlukan kegiatan bagi praktikan untuk merasakan situasi nyata dalam dunia kerja.

Magang atau kerja profesi merupakan program yang wajib diterapkan oleh banyak perguruan tinggi di Indonesia sebagai langkah awal bagi praktikan untuk mengenal dunia kerja secara langsung. Program ini dianggap sebagai sarana yang efektif untuk membantu praktikan mengaplikasikan pengetahuan teoritis dan keterampilan praktis yang diperoleh selama masa perkuliahan ke dalam situasi kerja nyata. Menurut Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Kemendikbud), tujuan utama program magang adalah memperkuat "link and match" antara dunia pendidikan dan kebutuhan industri, sehingga praktikan memiliki keterampilan yang sesuai dengan standar profesional yang dibutuhkan di dunia kerja. Selama magang, praktikan tidak hanya mengembangkan hard skill, seperti penguasaan teknologi atau aplikasi pemasaran digital, tetapi juga soft skill, termasuk kemampuan komunikasi efektif, kerja sama dalam tim, dan pemecahan masalah. Berdasarkan data Kemendikbud, 80% praktikan yang mengikuti program magang lebih siap menghadapi dunia kerja dibandingkan yang tidak, karena pengalaman langsung ini meningkatkan wawasan dan daya saing mereka dalam mencari pekerjaan.

Universitas Pembangunan Jaya, sebagai salah satu perguruan tinggi swasta di Tangerang Selatan, Banten, juga menerapkan program kerja profesi atau magang sebagai bagian dari kurikulumnya. Pada program studi Ilmu Komunikasi, terdapat mata kuliah Kerja Profesi (KP) yang dirancang untuk memberikan pengalaman langsung kepada praktikan dalam menerapkan ilmu yang telah mereka pelajari, sekaligus mengasah keterampilan teknis dan interpersonal. Program ini bertujuan mempersiapkan praktikan dengan bekal yang diperlukan untuk bersaing di dunia kerja. Untuk memperoleh pengalaman nyata yang relevan dengan jurusan yang diambil, PT Bank CIMB Niaga Tbk dipilih sebagai tempat magang. Melalui program ini, praktikan memiliki kesempatan untuk belajar secara langsung di lingkungan kerja profesional yang selaras dengan bidang keilmuan mereka. PT Bank CIMB Niaga Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di sektor perbankan di Indonesia. Perusahaan ini dipilih sebagai tempat magang karena reputasinya sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia dengan fokus kuat pada inovasi digital dan layanan pelanggan. Sebagai bagian dari CIMB Group,

bank ini memiliki visi untuk menjadi pemimpin dalam perbankan digital, dengan beragam produk unggulan seperti CIMB Clicks dan OCTO Mobile yang mempermudah akses layanan perbankan bagi pelanggan.

Selain itu, CIMB Niaga juga memiliki komitmen terhadap peningkatan hubungan dengan pelanggan melalui pendekatan yang berorientasi pada solusi. Lingkungan kerja yang dinamis dan profesional di bank ini menawarkan pengalaman belajar yang berharga bagi peserta magang. Tidak hanya itu, dengan jaringan luas dan pendekatan yang berbasis teknologi, CIMB Niaga memberikan wawasan mendalam tentang bagaimana teknologi dan komunikasi dapat diterapkan secara strategis dalam industri perbankan. Salah satu divisi yang terdapat pada PT Bank CIMB Niaga Tbk adalah divisi implementation, yang mana divisi ini berhadapan langsung dengan nasabah dengan menerapkan customer relations sebagai landasannya. Oleh karena itu, magang di divisi implementation menawarkan peluang untuk memahami langsung bagaimana sebuah perusahaan perbankan terkemuka mengelola hubungan dengan pelanggan, terutama dalam konteks teknologi perbankan modern.

Posisi ini memberikan kesempatan untuk mempelajari berbagai strategi yang digunakan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan, termasuk penerapan teknologi digital, personalisasi layanan, dan penanganan keluhan pelanggan. Selain itu, posisi ini memungkinkan peserta magang untuk memahami bagaimana divisi Implementation mengintegrasikan inovasi teknologi dengan kebutuhan pelanggan. Proses kerja di divisi ini mencakup pengelolaan feedback pelanggan, koordinasi antar-divisi untuk memastikan kelancaran implementasi layanan, dan pengembangan solusi yang relevan bagi nasabah. Semua pengalaman ini sangat relevan bagi individu yang ingin mendalami dunia perbankan modern dan komunikasi bisnis.

## **1.2 Maksud dan Tujuan Magang**

### **1.2.1 Maksud Magang**

1. Mempelajari proses kerja di divisi Implementasi sektor perbankan.
2. Mempelajari proses kerja di tim Customer Relations sektor perbankan.
3. Mempelajari tahapan public relations dalam fitur Perusahaan.
4. Mempelajari proses berkomunikasi baik terhadap sesama staff maupun nasabah.

### **1.2.2 Tujuan Magang**

1. Memperoleh pengalaman sebagai customer relations, yakni berkomunikasi secara langsung dengan pelanggan (nasabah).
2. Memperoleh wawasan baru terkait penggunaan dan kontrol fitur perbankan (seperti setting bulk account verification, hapus rekening, Aktivasi @CIMB Mobile dan Integrated Mobile Token serta Create User Approver dan Releaser).
3. Memperoleh pengalaman dalam hal public relations melalui pelaksanaan seminar.

### **1.3 Tempat Magang**

Praktikan melaksanakan kegiatan magang dengan jabatan service & delivery transaction banking pada bagian implementation PT Bank CIMB Niaga Tbk yang berkaitan dengan customer relations secara langsung terhadap nasabah. PT Bank CIMB Niaga Tbk merupakan perusahaan yang bergerak di sektor perbankan di Indonesia. PT Bank CIMB Niaga Tbk berlokasi di Menara Sentraya lantai 32, Jl. Iskandarsyah Raya No 1 A. Kebayoran Baru – Jakarta Selatan 12160. CIMB Niaga memiliki sistem kerja baik secara offline maupun online.

Alasan praktikan memilih PT Bank CIMB Niaga Tbk sebagai tempat dalam melaksanakan magang adalah karena CIMB Niaga adalah salah satu bank terbesar dan paling inovatif di Indonesia, dengan fokus yang kuat pada pengembangan layanan digital banking. Dalam beberapa tahun terakhir, CIMB Niaga telah mengokohkan posisinya sebagai pemimpin dalam transaction banking, terutama melalui implementasi solusi teknologi perbankan online. Bank ini dikenal dengan inovasi produknya, seperti CIMB Clicks dan BizChannel@CIMB, yang mempermudah transaksi digital bagi nasabah retail maupun korporasi.

Selain itu, CIMB Niaga memiliki komitmen untuk menyediakan lingkungan kerja yang inklusif dan mendukung pengembangan profesional. Program magangnya dirancang untuk memberikan pengalaman kerja nyata kepada praktikan, memungkinkan mereka untuk terlibat langsung dalam proyek dan inisiatif strategis. Dari sisi reputasi, CIMB Niaga memiliki rekam jejak positif dalam

menciptakan layanan perbankan yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan, didukung oleh teknologi yang terus diperbarui. Hal ini menjadi daya tarik utama bagi praktikan yang ingin mempelajari dinamika kerja di sektor perbankan modern.

Bagi praktikan, kesempatan untuk bergabung di Divisi Implementation CIMB Niaga berarti terlibat dalam proses pengembangan dan penerapan teknologi perbankan yang secara langsung memengaruhi pengalaman nasabah. Bank ini juga menyediakan platform pembelajaran yang ideal, dengan budaya kerja yang kolaboratif dan inovatif, menjadikan CIMB Niaga pilihan yang sangat tepat untuk mengembangkan kompetensi profesional di bidang perbankan digital.

#### 1.4 Jadwal Pelaksanaan Magang

Dalam melaksanakan kegiatan magang di PT Bank CIMB Niaga Tbk, rentetan aktivitas yang dilaksanakan dalam kurun waktu 4 bulan. Praktikan memulai pelaksanaan magang pada tanggal 6 September 2024 hingga 31 Desember 2024. CIMB Niaga memiliki sistem kerja yang sama dengan perusahaan bank pada umumnya, yakni aktif pada jam kerja di hari senin hingga jum'at, tanpa ada tambahan pekerjaan di hari libur nasional atau akhir pekan. Adapun aktivitas yang dilakukan selama kegiatan magang di PT Bank CIMB Niaga Tbk seringkali dilakukan berulang, dan hanya pada beberapa waktu tertentu peran yang dikerjakan lebih banyak dibanding biasanya.

Tabel 1. 1 Jadwal Pelaksanaan Magang

| No | Kegiatan                           | BULAN |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |             |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |
|----|------------------------------------|-------|---|---|---|------|---|---|---|------|---|---|---|-------------|---|---|---|---------------|---|---|---|------------|---|---|---|
|    |                                    | MEI   |   |   |   | JUNI |   |   |   | JULI |   |   |   | AGUS<br>TUS |   |   |   | SEPTE<br>MBER |   |   |   | OKTO<br>ER |   |   |   |
|    |                                    | 1     | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1    | 2 | 3 | 4 | 1           | 2 | 3 | 4 | 1             | 2 | 3 | 4 | 1          | 2 | 3 | 4 |
| 1  | Membuat CV dan Portofolio          |       |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |             |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |
| 2  | Mencari Informasi Lowongan Magang  |       |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |             |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |
| 3. | Mengirim CV ke beberapa perusahaan |       |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |             |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |
| 4. | Mendapatkan Panggilan Interview    |       |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |             |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |
| 5  | Melakukan Interview                |       |   |   |   |      |   |   |   |      |   |   |   |             |   |   |   |               |   |   |   |            |   |   |   |



proses penerapannya kepada nasabah. Sebagai tambahan, di awal bulan Desember, terdapat kegiatan magang yakni berperan sebagai PIC sharing session disaat outing untuk para The Complete Intern Batch 7 CIMB Niaga Sebagai bentuk konversi mata kuliah Jurnalisme Online. Pada kegiatan ini, dilakukan kegiatan yang berkaitan dengan mempersiapkan acara sharing session mulai dari persiapan awal hingga membuat isi materi acara sharing session dengan Project Kegiatan Team Customer Relation untuk Sharing Session. Lalu menjelang akhir bulan Desember, praktikan menyusun project design buku panduan (Aktivasi @CIMB Mobil dan Integrated Mobile Token) pada Bizchannel untuk memperbarui materi panduan dan mengerjakan project design buku panduan (create User Approver/Releaser) pada Bizchannel untuk memperbarui materi panduan.