

Nama : Ayesha Vikky Octora
NIM : 44217120062
Bidang Studi : Public Relations
Judul : Peran Customer Service Pada Aktivitas Komunikasi Inovasi Dalam Mendorong Penggunaan Aplikasi eBranch di cabang BCA Latumenten Jakarta Barat
Pembimbing : Nindyta Aisyah, M.Si.

ABSTRAK

Segala aktivitas masyarakat selalu berkaitan dengan adanya teknologi. Berkembangnya teknologi pada masa ini dimanfaatkan oleh sektor keuangan dengan membuat inovasi yang dikenal dengan istilah *Financial Technology (FinTech)*. Sebagai salah satu bank swasta terbesar di Indonesia, BCA meluncurkan aplikasi layanan perbankan untuk nasabah yang berbasis teknologi yaitu “*eBranch* BCA”, sebagai langkah perubahan menuju perkembangan dan kemajuan teknologi transaksi keuangan di bidang perbankan. Komunikasi inovasi secara umum dilakukan dalam bentuk komunikasi penyuluhan. Sebagai sebuah inovasi atau hal baru dalam produk jasa keuangan dari BCA, aplikasi *eBranch* juga sebagai salah satu langkah yang dilakukan oleh BCA dengan tema *transformasi digital*, dari layanan perbankan tradisional ke *digital* dengan terminologi *eBranch*. Difusi merupakan suatu bentuk khusus komunikasi, dan peran komunikasi secara luas dalam mengubah masyarakat melalui penyebarserapan ide-ide dan hal-hal yang baru adalah kegiatan yang dikenal dengan difusi inovasi. Namun dalam inovasi saat yang paling menentukan adalah pengambilan keputusan, proses keputusan inovasi merupakan suatu aktivitas individu/organisasi yang bertahap yaitu: Tahap Pengetahuan, Tahap Persuasi, Tahap Keputusan, Tahap Implementasi, Tahap Konfirmasi.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dimana penelitian ini menggambarkan bagaimana peran *customer service* dalam menjalani aktivitas komunikasi inovasi di BCA cabang Latumenten Jakarta Barat dalam mendorong penggunaan aplikasi *eBranch* oleh nasabah, serta strategi yang dipakai *customer service* untuk mencapai tujuan bersama dan target yang sudah ditetapkan oleh perusahaan. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan didukung oleh data primer lainnya yang diperoleh melalui dokumentasi berupa kata-kata serta kumpulan gambar dengan subjek penelitian.

Hasil penelitian menunjukkan bahwasannya, peran *customer service* dalam aktivitas komunikasi inovasi dalam mendorong penggunaan aplikasi *eBranch* di kantor cabang BCA Latumenten merupakan kegiatan yang wajib dilakukan untuk mencapai sebuah target yang sudah ditetapkan perusahaan. Dalam menjalankan edukasi aplikasi *eBranch* ternyata terdapat halangan atau hambatan yang membuat pesan yang disampaikan tidak dapat diterima dengan baik, sehingga penelitian ini mengungkap strategi dan tahapan komunikasi inovasi yang dibuat serta diterapkan oleh *customer service* di BCA Latumenten Jakarta Barat.

Kata Kunci : Komunikasi inovasi, *Frontliner*, Aktivitas, *FinTech*, Aplikasi

Name : Ayesha Vikky Octora
NIM : 44217120062
Study Program : Public Relations
Title : The Role of Customer Service in Innovation
Communication Activities in Encouraging the Use of the
eBranch Application at the BCA Latumenten branch,
West Jakarta
Counsellor : Nindyta Aisyah, M.Si.

ABSTRAK

All community activities are always related to the existence of technology. The development of technology at this time is used by the financial sector by making innovations known as Financial Technology (FinTech). As one of the largest private banks in Indonesia, BCA launched a technology-based on banking service application for customers, the name “eBranch BCA”, as a step of change toward the development and advancement of financial transaction technology in the banking sector. Innovation communication is generally done in the form of counseling communication. As an innovation or something new in the financial service products from BCA, eBranch application is also one of the steps taken by BCA with a theme of digital transformation from traditional banking services to digital. A diffusion is a special form and the role of communication broadly in society changing through the dissemination of new ideas and things is an activity known as the diffusion of innovation. But the most decisive moment is decision making, the innovation-decision process is a gradual individual/organizational activity, namely: Knowledge Stage, Persuasion Stage, Decision Stage, Implementation Phase, Confirmation Stage.

This study uses a qualitative descriptive method, where this study describes how the role of customer service in carrying out innovation communication activities at the BCA Latumenten branch, West Jakarta in encouraging the use of eBranch application by customers, as well as the strategies used by customer service to achieve the goals and targets set by the customer of the company. Data collection is used with observations, and interviews are also supported by other primary data obtained through documentation in the form of words and a collection of pictures with the research of the subject.

The results of the study show the role of customer service in innovation communication activities in encouraging the use of eBranch applications at BCA Latumenten branch offices is an activity that must be carried out to achieve a target that has been set by the company. In carrying out the education of the eBranch application, it turned out that some obstacles or obstacles made the message conveyed not well received, so this research reveals the strategies and stages of innovation communication created and implemented by customer service at BCA Latumenten, West Jakarta.

Key word : Innovation communication, Frontliner, Activities, FinTech, Apps