

KOMUNIKASI INTERNAL KARYAWAN BANK BCA VETERAN DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN DAN LOYALITAS

Alika Devina Damayanti¹, Anindhita Farasita Rizkillah², Rahma Diaz Nur Jannah³, Farhan Zahidu Dhia Hanif⁴, Ivan Wira Prayoga⁵

¹⁻⁵Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Program Studi Ilmu Komunikasi

E-mail: 23043010183@student.upnjatim.ac.id, 23043010263@student.upnjatim.ac.id,
23043010274@student.upnjatim.ac.id, 23043010203@student.upnjatim.ac.id,
23043010217@student.upnjatim.ac.id

Abstract

Employee loyalty and trust are important. As a financial institution, Bank BCA implements an internal communication strategy to increase employee loyalty. Internal communication, both vertically and horizontally, is often disrupted due to misunderstandings and lack of openness, which can affect the overall performance of the institution. The purpose of this study is to provide insight and recommendations for company management in building relationships with employees in order to create a harmonious environment and increase employee loyalty. This research uses a qualitative research method using interviews as a data collection technique. Interviews were conducted to obtain information directly from BCA Bank on how the implementation of internal communication in the company. The results showed that effective internal communication can create a harmonious work environment, increase productivity, and reduce internal conflicts. BCA Veteran Bank uses various strategies such as, discussions between teams, meeting the basic needs of employees, providings, and CSR programs. This research can provide important insights for company management to improve the effectiveness of internal communication and the sustainability of the institution through structured communication.

Keywords: *BCA Bank, Communication, Internal, Loyalty, Employee*

Abstrak

Loyalitas dan kepercayaan dari karyawan merupakan hal yang penting. Sebagai lembaga keuangan, Bank BCA menerapkan strategi komunikasi internal untuk meningkatkan loyalitas karyawannya. Komunikasi internal, baik secara vertikal maupun horizontal, seringkali terganggu karena kesalahpahaman dan kurangnya keterbukaan, yang dapat mempengaruhi kinerja lembaga secara keseluruhan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memberikan wawasan dan rekomendasi bagi manajemen perusahaan dalam membangun hubungan dengan karyawan agar tercipta lingkungan yang harmonis dan meningkatkan loyalitas karyawan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara sebagai teknik pengambilan data. Wawancara dilakukan untuk mendapatkan informasi langsung dari Bank BCA tentang bagaimana penerapan komunikasi internal di perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal yang efektif dapat menciptakan lingkungan kerja yang harmonis, meningkatkan produktivitas, dan mengurangi konflik internal. Bank BCA Veteran menggunakan berbagai strategi seperti, diskusi antar tim, memenuhi kebutuhan dasar karyawan, pemberian *reward*, dan program CSR. Penelitian ini dapat memberikan wawasan yang penting bagi manajemen perusahaan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi internal dan keberlanjutan lembaga melalui komunikasi yang terstruktur.

Kata Kunci: Bank BCA, Komunikasi, Internal, Loyalitas, Karyawan

Pendahuluan

Seringkali terjadi dalam organisasi lembaga bahwa karyawan atau *staff* kurang bersemangat dan antusias ketika bekerja. Hal ini disebabkan oleh *flow* informasi mengenai pekerjaan yang sulit dipahami, perintah yang terlampau banyak, minimnya perhatian dan penghargaan dari atasan, dan tendensi karyawan untuk merasa segan atau takut pada atasan mereka, sehingga mereka menyembunyikan perasaan mereka yang tidak efektif dan tidak efisien. Ini pasti berdampak besar pada kemajuan organisasi, terutama pada pencapaian efektivitas kerja. Menurut Robbins dan Judge (Robbins & A, 2008), “satu dari kekuatan terbesar yang merintangki kinerja kelompok yang berhasil adalah kurangnya komunikasi yang efektif”. Salah satu fungsi manusia yang terpenting dalam hidup berorganisasi adalah komunikasi.

Komunikasi organisasi merupakan *form* dalam penyampaian dan penerimaan pesan organisasi dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Proses komunikasi dalam organisasi kecil dengan anggota hanya tiga orang lebih sederhana daripada organisasi yang lebih besar dan lebih kompleks (Wiryanto, 2004). Komunikasi organisasi berarti menyampaikan dan menerima pesan organisasi dalam kelompok Bank BCA Veteran pasti membutuhkan karyawan yang setia dan dapat dipercaya. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang efektif, terutama komunikasi internal, sangat penting agar karyawan merasa terhubung, dihargai, dan termotivasi untuk memberikan kontribusi terbaik mereka untuk keberhasilan organisasi.

Komunikasi organisasi memiliki dimensi internal dan eksternal. Jurnal ini akan berkonsentrasi pada komunikasi internal pada Bank BCA Veteran. Komunikasi internal organisasi merupakan kegiatan menyampaikan pesan antar anggota organisasi untuk kepentingan dari organisasi. Hal ini termasuk komunikasi antara pimpinan, karyawan internal dalam tim maupun di luar tim di Bank BCA Veteran. Komunikasi internal ini dapat terjadi antara individu atau dalam kelompok (Afdjani, 2014). Dua jenis komunikasi internal terdiri dari:

Komunikasi vertikal atau yang disebut komunikasi dari atas ke bawah dan dari bawah ke atas. Komunikasi terjadi baik antara pimpinan dan bawahannya maupun antara bawahan

dan pimpinannya. Pimpinan memberikan instruksi, petunjuk, dan lain-lain. Sedangkan bawahan memberikan laporan, saran maupun kritik kepada pimpinan.

Komunikasi horizontal merupakan bentuk komunikasi antara satu sama lain, seperti karyawan dengan karyawan dan manajer kepada manajer. Komunikasi horizontal memuat pesan agar komunikasi dalam organisasi dapat mengalir di bagian yang sama. Hal ini meningkatkan semangat kerja organisasi serta mencegah masalah dan memecahkan masalah, serta membangun kepuasan kerja (Afdjani, 2014).

Di dalam komunikasi internal, baik secara vertikal atau horizontal, sering terjadi masalah yang menyebabkan ketidaklancaran komunikasi atau miss-komunikasi (Wicaksono & Soesatyo, 2015). Komunikasi internal sangat penting untuk kemajuan perusahaan; secara implisit, komunikasi internal membangun sikap yang akrab di antara anggota perusahaan. Komunikasi internal penting dalam membangun jiwa kekeluargaan dalam suatu perusahaan.

Melalui penelitian yang mendalam mengenai strategi komunikasi organisasi dengan fokus pada komunikasi internal di Bank BCA Veteran. Jurnal ini memiliki tujuan dapat memberikan wawasan dan rekomendasi yang berharga bagi manajemen perusahaan dalam memperkuat hubungan dengan karyawan, sehingga tercipta lingkungan kerja yang harmonis, produktif, serta mampu meningkatkan loyalitas dan kepercayaan karyawan terhadap perusahaan.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, berdasarkan filsafat postpositivisme. Jenis penelitian ini digunakan untuk mempelajari keadaan objek alami, alat utama peneliti adalah sampel. Pengambilan sampel dari sumber data secara khusus dilakukan dengan menggunakan prinsip *snowball*. Teknik pengumpulan data didapatkan melalui analisis data induktif/kualitatif dan hasilnya. Selain itu, partisipasi dalam wawancara memiliki kemampuan yang lebih besar untuk menyampaikan informasi secara langsung, yang memungkinkan peneliti untuk mengumpulkan informasi yang lebih rinci untuk pertanyaan-pertanyaan yang diajukan kepada mereka.

Wawancara dilakukan untuk mendapatkan sumber data yang jelas dan lurus, maka dari itu peneliti bertatap muka langsung pada narasumber. Data yang diperoleh dalam

penelitian ini melalui wawancara, observasi, dan analisis narasumber digunakan untuk memberikan penjelasan lebih dalam dengan pemahaman komprehensif tentang bagaimana karyawan di Bank BCA Veteran dapat menggunakan komunikasi organisasi sebagai alat membangun kepercayaan dan loyalitas.

Hasil dan Pembahasan

Dalam suatu perusahaan perlu terjalin komunikasi internal yang baik antar karyawannya, hal ini dapat dipahami sebagai pondasi atau dasar dari perusahaan dalam mendukung tercapainya tujuan atau visi dan misi perusahaan, salah satu cara dalam menjaga hubungan internal suatu perusahaan dapat dilakukan dengan adanya tradisi atau acara yang diadakan oleh perusahaan untuk para khalayak internal atau pegawai sehingga hubungan antar pegawai perusahaan dapat terjalin dengan sehat tanpa menimbulkan perasaan tidak enak antara satu dengan lainnya. Komunikasi internal organisasi adalah jenis komunikasi yang terjadi antara individu yang berpartisipasi dalam suatu organisasi untuk kepentingan organisasi (Harun, 2022). Contoh komunikasi internal termasuk komunikasi antara pimpinan dan bawahan, anara bawahan satu sama lain, dan sebagainya (Romli, 2011)

Secara umum, motivasi adalah dedikasi dan kesediaan yang dilakukan untuk tujuan organisasi yang dikondisikan didampingi dengan usaha untuk memenuhi kebutuhan individual. Menurut Abraham Maslow (2015) terdapat lima kebutuhan dalam memotivasi individu, yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan rasa aman, kebutuhan sosial, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Teori ini menjelaskan bagaimana manusia termotivasi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan sesuai dengan tingkatan-tingkatannya. Pengaplikasian teori motivasi oleh Bank BCA melalui *Public Relations* Bank BCA adalah Bank BCA ikut andil memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dan kepada pegawai BCA itu sendiri, sesuai dengan visi serta misi yang ingin Bank BCA capai yakni untuk menjadi “Bank pilihan utama andalan masyarakat yang berperan sebagai pilar penting perekonomian Indonesia.” Bank BCA juga turut memiliki beberapa misi sebagai berikut :

1. Membangun institusi yang unggul di bidang penyelesaian pembayaran dan solusi keuangan bagi nasabah bisnis dan perseorangan.
2. Memahami beragam kebutuhan nasabah dan memberikan layanan finansial yang tepat demi tercapainya kepuasan optimal bagi nasabah.

3. Meningkatkan nilai *francais* dan nilai *stakeholder* BCA.

Dalam upaya mereka untuk keberhasilan dalam mencapai Visi dan Misi yang mereka miliki, Bank BCA melakukan beberapa upaya yang dimulai dari mensejahterakan khalayak internal Bank BCA itu sendiri serta memberi lingkungan kerja yang sehat terhadap pegawai internal, salah satunya seperti kebutuhan Fisiologis yang bisa dipenuhi oleh Bank BCA Veteran melalui pemberian gaji yang sesuai dengan standar UMR Surabaya. Selain itu, Bank BCA Veteran juga memberikan tunjangan yang sesuai untuk seluruh pegawai BCA Veteran.

Kemudian faktor motivasi yang kedua yaitu kebutuhan akan rasa aman, kebutuhan ini dapat dipenuhi oleh Bank BCA Veteran dengan cara membangun lingkungan kerja yang positif, kenyamanan, dan keamanan yang terjamin sehingga para pegawai Bank BCA Veteran selalu merasa aman dan nyaman sehingga kinerja yang dihasilkan akan baik dan tidak terjadi konflik antara pihak internal lainnya. Berikutnya kebutuhan sosial, dapat dipenuhi oleh Bank BCA Veteran melalui kegiatan rutin yang dilaksanakan setiap sore dengan agenda *sharing* antar khalayak internal Bank BCA Veteran. Hal tersebut merupakan bentuk dari penerapan *The be good approach* dalam lingkungan perusahaan Bank BCA Veteran. Melalui penerapan tersebut dapat memberi kondisi kerja yang baik, karena dengan diadakannya hal ini karyawan dari Bank BCA Veteran dapat menjaga komunikasi internal yang baik serta efektif di dalam lingkungan perusahaan. Seorang PR juga melakukan penekanan terhadap pentingnya keterbukaan dalam kolaborasi dan keterlibatan semua karyawan untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan, salah satunya dengan tidak menciptakan gap yang jauh antara atasan dengan karyawan untuk menciptakan komunikasi internal yang terbuka sehingga mampu menciptakan arus informasi yang lancar dan efektif dalam khalayak internal BCA terutama antara atasan dengan bawahan sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat untuk membangun kepercayaan dalam organisasi dan terjaganya citra baik perusahaan. Dengan menerapkan komunikasi secara terbuka, komunikasi vertikal antara atasan dan karyawan dan komunikasi horizontal antar karyawan dapat terjalin dengan baik.

Selain itu, dengan pemenuhan kebutuhan-kebutuhan karyawan yang telah dilakukan pihak BCA akan berdampak pada kinerja para karyawan. Melalui kinerja yang dilakukan, Bank BCA dapat memberikan kenyamanan dan jaminan yang baik kepada pelanggannya, hal ini bertujuan agar masyarakat merasakan pengalaman pelayanan dan kualitas terbaik dalam transaksi mereka menggunakan Bank BCA sehingga membentuk rasa kepercayaan masyarakat

terhadap layanan yang disajikan oleh Bank BCA. Bank BCA turut memberikan partisipasi sejak 1966 dalam membantu kesejahteraan masyarakat dan pegawai Bank BCA dengan cara menyalurkan dana yang disisihkan sebagai bentuk Program Bakti BCA. Program Program Bakti merupakan bentuk komitmen yang dilakukan oleh Bank BCA terhadap masyarakat dalam mendukung program pemerintah, yaitu dengan dibentuknya salah satu program yakni Program Beasiswa. Bank BCA menunjukkan proses bagaimana mereka ikut andil dalam memberikan dedikasi dan kesediaan mereka melalui CSR Bank BCA dalam mendukung kesejahteraan masyarakat dan pegawai Bank BCA melalui Program Bakti BCA.

Program Bakti BCA merupakan sebuah bentuk inisiatif serta kepedulian Bank BCA terhadap masyarakat sekitar dengan berbagai program yang tersedia yakni terdapat program Bakti Kesehatan yang merupakan kegiatan donor darah yang diselenggarakan oleh Bank BCA kemudian terdapat kegiatan operasi mata gratis untuk masyarakat penderita katarak dan bantuan biaya pengobatan untuk masyarakat, yang kedua dalam program Bakti BCA juga menyediakan beasiswa pendidikan untuk mahasiswa perguruan tinggi, terdapat pula program Bakti UMKM dan Desa untuk membantu UMKM dengan memperluas akses pasar yang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan masyarakat serta mengadakan program *workshop* gratis untuk masyarakat. Hal ini merupakan sebuah upaya yang dilakukan Bank BCA dalam mempertahankan citra baik perusahaan atas kepedulian dan bantuan yang telah Bank BCA berikan kepada masyarakat.

Citra perusahaan merupakan suatu hal penting yang perlu dijaga terutama oleh setiap khalayak internalnya atau karyawan karena khalayak internal merupakan elemen penting untuk menunjang keberhasilan BCA Veteran dalam mencapai visi misinya. Dengan ini lah dibutuhkan hubungan yang baik dan harmonis yang terjalin diantara khalayak internal perusahaan, serta harus terjadi umpan balik antara karyawan dengan atasan agar masing-masing pendapatnya dapat didengar. Salah satu upaya yang telah dilakukan oleh Bank BCA Veteran setiap tahunnya ialah terdapat program *survey* mengenai *Team Engagement* yang dimana dilakukan oleh pihak-pihak eksternal dengan memberikan pertanyaan-pertanyaan dengan identitas pengisi yang dirahasiakan, setelah itu akan muncul terkait nama pegawai dan berasal dari tim yang mana dengan penilaian berapa, sehingga secara otomatis akan diketahui berapa nilai yang dihasilkan oleh tim tersebut, seberapa bagus kinerja yang dilakukan antara atasan dan anggota tim tersebut berdasarkan hasil yang telah didapat dari

survey Team Engagement. Hal ini mampu menciptakan atau membentuk kondisi lingkungan kerja yang bersaing secara sehat, sehingga mampu memacu semangat khalayak internal dalam Bank BCA Veteran untuk mempertahankan serta meningkatkan kinerja mereka, upaya ini merupakan cara yang dapat dilakukan untuk menjaga kualitas kerja khalayak internal Bank BCA serta bersama-sama turut menjaga citra baik yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, untuk menjaga kualitas kinerja para karyawan terkadang diperlukan untuk memberikan sebuah *reward* sebagai bentuk penghargaan terhadap kinerja karyawan disesuaikan dengan bagaimana kinerja yang dilakukan karyawan tersebut, jika dalam tim yang beranggotakan 10 orang terdapat satu anggota dengan kinerja yang paling baik dibandingkan dengan anggota tim lainnya, maka secara adil akan diberikan posisi pekerjaan yang lebih layak melalui promosi yang diberikan oleh atasan tim tersebut.

Berikut merupakan cara seorang PR dan atasan dalam memotivasi pegawai untuk menjaga lingkungan kerja dan citra baik perusahaan :

1. Salah satu cara Bank BCA Veteran dalam mempertahankan serta meningkatkan kinerjanya ialah dengan diberikan motivasi atas kinerja bagus karyawan atau kinerja yang baik akan mendapat bonus yang sesuai, hal ini termasuk kedalam *Competition* yang dimana memberikan apresiasi terhadap karyawan dengan kinerja terbaik. namun, *reward* yang diberikan tidak harus berupa barang namun dapat berupa kalimat apresiasi untuk memotivasi karyawan agar semakin semangat bekerja dan meningkatkan kinerjanya. Karena kalimat apresiasi dari seorang atasan yang cenderung memiliki citra harus disegani dan dihormati tentu akan membuat perasaan pegawai tersebut bahagia karena kinerjanya telah diapresiasi oleh atasannya, namun terkadang juga dapat diapresiasi dengan diberikannya bonus atau diberikannya rekomendasi untuk karir yang lebih baik di bank BCA, pemberian rekomendasi atau perluasan pekerjaan ini merupakan bentuk dari *Internalized Motivation* yakni *Job Enlargement*.
2. Dilakukan penekanan terhadap pentingnya keterbukaan dalam kolaborasi dan keterlibatan semua karyawan untuk meningkatkan kinerja organisasi secara keseluruhan, salah satunya dengan tidak menciptakan *gap* yang jauh di antara atasan dengan karyawan untuk menciptakan komunikasi internal yang terbuka sehingga mampu menciptakan arus informasi yang lancar dan efektif dalam khalayak internal

BCA terutama di antara atasan dengan bawahan sehingga akan meningkatkan kepercayaan dan partisipasi masyarakat untuk meningkatkan kinerja organisasi, menciptakan lingkungan kerja yang sehat dan terjaganya citra baik perusahaan.

Kesimpulan

Dengan dilakukan secara bersama-sama seluruh khalayak internal Bank BCA Veteran berhasil dalam upaya menjaga citra baik perusahaan serta kepercayaan khalayak umum terhadap Bank BCA, komunikasi internal yang terjalin di dalam Bank BCA Veteran dapat terlaksana secara efektif vertikal maupun horizontalnya sehingga meminimalisir terjadinya konflik antar khalayak internal sehingga terciptanya lingkungan kerja yang bersaing secara sehat dan positif tanpa adanya konflik di antara khalayak internalnya. Adanya lingkungan kerja yang sehat dengan komunikasi yang dapat terjalin secara efektif juga mampu menjaga loyalitas karyawan Bank BCA. Selain itu, peran dari seorang PR atau *Public Relations* juga dinilai sangat penting dalam adanya program *Corporate Social Responsibility* atau CSR untuk mendukung keberlanjutan perusahaan, melalui PR juga Bank BCA mengimplementasikan berbagai strategi dalam upaya mempertahankan reputasi perusahaan serta loyalitas karyawan seperti mengadakan event internal salah satunya adalah PORSENI.

Upaya-upaya yang telah dilakukan oleh Bank BCA menunjukkan betapa pentingnya peran khalayak internal dalam menjaga serta meningkatkan citra baik perusahaan sehingga mampu membangun rasa kepercayaan publik terhadap layanan jasa yang diberikan oleh Bank BCA.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat Nya penulis dapat menyelesaikan Evaluasi Tengah Semester (ETS) komunikasi organisasi dengan lancar. Terima kasih kepada Pak Pedro selaku kepala pendukung operasional BCA Veteran tbk Surabaya karena dapat diwawancarai dan memberikan informasi mengenai komunikasi internal antar karyawan BCA Veteran dengan jelas dan rinci. Penulis juga memberikan ucapan terima kasih kepada teman-teman di kelompok 10 ini karena sudah menyelesaikan ETS komunikasi organisasi dengan baik dan penuh tanggung jawab. Harapan penulis terhadap karya ini adalah dapat diterima oleh pembaca untuk menambah ilmu dan

pengetahuan. Selain itu, terima kasih kepada pihak-pihak yang ikut terlibat dalam menyelesaikan jurnal ini baik secara langsung maupun tidak langsung.

Referensi

- Afdjani, H. (2014). *Ilmu Komunikasi, Proses dan Strat.* Tangerang: Indigo Media.
- Harun, A. (2022). CRITICAL DISCOURSE ANALYSIS OF GOVERNMENT COMMUNICATION IN COVID-19 PANDEMIC CONTROL. *Prof. K.H. Saifuddin Zuhri State Islamic University.*
- Robbins, S. P., & A, J. T. (2008). *Organizational Behavior.* Jakarta Edisi 12: Salemba Empat.
- Romli, K. (2011). *Komunikasi Organisasi Lengkap.* Jakarta: Kompas Gramedia. Diambil kembali dari Kompas Gramedia.
- Wicaksono, A. K., & Soesatyo, Y. (2015). HUBUNGAN KOMUNIKASI INTERNAL ORGANISASI DENGAN KEEFEKTIFAN KERJA GURU DAN KARYAWAN DI SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI (SMKN 2) TRENGGALEK. *Jurnal Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya.*
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi.* Jakarta: PT. Grasindo.