

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi menjadi hal yang fundamental dalam kehidupan manusia, pada kehidupan manusia proses komunikasi yang dilakukan baik secara sadar maupun tidak sadar untuk dapat berhubungan dan berinteraksi dengan satu sama lain. Setiap orang mendefinisikan bahwa komunikasi hanya sebagai alat untuk berhubungan dengan satu sama lain. Komunikasi adalah transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, gambar, figure, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi (Berelson dan Steiner 2011:68). (Haswell 2011:69) menyatakan bahwa “komunikasi dapat diturunkan lima unsur yang saling bergantung satu sama lain, yaitu *source* (sumber), pesan, saluran atau media, *receiver* (penerima), efek, dan unsur-unsur lain yang sering ditambahkan adalah umpan balik”. Komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama dan *communicare* yang berarti membuat sama, secara sederhana komunikasi dapat terjadi apabila ada kesamaan antara penyampaian pesan dan orang yang menerima pesan. Secara harfiah komunikasi adalah proses yang mana dilakukan seseorang atau beberapa orang yang terbentuk dalam kelompok atau organisasi dan masyarakat guna menciptakan dan mengolah informasi dengan tujuan dapat terhubung dengan lingkungan sekitar dan orang lain. Perkembangan ilmu pengetahuan saat ini telah mengantarkan kita pada masa dimana banyaknya ilmu pengetahuan yang kemudian mengalami perkembangan menjadi disiplin ilmu tersendiri salah satunya yaitu ilmu tentang *public relation*.

Public relation (PR) adalah proses komunikasi dua arah yang bertujuan untuk mencapai opini publik sesuai dengan keinginan perusahaan/organisasi terciptanya kepercayaan di masyarakat, adanya saling pengertian antara perusahaan/organisasi dengan publiknya, menumbuhkan citra positif di masyarakat menciptakan partisipasi publik dan lain lain. Menurut (Sitepu 2011:2) menjelaskan PR dalam makna sederhana adalah tatap muka (hubungan) antara kelompok-kelompok dalam suatu tatanan masyarakat. Seorang *public relation* memiliki peran untuk membina hubungan kedalam atau biasa dikenal dengan istilah *internal public internal*. *Public internal* merupakan bagian dari perusahaan yang secara fungsional memiliki tugas, hak dan kewajiban dan pekerjaan tertentu, contohnya seperti *customer service* atau *contact center* di suatu perusahaan yang termasuk dalam *public relation*.

Contact center adalah bentuk pengembangan jenis *call center* sederhana yang menggunakan komunikasi telepon menjadi pusat kontak multichannel yang dapat beroperasi *standby* sehari penuh. Tahapan tersebut dilakukan dengan mengupgrade sistem dari *call center* ke teknologi multichannel yang melalui berbagai media komunikasi seperti telepon, surat, sms, email dan chat. Seiring dengan perkembangan teknologi, pemanfaatan *contact center* sudah berkembang luas pada berbagai perusahaan dan organisasi. Pelayanan *contact center* dibawah naungan Divisi Layanan Informasi Publik dan Komunikasi Digital pada umumnya di mulai dengan pelayanan informasi dan pencatatan keluhan pelanggan. Perkembangan *contact center* untuk melakukan transaksi juga di fasilitasi oleh

persaingan bisnis, pengiriman dan pembayaran. Perkembangan tersebut juga didukung oleh kemudahan teknologi transaksi elektronik baik melalui ATM, kartu kredit, internet banking maupun mobile banking. *Contact center* pada prinsipnya merupakan salah satu bentuk strategi perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Aktivitas tersebut dilakukan oleh *Agent Call*.

Agent call center dapat membantu membangun sebuah perusahaan dan membantu perusahaan untuk mencapai keunggulan kompetitif atas bisnis yang layanan call centernya masih kurang. Tanpa *call center* akan banyak perusahaan yang kesulitan dalam melayani pelanggan, pihak perusahaan di *call center* dapat mengatasi isu pelanggan dengan konflik konflik yang ada dengan cara mencari solusinya terhadap permasalahan tersebut. Terdapat dua jenis *call center* yaitu *inbound* dan *outbound*. Panggilan *Inbound* yang merupakan panggilan masuk yang dilakukan oleh pelanggan untuk melakukan pengaduan, menanyakan informasi, melaporkan kejanggalaan atau menerima bantuan dan panggilan *outbound* merupakan panggilan keluar yang di buat oleh *agent* untuk suatu usaha penjualan atau layanan bantuan secara individual. Kombinasi dari panggilan inbound dan panggilan outbound dikenal dengan *contact center*.

Perusahaan menempatkan *contact center* sebagai *distribution-channel* dalam arti memberikan pelayanan yang dapat menjangkau seluruh pelanggan tanpa di batasi oleh waktu dan ruang. Dalam perpektif bisnis, operasional *contact center* merupakan kombinasi antara teknologi telekomunikasi dan informasi serta kemampuan pelayanan sehingga memungkinkan bagi manajemen perusahaan untuk mendapatkan dan menjaga loyalitas pelanggan. *Contact center* di perlukan untuk meningkatkan kemampuan dalam menjangkau pelayanan pelanggan yang lebih baik secara berkesinambungan. *Contact center* di tuntut untuk mendukung upaya peningkatan potensi pertumbuhan pelanggan, menjaga daya saing, dan meningkatkan pendapatan perusahaan. *Contact center* juga di bangun untuk memenuhi kebutuhan ketersediaan pelayanan sesuai dengan tuntutan regulasi.

Laporan akhir ini bertujuan memberikan gambaran atau deskripsi dari *Contact Center*, memaparkan mengenai Fungsi *Contact Center* serta hambatanya. Pengumpulan data untuk laporan akhir ini dilakukan saat Praktik Kerja Lapangan (PKL) di Bank Indonesia selama dua bulan yakni 17 Juni – 9 Agustus. Dengan melakukan observasi langsung, wawancara, partisipasi aktif, dan studi pustaka.

1.2 Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini adalah:

- 1) Bagaimana *Agent Contact Center* menerapkan *service excellence* di Bank Indonesia?
- 2) Apa saja hambatan dan solusi *Agent Contact Center* Bank Indonesia dalam melayani *stakeholders*?

1.3 Tujuan

Beberapa rumusan masalah yang akan dibahas dalam Laporan Akhir ini memiliki tujuan diantaranya:

