



PENDAHULUAN

Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, kita tidak akan pernah luput dari komunikasi. Komunikasi dalam kehidupan sehari-hari menjadi peranan penting karena memiliki nilai fungsi sebagai instrumen dan sangat melekat di segala aspek kehidupan. Pengertian komunikasi sendiri adalah sebuah proses bertukar pikiran kedua belah pihak untuk mencapai pemahaman yang sama. Menurut Firmansyah (2020:2) komunikasi adalah proses dimana pemikiran dan pemahaman disampaikan antar individu atau antar organisasi dengan individu. Sama halnya seperti dalam sebuah perusahaan yang membutuhkan komunikasi sebagai sarana untuk menyampaikan maksud dan tujuan setiap elemen di dalam perusahaan tersebut.

Peranan komunikasi di sebuah perusahaan sangatlah penting, karena dapat membantu terjalinnya hubungan yang baik antar anggota perusahaan. Selain digunakan untuk komunikasi antar anggota perusahaan, komunikasi dapat digunakan untuk membantu perusahaan dalam menyampaikan informasi mengenai produk atau jasa yang disediakan kepada target pasar, atau biasa disebut pemasaran. Menurut Chrismardani (2014:178) komunikasi pemasaran merepresentasikan gabungan semua unsur dalam bauran pemasaran merek, yang memfasilitasi terjadinya pertukaran dengan menciptakan suatu arti yang disebarluaskan kepada pelanggan atau kliennya.

Bauran pemasaran terdiri dari produk, harga, promosi, dan tempat distribusi. Komunikasi pemasaran dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu secara langsung dan bermedia. Pemasaran secara langsung disebut *direct selling*. Perusahaan sebagai pemasar bisa mendatangi rumah-rumah konsumen yang ditargetkan atau *door-to-door* menemui konsumen secara langsung (Widodo 2018:84). Sedangkan pemasaran dengan bermedia dilakukan dengan media komunikasi tertentu, salah satunya melalui media telepon.

Bank BTN Kantor Cabang Bogor memasarkan salah satu programnya yaitu *All New Program Giro 2022*, dengan cara pemasaran bermedia. Pemasaran program tersebut dilakukan oleh Divisi *Funding and Service* dengan cara menggunakan media komunikasi telepon. *Telemarketing* merupakan cara yang dipilih oleh Bank BTN KC Bogor untuk memasarkan program giro 2022 dengan cara menelpon nasabah yang memiliki giro (giran) satu persatu.

Pemasaran melalui telepon (*telemarketing*) membutuhkan teknik komunikasi langsung secara tepat agar calon konsumen dapat menerima pesan dengan baik. Seorang *sales* dalam menjalankan tugasnya sebagai pemasar harus bisa memberikan informasi secara atraktif, interaktif, dan kreatif kepada konsumen dikarenakan proses *telemarketing* ini dilakukan dengan media telepon. Komunikasi jarak jauh (*telemarketing*) lebih mengandalkan kepercayaan konsumen dari vokal suara saja. Berbeda halnya dengan komunikasi tatap muka yang membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya karena memang berhadapan langsung dengan wujud nyata lawan bicaranya. Inilah yang kemudian menjadi tantangan seorang *telemarketing sales* untuk mendalami proses komunikasi yang digunakan sehingga calon konsumen bertahan mendengarkan penawaran yang disampaikan.



Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan diatas, maka rumusan masalah yang akan dibahas di laporan akhir ini sebagai berikut:

- 1) Bagaimana deskripsi *All New Program Giro 2022* Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bogor?
- 2) Bagaimana proses komunikasi pemasaran *All New Program Giro 2022* Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bogor melalui *telemarketing*?
- 3) Bagaimana efektivitas komunikasi pemasaran *All New Program Giro 2022* Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bogor melalui *telemarketing*?

Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijabarkan diatas, maka tujuan yang akan dibahas di laporan akhir ini sebagai berikut:

- 1) Mendeskripsikan *All New Program Giro 2022* Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bogor.
- 2) Menjelaskan proses komunikasi pemasaran *All New Program Giro 2022* Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bogor melalui *telemarketing*.
- 3) Menjelaskan efektivitas komunikasi pemasaran *All New Program Giro 2022* Bank Tabungan Negara Kantor Cabang Bogor melalui *telemarketing*.

METODE

Lokasi dan Waktu

Lokasi pengumpulan data dalam menyelesaikan laporan akhir dengan judul *Proses Komunikasi Pemasaran All New Program Giro 2022* melalui *Telemarketing* di Bank BTN Kantor Cabang Bogor ini diperoleh pada saat melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di BTN Kantor Cabang Bogor yang beralamat di Jl. Pengadilan No.13-15, RT.05/RW.03, Pabaton, Kecamatan Bogor Tengah, Kota Bogor, 16121, Jawa Barat, Indonesia. Pelaksanaan pengumpulan data yang digunakan dalam menyusun laporan akhir ini dilaksanakan selama 41 hari, terhitung mulai tanggal 2 Februari 2022 hingga 01 April 2022. Waktu pelaksanaan disesuaikan dengan peraturan kerja instansi yang berlaku untuk Divisi *Funding and Service*, yaitu hari Senin sampai Jumat pukul 07.30 WIB sampai dengan pukul 16.30 WIB.

Data dan Instrumen

Data merupakan sumber informasi berupa fakta yang didapatkan dari hasil Praktik Kerja Lapangan (PKL). Data merupakan salah satu hal terpenting yang dapat digunakan untuk menjawab permasalahan-permasalahan yang akan dibahas, serta mampu digunakan sebagai bukti dari permasalahan yang diangkat. Data juga tidak terlepas dari instrumen, karena instrumen merupakan alat yang digunakan