

Aplikasi cyber PR perusahaan jasa keuangan dalam perekrutan agen melalui media sosial LinkedIn produk pinjaman berbasis online PDaja.com milik Bank Sahabat Sampoerna = The Use of cyber PR in banking corporations on agent recruitment through social media LinkedIn of PDaja.com an online-based loan product of Bank Sahabat Sampoerna

Lisa Permatasari, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20504117&lokasi=lokal>

Abstrak

Kemajuan teknologi memberikan dampak perubahan yang cukup signifikan terhadap industri perekonomian dan mendorong masyarakat untuk melakukan apapun dengan praktis, termasuk keperluan perbankan sehingga para nasabah dapat melakukan transaksi apapun tanpa harus mengunjungi bank. Era disrupsi juga menuntut perusahaan perbankan untuk dapat mengikuti perkembangan teknologi dalam penyebaran informasinya. Tulisan ini membahas mengenai PDaja.com, produk pinjaman berbasis online milik Bank Sahabat Sampoerna yang telah beroperasi sejak November 2018, dalam mengaplikasikan cyber PR, khususnya pada proses perekrutan agen, yaitu sekelompok orang yang direkrut untuk memasarkan produk PDaja.com, yang dilakukan melalui media sosial LinkedIn menggunakan metode kualitatif dengan mewawancarai kepada dua agen yang telah direkrut melalui LinkedIn oleh PDaja.com dan observasi terhadap akun media sosial resmi milik PDaja.com. Hasil analisis menemukan bahwa cyber PR yang dilakukan antara lain menerbitkan publikasi di media sosial sebagai bagian dari proses perekrutan agen. Publikasi dijalankan beriringan dengan proses scouting, yakni pencarian kandidat pada LinkedIn untuk kemudian diberi tawaran untuk bergabung serta informasi mengenai produk kepada kandidat agen via Whatsapp dan email. Dalam praktiknya, PDaja.com dapat mengintegrasikan seluruh media promosi yang mereka miliki, melakukan perekrutan agen melalui media sosial lain serta lebih memerhatikan kesejahteraan para agen demi publisitas yang baik.

Technological advances have a considerable impact on the economic industry and also encourages people to do anything as practical as possible, including banking activities, in order for customers to make any transaction without having to visit the bank. Disruption era also demands banking companies to be able to follow the technological developments in the dissemination of information. This paper discusses PDaja.com, an online-based loan product of Bank Sahabat Sampoerna that has been operating since November 2018, in applying cyber PR strategy, especially in the process of recruiting agents, a group of people recruited to help market PDaja.com, through social media LinkedIn. In the data retrieval process, this paper uses qualitative methods with an in-depth interview conducted to two agents who have been recruited through LinkedIn by PDaja.com and observations of the official social media accounts of PDaja.com, especially their official LinkedIn pages. The result from analysis found that among the cyber PR applied, is the publication on social media as a part of agent recruitment process. The publication also coincides with the scouting process, in order to find the right candidates, before finally being offered and informed by PDaja.com about the product via Whatsapp and email. In practice, PDaja.com can integrate all the promotional media they have, using other social media for their agent recruitment process, and paying more attention to the welfare of the agents for a good publicity.