

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

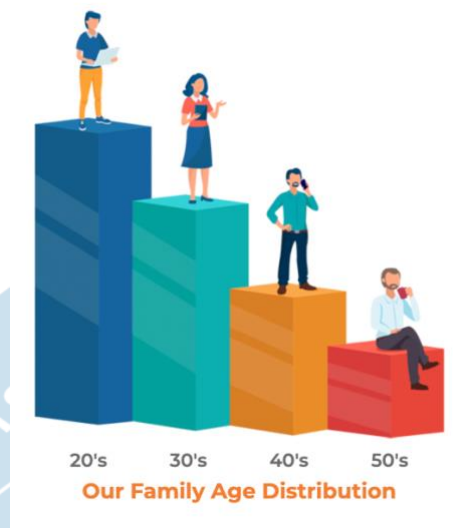
Pada bagian ini peneliti akan menjabarkan terkait objek penelitian yakni akun Instagram *employer branding* BCA @lifeatbca dengan berbagai jenis konten yang dimiliki meliputi lowongan pekerjaan, *work life balance*, *tips and tricks*, dan sebagainya. Data yang digunakan deskripsi objek penelitian diperoleh peneliti melalui *desktop research* menggunakan *website*, artikel, dan jurnal yang sesuai.

A. PT Bank Central Asia Tbk

Bank Central Asia Tbk (BCA) merupakan salah satu perusahaan bank swasta di Indonesia yang sudah beroperasi sejak tahun 1955 dengan nama NV Perseroan Dagang dan Industri Semarang Knitting Factory. Pada 21 Februari 1957, BCA resmi beroperasi di Jakarta dan ditetapkan menggunakan PT Bank Central Asia pada tahun 1977 (BCA, n.d.). BCA dengan pesat mengembangkan produk dan layanan teknologi informasi yang berfokus pada kemudahan transaksi keuangan untuk masyarakat. Di tahun 2013-an, BCA mulai merambah masuk ke ranah digital dengan berinovasi pada pengembangan produk dan layanan perbankan yakni aplikasi *mobile banking* yang dapat digunakan di *smartphone*.

Per akhir tahun 2022, dalam Laporan Keberlanjutan 2022 PT Bank Central Asia Tbk yang dirilis secara resmi pada *websitenya* tercatat BCA telah memiliki 1 Kantor Pusat, 138 Kantor Cabang Utama (KCU), 880 Kantor Cabang Pembantu (KCP), dan 229 KCP Kas yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia (PT Bank Central Asia Tbk, 2022).

Gambar 8. Distribusi Usia Karyawan BCA



Sumber: (PT Bank Central Asia Tbk, 2019)

Pada akhir tahun 2022, tercatat pula BCA telah memiliki total 24.508 karyawan yang tersebar di seluruh wilayah Indonesia dengan mayoritas karyawan berusia 25-29 tahun yang berjumlah 5.387 karyawan (PT Bank Central Asia Tbk, 2022). Berdasarkan gambar 8 di atas, dapat dilihat bahwa karyawan BCA mayoritas rata-rata berusia 20 tahun atau dapat diartikan bahwa kebanyakan karyawan BCA adalah generasi Z.

Memiliki jumlah karyawan yang terhitung banyak, BCA tetap menerapkan manajemen ketenagakerjaan dan talenta dengan adil melalui upaya memberikan kesempatan yang setara dalam meningkatkan kompetensi dan karir karyawan (PT Bank Central Asia Tbk, 2022). Meskipun telah memiliki jumlah karyawan yang banyak, BCA tetap membutuhkan banyak pekerja terutama di sektor teknologi informatika (IT) karena tingginya kebutuhan nasabah atas layanan digital perbankan sesuai pernyataan Direktur BCA, Lianawaty Suwono bahwa BCA

membutuhkan tenaga kerja sektor IT sekitar 5.000 orang untuk 5 tahun kedepan (Liputan6.com, 2022).

B. *Employer Branding* BCA

BCA telah melakukan strategi *employer branding* sejak tahun 2014 dengan merumuskan *Employee Value Proposition* (EVP), namun dalam kegiatan mempromosikan EVP kepada pihak eksternal sudah cukup lama dilakukan oleh BCA (Kusuma & Prasetya, 2017, 147). Sebelum memasuki ke dunia digital seperti saat ini, BCA melakukan kegiatan *employer branding* dengan menggelar acara yang berjudul “*BCA Career Land*” dan “*Indonesia Knowledge Forum*”. BCA juga melakukan kegiatan tanggung jawab sosial untuk masyarakat yang diberi nama program Bakti BCA. Selain itu BCA juga melakukan *branding* dengan menggunakan media sosial seperti Youtube, Facebook, LinkedIn (Kusuma & Prasetya, 2017, 147).

BCA menyediakan wadah bagi pekerja untuk menyalurkan minat dan bakat. Hal ini bertujuan untuk mendukung *work life balance* dan *well-being* setiap pekerja (PT Bank Central Asia Tbk, 2022). Hal tersebut ditunjukkan oleh BCA kepada masyarakat melalui media sosialnya, salah satunya adalah akun Instagram *employer branding @lifeatbca*.

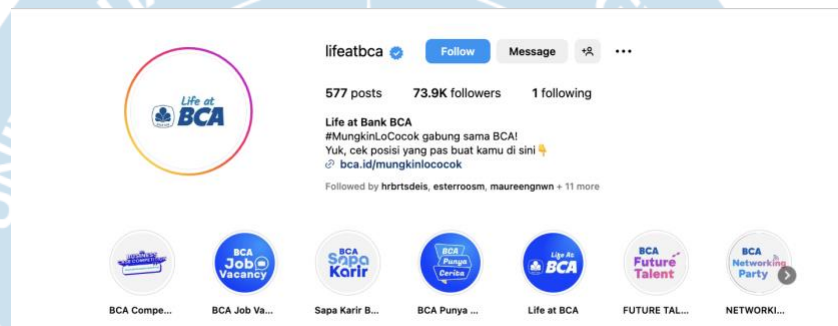
C. Akun Instagram *Employer Branding @lifeatbca*

Akun Instagram *employer branding @lifeatbca* merupakan salah satu *platform* yang digunakan oleh BCA untuk menyampaikan EVP kepada pihak eksternal BCA seperti calon karyawannya. BCA melakukan *branding* dengan menggunakan *point of view* karyawannya untuk menunjukkan bahwa pekerja di

BCA didominasi generasi muda dan menunjukkan pula suasana bekerja di BCA melalui berbagai konten-konten yang disajikannya.

Menurut observasi yang dilakukan peneliti pada akun Instagramnya, BCA mulai menggunakan Instagram dalam melakukan kegiatan *employer branding* dengan nama akun @lifeatbca pada tanggal 13 Oktober 2021. Melalui akun Instagram *employer branding* BCA yaitu @lifeatbca yang memiliki 73,9 ribu pengikut per tanggal 4 Agustus 2023.

Gambar 9. Profil Akun Instagram @lifeatbca



Sumber: Instagram @lifeatbca (Diakses pada 4 Agustus 2023)

Akun Instagram *employer branding* @lifeatbca digunakan untuk menyampaikan informasi seputar pekerja di BCA baik untuk internal maupun eksternal. Informasi tersebut disampaikan melalui akun Instagram @lifeatbca dengan menyajikan konten-konten seputar BCA seperti lowongan pekerjaan, nuansa bekerja di BCA, menunjukkan *work life balance* karyawan BCA, dan sebagainya yang kontennya menunjukkan sudut pandang karyawannya. Adanya akun Instagram yang berfokus di *employer branding* membuat informasi-informasi yang disampaikan lebih terpusat dan informasi terkait produk dan layanan BCA terdapat pada akun Instagram lain sehingga akun Instagram @lifeatbca.

Melalui konten Instagram @lifeatbca perusahaan rutin menginformasikan kepada audiens perihal lowongan pekerjaan pada berbagai sektor yang dibutuhkan

perusahaan. Dapat dilihat dalam kurun waktu 6 bulan perusahaan sangat aktif dalam menginformasikan lowongan pekerjaan yang dibutuhkan BCA dengan 39 postingan yang berisi lowongan pekerjaan. Membawa audiens untuk bisa merasakan suasana bekerja di BCA merupakan strategi *employer branding* BCA yang diimplementasikan melalui konten Instagram @lifeatbca. Konten yang disajikan melalui akun Instagram @lifeatbca seringkali menunjukkan tampilan karyawan yang tergolong muda dan ekspresif. Penggunaan *talent* karyawan BCA yang relatif muda bertujuan untuk mengenalkan nilai-nilai perusahaan yang ingin disampaikan oleh BCA dan mengenalkan lingkungan bekerja di BCA.

