

**Komunikasi Edukatif Melalui Media Sosial pada Karyawan
Pt. Bank Mandiri (PERSERO) Tbk Wealth Management Group (WMG)**

Robby Indrawan

Universitas Paramadina
robbyindrawa@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to explore educational communication practices carried out via social media among PT employees. Bank Mandiri (Persero) Tbk Wealth Management Group (WMG). With the increasingly rapid development of technology, social media has now become one of the main channels for disseminating information, including for educational and training purposes for employees. The main focus of this research is how the use of social media as an educational communication tool can increase the knowledge and skills of employees in the WMG environment. This research approach uses qualitative methods with in-depth interview techniques and observations related to the implementation of educational communication by Bank Mandiri management. Research findings show that social media such as Tiktok, Instagram, and LinkedIn are effectively used to convey educational material to employees. Overall, it is hoped that this research can provide insight for companies to maximize the use of social media as a means of educational communication in the banking sector.

Keywords : educational communication, social media, employees, PT. Bank Mandiri, Wealth Management Group (WMG)

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi praktik komunikasi edukatif yang dilakukan melalui media sosial pada karyawan PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk Wealth Management Group (WMG). Dengan berkembangnya teknologi yang semakin pesat, media sosial kini menjadi salah satu saluran utama dalam penyebaran informasi, termasuk untuk tujuan pendidikan dan pelatihan bagi karyawan. Fokus utama dalam penelitian ini adalah bagaimana penggunaan media sosial sebagai alat komunikasi edukatif dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan karyawan di lingkungan WMG. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan observasi terkait implementasi komunikasi edukatif oleh manajemen Bank Mandiri. Temuan penelitian menunjukkan bahwa media sosial seperti Tiktok, Instagram, dan LinkedIn efektif digunakan untuk menyampaikan materi edukasi kepada karyawan. Secara keseluruhan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan untuk memaksimalkan pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi edukatif dalam sektor perbankan.

Kata kunci : komunikasi edukatif, media sosial, karyawan, PT. Bank Mandiri, Wealth Management Group (WMG).

PENDAHULUAN

Komunikasi ialah suatu elemen yang sangat penting dalam setiap aspek kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat saling terhubung satu sama lain, baik dalam kehidupan sehari-hari, di rumah, di tempat kerja, di pasar, maupun dalam interaksi sosial lainnya. Setiap individu pasti terlibat dalam proses komunikasi. Tidak dapat dipungkiri bahwa manusia tidak dapat hidup tanpa komunikasi. Dengan berkomunikasi, manusia dapat melakukan berbagai hal penting dalam hidupnya. Sebaliknya, tanpa komunikasi,

kehidupan manusia akan menjadi tidak teratur dan menyulitkan dalam menjalankan aktivitas sehari-hari.

Di era digital saat ini, komunikasi edukatif melalui media sosial telah menjadi strategi yang sangat penting untuk meningkatkan kinerja dan kompetensi karyawan di berbagai perusahaan, termasuk di sektor perbankan. PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Wealth Management Group, sebagai salah satu bank terkemuka di Indonesia, memanfaatkan platform media sosial untuk menyampaikan informasi yang mendidik dan relevan bagi karyawan serta nasabahnya. Dengan pendekatan ini, Bank Mandiri tidak hanya fokus pada transaksi keuangan, tetapi juga berupaya membangun hubungan yang lebih baik dengan karyawan dan masyarakat.

Media sosial menyediakan berbagai saluran komunikasi yang memungkinkan interaksi yang lebih cepat dan efisien antara manajemen dan karyawan. Melalui platform seperti Instagram, Facebook, dan LinkedIn, Bank Mandiri dapat menyebarkan konten edukatif yang mencakup pelatihan, pengembangan keterampilan, serta informasi mengenai produk dan layanan perbankan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif dapat secara signifikan meningkatkan kinerja pegawai. Selain itu, penggunaan media sosial dalam konteks komunikasi edukatif memberi kesempatan bagi karyawan untuk terlibat aktif dalam diskusi dan berbagi pengetahuan. Ini tidak hanya memperkaya pengalaman belajar mereka tetapi juga mendorong kolaborasi antar tim. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berdampak positif terhadap kinerja pegawai; semakin baik komunikasi yang terjadi, semakin tinggi pula produktivitas dan kepuasan kerja. Dengan demikian, komunikasi edukatif melalui media sosial di PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Wealth Management Group bukan hanya alat promosi, tetapi juga merupakan bagian penting dari strategi pengembangan sumber daya manusia. Melalui pendekatan ini, diharapkan karyawan dapat lebih siap menghadapi tantangan industri perbankan yang terus berubah serta meningkatkan kualitas layanan kepada nasabah.

Komunikasi memiliki peran penting dalam menunjang kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat berinteraksi antara satu dengan lainnya. Begitu pentingnya komunikasi dalam kehidupan, membuat manusia dituntut untuk memiliki kompetensi dalam komunikasi. Komunikasi tidak hanya sekedar lancar berbicara, tapi juga bagaimana pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh lawan bicaranya (Wahyutama dan Tri Wahyuti, 2021).

Perkembangan penggunaan media sosial di Indonesia meningkat pesat. Di zaman sekarang, jejaring sosial sudah menjadi tren termasuk untuk komunikasi pemasaran. Media sosial merupakan suatu media online yang penggunaannya bisa dengan mudah berpartisipasi, sharing dan membuat konten-konten, seperti blog, forum dan lainnya (Purbohastuti, 2017). Menurut Kotler dan Keller (2012) media sosial diartikan sebagai sarana bagi para pengguna untuk berbagi gambar, video serta suara yang dapat di bagikan kepada orang lain. Definisi lain dari media sosial ialah seperangkat alat kolaborasi dan komunikasi baru yang memungkinkan berbagai jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia bagi kebanyakan orang (Chris Brogan, 2010).

Media sosial belakangan ini berkembang dengan pesat sejalan dengan kebutuhan pengguna akan platform pertemanan ini. Dimulai dengan Friendster di awal tahun 2000, media sosial terus berevolusi untuk memenuhi kebutuhan pengguna, di mana apa yang tidak tersedia di satu platform dapat ditemukan di platform lainnya. Berbagai jenis konten, mulai dari ungkapan perasaan atau kutipan, foto kegiatan, hingga video, kini dapat ditemukan di media sosial. Tidak menutup kemungkinan bahwa di masa depan akan muncul jenis baru yang berbeda dari ketiga kategori tersebut, mengingat manusia secara umum mengalami kemajuan baik dalam aspek intelektual maupun teknologi. Di era globalisasi dengan kemajuan teknologi, terutama internet, komunikasi global menjadi mungkin tanpa batasan ruang dan waktu, termasuk interaksi melalui media sosial dan panggilan video. Politisi cenderung menggunakan media sosial dan media massa untuk berkampanye, karena media ini memiliki cara tersendiri dalam menyampaikan pesan ke masyarakat (Dr. Edison Hutapea, 2024).

Media sosial merupakan salah satu tren berbasis Teknologi Informasi (TI) pada era Information Age atau Digital Era. Media Sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis Internet yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknologi dari Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan pertukaran Konten Buatan Pengguna (Kaplan & Haenlein, 2010). Komunikasi efektif melalui media sosial adalah bentuk komunikasi yang dilakukan dengan menggunakan media elektronik seperti Email, Twitter, Whatsapp, Line, atau aplikasi lainnya yang menggunakan akses internet. Komunikasi ini juga termasuk percakapan video call yang disediakan berbagai fitur provider seperti skype, Google, Zoom, dst (Mohamad Ramdhani dan Lina Anggraeni, 2023).

Media sosial atau jejaring sosial merupakan platform yang paling sering digunakan oleh masyarakat. Media sosial yang ada terkadang memiliki berbagai perbedaan. Beberapa media sosial yang awalnya hanya fokus pada pertemanan, kini juga bisa dijadikan sarana pemasaran, seperti Tiktok. Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang memberikan sesuatu yang unik dan menarik, selain itu juga pengguna aplikasi ini dapat dengan mudah menggunakannya untuk membuat video pendek yang menarik sehingga dapat menjadi perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi Tiktok ini diluncurkan pada bulan September tahun 2016 yang dikembangkan oleh developer asal Cina yang bernama Zhang Yiming. Aplikasi Tiktok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali (Armylia Malimbe dkk, 2021). Penggunaan sosial media dapat juga dijadikan untuk strategi perencanaan pemasaran agar bisa meningkatkan identitas brand bagi calon pelanggan dimaksudkan untuk meningkatkan kesadaran. Salah satu tujuan dilakukannya komunikasi bisnis khususnya dalam iklan adalah untuk menyampaikan informasi yang dimiliki perusahaan terhadap produknya untuk menanamkan kesadaran mengenai perusahaan dan produknya kepada konsumen sarannya yang diharapkan dapat menjadi ketertarikan melakukan pembelian (Bella Fauzia, 2022).

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah berkembang sangat pesat sehingga memberikan ruang bagi penggunaannya untuk mengakses informasi secara mulus. Media jejaring sosial (Rahadi & Abdillah, 2013), merupakan media yang banyak digunakan untuk mengakses informasi, baik yang berhubungan dengan bisnis, pendidikan, bahkan sampai dengan politik.

PT Bank Mandiri menjadi Perusahaan Perseroan yang dinyatakan dalam Akta No.9, tanggal 2 Oktober 1998, yang selanjutnya disebut PT Bank Mandiri (Persero). PT Bank Mandiri (Persero) didirikan sebagai bagian dari program restrukturisasi perbankan yang dilaksanakan oleh pemerintah Indonesia. Pada bulan Juli 1999, empat bank pemerintah yaitu Bank Bumi Daya, Bank Dagang Negara, Bank Ekspor Impor Indonesia dan Bank Pembangunan Indonesia dilebur menjadi Bank Mandiri, dimana masing-masing bank tersebut memiliki peran yang tak terpisahkan dalam pembangunan perekonomian Indonesia. Sampai dengan hari ini, Bank Mandiri meneruskan tradisi selama lebih dari 140 tahun memberikan kontribusi dalam dunia perbankan dan perekonomian Indonesia.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan metode Studi Kasus dengan tujuan untuk mendapatkan suatu gambaran ataupun paradigma terhadap suatu kejadian. Pendekatan Studi Kasus digunakan pada penelitian yang berusaha untuk melakukan penuturan dalam pemecahan masalah yang diteliti dengan berdasarkan data-data yang diperoleh. Dalam hal ini peneliti menafsirkan serta menjelaskan suatu data yang didapat melalui wawancara dan observasi untuk mendapatkan setiap jawaban dari permasalahan secara rinci dan jelas. Selain wawancara mendalam, ada 5 teknik pengumpulan data penelitian Studi Kasus, yakni dokumentasi, observasi terlibat (*participant observation*), observasi langsung, dan artifak fisik. Masing-masing untuk saling melengkapi.

Pada penelitian ini terdapat 5 orang karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk WMG dengan latar belakang yang berbeda-beda sebagai subjek penelitian dimana karyawan tersebut aktif di media social dan mengikuti informasi edukasi terupdate. Wawancara ini bertujuan mendapatkan data dan informasi mengenai pemanfaatan komunikasi edukatif bagi karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk WMG.

Teknik yang digunakan dalam menentukan informan yaitu menggunakan metode *non- probability sampling* yang merupakan suatu metode dalam memberikan kesempatan maupun peluang yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk dijadikan sampel penelitian.

Keabsahan Data

Menurut Sugiyono (2013) Peneliti perlu melakukan pembuktian data untuk memastikan data bersifat valid. Selain itu, pembuktian data juga dilakukan untuk menguji data yang diperoleh. Ada banyak uji keabsahan data yang bisa dilakukan dalam penelitian kualitatif, dan peneliti menggunakan triangulasi. Triangulasi data dilakukan bukan untuk mencari kebenaran, melainkan meningkatkan pemahaman peneliti terhadap data dan fakta yang dimiliki. Bentuk triangulasi yang dilakukan dalam penelitian ini adalah triangulasi sumber dan triangulasi teori

Peneliti menggunakan kedua konsep tersebut dalam penelitian ini dengan tujuan untuk memberikan hasil yang maksimal dan komprehensif. Triangulasi sumber adalah teknik pengecekan validitas yang merujuk pada sumber-sumber yang bervariasi, yang didapat secara langsung seperti wawancara dan observasi, ataupun dari sumber tidak

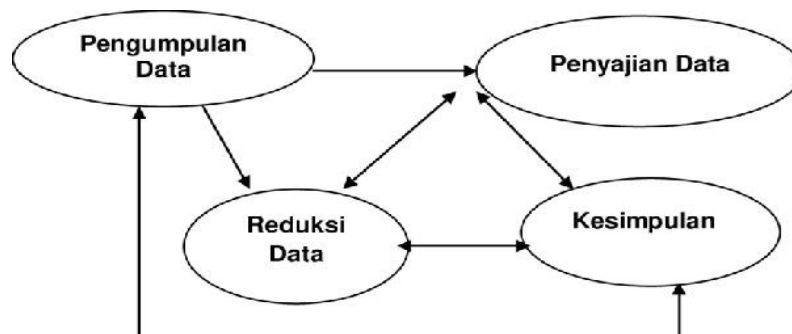
langsung semisal arsip dan dokumentasi. Sedangkan triangulasi teori merupakan metode yang membandingkan suatu data dengan menggunakan sudut pandang teori yang berbeda.

Selama proses wawancara (*interview*), peneliti menggunakan interaksi verbal agar dapat memperoleh informasi dari responden. Beberapa pertanyaan studi terstruktur telah ditentukan oleh peneliti. Selanjutnya informan tersebut kemudian diwawancarai, wawancara dilakukan secara langsung. Berikut adalah pedoman wawancara yang mana hasil wawancara dijabarkan pada bagian hasil dan pembahasan sebagai berikut :

1. Bagaimana pemahaman anda tentang edukasi melalui media sosial yang diberikan oleh PT Bank Mandiri (Persero) Tbk?
2. Media sosial apa saja yang biasa digunakan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk untuk memberikan informasi atau edukasi kepada karyawan?
3. Menurut anda media sosial apa yang paling efektif sebagai platform edukasi dan mengapa?

Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data model Miles & Huberman. Terdapat tiga langkah yang ditempuh pada analisis Model Miles & Huberman yaitu sebagai berikut: 1) Pengumpulan data; 2) Reduksi data; 3) Penyajian data; 4) Penarikan kesimpulan (Sugiyono, 2013)



Gambar 1. Analisis Data Model Miles & Huberman

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode wawancara serta observasi yang disesuaikan dengan permasalahan penelitian dan kemudian dikembangkan kembali melalui pencarian data selanjutnya. Tahap reduksi data, peneliti akan merangkum, memilih fokus penting dalam hasil wawancara yang didapat, dan memilih poin penting yang dihasilkan, lalu menyusun alur cerita dan data. Penyajian data yakni menguraikan secara singkat dan menghubungkan antar kategori dengan menuliskan teks naratif yang di dalamnya juga bisa menampilkan data. Untuk penarikan kesimpulan, peneliti menjawab rumusan masalah yang ada, dapat berupa deskripsi atau gambaran mengenai objek yang diteliti. Untuk bisa menyusun kesimpulan secara mudah, peneliti akan menyusun dan menyederhanakan data sedemikian rupa. Miles & Huberman dalam (Sugiyono, 2008) mengemukakan adanya sebuah aktivitas dalam analisis data kualitatif yang harus dilakukan secara terus menerus oleh peneliti hingga tuntas, sehingga nantinya hasil data tersebut bersifat jenuh.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

Diperoleh gambar karakteristik responden melalui wawancara kepada karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk WMG.

Tabel 1 Karakteristik Responden

Nama	Jenis Kelamin	Usia (Th)	Lama Bekerja (Th)	Divisi
Dolly Laban Fernando	L	30	5	Cust Loyalty & Merchant
Nurjariati	P	23	3	Portofolio Management
Anggita Nur Putritama	P	23	3	Portofolio Management
Rio	L	24	4	Marcomm & Event
Randy Andrian	L	33	10	Cust Loyalty & Merchant

Sumber: Hasil Olah Data (2024)

Penelitian ini memfokuskan pada bagaimana pemahaman karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk WMG terhadap edukasi melalui media sosial. Pada penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data dan informasi dari karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk WMG. Selanjutnya, untuk memperjelas jawaban dari informan terkait pertanyaan pada penelitian ini maka dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2 Ringkasan Hasil Wawancara Informan

Pertanyaan	Jawaban Informan
Bagaimana pemahaman anda tentang edukasi melalui media sosial yang diberikan oleh PT Bank Mandiri (Persero) Tbk?	<p>Sejak masa covid edukasi melalui media sosial yang diberikan oleh Bank Mandiri cukup membantu terhadap update baik informasi ataupun yang berkaitan dengan kegiatan internal. Pemahaman saya tentang edukasi ini cukup mudah untuk dipahami dikarenakan dikemas secara sederhana tetapi berdampak banyak (Dolly Laban Fernando, 23 Desember 2024).</p> <p>Edukasi melalui media sosial yang diberikan oleh Bank Mandiri sangat informatif dan mudah dipahami serta up to date sehingga sebagai karyawan Bank Mandiri saya tidak takut untuk ketinggalan informasi (Nurjariati, 23 Desember 2024).</p> <p>Dengan adanya media sosial dapat mempermudah saya sebagai karyawan Bank Mandiri untuk selalu mengetahui informasi terkini selain mudah dipahami kita juga dapat langsung bertanya</p>

	<p>di kolom komentar atau dari pesan (Anggita Nur Putritama, 23 Desember 2024).</p> <p>Pemahaman saya mengenai edukasi melalui media sosial yang diberikan Bank Mandiri adalah dengan dimanfaatkannya media sosial sebagai media edukasi membuat saya dan para customer dapat mengetahui informasi seperti diskon, merchant dan berkaitan dengan perbankan (Rio, 23 Desember 2024)</p> <p>Sebagai karyawan Bank Mandiri, pemahaman saya mengenai edukasi melalui media sosial adalah untuk membantu masyarakat memahami produk dan layanan perbankan serta literasi keuangan. Kami menggunakan media sosial untuk memberikan informasi secara interaktif dan menjangkau lebih banyak orang. Edukasi ini mencakup manajemen keuangan, investasi, dan penggunaan teknologi dalam perbankan, sehingga mudah diakses oleh semua orang. Selain itu edukasi melalui media sosial juga membantu saya untuk selalu update informasi terkini (Randy Andrian, 23 Desember 2024)</p>
<p>Media sosial apa saja yang biasa digunakan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk untuk memberikan informasi atau edukasi kepada karyawan?</p>	<p>Media sosial yang sering digunakan Bank Mandiri untuk memberikan informasi atau edukasi adalah Instagram, linkedln dan Tiktok (Dolly Laban Fernando, 23 Desember 2024).</p> <p>Awalnya setau saya media sosial yang digunakan Bank Mandiri untuk memberikan informasi atau edukasi adalah Instagram tetapi belakangan ini sudah merambat ke LinkedIn dan Tiktok (Nurjariati, 23 Desember 2024).</p> <p>Bank Mandiri sering menggunakan beberapa media sosial untuk memberikan informasi atau edukasi seperti Instagram dan Tiktok (Anggita Nur Putritama, 23 Desember 2024).</p> <p>Linkdln, Instagram dan juga Tiktok merupakan media sosial yang sering digunakan Bank Mandiri untuk berbagi informasi (Rio, 23 Desember 2024).</p> <p>Ada beberapa media sosial yang saya ketahui Bank Mandiri untuk memberikan informasi atau edukasi yaitu Instagram, Linkedln, Facebook dan Tiktok (Randy Andrian, 23 Desember 2024).</p>
<p>Menurut anda media sosial apa yang</p>	<p>Sebagai seorang yang suka main Tiktok menurut saya media sosial yang paling efektif sebagai media edukasi dan informasi</p>

<p>paling efektif sebagai platform edukasi dan mengapa?</p>	<p>adalah Tiktok karena menurut saya Tiktok memiliki cakupan yang luas atau sering disebut FYP (Dolly Laban Fernando, 23 Desember 2024).</p> <p>Menurut saya media sosial yang paling efektif untuk informasi dan edukasi adalah Instagram karena kita dapat dengan mudah menggunakannya dan penggunanya juga banyak (Nurjariati, 23 Desember 2024).</p> <p>Menurut pendapat saya media sosial yang efektif adalah Instagram karena saya suka main Instagram dan saya dapat share informasi tersebut ke ig story saya (Anggita Nur Putritama, 23 Desember 2024).</p> <p>Menurut saya semua media sosial memiliki kelebihan dan kekurangannya masing-masing tetapi jika dipilih saya akan memilih Tiktok karena di jaman sekarang Tiktok sedang marak pengguna (Rio, 23 Desember 2024).</p> <p>Menurut pendapat saya Instagram adalah media sosial yang paling efektif karena selain saya sering menggunakan Instagram juga dengan Instagram kita dapat langsung mengetahui informasi yg diberikan baik melalui reels atau feed yang kemudian dapat disimpan (Randy Andrian, 23 Desember 2024).</p>
---	--

PEMBAHASAN

Media sosial sangatlah berkembang dengan pesat, sebagian besar perusahaan sudah memanfaatkan media sosial untuk memberikan informasi. Berbagai aplikasi media sosial mempunyai kelebihan dan kekurangannya. Tiktok merupakan salah satu aplikasi yang memberikan efek khusus yang unik dan menarik, dan pengguna aplikasi ini dapat dengan mudah menggunakannya untuk membuat video pendek yang menarik juga sehingga dapat menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Aplikasi tiktok sudah banyak digunakan dari semua kalangan, aplikasi ini diluncurkan pada bulan September tahun 2016 yang dikembangkan oleh developer yang berasal Cina yakni Zhang Yiming. Aplikasi Tiktok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 45,8 juta kali (Armylia Malimbe dkk, 2021).

Aplikasi Tiktok yang sudah mendunia dikarenakan cara penggunaannya cukup mudah serta banyak informasi, hiburan tips dan trik hingga sebagai media pemasaran yang dapat dilakukan pada aplikasi Tiktok membuat pengguna merasa aplikasi ini sangat fungsional. Beberapa orang menggunakan aplikasi TikTok untuk menyampaikan informasi atau mengekspresikan diri dengan lebih kreatif. Transmisi ilmu pengetahuan lebih mudah dan dapat merangsang individu untuk menonton, meniru atau berbagi film dan musik/lagu yang disajikan dalam program ini. Banyaknya masyarakat Indonesia yang rutin

menggunakan Internet, menciptakan pangsa pasar yang menjanjikan bagi para pengelola yang ingin mengiklankan produk/bisnisnya di jejaring sosial, termasuk TikTok (Safitri dan Dewa, 2021). Selain TikTok ada juga yang populer saat ini yaitu Instagram, Instagram merupakan platform media sosial yang cukup populer di kalangan anak muda saat ini. Berbagai moment dan kejadian diabadikan dalam postingan Instagram untuk berbagai tujuan, diantaranya untuk memperoleh tanggapan dari sesama pengguna. Hal ini menjadi menarik, karena berbagai karya atau kreasi seni juga dapat dipublikasikan melalui akun media sosial Instagram ini. Selain itu ada juga LinkedIn, Facebook dan lain-lain.

Berdasarkan hasil wawancara responden mengatasnamakan Dolly Laban Fernando mengungkapkan bahwa sejak masa covid edukasi melalui media sosial yang diberikan oleh Bank Mandiri cukup membantu terhadap update baik informasi ataupun yang berkaitan dengan kegiatan internal. Pemahamannya tentang edukasi ini cukup mudah untuk dipahami dikarenakan dikemas secara sederhana tetapi berdampak banyak dan menurut ia media sosial yang paling efektif sebagai media edukasi dan informasi adalah TikTok karena menurutnya TikTok memiliki cakupan yang luas atau sering disebut FYP. Sedangkan responden mengatasnamakan Nurjariati berpendapat bahwa edukasi melalui media sosial yang diberikan oleh Bank Mandiri sangat informatif dan mudah dipahami serta up to date sehingga sebagai karyawan Bank Mandiri ia tidak takut untuk ketinggalan informasi, menurut ia media sosial yang paling efektif untuk informasi dan edukasi adalah Instagram karena kita dapat dengan mudah menggunakannya dan penggunanya juga banyak. Sedangkan menurut responden Anggita Nur Putritama dengan adanya media sosial dapat mempermudah ia sebagai karyawan Bank Mandiri untuk selalu mengetahui informasi terkini selain mudah dipahami kita juga dapat langsung bertanya di kolom komentar atau dari pesan dan media sosial yang efektif adalah Instagram karena ia suka main Instagram dan dapat share informasi tersebut ke Instagram story nya. Selanjutnya menurut pendapat Rio, pemahaman ia mengenai edukasi melalui media sosial membuat ia dan para customer dapat mengetahui informasi seperti diskon, merchant dan berkaitan dengan perbankan. Terakhir menurut pendapat Randy Andrian, pemahaman ia mengenai edukasi melalui media sosial dapat membantu masyarakat memahami produk dan layanan perbankan serta literasi keuangan. Selain itu edukasi melalui media sosial juga membantu ia untuk selalu update informasi terkini, menurut pendapatnya Instagram adalah media sosial yang paling efektif karena dengan Instagram kita dapat langsung mengetahui informasi yg diberikan baik melalui reels atau feed yang kemudian dapat disimpan.

Pemanfaatan media sosial sebagai media informasi dan edukatif telah banyak dilakukan oleh perorangan, kelompok ataupun perusahaan. Seiring dengan semakin berkembangnya pengguna media sosial, keberadaan situs media sosial kini dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, termasuk untuk mendukung dan memaksimalkan pola pembelajaran, terutama sebagai sarana penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. Pengguna dapat memanfaatkan berbagai fitur yang ada di platform media sosial untuk menunjang konten edukasi atau pembelajaran digital. Penggunaan media sosial sebagai wadah penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital dapat membantu dalam menyediakan konten pembelajaran tambahan, memperluas materi, serta memungkinkan berbagi pengetahuan dengan pengguna lainnya. Sebagai contoh, di Instagram, pengguna

dapat membuat konten pembelajaran berupa infografis, rangkuman materi, video pembelajaran, atau sesi tanya jawab. Di Facebook, pengguna bisa memanfaatkan fitur share untuk membagikan modul pembelajaran dan Facebook Note untuk berdiskusi mengenai topik tertentu.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan media edukatif yang bermanfaat dan efektif untuk meningkatkan pengetahuan bagi para karyawan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk WMG. Penggunaan aplikasi media sosial yang cukup mudah membuat para karyawan Bank Mandiri tertarik dan mengetahui informasi terupdate tanpa harus takut ketinggalan informasi. Berbagai jenis media sosial yang digunakan Bank Mandiri tetapi yang paling banyak disukai karyawan adalah Instagram dan Tiktok dikarenakan paling banyak penggunanya dan fiturnya mudah. Edukasi melalui media sosial bukan hanya bermanfaat bagi para karyawan Bank Mandiri tetapi juga bermanfaat untuk nasabah.

DAFTAR PUSTAKA

- Armylia Malimbe, Fonny Waani & Evie A.A. Suwu, 2021. Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik : Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Brogan, Chris. 2010. *Sosial Media 101: Tactics and Tips to Develop your Business Online*: Jhon Wiley & Sons.
- Bella Fauzia 2022. *Strategi Komunikasi Pemasaran Digital Zytadelia Dalam Meningkatkan Brand Awareness Di Masa Pandemi Covid-19*
- Dr. Edison Hutapea, 2024. *Komunikasi Politik dan Simbol*. Cv Eureka Media Aksara
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. 2010. Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mohamad Ramdhani dan Lina Anggraeni, 2023. *Strategi Komunikasi Universitas Paramadina Mensosialisasikan Program Bantuan Biaya Studi Covid-19 Melalui Media Sosial Instagram*. Universitas Paramadina
- Pramitha Rifa Andini, 2023. *Pengaruh Konten Pada Official Akun Tiktok Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar Followers*
- Rahadi, D. R., & Abdillah, L. A. 2013. The utilization of social networking as promotion media (Case study: Handicraft business in Palembang). *Seminar Nasional Sistem Informasi Indonesia (SESINDO2013)*. Bali: Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS).
- Sibuea dan Kando, 2021. *Analisis Strategi Pemasaran Melalui Media Sosial Dalam Mempertahankan Tingkat Loyalitas Pelanggan Pada Toko Marmel Florist Medan*
- Sri Ayu Rayhaniah, M.Sos, 2022. *Komunikasi Pemasaran*, Universitas Islam Negeri Sultan Aji Muhammad Idris (UINSI) Samarinda.
- Sugito, Aryani Sairun, Ikbar Pratama, Indah Azzahra, 2022. *Media Sosial (Inovasi Pada Produk & Perkembangan Usaha)*. Diterbitkan Oleh: Universitas Medan Area.

Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting
Volume 5 Nomor 2 (2025) 62 – 72 E-ISSN 2798-6683 P-ISSN 2798-690X
DOI: 10.47467/dawatuna.v5i2.6510

Wahyutama dan Tri Wahyuti, 2021. Pengelolaan Komunikasi Layanan Publik di Organisasi Pemerintah Daerah. CV Ausi Media