

ABSTRAK

Customer service berperan penting dalam Strategi Komunikasi kepada para nasabah. Bank Jateng kantor Cabang Purwokerto merupakan Bankdaerah yang mana menjadi bank penyalur gaji kepada nasabah Aparatur Sipil Negara. Layanan keuangan digital menjadi pilihan logis di era teknologi yang berkembang ini. Salah satunya melalui penjualan produk- produk tambahan seperti M-Banking kepada nasabah-nasabah. Sehingga diperlukannya strategi komunikasi yang baik agar dapat menyampaikan manfaat produk kepada nasabah Aparatur Sipil Negara dengan baik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studikasus. Fokus pada penelitian ini adalah strategi komunikasi yang dilakukan *Customer Service* Bank Jateng Kantor Cabang Purwokerto untuk Meningkatkan Kepercayaan Dalam Menggunakan *Mobile Banking* kepada nasabah ASN. Informan dipilih dengan menggunakan teknik *Purposive Sampling*, pengumpulan data pada penelitian ini sendiri dilakukan dengan cara wawancara mendalam, observasi, serta dokumentasi. Dalam penelitian ini menggunakan metode analisis data yang terdiri empat langkah yaitupengumpulan data, reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dengan mengembangkan validitas menggunakan triangulasi sumber. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh *Customer Service* kepada ASN dengan strategi yaitu Meningkatkan pengetahuan mengutamakan pemahaman. Hasil lain juga ditemukan bahwa strategi komunikasi tersebut memiliki kendala yaitu kurangnya kepercayaan serta kendala dalam menggunakan fitur yang tersedia terutama pada nasabah ASN usia tua.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, *Mobile Banking*, *Customer service*.

ABSTRACT

Customer service plays an important role in the Communication Strategy to customers. Bank Jateng Purwokerto Branch Office is a regional bank which is the bank that distributes salaries to State Civil Service customers. Digital financial services are becoming a logistics choice in this era of developing technology. One of them is through selling additional products such as M- Banking to customers. So a good communication strategy is needed in order to convey the benefits of the product to State Civil Service consumers well. This research uses a qualitative method with a case study approach. The focus of this research is the communication strategy carried out by Bank Jateng Customer Service at the Purwokerto Branch Office to increase Mobile Banking sales to ASN customers. Informants were selected using Purposive Sampling techniques, data collection in this research was carried out by means of in-depth interviews, observation and documentation. This research uses a data analysis method which consists of four steps, namely data collection, data reduction, data presentation, and publishing conclusions by developing validity using source triangulation. The results of this research show that the communication strategy carried out by Customer Service to ASN is with the strategy of increasing knowledge, prioritizing understanding. Other results also found that this communication strategy had obstacles, namely a lack of trust and obstacles in using the available features, especially for older ASN customers.

Keywords: *Communication Strategy, Mobile Banking, Customer Service.*