

Dampak strategi komunikasi visual terhadap performa bank muamalat

Siti Aisyatul Hasanah

Program Studi Perbankan Syariah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
e-mail: aisyahnoona8@gmail.com

Kata Kunci:

Komunikasi Visual, Bank Muamalat, Brand Awareness, Loyalitas Nasabah, Nilai-nilai Syariah

Keywords:

Visual Communication, Bank Muamalat, Brand Awareness, Customer Loyalty, Islamic Values

ABSTRAK

Komunikasi visual telah menjadi salah satu elemen penting dalam strategi pemasaran dan komunikasi, terutama bagi lembaga keuangan seperti Bank Muamalat yang berlandaskan prinsip syariah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak komunikasi visual terhadap performa Bank Muamalat, dengan fokus pada peningkatan brand awareness, loyalitas nasabah, dan hubungan emosional dengan klien. Melalui penerapan berbagai elemen visual, seperti infografis dan video promosi, Bank Muamalat mampu menyampaikan informasi produk dan layanan secara lebih menarik dan mudah dipahami. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi visual yang efektif tidak hanya meningkatkan pengenalan merek, tetapi juga memperkuat keterikatan

nasabah terhadap nilai-nilai syariah yang diusung oleh bank. Meskipun terdapat tantangan dalam inovasi dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi, rekomendasi untuk optimalisasi konten digital dan personalisasi pengalaman nasabah dapat membantu Bank Muamalat tetap relevan di pasar yang kompetitif. Temuan ini menegaskan bahwa komunikasi visual adalah strategi integral dalam mencapai tujuan bisnis yang lebih baik di industri perbankan.

ABSTRACT

Visual communication has become a crucial element in marketing and communication strategies, particularly for financial institutions like Bank Muamalat, which is based on Islamic principles. This study aims to analyze the impact of visual communication on the performance of Bank Muamalat, focusing on enhancing brand awareness, customer loyalty, and emotional connections with clients. Through the application of various visual elements such as infographics and promotional videos, Bank Muamalat is able to convey information about its products and services in a more engaging and easily understood manner. The findings indicate that effective visual communication not only increases brand recognition but also strengthens customers' attachment to the Islamic values upheld by the bank. Despite challenges in innovation and adaptation to technological advancements, recommendations for optimizing digital content and personalizing customer experiences can help Bank Muamalat remain relevant in a competitive market. This study affirms that visual communication is an integral strategy for achieving better business objectives in the banking industry.

Pendahuluan

Dalam konteks globalisasi dan kemajuan teknologi informasi yang pesat, sektor perbankan menghadapi tantangan yang semakin kompleks, terutama dalam hal komunikasi dan pemasaran. (Daniarso & Adinugraha, 2024). Bank Muamalat, sebagai lembaga keuangan yang berlandaskan prinsip syariah, perlu beradaptasi dengan dinamika ini untuk mempertahankan daya saing dan meningkatkan performa operasionalnya. Salah satu pendekatan yang semakin mendapatkan perhatian adalah komunikasi visual (Arumi et al., 2024) yang memiliki potensi signifikan dalam



This is an open access article under the [CC BY-NC-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

mempengaruhi persepsi dan perilaku nasabah. Komunikasi visual, yang meliputi penggunaan elemen-elemen grafis, gambar, diagram, dan video, berfungsi sebagai alat yang efektif dalam menyampaikan informasi yang kompleks dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami. (Royhan & Ngabekti, 2021). Dalam dunia perbankan, di mana produk dan layanan sering kali memiliki sifat yang abstrak dan rumit, kemampuan untuk menyajikan informasi secara visual dapat membantu menjembatani kesenjangan pemahaman antara bank dan nasabah. (Prajana et al., 2022). Hal ini sangat penting untuk Bank Muamalat, yang berkomitmen untuk memberikan transparansi dan edukasi kepada nasabah mengenai produk dan layanan yang ditawarkan.

Dampak komunikasi visual terhadap performa Bank Muamalat dapat dianalisis dari beberapa dimensi. Pertama, komunikasi visual yang efektif dapat meningkatkan brand awareness. Dengan desain yang menarik dan pesan yang jelas, Bank Muamalat dapat menarik perhatian calon nasabah dan membedakan diri dari kompetitor. Kedua, komunikasi visual yang tepat juga dapat memperkuat loyalitas nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa informasi yang mereka terima mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan mereka, mereka cenderung lebih setia terhadap lembaga keuangan tersebut. Lebih jauh lagi, komunikasi visual dapat berkontribusi pada penguatan hubungan emosional antara bank dan nasabah. (Matali et al., 2024) (Pangestu & Patriansah, 2021) Dalam konteks ini, elemen visual yang digunakan dalam kampanye pemasaran dan komunikasi internal dapat menciptakan pengalaman yang lebih mendalam dan bermakna. Hal ini penting, terutama bagi nasabah yang mencari lembaga keuangan yang tidak hanya menawarkan produk, tetapi juga memahami nilai-nilai dan kebutuhan mereka.

Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diungkap secara komprehensif bagaimana strategi komunikasi visual yang diterapkan oleh Bank Muamalat berkontribusi terhadap peningkatan performa mereka di pasar yang kompetitif. Penelitian ini tidak hanya bertujuan untuk memberikan wawasan mengenai pentingnya komunikasi visual dalam dunia perbankan, tetapi juga untuk menawarkan rekomendasi strategis yang dapat diimplementasikan untuk memaksimalkan dampak dari komunikasi visual dalam mencapai tujuan bisnis yang lebih baik. Dengan demikian, diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi penting bagi praktisi perbankan, akademisi, dan peneliti yang tertarik pada bidang komunikasi dan pemasaran dalam konteks lembaga keuangan syariah.

Pembahasan

Komunikasi visual merupakan suatu bentuk komunikasi yang menggunakan elemen-elemen visual untuk menyampaikan informasi atau pesan. Dalam konteks perbankan, komunikasi visual mencakup berbagai bentuk media, seperti iklan, poster, infografis, dan konten digital. (Patriansah & Sapitri, 2022). Teori komunikasi visual menekankan pentingnya persepsi, pemahaman, dan interpretasi visual dalam membentuk opini dan perilaku individu. Dalam hal ini, penggunaan warna, tipografi, dan

tata letak yang efektif menjadi sangat penting untuk menarik perhatian dan mempertahankan minat nasabah.

Bank Muamalat telah menerapkan strategi komunikasi visual yang beragam untuk mencapai berbagai tujuan pemasaran. Salah satu contohnya adalah penggunaan infografis yang menjelaskan produk-produk keuangan syariah secara sederhana dan menarik. Dengan memanfaatkan desain yang jelas dan informatif, bank dapat membantu nasabah memahami manfaat dan mekanisme produk, seperti pembiayaan murabahah atau deposito mudharabah. Selain itu, kampanye pemasaran yang melibatkan video promosi juga telah digunakan untuk menceritakan kisah nasabah yang sukses menggunakan produk Bank Muamalat. Pendekatan naratif ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga membangun koneksi emosional yang lebih kuat dengan audiens, sejalan dengan teori komunikasi visual yang menyatakan bahwa cerita yang disampaikan secara visual dapat meningkatkan daya ingat dan pengaruh terhadap perilaku nasabah.



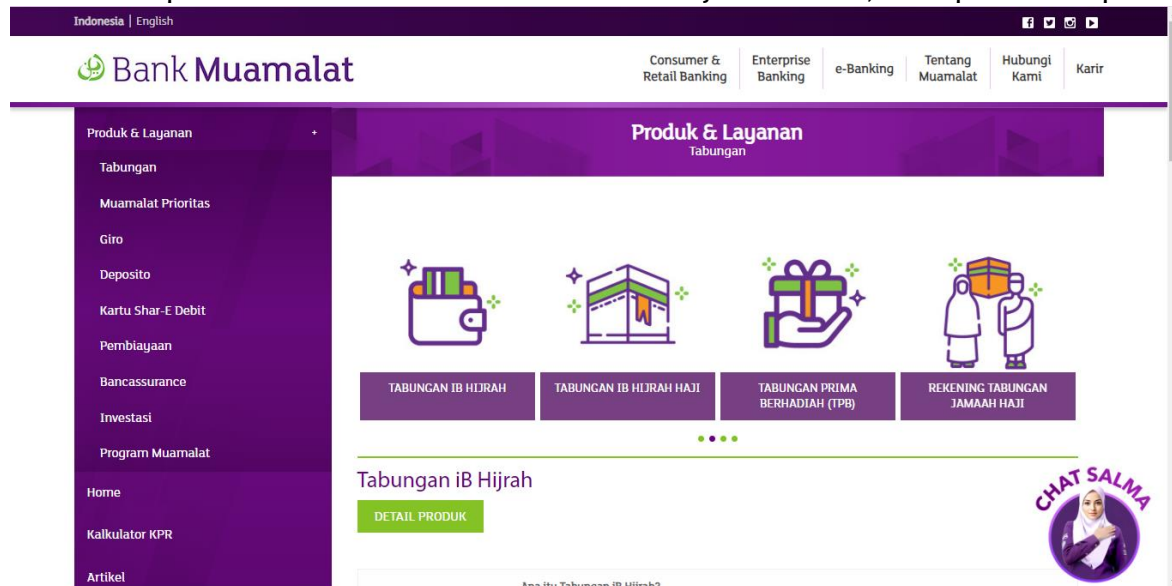
Gambar 1 : Tampilan Visual pada Website Bank Muamalat

Salah satu dampak signifikan dari komunikasi visual yang efektif adalah peningkatan brand awareness. Melalui desain yang konsisten dan menarik, Bank Muamalat mampu menciptakan identitas merek yang kuat. Pemanfaatan elemen visual yang khas, seperti logo dan palet warna, membantu nasabah mengenali merek dengan lebih mudah. Hasil survei menunjukkan bahwa nasabah yang terpapar pada kampanye visual cenderung lebih mengenali produk dan layanan Bank Muamalat dibandingkan mereka yang tidak terpapar. Selain itu, komunikasi visual juga berkontribusi pada peningkatan loyalitas nasabah. Ketika nasabah merasa bahwa informasi yang disampaikan melalui media visual mudah dipahami dan bermanfaat, mereka cenderung lebih puas dengan layanan yang diberikan. Komunikasi visual yang berfokus pada nilai-nilai syariah dan etika bisnis dapat memperkuat ikatan emosional antara bank dan nasabah. Dalam survei yang dilakukan, sebagian besar responden menyatakan bahwa

mereka merasa lebih terhubung dengan Bank Muamalat ketika melihat konten yang mencerminkan nilai-nilai yang mereka anut.

Gambar 2 : Tampilan Visual Produk Tabungan pada Website Bank Muamalat

Meskipun komunikasi visual menawarkan banyak manfaat, terdapat beberapa



tantangan yang harus dihadapi oleh Bank Muamalat. Salah satunya adalah kebutuhan untuk terus berinovasi agar tetap relevan dengan perkembangan teknologi dan preferensi nasabah. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk melakukan analisis rutin terhadap efektivitas kampanye komunikasi visual yang telah dilaksanakan. Rekomendasi untuk Bank Muamalat mencakup optimalisasi konten digital dengan memperkuat kehadiran di platform digital melalui konten visual yang menarik dan interaktif, seperti video tutorial dan webinar. Selain itu, bank juga sebaiknya mempersonalisasi pengalaman nasabah dengan menggunakan data analitik untuk memahami preferensi nasabah dan menyajikan konten visual yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Mengembangkan program edukasi yang memanfaatkan komunikasi visual untuk meningkatkan pemahaman nasabah tentang produk syariah juga merupakan langkah yang penting. Secara keseluruhan, komunikasi visual memainkan peran penting dalam meningkatkan performa Bank Muamalat. Dengan menerapkan strategi komunikasi visual yang efektif, bank tidak hanya dapat meningkatkan brand awareness dan loyalitas nasabah, tetapi juga membangun hubungan emosional yang lebih kuat dengan klien. Dalam menghadapi tantangan di era digital, penting bagi Bank Muamalat untuk terus berinovasi dan mengevaluasi strategi komunikasi visual yang telah diterapkan, agar tetap relevan dan kompetitif di pasar yang semakin dinamis.

Kesimpulan dan Saran

Dalam era digital yang semakin kompleks dan kompetitif, komunikasi visual memegang peranan yang sangat penting dalam meningkatkan performa Bank Muamalat. Melalui strategi komunikasi visual yang efektif, bank dapat tidak hanya meningkatkan brand awareness, tetapi juga memperkuat loyalitas nasabah serta

membangun hubungan emosional yang lebih mendalam dengan klien. Penggunaan elemen visual yang menarik dan informatif, seperti infografis, video promosi, dan konten digital interaktif, memungkinkan nasabah untuk lebih memahami produk dan layanan yang ditawarkan, termasuk konsep-konsep keuangan syariah yang sering kali dianggap rumit. Hal ini membantu mengurangi kesenjangan informasi antara bank dan nasabah, serta meningkatkan tingkat kepercayaan nasabah terhadap lembaga keuangan tersebut. Lebih dari sekadar alat pemasaran, komunikasi visual berfungsi sebagai sarana edukasi yang efektif. Dengan menyajikan informasi secara visual, Bank Muamalat dapat menampilkan nilai-nilai syariah dan prinsip etika bisnis yang menjadi landasan operasionalnya dengan cara yang lebih menarik dan mudah dicerna. Ini tidak hanya menarik perhatian nasabah baru, tetapi juga memperkuat ikatan emosional dengan nasabah yang sudah ada, yang merasa bahwa bank memahami dan menghargai nilai-nilai mereka.

Namun, di tengah manfaat yang ditawarkan, Bank Muamalat juga dihadapkan pada berbagai tantangan, seperti kebutuhan untuk terus berinovasi dan beradaptasi dengan perkembangan teknologi dan tren pasar. Oleh karena itu, penting bagi bank untuk melakukan analisis rutin terhadap efektivitas kampanye komunikasi visual yang telah dilaksanakan, serta untuk mengeksplorasi teknologi baru yang dapat meningkatkan pengalaman nasabah. Rekomendasi untuk optimalisasi konten digital, pemanfaatan analitik untuk personalisasi pengalaman nasabah, dan pengembangan program edukasi berbasis visual merupakan langkah-langkah strategis yang dapat diambil untuk memastikan keberlanjutan dan relevansi komunikasi visual bank. Dengan demikian, komunikasi visual bukan hanya merupakan alat pemasaran, tetapi juga merupakan strategi integral yang dapat membantu Bank Muamalat mencapai tujuan bisnis yang lebih baik di tengah persaingan yang ketat di industri perbankan. Dengan memanfaatkan komunikasi visual secara optimal, Bank Muamalat dapat menciptakan pengalaman yang lebih menarik dan bermakna bagi nasabah, serta memperkuat posisinya sebagai lembaga keuangan syariah yang inovatif dan responsif terhadap kebutuhan nasabah.

Daftar Pustaka

- Arumi, P., Maitesa, D., Madihah, S., Apriyanthi, R., Haryanti, E., Haque, M. G., Sunarsi, D., Pamulang, U., Selatan, T., Digital, P., Digital, S., & Kemasan, D. (2024). Ketoprak Makanan Jalanan Menjadi “Gedongan” : Strategi Branding dan Pemasaran Digital. *Jurnal Peradaban Masyarakat*, 4(5), 273–286.
- Daniarso, I. P., & Adinugraha, H. H. (2024). Digital Marketing Management in improving Business Performance : Study on Bank Jateng Syariah. *Journal of Sharia Finance and Banking*, 4(Puspitadewi 2019), 29–38.
- Matali, L., Studi, P., Ilmu, M., & Indonesia, U. A. (2024). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam implementasi Program Co-Branding Desa Berdikari LAZWAF Al Azhar bersama (DEKS) Bank Indonesia. *CommLine*, 9(1), 1–18.
- Pangestu, R., & Patriansah, M. (2021). Desain komunikasi visual dan moralitas. *BESAUNG*, 6(2), 125–130.

- Patriansah, M., & Sapitri, R. (2022). TANDA DALAM KOMUNIKASI VISUAL IKLAN LAYANAN MASYARAKAT : ANALISIS SEMIOTIKA PEIRCE. *DEMANDIA*, 07(01), 101–120.
- Prajana, A. M., Syafikarani, A., & Tohir, M. (2022). STRUKTUR KOMUNIKASI VISUAL FEED INSTAGRAM BANK BUMN (STUDI KASUS PADA BANK BRI , BNI DAN BTN DI TAHUN 2020. *Serat Rupa*, 6(1), 72–93.
- Royhan, M. G., & Ngabekti, D. K. (2021). Problematika Desain Komunikasi Visual dan Plagiarisme dalam Dunia Desain Grafis. *CITRAWIRA*, 2(1).

Lampiran 1

