

Citi Indonesia Facebook: Hadirkan Pengalaman dan Pengetahuan Literasi Keuangan melalui Media Sosial

- *Komitmen Citi untuk menjadi Bank Masa Depan (Bank of the Future) semakin dikukuhkan dengan peluncuran Citi Indonesia Facebook, dimana nasabah dapat mengakses pendidikan literasi keuangan dan market outlook melalui fitur live chat, short video discussion, dan video sharing*
- *Citi Indonesia Facebook hadir dengan lima pilar utama sebagai konten yang penuh inspirasi: Progress Makers, Citi Understand You, Drive Engagement, We Are Global yet So Close, dan Your Ticket to Banking Experience*
- *Citi Indonesia Facebook memperkuat eksistensi Citi dalam platform Global Mobile yang menghadirkan fasilitas Internet Banking dan Mobile Banking bagi nasabahnya. Bagi Citi, "Digital means Mobile".*

Jakarta, 29 Juli 2016 – Citi Indonesia secara resmi meluncurkan Citi Indonesia Facebook sebagai bagian dari strategi digital perbankan yang diusung secara global. Hal ini merupakan komitmen Citi untuk semakin dekat dengan nasabahnya melalui platform sosial media. Peluncuran Citi Indonesia Facebook mengukuhkan komitmen Citi untuk menjadi Bank Masa Depan (*Bank of the Future*), dimana nasabah dapat mengakses pendidikan literasi keuangan dan *market outlook* melalui fitur *live chat*, *short video discussion*, dan *video sharing*.

Di berbagai belahan dunia, pengguna telepon genggam mencapai hingga 5 miliar. Artinya, dua setengah kali lebih banyak dibandingkan pemilik akun rekening bank. Perilaku konsumen di wilayah ASEAN pun semakin mengarah ke aktivitas *online*, dengan penetrasi *mobile* 110% dan penetrasi Internet 25%. Hal ini menjadikan kawasan ini sebagai komunitas kedua terbesar pengguna Facebook, tepat setelah Amerika Serikat¹.

Lebih lanjut, pengguna Internet di Indonesia merupakan keenam tertinggi di dunia² dan keempat tertinggi di Asia, dimana 85% akses ke jaringan Internet dilakukan melalui telepon genggam³. Indonesia merupakan pasar keempat terbesar bagi Facebook, dengan komposisi pria lebih banyak dibanding perempuan, kecuali di rentang usia milenials 18-24 tahun, dimana komposisi perempuan 51% dan pria 49%.

CEO Citi Indonesia Batara Sianturi menyatakan, "Peluncuran Citi Indonesia Facebook mengukuhkan komitmen kami untuk terus berinovasi dan memanfaatkan keahlian kami dalam *digital banking*. Kehadiran Citi Indonesia Facebook diharapkan dapat membantu nasabah dalam meningkatkan

¹ Mckinsey & Company, Understanding ASEAN: Seven things you need to know, May 2014

² Kementerian Komunikasi dan Informatika

³ Survei yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) Puskakom UI 2015

pengetahuan mengenai literasi keuangan dan melakukan aktivitas perbankan melalui media sosial dengan mengedepankan lima pilar utama yang tersedia di halaman Facebook kami.”

Kehadiran Citi Indonesia Facebook merupakan upaya Citi untuk dapat berinteraksi dan menjangkau para pengguna jejaring sosial, dengan mengedepankan lima pilar utama, yaitu:

1. Progress Makers

Citi memberdayakan masyarakat untuk kemajuan bersama, melalui *Progress Makers Corner* dan *Community Highlights*.

2. Citi Understand You

Mengedepankan lima pilar sesuai kebutuhan gaya hidup para nasabah Citi yaitu #CITICulinary, #CITIShopping, #CITITravel, #CITILife dan #CITITips.

3. Drive Engagement

Mengajak nasabah untuk berpartisipasi dalam berbagai kegiatan digital, seperti Webinar (*live chat* dan *short video discussion*), kuis, serta percakapan yang dapat memberikan inspirasi.

4. We Are Global yet So Close

Informasi menarik mengenai kegiatan Citi di seluruh dunia.

5. Your Ticket to Banking Experience

Pengalaman perbankan melalui Facebook seperti *Rewards Point Calculator* dan *Online Acquisition*.

Batara Sianturi menyimpulkan, “Mobile banking telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari gaya hidup sebagian besar nasabah Citi baik di Indonesia maupun di dunia. Dengan mengusung konsep ‘*Digital means Mobile*’, kami berharap kehadiran Citi Indonesia Facebook dapat semakin mendekatkan kami dengan para nasabah. Kami percaya bahwa layanan dan informasi yang kami sajikan di halaman Facebook ini dapat memberikan nilai tambah dan manfaat yang sesuai dengan *lifestyle* dan kebutuhan akan informasi keuangan terkini melalui fitur-fitur inovatif antara lain *live chat*, *short video discussion*, dan *video sharing*.”

Untuk informasi lebih lanjut, silahkan menghubungi:

Elvera N. Makki

Country Head Corporate Affairs

Citi Indonesia

corporateaffairs.indonesia@citi.com



Tentang Citi Indonesia

Citi Indonesia adalah cabang yang dimiliki secara penuh oleh Citigroup, Inc – New York, Amerika Serikat. Di Indonesia, Citi telah berdiri sejak tahun 1968 dan merupakan salah satu bank berjangkauan internasional terbesar di negara ini. Citi mengoperasikan 11 cabang di enam kota besar – Jakarta, Bandung, Surabaya, Semarang, Medan, dan Denpasar. Di Indonesia, Citi memiliki salah satu jaringan transaksi konsumen terbesar, dengan 33.000 titik pembayaran dan salah satu jaringan distribusi korporasi terbesar dengan 4.800 lokasi di 34 provinsi.

Citi Peka (**P**edulikan dan **BerK**arya) merupakan payung untuk seluruh kegiatan sosial kemasyarakatan Citi Indonesia yang didanai oleh Citi Foundation. Berdiri sejak tahun 1998, Citi Peka berfokus pada program pemberdayaan dan penghargaan terhadap pengusaha dan lembaga keuangan mikro; peningkatan kemampuan kewirausahaan muda; serta pembangunan kapasitas keuangan bagi anak usia sekolah, petani dan wanita di berbagai wilayah di Indonesia. Selama lebih dari 17 tahun, Citi Peka telah bermitra dengan lebih dari 31 organisasi untuk melaksanakan 23 program dengan kucuran dana lebih dari USD 8 juta yang menjangkau lebih dari 800.000 individu. Dengan prinsip “Lebih dari Filantropi”, Citi Peka melibatkan sekitar 90% karyawan Citi sebagai relawan dalam berbagai kegiatan sosial kemasyarakatan.

Tahun 2016 ini Citi Indonesia mendapatkan penghargaan dari Triple-A Asset Awards sebagai **The Best Digital Bank** dan dari Finance Asia sebagai **Best Foreign Bank in Indonesia**. Sepanjang tahun 2015 Citi telah menerima beragam penghargaan termasuk **Best Foreign Bank** dari Triple-A Asset Awards, **Best Tax Payment Bank in Indonesia** dari KPPN VII Kantor Pajak Indonesia, **Best Service Provider - Transaction Bank** dari The Asset Magazine, **Service Quality Awards 2015** dari Service Excellence Magazine bekerjasama dengan Carre – Center for Customer Satisfaction & Loyalty (Carre CCSL), **Best Foreign Bank in Indonesia** dari Global Banking & Finance Review, **Best Consumer Digital Bank 2015 (Indonesia)** dari Global Finance Magazine.

Informasi lebih lengkap dapat diperoleh di: Website: www.citigroup.com | Twitter: @citi | Youtube: www.youtube.com/citi | Blog: <http://new.citi.com> | Facebook: www.facebook.com/citiindonesia | LinkedIn: www.linkedin.com/company/citi

Untuk mendapatkan pengalaman perbankan digital, silahkan kunjungi www.citibank.co.id.

GALERI FOTO



Citi Indonesia meluncurkan 'Citi Indonesia Facebook', sebagai bentuk komitmen Citi untuk terus berinovasi dan memanfaatkan keahliannya dalam *digital banking*. Kehadiran Citi Indonesia Facebook diharapkan dapat membantu nasabah dalam meningkatkan pengetahuan mengenai literasi keuangan dan melakukan aktivitas perbankan melalui media sosial dengan mengedepankan lima pilar utama yang tersedia di halaman Facebook Citi Indonesia. Tampak pada gambar **CEO Citi Indonesia Batara Sianturi** bersama **Head of Facebook Indonesia Sri Widowati** dalam acara peluncuran 'Citi Indonesia Facebook' yang berlangsung pada Kamis (28/7) bertempat di OnFive, Grand Hyatt Hotel Jakarta.