



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**STRATEGI PROMOSI PROGRAM REJEKI BNI TAPLUS PADA PT
BANK NEGARA INDONESIA TAHUN 2014**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)
Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing Communications**



Disusun Oleh:

**TRİYOSO
44312110038**

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA
2015**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PROGRAM REJEKI BNI TAPLUS
PADA PT BANK NEGARA INDONESIA TAHUN 2014**

Nama : Triyoso

NIM : 44312110038

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 20 Oktober 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Razie Razak, M.ikom)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PROGRAM REJEKI BNI TAPLUS
PADA PT BANK NEGARA INDONESIA TAHUN 2014**

Nama : Triyoso

NIM : 44312110038

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 20 Oktober 2015

Mengetahui,

Pembimbing



(Razie Razak, M.ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi



(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI PROGRAM REJEKI BNI TAPLUS
PADA PT BANK NEGARA INDONESIA TAHUN 2014**

Nama : Triyoso

NIM : 44312110038

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising and Marketing Communication

Jakarta, 20 Oktober 2015

Ketua Sidang,
Morissan, MA.



(.....)

Penguji Ahli
Tri Diah Cahyowati, M.Si



(.....)

Dosen Pembimbing
Razie Razak, M.ikom



(.....)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah memberikan berkat dan rahmatnya. Karena berkat dan rahmatnya penulis diberi kemudahan dan kekuatan untuk menghadapi segala hambatan dan kesulitan dalam proses penulisan sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Skripsi yang berjudul **“Strategi Promosi Program Rejeki BNI Taplus Tahun 2014”**.

Penulisan tugas akhir ini disusun sebagai syarat menyelesaikan Program Strata I Jurusan Marketing Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Segala kenangan baik dan buruk telah penulis dapatkan ketika menjalani hari demi hari dalam menuntut ilmu di kampus tercinta ini.

Selama penyusunan Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan dukungan baik moril maupun materil dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya pada mereka yang telah terlibat baik secara langsung ataupun tidak langsung dalam penyusunan tugas skripsi ini, mereka adalah :

1. Bapak Razie Razak, S.Sos., M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
2. Dr. Yoyoh Hereyah., M.Si selaku Ketua Program Studi Periklanan dan Marketing Komunikasi Program S1 Universitas Mercu Buana yang telah

memberikan dorongan dan motivasi sehingga akhirnya Tugas Akhir ini selesai.

3. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Dr. Agustina Zubair, M.Si yang telah memberikan saya kesempatan untuk menuntut ilmu di universitas Mercu Buana
4. Untuk semua dosen yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu terima kasih atas ilmu yang telah diberikan kepada saya dan memberikan semangat kepada saya untuk terus semangat dalam perkuliahan
5. Bapak Uke Widjayana selaku Manager Divisi Customer Marketing dan Management yang telah memberikan waktu untuk wawancara
6. Ibu Raffita Sari selaku Customer Insight yang telah memberikan informasi dalam melakukan penulisan ini
7. Mba Fustalia P. Yang telah membantu untuk berkenalan dengan Divisi Customer Management dan Marketing dan memberikan informasi
8. Seluruh Staff yang ada di Divisi Customer Management dan Marketing. terima kasih atas bimbingannya.
9. Teman-teman Advertising dan Marketing komunikasi 2012, Allan, Bani, Ikhwan, Nukman, Agung, Iyan, Dwi, Yola, Sarah dan Mutia. Terima kasih untuk persahabatan yang telah kalian berikan.
10. Abangku Pratama dan kakakku Julia Soekarno terima kasih sudah memberikan semangat, perhatian dan rasa sayangnya kepada adikmu ini
11. Saudara – saudaraku Randi, Mba Reni, Mba Rina, Dinda, Dinar, Sheila, dll. Terima kasih buat dukungannya selama ini.

12. Untuk semua bude, pade, om, dan tanteku yang ada di Jakarta Bude menu, bude Bari, bude Marti, Towang, pade Sugeng, pade Yopi, dll. Terima kasih untuk perhatian dan dukungannya selama ini.
13. Sahabat-Sahabat Kunciran Family dan R Line, terima kasih buat semangatnya, canda tawa, air mata selalu mengiringi persahabatan kita.
14. Erna Agustina terima kasih udah memberikan cinta yang kamu berikan ke aku. Selalu semangat in aku dan memberikan dorongan untuk menyelesaikan tugas ini.
15. Semua pihak yang belum tersebutkan terima kasih telah memberikan doa dan dukungan bagi penulis dalam menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini.

Pada akhirnya penulis harap laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.



Jakarta, 30 Juli 2015

Penulis

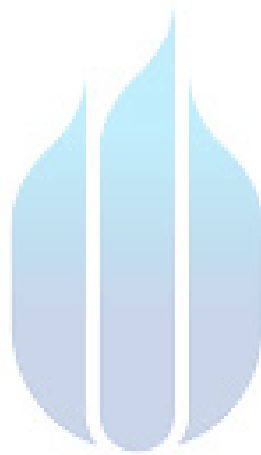
DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	v
ABSTRAKSI	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Identifikasi Masalah	9
1.4 Tujuan Penelitian	9
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Komunikasi Pemasaran	11
2.2 Bauran Pemasaran	12
2.3 Promosi	14
2.3.1 Tujuan Promosi	17

2.3.2 Strategi Promosi	17
2.4 Bauran Promosi	19
2.4.1 Advertising	20
2.4.2 Sales Promotion	22
2.4.3 Publikasi	22
2.4.4 Personal Selling	23
2.4.5 Direct Marketing	23
2.4.6 Pemasaran Interaktif	24
2.5 Proses Perencanaan Strategi Promosi	25
2.5.1 Analisis SWOT	25
2.5.2 Analisis STP	27
2.5.2.1 Segmentasi	27
2.5.2.2 Targeting	29
2.5.2.3 Positioning	31
2.6 Nasabah (Pelanggan)	36
BAB III METODELOGI PENELITIAN	39
3.1 Paradigma	39
3.2 Tipe Penelitian	39
3.3 Metode Penelitian	40
3.4 Subjek Penelitian	40
3.5 Teknik Pengumpulan data	42
3.6 Teknik analisis Data	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	44
4.1.1 Profil Perusahaan	44
4.1.2 Visi Misi BNI	46
4.1.3 Rejeki BNI Taplus	47
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Tujuan Promosi Program RBT	60
4.2.1.1 Strategi promosi Program RBT	61
4.2.1.2 Perencanaan Strategi Promosi Program RBT	65
4.2.2 Analisis SWOT	66
4.2.2.1 Kekuatan	67
4.2.2.2 Kelemahan	67
4.2.2.3 Peluang	68
4.2.2.4 Ancaman	68
4.2.3 Analisis STP	70
4.2.4 Bauran Promosi	73
4.2.4.1 Iklan	73
4.2.4.2 Iklan Luar Ruang	74
4.2.4.3 Personal Selling	75
4.3 Pembahasan	76
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1 Kesimpulan	80
5.2 Saran	81

5.2.1 Saran Akademis	81
5.2.2 Saran Praktis	82
DAFTAR PUSTAKA	84



UNIVERSITAS
MERCU BUANA