



**FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN
HUBUNGAN BAIK MELALUI PROGRAM KETERLIBATAN
NASABAH DI PT. PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM)
JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

PRISCILLA OLVYLIA

44221010142

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**



**FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN
HUBUNGAN BAIK MELALUI PROGRAM KETERLIBATAN
NASABAH DI PT. PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM)
JAKARTA SELATAN**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

Sarjana

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PRISCILLA OLVYLIA

44221010142

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Priscilla Olvyliya
NIM : 44221010142
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa tugas akhir berjudul “Fungsi Public Relations Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Melalui Program Keterlibatan Nasabah Di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Jakarta Selatan”

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 07 Februari 2026



Priscilla Olvyliya

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Priscilla Olvyliia

NIM : 44221010142

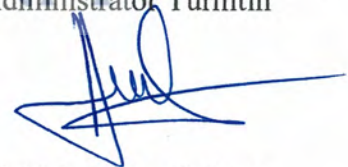
Program Studi : Public Relations

Bidang Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ Fungsi Public Relations Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Melalui Program Keterlibatan Nasabah di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Jakarta Selatan” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 03 Maret 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 29%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 03 Maret 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

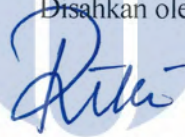
HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Priscilla Olvyliia
NIM : 44221010142
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Fungsi Public Relations Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Melalui Program Keterlibatan Nasabah di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Jakarta Selatan

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 24 Januari 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:



(Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom)

NIDN : 0316088503

MERCU BUANA

Jakarta, 07 Februari 2026

Mengetahui,

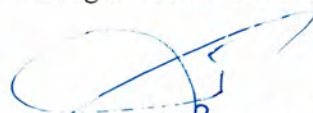
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)

NIDN : 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M. Si)

NIDN : 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "Fungsi Public Relations Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Melalui Program Keterlibatan Nasabah Di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Jakarta Selatan." sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini menjadi salah satu syarat bagi penulis dalam mencapai gelar sarjana (S-1) jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun, penulis berusaha menyajikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Untuk itu, penulis sangat menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini dengan ketulusan yang paling dalam, penulis mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan memberi masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi dan staff Universitas Mercu Buana, yang telah banyak memberikan pengetahuan pada penulis selama menempuh studi Pendidikan S1.
6. Kepada Orang tua dan adik tercinta yang senantiasa memberikan dukungan material dan semangat serta motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.

7. Pihak PT. Permodalan Nasional Madani Jakarta Selatan beserta nasabah PNM yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
8. Rekan dan sahabat penulis, yang selalu memberi inspirasi untuk terus melangkah maju kedepan, menjadi tempat bertukar pikiran dan menjadi support system penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis sangat berterima kasih dan mengharapkan agar skripsi ini dapat berguna untuk penerus dan menjadi referensi yang baik bagi yang membutuhkan.

Jakarta, 07 Februari 2026



Priscilla Olvyliia

NIM 44221010142



HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Priscilla Olvyllia
NIM : 44221010142
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir : Fungsi Public Relations Dalam Mempertahankan Hubungan Baik Melalui Program Keterlibatan Nasabah Di PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Jakarta Selatan

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 07 Februari 2026



(Priscilla Olvyllia)

**FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM MEMPERTAHANKAN HUBUNGAN
BAIK MELALUI PROGRAM KETERLIBATAN NASABAH DI PT.
PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM) JAKARTA SELATAN
PRISCILLA OLVYLIA**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis fungsi Public Relations (PR) PT Permodalan Nasional Madani (PNM) dalam mempertahankan hubungan baik dengan nasabah melalui program keterlibatan nasabah, khususnya pada layanan PNM Mekaar yang menysasar perempuan pra-sejahtera. Latar belakang penelitian ini didasari oleh tingginya persaingan di sektor pembiayaan mikro serta meningkatnya kebutuhan strategi komunikasi yang efektif dalam menjaga loyalitas lebih dari 21 juta nasabah PNM di seluruh Indonesia. Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana penerapan fungsi Public Relations dalam mempertahankan hubungan baik dengan nasabah melalui program keterlibatan nasabah serta sejauh mana keberhasilannya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi, dengan fokus pada program-program partisipatif seperti kegiatan pembinaan, event, studi banding, serta pameran produk nasabah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa fungsi PR PNM dijalankan secara strategis melalui komunikasi dua arah, pendekatan personal berbasis kelompok, serta program pemberdayaan yang mampu membangun kepercayaan, kepuasan, dan keterikatan emosional nasabah. Implementasi fungsi PR tersebut tidak hanya berperan dalam membentuk citra positif perusahaan, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan kualitas hubungan jangka panjang antara perusahaan dan nasabah. Penelitian ini menyimpulkan bahwa program keterlibatan nasabah merupakan strategi relationship management yang efektif dalam mendukung keberlanjutan bisnis perusahaan di tengah persaingan lembaga keuangan mikro. Secara akademis, penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Public Relations, khususnya pada konteks customer engagement di sektor jasa keuangan, serta secara praktis menjadi referensi bagi perusahaan dalam merancang strategi komunikasi yang berorientasi pada hubungan jangka panjang.

Kata Kunci : Public Relations, Keterlibatan Nasabah, Loyalitas, Pnm Mekaar

**THE FUNCTION OF PUBLIC RELATIONS IN MAINTAINING GOOD
RELATIONSHIPS THROUGH CUSTOMER ENGAGEMENT PROGRAMS AT
PT PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM) SOUTH JAKARTA
PRISCILLA OLVYLIA**

ABSTRACT

This study aims to analyze the Public Relations (PR) function of PT Permodalan Nasional Madani (PNM) in maintaining good relationships with customers through customer engagement programs, specifically the PNM Mekaar service, which targets underprivileged women. The background to this research is based on the intense competition in the microfinance sector and the increasing need for effective communication strategies to maintain the loyalty of PNM's more than 21 million customers throughout Indonesia. The research problem is how the Public Relations function is implemented in maintaining good relationships with customers through customer engagement programs and its success. This study uses a qualitative approach with descriptive methods. Data collection techniques were conducted through in-depth interviews, observation, and documentation, with a focus on participatory programs such as coaching activities, events, comparative studies, and customer product exhibitions. The results show that PNM's PR function is implemented strategically through two-way communication, a group-based personal approach, and empowerment programs that build trust, satisfaction, and emotional attachment among customers. The implementation of this PR function not only plays a role in shaping a positive company image but also increases loyalty and the quality of long-term relationships between the company and its customers. This study concludes that customer engagement programs are an effective relationship management strategy for supporting corporate business sustainability amidst the competitive landscape of microfinance institutions. Academically, this research contributes to the development of public relations studies, particularly in the context of customer engagement in the financial services sector. Practically, it serves as a reference for companies in designing communication strategies oriented toward long-term relationships.

Keyword : Public Relations, Customer Engagment, Loyalty, PNM Mekaar

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
PERNYATAAN <i>SIMILARITY CHECK</i>	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Teoritis	13
2.2.1 Pengertian Public Relations	13
2.2.2 Teori Keterlibatan Nasabah (Customer Engagement)	24
2.2.3 Program Keterlibatan Nasabah	26
2.2.4 Stakeholder Relations	27
2.2.5 Hubungan Keterlibatan Nasabah Dengan Fungsi Public Relations	31
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32

3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian.....	33
3.3 Subjek Penelitian.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.4.1 Data Sekunder	35
3.5 Teknik analisa data	35
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	39
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	39
4.1.1. Profil Perusahaan	39
4.1.2. Struktur Organisasi PT. Permodalan Nasional Madani.....	42
4.1.3. Produk PT. PNM.....	43
4.1.4. Deskripsi Informan Penelitian	43
4.1.5. Beberapa Jenis Kegiatan Keterlibatan Nasabah yang ada di PNM periode 2024-2025	45
4.2 Hasil Penelitian	46
4.2.1. Analisis Peran Expert Prescriber	47
4.2.2. Analisis Peran Communication Facilitator Dalam Membangun Engagement	49
4.2.3. Analisis Peran Problem Solving Facilitator dalam Penguatan Relasi	51
4.2.4. Analisis Peran Communication Technician dalam Implementasi Program. 53	
4.2.5. Integritas Temuan Teori Keterlibatan Nasabah dengan Fungsi Public Relations	54
4.3 Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	63
5.2.1. Saran Akademis	63
5.2.2. Saran Praktis	63
DAFTAR PUSTAKA	65
LAMPIRAN	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 3. 1 Data Informan	34
Tabel 4. 1 Tabel Keterlibatan Nasabah	45



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo PNM Mekaar	39
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi	43



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	67
Lampiran 2 Hasil Wawancara.....	70
Lampiran 3 Dokumentasi Wawancara	80
Lampiran 4 Surat Permohonan Wawancara.....	82
Lampiran 5 Surat Jawaban Izin Wawancara.....	83
Lampiran 6 Curriculum Vitae	84

