



**ANALISIS ISI PUBLIKASI “HASANAH TITIK !” BNI SYARIAH BERBASIS  
INTERNET DALAM MENCIPTAKAN *TOP OF MIND* PELANGGAN  
(Studi kasus pada berita dan advertorial periode Februari – September 2014)**

**SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi  
Bidang Studi Public Relations

**UNIVERSITAS  
MERCU BUANA**  
Disusun Oleh  
**PRATIWI BUDI APRIYANTI**  
44213110087

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Analisis Isi Publikasi “Hasanah Titik !” BNI Syariah Berbasis Internet dalam Menciptakan *Top of Mind* Pelanggan (Studi kasus pada berita dan advertorial periode Februari – September 2014)

Nama : Pratiwi Budi Apriyanti

NIM : 44213110087

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang studi : Public Relations

Jakarta, 15 Maret 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing skripsi

(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PUBLIC RELATIONS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Analisis Isi Publikasi “Hasanah Titik !” BNI Syariah dalam Menciptakan *Top of Mind* Pelanggan (Studi kasus pada berita dan advertorial periode Februari – September 2014)

Nama : Pratiwi Budi Apriyanti

NIM : 44213110087

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang studi : Public Relations

Jakarta, 12 April 2015

1. Ketua sidang

Novi Erlita, S.Sos. MA.

2. Penguji ahli

Rika Jessica Rahma, M.Ikom

3. Pembimbing

Juwono Tri Atmodjo, S.Sos. M.Si



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
PUBLIC RELATIONS  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Analisis Isi Publikasi “Hasanah Titik !” BNI Syariah dalam  
Menciptakan *Top of Mind* Pelanggan (Studi kasus pada berita  
dan advertorial periode Februari – September 2014)  
Nama : Pratiwi Budi Apriyanti  
NIM : 44213110087  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang studi : Public Relations

Jakarta, 15 Maret 2015

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
(Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA

### LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Pratiwi Budi Apriyanti

NIM : 44213110087

JUDUL : **ANALISIS ISI PUBLIKASI “HASANAH TITIK !” BNI  
SYARIAH BERBASIS INTERNET DALAM  
MENCIPTAKAN *TOP OF MIND* PELANGGAN  
(Studi kasus pada berita dan advertorial periode Februari –  
September 2014)**

Menyatakan bahwa skripsi saya adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan plagiarisme, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 12 April 2015



(Pratiwi Budi Apriyanti)

## KATA PENGANTAR

Bismilahirrahmanirrahim.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi berjudul “Analisis Isi Publikasi HASANAH...TITIK BNI Syariah Berbasis Internet dalam Meningkatkan *Top of Mind* Pelanggan”. Selama penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan bimbingan dan arahan serta bantuan dari berbagai pihak. Maka dalam kesempatan ini ijin penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Juwono Tri Atmojo, M. Si. selaku Dosen Pembimbing penulis yang banyak sekali membantu menyelesaikan skripsi ini, atas bimbingan dan semua informasi juga ilmu pengetahuan yang telah diberikan.
2. Ibu Endang Pitaloka, SE., ME selaku dosen mata kuliah Riset *Public Relations*
3. Ibu Rizki Ayu Budipratiwi, S.Sos, M.Ikom selaku dosen mata kuliah Seminar *Public Relations* atas keluahan waktunya untuk konsultasi di luar jam mata kuliah serta memberikan solusi untuk setiap keluhan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Dr. Agustina Zubair, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Bapak A. Rahman HI., MM., M.Si selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

6. Segenap dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang selama ini selalu mengajarkan dan mengarahkan baik secara akademik ataupun yang lainnya.
7. Para staf Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis dalam hal akademik.
8. Para staf perpustakaan yang telah membantu penulis dalam peminjaman buku-buku yang penulis perlukan.
9. Ibu Budi Harti dan Papa Supri, kalian yang telah memberikan doa terampuh juga dukungan baik moril maupun materil dalam proses penulisan skripsi ini. Semoga ini bukan menjadi salah satu kebanggaan yang dapat Penulis berikan.
10. Teruntuk Mas Anggoro, terima kasih sudah mengantar, menemani, mendengarkan segala keluh kesah selama proses penyelesaian skripsi. Semoga menjadi ladang ibadah untukmu.
11. Kepada rekan-rekan BNI Syariah BSD yang turut mendukung terselesaikannya tugas ini. Mba tia, Pak Agus, Bu Nanik, My twins Rerevita, Pak Ian, Steffi, Papur atas segala dorongan dan ijin cutinya. Juga Pak Angga yang selalu menanyakan kapan saya sidang, semoga hasilnya yang terbaik untuk kita ya, Pak.
12. Mba Tya, terima kasih banyak untuk kado tempat belajarnya. Sehingga penulis semakin semangat mengerjakan skripsi ini.
13. Ibu Endang selaku Kepala divisi Corcom BNI Syariah atas kesediaan untuk berbagi informasi dan memberikan arahan tentang penelitian penulis.
14. Mba Bunga dan Mba Leli Divisi corcom dan HCD untuk kesediannya berbagi informasi tentang Hasanah Titik di luar jam kerja. Luar Biasa!

15. Kepada teman-teman seperjuangan Nila, Lily, Susi, Ririez, Ayie, Aini, Edik, dan Dika atas rasa susah dan senang yang kita lalui bersama-sama. Juga segala pertukaran informasi baik akademis maupun non akademis, kalian Hebat!!!
16. Seluruh informan dan juga keluarga besar serta rekan yang mendukung atas penyusunan skripsi ini.

Semoga segala bentuk bantuan yang telah diberikan mendapat pembalasan dan ganjaran yang berlipat dari Allah SWT. Proposal skripsi ini tentunya masih jauh dari sempurna, namun Penulis berharap semoga skripsi ini menjadi sebuah karya ilmiah yang dapat bermanfaat untuk menambah wawasan serta pengetahuan mahasiswa komunikasi, praktisi *Public Relations*, serta masyarakat pada umumnya mengenai isi Publikasi “Hasanah Titik !” BNI Syariah dalam meningkatkan *Top of Mind* Pelanggan.

Jakarta, 22 Maret 2015



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Penulis

## DAFTAR ISI

|  |     |
|--|-----|
| <b>HALAMAN JUDUL</b> .....                       | i   |
| <b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....          | ii  |
| <b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> ..... | iii |
| <b>KATA PENGANTAR</b> .....                      | iv  |
| <b>DAFTAR ISI</b> .....                          | vii |
| <b>LAMPIRAN</b> .....                            | x   |
| <b>DAFTAR TABEL</b> .....                        | xi  |
| <b>BAB I PENDAHULUAN</b>                         |     |
| 1.1 Latar Belakang Masalah .....                 | 1   |
| 1.2 Perumusan Masalah .....                      | 14  |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....                      | 14  |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....                     | 14  |
| 1.4.1 Manfaat Akademis .....                     | 14  |
| 1.4.2 Manfaat Praktisi .....                     | 15  |
| <b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>                   |     |
| 2.1 Komunikasi .....                             | 16  |
| 2.1.1 Pengertian Komunikasi .....                | 16  |
| 2.1.2 Fungsi dan Tujuan Komunikasi .....         | 17  |
| 2.2 Public Relations .....                       | 18  |
| 2.2.1. Pengertian Public Relations .....         | 18  |
| 2.2.2 Fungsi dan Peran Public Relations .....    | 19  |
| 2.3 Public Relations dan Media .....             | 20  |
| 2.3.1 Definisi E-PR .....                        | 21  |
| 2.3.2 Public Relations OnLine .....              | 22  |

|   |    |
|---|----|
| 2.3.3 Media Digital .....   | 26 |
| 2.4 Periklanan sebagai Proses Komunikasi .....                      | 26 |
| 2.5 Publikasi .....   | 28 |
| 2.6 Marketing Public Relations .....                                | 29 |
| 2.6.1 Pengertian Marketing PR .....                                 | 29 |
| 2.6.2 Penerapan Public Relations ke dalam Marketing .....           | 29 |
| 2.6.3 Tujuan Marketing Public Relations .....                       | 30 |
| 2.6.4 Peran Marketing Public Relations .....                        | 31 |
| 2.6.5 Strategi Marketing Public Relations .....                     | 32 |
| 2.6.6 Strategi Komunikasi dalam Marketing Public<br>Relations ..... | 33 |
| 2.6.7 Evaluasi kinerja Marketing Public Relations.....              | 34 |
| 2.7 Brands .....  | 35 |
| 2.7.1 Pengertian Branding .....                                     | 35 |
| 2.7.2 Pengertian Brand Awareness .....                              | 35 |
| 2.7.3 Strategi Peningkatan Brand Awareness .....                    | 36 |
| 2.7.4 Tahapan Brand Awareness .....                                 | 37 |
| 2.8 Nilai-nilai Hasanah yang dikembangkan bank BNI Syariah ...      | 37 |

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

|   |    |
|---|----|
| 3.1 Tipe Penelitian .....                   | 40 |
| 3.2 Metode Penelitian .....                 | 40 |
| 3.3 Populasi dan Sampel .....               | 41 |
| 3.4 Kategorisasi dan Operasionalisasi ..... | 43 |
| 3.4.1 Kategori .....                        | 43 |
| 3.4.2 Operasionalisasi .....                | 43 |
| 3.5 Reliabilitas .....                      | 45 |

|   |  |     |
|---|--|-----|
| 3.6   | Teknik Pengumpulan Data .....                                      | 46  |
| 3.6.1   | Data Primer .....  | 46  |
| 3.6.2   | Data Sekunder .....  | 46  |
| 3.7   | Teknik Analisa Data .....  | 46  |
| <b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> |  |     |
| 4.1   | Gambaran Umum Objek Penelitian .....                               | 49  |
| 4.1.1   | Profil Perusahaan .....  | 54  |
| 4.1.2   | Visi, Misi, dan Budaya Kerja BNI Syariah .....                     | 54  |
|   | A. Visi BNI Syariah .....  | 54  |
|   | B. Misi BNI syariah .....  | 54  |
|   | C. Nilai-nilai syariah yang dikembangkan bank<br>BNI Syariah ..... | 55  |
|   | D. Budaya Kerja BNI syariah .....                                  | 56  |
|   | E. Layanan BNI Syariah .....                                       | 57  |
|   | F. Keunggulan Produk BNI Syariah .....                             | 58  |
|   | G. Kantor Cabang BNI syariah .....                                 | 58  |
| 4.1.3   | Struktur Organisasi .....  | 61  |
| 4.1.4   | Hasanah Titik .....  | 62  |
|   | 4.1.4.1 Advetorial .....   | 64  |
|   | 4.1.4.2 Berita .....   | 69  |
| 4.2   | Hasil Penelitian dan Pembahasan .....                              | 77  |
| 4.2.1   | Reliabilitas Instrumen Penelitian .....                            | 77  |
| 4.2.2   | Hasil Analisis Data .....  | 80  |
| 4.3   | Pembahasan .....   | 108 |

## **BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

|                    |     |
|--------------------|-----|
| 5.1 Simpulan ..... | 114 |
| 5.2 Saran .....    | 116 |

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

Lampiran 1 Berita

Lampiran 2 Advetorial

Lampiran 3 Lembar Koding Penelitian

Lampiran 4 Hasil Koding oleh Kedua Koder

Lampiran 5 Curriculum Vitae



## DAFTAR TABEL

|            |  |    |
|------------|--|----|
| Tabel 3.1  | Advetorial .....   | 42 |
| Tabel 3.2  | Berita .....   | 42 |
| Tabel 3.3  | Operasionalisasi Kategori .....  | 43 |
| Tabel 4.1  | Kebijakan BNI Syariah tentang “Prinsip Hasanah” sebagai nilai perusahaan ..... | 80 |
| Tabel 4.2  | Program Kegiatan Mutiara Bangsa Berhasanah .....                               | 81 |
| Tabel 4.3  | Kegiatan Yayasan Hasanah Titik .....   | 82 |
| Tabel 4.4  | Ajakan Menggunakan Produk Tabungan, Deposito dari BNISyariah .....             | 83 |
| Tabel 4.5  | Ajakan untuk saling membantu .....   | 84 |
| Tabel 4.6  | Bahu membahu antar sesama .....  | 85 |
| Tabel 4.7  | Kebersamaan sebagai wujud hidup berhasanah .....                               | 86 |
| Tabel 4.8  | Nilai Kebaikan yang bersumber pada Alquran dan Hadist .....                    | 87 |
| Tabel 4.9  | Ulasan tentang pegawai berhasanah .....  | 88 |
| Tabel 4.10 | Uraian dilengkapi dengan foto atau gambar penjelas .....                       | 88 |
| Tabel 4.11 | Slogan Hasanah Titik ada .....   | 89 |
| Tabel 4.12 | Penyebutan Strategi Komunikasi PR dalam ulasan .....                           | 90 |
| Tabel 4.13 | Keunikan headline pada topik politik .....                                     | 91 |
| Tabel 4.14 | Kinerja BNI Syariah .....  | 91 |
| Tabel 4.15 | Komitmen jangka panjang BNI Syariah .....                                      | 92 |
| Tabel 4.16 | Kinerja jangka panjang BNI Syariah .....                                       | 93 |
| Tabel 4.17 | Harapan adanya Hasanah Titik .....   | 94 |

|            |  |     |
|------------|--|-----|
| Tabel 4.18 | CSR yang dilakukan .....   | 94  |
| Tabel 4.19 | Tujuan Hasanah Titik berkaitan dengan bisnis .....                       | 95  |
| Tabel 4.20 | Masyarakat terlibat dalam kegiatan Kampanye Hasanah<br>Titik .....       | 96  |
| Tabel 4.21 | Tanggapan masyarakat dari Hasanah Titik .....                            | 96  |
| Tabel 4.22 | Adanya profil Hasanah .....  | 97  |
| Tabel 4.23 | Ayat tentang kebersihan pada berita Hasanah Titik .....                  | 98  |
| Tabel 4.24 | Hadist tentang bekerja keras pada berita Hasanah Titik .....             | 99  |
| Tabel 4.25 | Hadist tentang kedisiplinan pada berita Hasanah Titik .....              | 99  |
| Tabel 4.26 | Kinerja pencapaian cabang BNI Syariah dari segi<br>CASA (Tabungan) ..... | 100 |
| Tabel 4.27 | Profil Hasanah perwakilan Cabang .....                                   | 101 |
| Tabel 4.28 | Kata “hasanah” pada produk .....   | 102 |
| Tabel 4.29 | Rekapitulasi Berita .....  | 103 |
| Tabel 4.30 | Rekapitulasi Advetorial .....  | 106 |

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA