



**BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

DANNY FEBRIAN (44210110049)  
AKTIVITAS MARKETING PUBLIC RELATIONS PT. BANK DKI CAPEM  
PORIS DAAN MOGOT KOTA TANGERANG DALAM MENJALIN  
HUBUNGAN DENGAN DEBITUR GURU  
Jumlah halaman : XII+74 halaman+ 24 lampiran  
Bibliografi : 20 Acuan, Tahun 2000 - 2012

**ABSTRACT**

*Salah satu upaya perusahaan menjalin hubungan dengan para pelanggannya adalah melalui pendekatan komunikasi. PT. Bank DKI Capem Poris Daan Mogot sebagai bank milik pemerintah daerah provinsi DKI Jakarta menggunakan konsep Marketing Public Relations dalam menjalin hubungan serta mempromosikan produk-produk perusahaan kepada nasabah khususnya debitur guru.*

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui aktivitas Marketing Public Relations PT. Bank DKI Capem Poris Daan Mogot dalam menjalin hubungan dengan debitur guru yang dikaitkan dengan konsep/ teori Push, dan Pass dari Philip Kotler. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Sedangkan metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus melalui wawancara mendalam kepada para narasumber.*

*Hasil penelitian ini membahas mengenai aktivitas apa saja yang dilakukan oleh PT. Bank DKI Capem Poris Daan Mogot terkait dengan konsep Marketing Public Relations. Sehingga dari hal tersebut peneliti mampu memperoleh gambaran mengenai aktivitas Marketing Public Relations yang dilakukan oleh PT. Bank DKI Capem Poris Daan Mogot.*

*Penelitian ini menyimpulkan bahwa aktivitas Marketing Public Relations yang dilakukan PT. Bank DKI Capem Poris Daan Mogot melalui konsep Push, dan Pass yang berfungsi menumbuhkembangkan kesadaran konsumen terhadap produk yang tengah diluncurkan melalui promosi penjualan, penyebaran brosur ke sekolah-sekolah, serta aktivitas telemarketing kepada para debitur-debitur guru.*