

Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Poetri Novie Soeprapti  
44212120090

Strategi *Public Relations* dalam Meningkatkan Citra Perusahaan  
(Studi Kasus Program *Service Quality Assurance Improvement* pada Customer  
Care Division (CCD) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk., Jakarta Pusat  
Juli s.d. September 2014  
Jumlah halaman : 7 + 85 halaman + 85 lampiran  
Bibliografi : 15 acuan, Tahun 2004 - 2012

## ABSTRAK

*Service Quality* merupakan unsur penting dalam menarik nasabah dan calon nasabah. Pelayanan yang berkualitas dapat meningkatkan citra perusahaan. Dalam rangka memperbaiki pelayanan maka diperlukan strategi PR. Yang menjalankan ranah PR pada PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk. adalah *Customer Care Division* (CCD), di mana CCD yang memiliki strategi untuk merencanakan, membuat, mendistribusikan, memonitor, serta mengevaluasi program *service quality* yang dinamakan program *Service Quality Assurance Improvement*. Program ini bertujuan untuk memperbaiki pelayanan Bank BTN agar dapat memenuhi harapan dan kebutuhan lebih dari yang diharapkan nasabah dan calon nasabah Bank BTN sehingga pertumbuhan bisnis perbankan Bank BTN selalu bertambah dan meningkatkan citra positif Bank BTN.

Penelitian ini untuk mengetahui strategi PR yang ditempuh oleh CCD Bank BTN dengan berbasis pada teori strategi PR yang terdiri dari empat langkah pemecahan yang diungkapkan oleh Cutlip-Center-Broom di dalam buku Morissan yang berjudul *Manajemen Public Relations-Strategi Menjadi Humas Profesional*.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif menggunakan analisis data secara induktif dan bersifat deskriptif. Metode yang digunakan yaitu studi kasus dengan melakukan wawancara dan observasi kepada narasumber yang terkait dengan penelitian.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi PR melalui program *Service Quality Assurance Improvement* yang dijalankan dan dievaluasi setiap tahun ini menghasilkan perubahan dalam bidang pelayanan yang cukup signifikan. Namun masih banyak yang harus diperbaiki secara kontinyu karena kualitas pelayanan bukan hanya meliputi tanggung jawab, keramahan, kehandalan, kredibilitas tapi juga termasuk pelayanan kepada akses, komunikasi, dan teknologi.

Strategi PR yang digunakan saat ini cukup efektif karena terjadi perubahan yang cukup signifikan, namun pelayanan yang baik sebaiknya jangan hanya kepada pelayanan berkualitas dari Sumber Daya Manusia (SDM) namun juga pelayanan berkualitas kepada varian produk dan kemudahan transaksi atas produk yang digunakan tersebut.



Universitas Mercu Buana  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Public Relations*  
Poetri Novie Soeprapti  
44212120090

The Public Relations Strategy in order to Increase the Corporate Image  
(Case Study *Service Quality Assurance Improvement Programme* in Customer  
Care Division (CCD) PT. Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk., Center of  
Jakarta Juli s.d. September 2014

Jumlah halaman : 7 + 85 halaman + 85 lampiran

Bibliografi : 15 acuan, Tahun 2004 – 2012

## ABSTRACT

Service quality is an important element to interesting the customers. Service quality can increase the corporate image. In order to improve the service so the corporate needs the public relations strategy. Customer Care Division (CCD) is who run the public relations sphere, where is CCD that have the strategy for planing, programming, distributing, monitoring, and evaluating the programme of service quality that called service quality Assurance Improvement. This programme is to improve the service in Bank BTN in order to fullfill and satisfy the customer needs more than customer expected so growth of banking business perbankan always increases the positive image of Bank BTN.

This riset is to know the public relations strategy that use by CCD off Bank BTN with based to the public relations strategy of theory that consist of four solving stage that disclosed by Cutlip-Center-Broom in Morissan book that entitled is Management of Public Relations-Strategy to Make a Professional Public Relations.

This riset use qualitative approach which use data analysis secara inductively and tendency to descriptive. The method that use is case study by doing interview and observation to the interviewer that related with the riset.

This riset is concluded that the public relations strategy through Service Quality Assurance Improvement that run and evaluated annually is produce the changes in the field of service that raise significantly. However there is still many corrected continuously because of the service quality is not only include responsibility, friendly, reliable, credibility but include to the service of the access, communication, and technology.

The public relations strategy that use is currently is increased significantly enough because occurs the changes that significantly enough, however the good service is should be not only to the service quality from human resources but to the service quality from the variety of banking product and the ease of transaction that used on the banking products.