



STRATEGI PROMOSI
CIMB CLICKS DI PT BANK CIMB NIAGA, Tbk
UNTUK MENARIK MINAT NASABAH
DALAM MENGGUNAKAN FASILITAS CIMB CLICKS
(Periode JANUARI – DESEMBER 2011)

SKRIPSI

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

Disusun Oleh:
JANUARY DARA MUSTIKA
44310120029

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2013



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI PROMOSI CIMB CLICKS DI PT BANK CIMB NIAGA TBK UNTUK MENARIK MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN FASILITAS CIMB CLICKS (PERIODE JANUARI – DESEMBER 2011)**

Nama : January Dara Mustika

NIM : 44310120029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 01 Agustus 2013

Mengetahui,

Pembimbing

(Ira Purwitasari, S.Sos., M.Ikom.)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI CIMB CLICKS DI PT BANK CIMB NIAGA TBK UNTUK MENARIK MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN FASILITAS CIMB CLICKS (PERIODE JANUARI – DESEMBER 2011)

Nama : January Dara Mustika

NIM : 44310120029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 01 Agustus 2013

Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing

(Ira Purwitasari, S.Sos., M.Ikom.)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Bidang Studi

(Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : STRATEGI PROMOSI CIMB CLICKS DI PT BANK CIMB NIAGA TBK UNTUK MENARIK MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN FASILITAS CIMB CLICKS (PERIODE JANUARI – DESEMBER 2011)

Nama : January Dara Mustika

NIM : 44310120029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Advertising & Marketing Communications

Jakarta, 01 Agustus 2013

Mengetahui,

Ketua Sidang

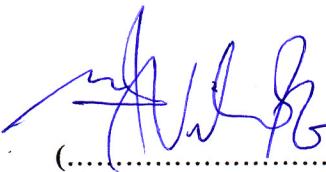
Suryanings Hayati, MM



(.....)

Penguji Ahli

SM. Niken Restaty, M.Si



(.....)

Pembimbing

Ira Purwitasari, S.Sos., M.Ikom



(.....)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah S.W.T atas berkat dan rahmat yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini diajukan untuk melengkapi syarat memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang berjudul **Strategi Promosi CIMB Clicks di PT Bank CIMB Niaga, Tbk untuk menarik minat nasabah dalam menggunakan fasilitas CIMB Clicks (periode Januari – Desember 2011)**.

Penulis menyadari bahwa materi dalam skripsi ini masih jauh dari sempurna, disebabkan keterbatasan waktu namun karena dukungan dari keluarga, teman – teman serta dosen pembimbing, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Dengan selesainya penulisan skripsi ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan baik moril dan materil. Untuk itu penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Ibu Ira Prawitasari, S.sos., M.Ikom selaku Dosen pembimbing yang telah berkenan mencerahkan perhatian dan meluangkan waktunya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya.
2. Ibu Dr. Agustina Zubair ,M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana

3. Ibu Dra. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Ketua Bidang Studi Marketing Communications & Advertising Universitas Mercu Buana yang telah memberikan banyak masukan kepada penulis.
4. Ibu Suryaning Hayati, MM & Ibu SM. Niken Restaty, M.Si selaku Ketua sidang dan dosen penguji ahli pada sidang skripsi penulis yang telah banyak memberikan saran dalam kelengkapan Skripsi ini.
5. Bapak dan Ibu Dosen Pengajar serta Staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta
6. Kepada seluruh Keluargaku, Papa Mama, Teteh Sisy, Nini, Mas Adit, Kakang dan Mas Indra serta Ponakan ku Aimaar.
7. Kepada Agus Setiawan yang telah memberikan dukungan moril dan kasih sayang dalam menyelesaikan Skripsi ini.
8. Kepada Bos saya Bapak Bambang Karsono Adi, sudah memberikan supportnya dan Bapak BJ, Bapak Irwan Hardono, Bapak Efnu sudah menjadi nara sumber wawancara sehingga skripsi ini dapat selesai.
9. Kepada Mbak Rahadeni, Mbak Kiky Juliyanti, Mas RS, Raka terima kasih atas bantuan dan supportnya sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.
10. Kepada teman – teman UMB yaitu Nabila Irawan, Kristiyana Shintawati, Mirna Wijayanti, Rizki Aulia, Tatri Susana, Irawan, Kandhy Swastika Rahayu atas supportnya semoga semuanya sukses selalu.

11. Kepada teman – teman sekretaris CIMB Niaga yaitu Lia P, Putri, Ardes, Vyas, Windy Kurniawati, Benhard Siregar (HRD) atas support yang diberikan.
12. Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih yang tak terhingga semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada orang – orang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi semua.

Tangerang, Agustus 2013

January Dara Mustika

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
ABSTRAKSI.....	v
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Batasan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Teoritis/ Akademis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	9
2.2 Promosi.....	11
2.2.1 Promosi sebagai salah satu elemen bauran pemasaran	14
2.3 Strategi Promosi	15
2.4 Perencanaan Promosi	18
2.4.1 Deskripsi SWOT	18
2.4.2 Deskripsi STP	18
2.4.2.1 Segmentasi	19

2.4.2.2 Targeting.....	20
2.4.2.3 Positioning.....	21
2.5 Pelaksanaan Promosi.....	21
2.5.1 Bauran Promosi.....	21
2.5.1.1 Advertising.....	22
2.5.1.2 Sales Promotion.....	22
2.5.1.3 Public Relation / Publicity	23
2.5.1.4 Personal Selling	24
2.5.1.5 Direct Marketing.....	25
2.6 Pengendalian Promosi	26
2.7 Nasabah / Pelanggan.....	26
2.8 Minat Konsumen.....	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
3.1 Sifat Penelitian.....	32
3.2 Metodologi Penelitian	33
3.3 Nara Sumber	34
3.4 Teknik Pengumpulan Data	35
3.5 Definisi Konsep.....	36
3.6 Fokus Penelitian	36
3.7 Teknik Analisis Data.....	37
3.8 Pemeriksaan Keabsahan Data	38
BAB IV HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran Umum PT BANK CIMB NIAGA	39
4.1.1 Visi & Misi PT BANK CIMB NIAGA	40
4.2 CIMB Clicks	42
4.3 Hasil Penelitian.....	43
4.4 Strategi Promosi CIMB Clicks	44

4.5	Perencanaan Strategi Promosi CIMB Clicks	48
4.5.1	Analisis SWOT CIMB Clicks.....	51
4.5.2	Analisa STP CIMB Clicks	55
4.6	Pelaksanaan Strategi Promosi CIMB Clicks.....	56
4.6.1	Elemen Bauran Promosi CIMB Clicks	57
4.7	Pengendalian Strategi Promosi CIMB Clicks	59
4.8	Pembahasan	60
 BAB V	 KESIMPULAN & SARAN.....	 67
5.1	Kesimpulan & Saran	67
5.1.1	Saran Akademis	70
5.1.2	Saran Praktis	71
 DAFTAR PUSTAKA	 72	
LAMPIRAN		

