



**STRATEGI PUBLIC RELATIONS PT. BANK MEGA, TBK
DALAM KEGIATAN SERVICE OBSERVATION
(PERIODE TAHUN 2010)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :

KARINA DEVI

44206110025

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
J A K A R T A
2011**



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Karina Devi

NIM : 44206110025

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Jurusan : Public Relations

Judul Skripsi : Strategi Public Relations PT. Bank Mega, Tbk Dalam Kegiatan Service
Observation (Periode Tahun 2010)

Jakarta, Juli 2011

Mengetahui,

Pembimbing

Dra. Ispawati Asrie, MM
Pembimbing



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Karina Devi
NIM : 44206110025
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Public Relations PT. Bank Mega, Tbk Dalam Kegiatan Service Observation (Periode Tahun 2010)

Jakarta, Juli 2011

Disetujui dan diterima oleh :
Dosen Pembimbing

(Dra. Ispawati Asri, M M)

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si.)

Ketua Bidang Studi

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

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Karina Devi

NIM : 44206110025

Fakultas : Ilmu Komunikasi

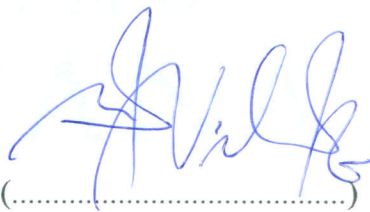
Jurusan : Public Relations

Judul Skripsi : Strategi Public Relations PT. Bank Mega, Tbk Dalam Kegiatan Service
Observation (Periode Tahun 2010)

Jakarta, Juli 2011

1. Ketua Sidang

SM. Niken Restaty, S.Sos, M.Si



(.....)

2. Penguji Ahli

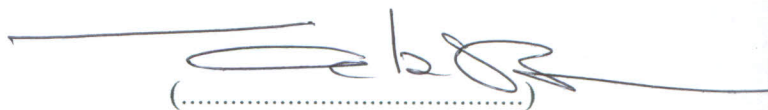
Dr. Wahyuningsih, M.Si.



(.....)

3. Pembimbing

Dra. Ispawati Asrie, M. M



(.....)

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillahirobilalamin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada ALLAH SWT. Berkat rahmat, hidayah serta ridho-nya yang telah dilimpahkan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Strategi Public Relations PT. Bank Mega, Tbk Dalam Kegiatan *Service Observation* (Periode Tahun 2010).”** Sebagai salah satu syarat kelulusan pada jurusan Public Relations, fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan baik mengenai isi maupun penyajiannya. Oleh sebab itu penulis mengharapkan segala kritik, saran dan masukan untuk penulisan skripsi ini.

Dalam proses penulisan skripsi ini, tidak terlepas dari bantuan yang diberikan oleh pihak lain baik dukungan moril maupun materi. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih banyak kepada :

1. Dra. Ispawati Asrie, MM, dosen pembimbing yang juga telah membantu serta memberikan masukan yang sangat berarti bagi penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini dengan baik.

2. Dra. Diah Wardhani, M.Si, dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan motivasi dan masukan agar penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik.
3. Juwono Tri Admojo, S.Sos,M.Si, ketua bidang studi Public Relations Universitas Mercu Buana yang senantiasa memberikan ilmunya untuk penulis.
4. Ibu Agustin Maya SL, pimpinan Bank Mega KCP Puri Indah serta Bpk. Akhmad Affandi, koordinator operasional Bank Mega KCP Puri Indah yang telah memberikan kesempatan serta waktu untuk menyelesaikan skripsi ini secepatnya.
5. Untuk kedua orang tuaku dan adikku tercinta yang selalu memberikan dukungan moril dan kasih sayang sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.
6. Bpk. Gatot Aris Munandar, Pinbag Corporate Secretary yang menjadi nara sumber utama dalam penelitian ini, terima kasih atas waktu dan masukan yang telah diberikan untuk penulis.
7. Bpk. Ariza, staff SEQD yang sangat membantu dalam hal menyediakan bahan – bahan yang penulis butuhkan serta diberi ijin untuk menjadi narasumber pembanding dalam skripsi ini.
8. Ferdie Yusuf Indraaji, suamiku tercinta yang selalu memberikan semangat dan motivasi dalam menyelesaikan serta yang menemani penulis dalam mengerjakan skripsi dan bimbingan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Seluruh teman – teman PKSM di Fakultas Ilmu Komunikasi jurusan Public Relations di Universitas Mercu Buana khususnya angkatan 9 yang selalu

memberikan motivasi dan dukungan tanpa kalian mungkin hidup ini tidak akan berwarna dalam menempuh kuliah di Universitas Mercu Buana dan penulis senang sekali sudah mengenal kalian walaupun hanya bertemu setiap sabtu dan minggu.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran agar tercapainya pola pemikiran dan penyusunan yang lebih baik lagi.

Akhir kata semoga ALLAH SWT memberikan hidayah-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam penyusunan skripsi ini. Penulis juga mengharapkan semoga skripsi ini berguna bagi penulis dan juga bagi pembaca pada umumnya.

Jakarta, Juli 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

ABSTRAKSI.....	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	ix

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Signifikasi Penelitian.....	8
1.4.1 Signifikasi Akademis.....	8
1.4.2 Signifikasi Praktis.....	9

BAB II TINJAUAN PUSATAKA

2.1 Public Relations.....	10
2.1.1 Pengertian Public Relations.....	10
2.1.2 Fungsi dan Peran Public Relations.....	14
2.1.2.1 Fungsi Public Relations.....	14
2.1.2.2 Peran Public Relations.....	18
2.1.3 Ruang Lingkup Kerja Public Relations.....	19
2.1.4 Tahapan Kegiatan Public Relations.....	21

2.2 Strategi Public Relations.....	22
2.2.1 Pengertian Strategi Public Relations.....	22
2.2.2 Komponen Pembentukan Strategi Public Relations.....	23
2.2.3 Tujuan Strategi Public Relations.....	23
2.2.4 Tahap – Tahap Strategi Public Relations.....	25
2.3 Customer Relations.....	32
2.3.1 Definisi Customer Relations.....	32
2.3.2 Manfaat Customer Relations.....	35
2.3.3 Tujuan Customer Relations.....	36
2.3.4 Kelompok Customer Relations.....	38

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian.....	39
3.2 Metode Penelitian.....	40
3.3 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.3.1 Data Primer.....	41
3.3.2 Data Sekunder.....	42
3.4 Informan (Narasumber).....	43
3.5 Definisi Konsep.....	44
3.5.1 Strategi Public Relations.....	44
3.5.2 Customer Relations.....	44
3.6 Fokus Penelitian.....	44
3.7 Teknik Analisa Data.....	46
3.8 Teknik Keabsahan Data.....	49

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	51
4.1.1 Sejarah.....	51
4.1.2 Profil Perusahaan.....	52
4.1.3 Visi & Misi.....	54
4.1.4 Visi & Misi Pelayanan Bank Mega.....	55
4.1.5 Semboyan Pelayanan.....	56
4.1.6 Standar Layanan Khusus Menangani Keluhan Nasabah.....	56
4.1.7 Service Observation.....	57
4.2 Hasil Penelitian.....	61
4.2.1 Hasil Penelitian Mengenai Strategi Public Relations Bank Mega Dalam Kegiatan Servi Observation pada Tahun 2010.....	62
4.2.1.1 Fact Finding (Penelitian).....	62
4.2.1.2 Planning (Perencanaan).....	67
4.2.1.3 Komunikasi.....	70
4.2.1.4 Evaluasi.....	72
4.3 Pembahasan.....	74

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	81

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 2 : Hasil Kegiatan Service Observation
- Lampiran 3 : Struktur Organisasi PT. Bank Mega, Tbk
- Lampiran 4 : Dewan Komisaris & Dewan Direksi
- Lampiran 5 : Produk – Produk Bank Mega
- Lampiran 6 : Permohonan Wawancara
- Lampiran 7 : Surat Keterangan Penelitian

DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Komponen Sarana Pada Strategi Public Relations