



**UNIVERSITAS MERCU BUANA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS**

Sandra Lexi (44207120068)

“Efektivitas Media Internet untuk Distribusi Informasi dan Pengetahuan Produk Perbankan pada Nasabah di Bank Commonwealth cabang Puri Indah Jakarta”

i - xi + 100 halaman, 32 tabel, 2 gambar, 4 lampiran, daftar pustaka, bibliografi

ABSTRAKSI

Komunikasi yang digunakan dalam bidang perekonomian biasanya memuat unsur-unsur kepentingan yang beragam tergantung dimana komunikasi tersebut digunakan, misalnya dalam dunia perbankan, dalam hal ini penggunaan teknologi informasi yang berperan sebagai jembatan komunikasi antara nasabah dengan pihak bank. Salah satunya adalah fasilitas dari jasa layanan itu sendiri, salah satunya adalah layanan *internet banking*, layanan ini berfungsi untuk memudahkan nasabah dalam menjalankan aktivitas perbankannya tanpa harus datang ke kantor cabang atau bank tempat nasabah membuka rekening

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas media *internet banking* untuk distribusi informasi dan pengetahuan produk perbankan pada nasabah di Bank Commonwealth cabang Puri Indah Jakarta.

Untuk tinjauan pustaka penyusun membahas mengenai pengertian-pengertian yang menjadi dasar dari penelitian ini, meliputi: pengertian tentang komunikasi organisasi, *public relations*, *Internet*, *Cyber public relations*, dan efektivitas komunikasi, serta efektivitas media internet itu sendiri.

Dalam metodologi penelitian metode yang digunakan adalah tipe deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, dengan menggunakan metode *purposive sampling* diperoleh sampel sejumlah 85 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh nilai sebesar 7884 atau 80,66% yang menunjukkan bahwa mayoritas responden dalam penelitian ini yakni para nasabah merasa Commonwealth Bank membuat media internet sebagai distribusi informasi dan pengetahuan produk perbankan sangat baik dan efektif, karena secara umum telah digunakan dan diakses oleh nasabah serta sangat mudah dalam mengakses dan menggunakannya, meskipun ada beberapa hal yang dirasa masih kurang seperti penanganan keluhan dan sistem bill payment dan real time. Namun itu tidak menjadikan tidak efektif karena mayoritas responden yang menilai media internet sangat efektif memberikan distribusi informasi dan pengetahuan mengenai produk perbankan dengan baik

Kata kunci: *Public Relations*, Media Komunikasi, Internet, Internet Banking, Efektivitas Komunikasi.