



**IDENTIFIKASI PERAN PR BANK DANAMON KCP
DEPOK DALAM MEMBANGUN BRAND
AWARENESS PADA PEDAGANG PASAR KEMIRI
DEPOK**

(Periode Desember 2010 – Juni 2011)

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations

Disusun oleh :
Myra Arwanti
44208120016

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2012



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Myra Arwanti

NIM : 44208120016

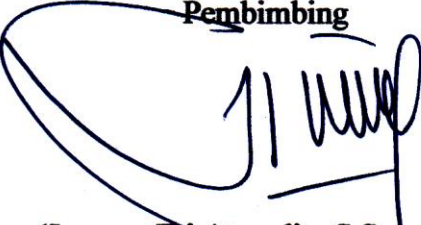
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Identifikasi Peran PR Bank Danamon KCP Depok dalam
Membangun Brand Awareness Pada Pedagang Pasar Kemiri Depok .
Periode Desember 2010 – Juni 2011

Jakarta, 17 Maret 2012

Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

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



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Myra Arwanti

NIM : 44208120016

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Judul Skripsi : Identifikasi Peran PR Bank Danamon KCP Depok dalam

Membangun Brand Awareness Pada Pedagang Pasar Kemiri

Depok . Periode Desember 2010 – Juni 2011

Jakarta, 25 Maret 2012

Ketua Sidang :

Suryaning H, MM

()

Penguji Ahli :

Ida Anggraeni Ananda, SS. M.Si

()

Pembimbing :

Drs. Juwono Tri Atmodjo, M.Si

()



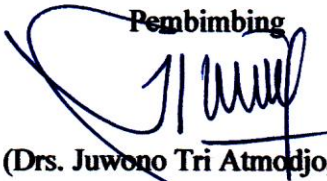
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Myra Arwanti
NIM : 44208120016
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Identifikasi Peran PR Bank Danamon KCP Depok dalam
Membangun Brand Awareness Pada Pedagang Pasar Kemiri
Depok . Periode Desember 2010 – Juni 2011

Jakarta, 22 April 2012

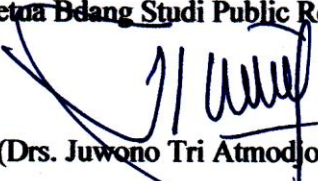
Disetujui dan diterima oleh :

Pembimbing

(Drs. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

Mengetahui :

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

(Dra. Diah Wardhani, M.Si)

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Drs. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **Identifikasi Peran PR Bank Danamon KCP Depok Dalam Membangun Brand Awareness Pada Pedagang Pasar Kemiri Depok**. Penelitian ini ditulis dengan tujuan untuk mengetahui, menemukan, dan menggali berbagai peran PR DANamon KCP Depok dalam membangun *brand awareness* para pedagang di Pasar Kemiri KCP Depok dengan memfokuskan penelitian kepada peran PR sebagai teknisi komunikator, ahli komunikasi, fasilitator komunikasi, dan fasilitator pemecah masalah.

Mulai perencanaan hingga penyelesaiannya skripsi ini telah melibatkan beberapa pihak yang membantu penulis dalam mendapatkan data dan pengembangan penulisan skripsi ini, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada para pihak sebagai berikut :

1. Yang terhormat Bapak Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing yang selalu bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan arahan serta bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Yang terhormat Ibu Dra. Diah Wardhani, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunika Universitas Mercu Buana.
3. Yang terhormat seluruh Dosen Mercu Buana yang telah mengajar dan membimbing saya selama empat semester perkuliahan dan seluruh staff dan Civitas Universitas Mercu Buana yang telah mendukung terlaksananya proses perkuliahan di kampus ini.
4. Yang terhormat Ibu Yenny Lukita – Marketing Branding & Strategic Head, Bapak Yudi Helmy – Marketing Communication & Branding Manager, Bapak Togarma Hotma Mangatur – Unit Manager Danamon Simpan Pinjam Pasar Kemiri Depok, Bapak Yahya – Sales Officer Danamon Simpan Pinjam Pasar Kemiri Depok dan para pedagang di Pasar

Kemiri Depok yang membantu penulis dalam melakukan observasi dan pengambilan data.

5. Terima kasih atas bantuan dan semangatnya kepada *Childish Team*: Dody Rochadi, Sherline Wibowo, dan Fleta Caroline, serta kepada Cintin Sakinah, Rina Sriwulandari yang terus menjadi teman setia pada saat bimbingan ke kampus, juga kepada teman-teman jurusan Public Relation Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan XIV.
6. Kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dorongan dan doa restu, baik moral maupun material selama perkuliahan dan penelitian.
7. Sahabat – sahabat saya, rekan – rekan Solusi Emas Danamon Syariah – Bapak Muchammad Budi Utomo dan Tim yang luar biasa, rekan – rekan Danamon Simpan Pinjam, Rahma Setiafitri, Friliansis Asra, Hardi Okhies Permana, Sony Berlianto, Agustia Feriandi, dan sahabat QpitZ.
8. Pihak – pihak lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT senantiasa mencurahkan rahmat dan karunia-Nya kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini masih jauh dari sempurna, sehingga penulis dengan senang hati menerima kritik dan saran membangun demi perbaikan yang lebih baik.

Akhirnya semoga skripsi ini dapat menjadi masukan dalam pelaksanaan peran PR Bank Danamon dalam membangun *brand awareness* khususnya pada para pedagang pasar kemiri depok, serta bagi pembaca dan pihak lain yang ingin melakukan lebih mendalam tentang Peran PR dan pembangunan *brand awareness*.

Jakarta, April 2012

Penulis

Myra Arwanti

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi.....	9
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	9
2.1.2 Proses Komunikasi.....	11
2.2 Public Relations.....	13
2.2.1 Definisi Public Relations.....	13
2.2.2 Peran Public Relations.....	16
2.2.3 Marketing Public Relations.....	19
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian.....	27

3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Subyek Penelitian.....	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian.....	31
3.5.1 Definisi Konsep.....	31
3.5.2 Fokus Penelitian.....	34
3.6 Teknis Analisis Data.....	34
3.7 Triangulasi Data.....	35
 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Sejarah PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.....	37
4.1.2 Visi, Misi, & Nilai PT Bank Danamon Indonesia, Tbk...	39
4.1.3 Line of Business PT Bank Danamon Indonesia, Tbk.....	40
4.1.4 Danamon Simpan Pinjam.....	40
4.1.5 Struktur Organisasi.....	41
4.2 Hasil Penelitian.....	43
4.2.1 Peran PR Danamon dalam Pembangunan	
<i>Brand Awareness</i>	43
4.2.2 Peran PR Sebagai Teknisi Komunikasi, Ahli Komunikasi,	
Fasilitator Komunikasi, Fasilitator	
Pemecah Masalah.....	47
4.3 Pembahasan.....	65
4.3.1 Peran PR Danamon dalam Pembangunan	
<i>Brand Awareness</i>	66
4.3.2 Peran PR Sebagai Teknisi Komunikasi, Ahli Komunikasi,	
Fasilitator Komunikasi, Fasilitator	
Pemecah Masalah.....	71

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan..... 84

5.2 Saran..... 85

DAFTAR PUSTAKA..... 87

LAMPIRAN