PERAN CORPORATE COMMUNICATION PT. BANK MANDIRI (PERSERO) TBK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH MELALUI PROGRAM "KEMILAU MANDIRI FIESTA"

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu persyaratan menempuh gelar sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi

Bidang studi Public Relations Universitas Mercubuana Jakarta

Disusun oleh

Nama : Ahmad Kurniawan

NIM : 44208110029

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA

2010

http://digilib.mercubuana.ac.id/

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama	:	Ahmad Kurniawan
NIM	:	44208110029
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Jurusan	:	Public Relations
Judul Skripsi	:	Peran Corporate Communication PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Program Kemilau Mandiri Fiesta

Jakarta, Desember 2010

Mengetahui,

Pembimbing

(Dra.Ispawati Asri MM)

http://digilib.mercubuana.ac.id/

UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama	:	Ahmad Kurniawan
NIM	:	44208110029
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Jurusan	:	Public Relations
Judul Skripsi	:	Peran Corporate Communication PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Program Kemilau Mandiri Fiesta

Jakarta, Desember 2010

1. Ketua Sidang
   Nama : **Juwono Tri Atmojo, S.Sos, M.Si**

   (.....)

2. Penguji Ahli
   Nama : **Ida Anggraeni M.Si**

   (.....)

3. Pembimbing
   Nama : **Dra.Ispawati Asri MM**

   (.....)

UNIVERSITAS MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PENGESAHAN REVISI SKRIPSI

Nama	:	Ahmad Kurniawan
NIM	:	44208110029
Fakultas	:	Ilmu Komunikasi
Jurusan	:	Public Relations
Judul Skripsi	:	Peran Corporate Communication PT Bank Mandiri (Persero) Tbk Dalam Mempertahankan Loyalitas Nasabah Melalui Program Kemilau Mandiri Fiesta

Jakarta, Desember 2010

Di setujui dan diterima oleh :
Pembimbing

(Dra. Ispawati Asri MM)

Mengetahui,

Dekan Fikom

(Dra. Diah Wardhani, M.si)

Ketua Bidang Studi

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

http://digilib.mercubuana.ac.id/

UNIVERSITAS MERCUBUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

ABSTRAKSI

AHMAD KURNIAWAN (44208110029)

Peran Corporate Communication PT Bank Mandiri (Persero) TBK Dalam Mempertahankan loyalitas Nasabah Melalui Program Kemilau Mandiri Fiesta

x + 110 Halaman + 7 Lampiran, 2010, bilbl : 22 (1985 – 2008)

Kegiatan Publik Relations dalam menjalin hubungan dengan pelanggan, lebih di kenal dengan istilah *Customer Relations*. Pada dasarnya tujuan dari aktivitas ini adalah salah satu bentuk kegiatan dari eksternal Public Relations untuk menciptakan hubungan dengan publik pemakai produk atau jasa.Dengan adanya aktivitas hubungan dengan pelanggan yang loyal adalah hal yang menjadi perhatian utama bagi setiap perusahaan salah satunya adalah industri perbankan karena pelanggan yang loyal di harapkan memberikan keuntungan bagi mereka dalam mempromosikan produk atau jasa misalkan kepada keluarga atau kerabatnya. Keloyalitasan pelanggan di tentukan oleh kualitas produk atau jasa yang di kehendaki, sehingga jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan yang pada saat ini khususnya dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan.

Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimanakah peran Corporate Communication PT Bank Mandiri (Persero) TBK dalam mempertahankan loyalitas nasabah melalui program Kemilau Mandiri Fiesta. Untuk dapat menjawab permasalahan skripsi tersebut maka peneliti mengemukakan beberapa teori dan konsep yang relevan diantaranya adalah Komunikasi, Public Relations, Customer Relations, Special Event dan loyalitas nasabah.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode penelitian deskriptif kualitatif dan data yang di peroleh hasil dari wawancara dengan key informan, yakni Corporate Communication manager dan Corporate Event Coordinator Bank Mandiri, serta tiga nasabah setia Bank Mandiri.

Hasil penelitian di peroleh bahwa keempat peranan yang dilakukan Corporate Communication Bank Mandiri, yaitu *Expert Prescriber, Communication Fasilitator, Problem solving process Facilitator, dan Communication Technician* telah dilakukan Corporate Communication Bank Mandiri. Selain itu Corporate Communication Bank Mandiri telah melakukan kegiatan hubungan dengan pelanggan dikenal dengan istilah Customer relations yaitu program informasi dan komunikasi serta apresiasi kepada nasabah setia Bank Mandiri yang dikemas dengan sajian hiburan menarik yang bertujuan untuk mempertahankan loyalitas nasabah melalui penghargaan yang di berikan Bank Mandiri melalui program "Kemilau Mandiri Fiesta".

http://digilib.mercubuana.ac.id/

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

http://digilib.mercubuana.ac.id/

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur Alhamdulillah peneliti ucapkan kehadirat Yang Maha Ssgala-galanya Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan Outline skripsi ini denga judul " **PERAN CORPORATE COMMUNICATION PT BANK MANDIRI (PERSERO) TBK DALAM MEMPERTAHANKAN LOYALITAS NASABAH MELALUI PROGRAM "KEMILAU MANDIRI FIESTA"**. Penyusunan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1), Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana Jakarta.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusuan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dengan dukungan, bantuan, bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu pada kesempatan yang baik ini, peneliti ingin mengucapkan ungkapan terima kasih kepada :

1. Ispawati Asri, selaku pembimbing skripsi penelitian ini yang telah memberikan bimbingan, motivasi serta arahan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

2. Umi dan Baba ku tercinta, dengan bentuk perhatian dan bantuan serta motivasinya yang sering di berikan sehingga membuat semangat peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik

3. Teman-teman mahasiswa PR13 khususnya 7(seven) Men Communications yaitu Anto Baksir, Djanoe, Aldi, Ari, Phyan dan Bagus ,mereka adalah teman tempat berbagi ilmu, bertukar ide dan gagasan, serta tak jarang untuk sarana berkumpul menghilangkan kejenuhan dalam pembuatan tugas akhir ini.

http://digilib.mercubuana.ac.id/

4. Bapak dan ibu dosen pengajar yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu yang telah bersedia memberikan ilmunya kepada peneliti.

5. Remaja Tampubolon selaku Corporate Communication Bank Mandiri, Johndry S Anwar selaku Corporate Event Coordinator serta staff learning center Group yang telah membantu menyediakan waktunya dalam memperoleh data yang peneliti butuhkan.

6. Rekan- rekan sekerja di Bank Mandiri Cabang Jakarta Cipete, terutama teman – teman di bagian Teller : Mb yuli, Mb Carol serta pak Mashadi.

Akhir kata peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna tetapi penulis telah berusaha memberikan yang terbaik dalam skripsi ini dengan menerapkan teori-teori yang telah peneliti peroleh dari berbagai literatur serta referensi yang berkaitan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat mahasiswa khususnya dengan program studi yang sama dan untuk masyarakat luas. Amien

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Desember 2010

Peneliti

http://digilib.mercubuana.ac.id/

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ……..i

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI …….....ii

KATA PENGANTAR ……..iv

DAFTAR ISI …….vii

ABSTRAKSI ……. x

DAFTAR LAMPIRAN …… xi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah …….. . 1

1.2 Perumusan Masalah ……. 12

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian ……..……..12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Pengertian Komunikasi... ……...……14

2.2 Definisi Public Relations ……..……..17

2.3 Tugas dan Peran Public Relations

2.3.1 Tugas Public Relations …….…… 22

2.3.2 Peranan Public Relations ……. 23

2.3 Publik Dalam Public Relations …… …… 29

2.4 Pengertian Customer Relations …… 31

2.5 Customer Relations

2.5.1 Manfaat Customer Relations …… 34

2.5.2 Membina Hubungan Baik (Good Customer Relations) … .. 36

2.5.3 Tujuan Membina Hubungan Baik Dengan Pelanggan.....…. 37

http://digilib.mercubuana.ac.id/

2.6 Program Public Relations (Special Event)…… …..... 39

2.6.1 Penyusunan Program PR Event ……... 44

2.6.2 Fungsi Special Event ……46

2.7 Loyalitas Pelanggan

2.7.1 Pengertian Loyalitas Pelanggan…… 47

2.7.2 Karakteristik Loyalitas Pelanggan…… 50

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian…….……. 52

3.2 Metode Penelitian……. 54

3.3 Subyek Penelitian ……..... 55

3.4 Definisi Konsep……..... 56

3.5 Fokus Penelitian……... 57

3.6 Teknik Pengumpulan Data……..... 58

3.7 Teknik Analisis Data…… 59

3.8 Kriteria Keabsahan Data ……. 62

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian …… 64

4.2 Public Relations Bank Mandiri ……. 70

4.3 Hasil Penelitian ……. 76

4.3 Pembahasan …… 97

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan …….. 106

5.2 Saran ……... 109

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

http://digilib.mercubuana.ac.id/