



**STRATEGI *MARKETING PUBLIC RELATIONS* PADA
PROGRAM “TABUNGAN PANIN SUPER *BONANZA*”
(STUDI KASUS PADA PT BANK PANIN Tbk)**

SKRIPSI

**Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar
Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Public Relations**

Disusun oleh :

FANNY TIRTABUDI

44208110086

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2010**



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI

Nama : Fanny Tirtabudi
NIM : 44208110086
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Pada Program
"Tabungan Panin Super Bonanza"

Jakarta, 3 Oktober 2010

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing

(Irmulan Sati T, SH, M.Si)



FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI

Nama : Fanny Tirtabudi
NIM : 44208110086
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Pada Program
"Tabungan Panin Super Bonanza"

Jakarta, 10 Oktober 2010

Ketua Sidang :
Juwono Tri Atmojo, S.Sos, M. Si
Penguji Ahli :
Gufroni Sakaril, S.Sos, MM
Pembimbing :
Irmulan Sati, SH, M.Si

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama : Fanny Tirtabudi
NIM : 44208110086
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Marketing Public Relations Pada Program
“Tabungan Panin Super Bonanza”

Jakarta, Oktober 2010

Disetujui dan diterima oleh:

Pembimbing



(Irmulan Sati T, SH, M.Si)

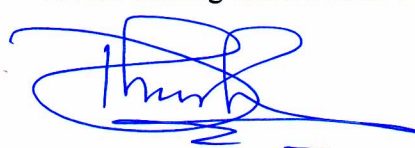
Mengetahui:

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Dra. Diah Wardhani, M.Si

Ketua Bidang Studi Public Relations



Dra. Diah Wardhani, M.Si

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji syukur kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“Strategi Marketing Public Relations Pada Program Tabungan Panin “Super Bonanza”**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) Komunikasi pada Fakultas Ilmu komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan oleh peneliti, tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan baik secara moril maupun materil, serta doa yang diberikan oleh berbagai pihak. Untuk itu ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya penulis tujukan kepada :

1. Ibu Irmulan Sati, M.Si selaku dosen pembimbing yang penuh kesabaran dalam memberikan motivasi dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
2. Dekan dan para Dosen Program Studi *Public Relations*, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Suwito Tjokrorahardjo selaku Group Head of Branch Network & Operations, PT. BANK PANIN Tbk. yang telah mengizinkan penulis melakukan penelitian di BANK PANIN.
4. Bapak Ferry Sutedja yang membimbing penulis dalam memberikan arahan dan motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
5. Bapak Sugiarto selaku Manager *Liabilities* yang telah membantu penulis memperoleh data dalam penelitian ini.

6. Rekan-rekan karyawan dan karyawan PT BANK PANIN Tbk. yang telah meluangkan waktunya untuk diwawancarai oleh penulis sebagai bahan penulisan skripsi ini.
7. Keluarga tercinta: Ayahanda Ferry Agustinus Tirtabudi (Alm.), Ibunda Yuliati, Ko Andre, Ci Ria, keponakanku yang lucu Aini dan Aina, terima kasih atas kesetiaan mendoakan dan mendukung penulis dengan setulus hati.
8. Sahabat terbaik: Yuli, Achy, Leana, Nunuk, Nissa, Icha, Nurul, Lia, Mona yang telah berbagi pengalaman dan pengetahuan serta terima kasih atas persahabatan yang tulus dan indah ini.
9. Seluruh rekan-rekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan XIII, yang selalu saling memberikan dukungan dan semangat.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk dapat menyempurnakan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat berguna bagi mahasiswa/i Universitas Mercu Buana dan pihak-pihak yang membutuhkannya.

Jakarta, Oktober 2010

Fanny Tirtabudi

DAFTAR ISI

	Halaman
JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABLE	x
DAFTAR GAMBAR	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Penelitaian	8
1.3.2 Manfaat Penelitian	8
1.3.2.1 Manfaat Akademis	8
1.3.2.2 Manfaat Praktis	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Komunikasi	10
2.1.1 Pengertian Komunikasi	10
2.1.2 Hakekat Komunikasi	11
2.1.3 Sifat – Sifat Komunikasi	12
2.1.4 Teknik Komunikasi	13
2.2 <i>Public Relations</i>	13
2.2.1 Pengertian <i>Public Relations</i>	14
2.2.2 Fungsi dan Tujuan <i>Public Relations</i>	16
2.2.3 Tugas <i>Public Relations</i>	17
2.2.4 Peran <i>Public Relations</i>	18
2.2.5 Khalayak <i>Public Relations</i>	21
2.3. <i>Customer Relations</i>	23
2.4. <i>Corporate Public Relations</i>	23
2.5. <i>Marketing Public Relations</i>	24
2.5.1 Pengeritan <i>Marketing Public Relations</i>	24
2.5.2 Tugas <i>Marketing Public Relations</i>	26
2.5.3 Peran <i>Marketing Public Relations</i>	26
2.5.4 Objektif <i>Public Relations dan Marketing</i>	27
2.5.5 Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	29
2.5.6 Faktor-Faktor Dibutuhkannya Strategi <i>Marketing Public Relations</i>	33

2.5.7 Manfaat <i>Marketing Public Relations</i>	34
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	36
3.2 Metode Penelitian	37
3.3 Nara Sumber (Key Informan)	38
3.4 Teknik Pengumpulan Data	39
3.4.1 Data Primer	39
3.4.2 Data Sekunder	40
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	40
3.5.1 Definisi Konsep	40
3.5.2 Fokus Penelitian	41
3.6 Teknik Analisa Data	45
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	47
4.1.2 Visi dan Misi PT BANK PANIN Tbk	49
4.1.2 1 Visi PT BANK PANIN Tbk	49
4.1.2 2 Misi PT BANK PANIN Tbk	49
4.1.3 <i>Retail Banking Group</i>	49
4.1.4 Uraian Tugas <i>Retail Banking Group</i>	50
4.1.5 Struktur Organisasi PT BANK PANIN Tbk	52
4.1.6 Tabungan Panin Super Bonanza	53
4.2 Hasil Penelitian	55
4.2.1 Strategi Marketing Public Relations pada Program Tabungan Panin Super Bonanza	56
4.2.1 1 <i>Fact Finding</i> / Pengumpulan Data	57
4.2.1 2 <i>Planning</i> / Perencanaan	58
4.2.1 3 <i>Communications - Actions</i>	59
4.2.1 4 <i>Evaluating</i>	70
4.3 Pembahasan	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	79
5.2 Saran	80
5.2.1 Saran Akademis	80
5.2.2 Saran Praktis	80
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

1.1 Peringkat Bank Berdasarkan Aset.....	5
4.1 Aktivitas <i>Marketing Public Relations</i>	60
4.2 Rincian Kegiatan <i>Special Event</i> Tabungan Panin Super Bonanza	61
4.3 Rincian Penarikan Undian Tabungan Panin Super Bonanza	62
4.4 <i>Time Table</i> Iklan pada Media	67
4.5 Volume Tabungan dan Jumlah Nasabah	72
4.6 Media Monitoring Tabungan Panin Super Bonanza	72

DAFTAR GAMBAR

4.1	Struktur Organisasi PT BANK PANIN Tbk	52
4.2	Struktur Organisasi <i>Retail Banking Group</i>	53
4.3	<i>Focus Group Discussion</i>	58
4.4	Advertorial Tabungan Panin Super Bonanza	64
4.5	Press Release Grand Prize Tabungan Panin Super Bonanza Rp 3 Milyar.	65
4.6	Pameran di Ramai <i>Family Mall</i>	66
4.7	Gambar Iklan	68
4.8	Gambar Publisitas di media Cetak Mengenai Pemberian Hadiah Utama Sebesar Rp 3 M	69
4.9	Pendidikan Ilmu Perbankan di Universitas Maranatha	70
4.10	Pendidikan Ilmu Perbankan di Universitas Binus	70