



**STRATEGI CUSTOMER RELATIONS BANK XY
DALAM PENGELOLAAN REPUTASI ORGANISASI**

**Disusun Untuk Memenuhi Persyaratan Dalam Memperoleh
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Ilmu Komunikasi**

Disusun Oleh :

Nama : Eka Novianingsih

NIM : 0420311 – 073

Jurusan : Public Relations

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
J A K A R T A
2007**

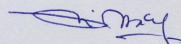
TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

N a m a : EKA NOVIANINGSIH
N I M : 0420311 – 073
Fakultas : ILMU KOMUNIKASI
Jurusan : PUBLIC RELATIONS
J u d u l : **STRATEGI CUSTOMER RELATIONS BANK XY**
DALAMPENGELOLAAN REPUTASI ORGANISASI

Jakarta, Agustus 2007

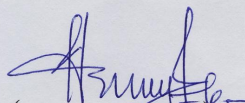
KETUA SIDANG

Nama : Nurprapti W.W, M.si


(.....)


PENGUJI AHLI

Nama : Marhaeni, F.K, S.sos, M.si


(.....)

PEMBIMBING

Nama : Irmulan Sati T., SH, M.si


(.....)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

J u d u l : STRATEGI CUSTOMER RELATIONS BANK XY
DALAM PENGELOLAAN REPUTASI ORGANISASI

N a m a : EKA NOVIANINGSIH

N I M : 0420311 – 73

Fakultas : ILMU KOMUNIKASI

Jurusan : PUBLIC RELATIONS

Jakarta, Agustus 2007
Mengetahui,
Pembimbing,

(Irmulan Sati T., SH, M.si)

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
ABSTRAKSI	
LEMBAR PENGESAHAN	
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	
DAFTAR ISI	
KATA PENGANTAR	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Signifikansi Penelitian	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	
2.1 Komunikasi	9
2.2 Public Relations	10
2.3 Customer Relations	20
2.4 Strategi	30
2.5 Reputasi	38
2.6 Persepsi	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian	45
3.3 Teknik Pengumpulan data	46
3.4 Key Informan	47
3.5 Definisi Konsep dan Fokus Penelitian	50
3.6 Teknik Analisa Data	55
BAB IV HASIL PENELITIAN	
4.1 Gambaran umum Perusahaan	57
4.2 Hasil Penelitian	62
4.3 Analisa data	84
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	91
5.2 Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	
BIOGRAFI	
LAMPIRAN	
TABEL	



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
JURUSAN PUBLIC RELATIONS**

ABSTRAKSI

**EKA NOVIANINGSIH (0420311 – 073)
STRATEGI CUSTOMER RELATIONS BANK XY DALAM PENGELOLAAN
REPUTASI ORGANISASI**

Periode : Januari – Desember 2006

xiii + 5 Bab + 95 Halaman + 9 Tabel, 6 Lampiran

Bibliografi : 25 Buku (1989 – 2005)

Reputasi merupakan asset yang paling berharga bagi setiap Perusahaan. Seperti apa yang disampaikan oleh Yosol Iriantara bahwa reputasi adalah nama baik, semua Perusahaan membutuhkan nama baik. Karena nama baik itulah mereka dipercaya oleh orang, Organisasi atau Perusahaan lainnya. Itu sebabnya reputasi selalu terkait dengan kepercayaan.

Untuk mendapatkan reputasi positif dari seluruh stakeholder, maka sebuah Perusahaan harus memiliki sebuah langkah yang harus diterapkan untuk mencapai tujuan. Strategi sebagai suatu langkah dalam menyusun berbagai program atau kegiatan yang dijalankan oleh Perusahaan harus dapat menjadi satu identitas tersendiri sehingga usaha yang dijalankan pada akhirnya dapat memenuhi kebutuhan seluruh stakeholder-nya.

Untuk itulah, diangkat rumusan masalah dalam penelitian ini untuk dapat mengetahui Strategi Customer Relations Bank XY dalam Pengelolaan Reputasi Organisasi. Penelitian ini difokuskan untuk dapat melihat strategi yang digunakan dan tahapan-tahapan strategi yang dijalankan untuk mencapai tujuan yaitu kepuasan nasabah. Program atau kegiatan yang dilakukan sebagai implementasi strategi juga dijadikan sebagai unsure yang diteliti hingga akhirnya dapat dilihat bahwa strategi tersebut apakah mampu membentuk reputasi positif bagi Perusahaan.

Penelitian ini menggunakan penelitian tipe Deskriptif dengan metode studi kasus. Teknik pengumpulan data menggunakan in-depth interview sebagai data primer dan penyebaran kuesioner sebagai data sekunder. Key informan yang dipilih adalah Dept. Head Customer Relations dan Card Representative Bank XY. Penyebaran kuesioner juga dilakukan kepada 20 orang nasabah Bank XY.

Hasil penelitian ini menemukan strategi yang digunakan oleh Customer Relations Bank Niaga Card Center adalah layanan yang bersifat *personalized* yang tidak dimiliki bank lain serta menerapkan strategi lain yaitu mengubah *complaint* menjadi *compliment*. Strategi tersebut dilaksanakan dengan melalui berbagai tahapan yaitu *fact finding, planning, communication* dan *evaluation*. Dari strategi yang telah diterapkan, terbukti bahwa mampu menciptakan *customer satisfaction* dan mampu membentuk reputasi positif Bank Niaga Card Center yang dibuktikan dengan hasil kuesioner dimana secara keseluruhan bernilai cukup baik.