



**STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE OFFICER* DALAM
MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* (STUDI KASUS PADA
PT BANK CENTRAL ASIA TBK KCP GRAHA PARAMITA)**

SKRIPSI

Skripsi Ini Disusun Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi

MERCU BUANA

Disusun Oleh :

INDRI KUSUMA DEWI

44312110021

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

201



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE OFFICER* DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* (STUDI KASUS PADA PT BANK CENTRAL ASIA TBK KCP GRAHA PARAMITA)**

Nama : Indri Kusuma Dewi

NIM : 44312110021

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Februari 2017

Mengetahui,

Pembimbing

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE OFFICER* DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* (STUDI KASUS PADA PT BANK CENTRAL ASIA TBK KCP GRAHA PARAMITA)**

Nama : Indri Kusuma Dewi

NIM : 44312110021

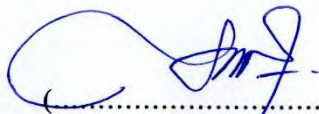
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

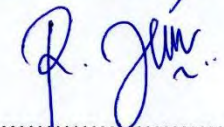
MERCU BUANA

Jakarta, Februari 2017

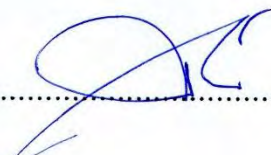
Ketua Sidang,
Suryaning Hayati, MM


.....)

Penguji Ahli,
Rika Jessica, M.Si


.....)

Pembimbing
Dr. Farid Hamid, M.Si


.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **STRATEGI KOMUNIKASI *CUSTOMER SERVICE OFFICER* DALAM MENINGKATKAN *CUSTOMER ENGAGEMENT* (STUDI KASUS PADA PT BANK CENTRAL ASIA TBK KCP GRAHA PARAMITA)**

Nama : Indri Kusuma Dewi

NIM : 44312110021

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Advertising & Marketing Communication*

Jakarta, Februari 2017

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



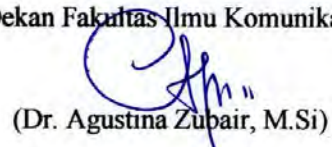
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Ketua Bidang Studi
Periklanan dan Komunikasi Pemasaran



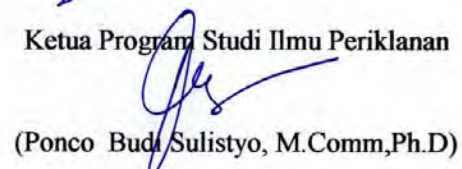
(Dr. Farid Hamid, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Periklanan



(Ponco Budi Sulistyono, M.Comm, Ph.D)

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT atas berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Strategi Komunikasi Customer Service Officer Dalam Meningkatkan Customer Engagement (Studi Kasus Pada PT Bank Central Asia, Tbk)”.

Adapun tujuan penulisan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, oleh sebab itu peneliti mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini.

Terselesainya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat, peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang peneliti hormati:

1. Dr. Farid Hamid., M.Si selaku dosen Pembimbing dan Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercubuana yang turut bersedia meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak/Ibu dosen Universitas Mercu Buana khususnya dibidang studi

Advertising & Marketing Communication yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

3. Teristimewa kepada Bapak Indra Purnama dan Ibu Lilia Erwiniati selaku orang tua dari peneliti, Ibu HJ Sumarti selaku nenek dan Reyhan Weinandra selaku adik yang tidak pernah lelah untuk selalu memberikan dukungan baik berupa doa, motivasi serta materil.
4. Ibu Nunuk Dewayani, Bapak Fikri Otto Dwijaya, Ibu Maria Rosa, Ibu Sulistiya Permatasari dan Ibu Lisa Pratiwi yang telah membantu peneliti dengan memberikan izin untuk melakukan penelitian di BCA KCP Graha Paramita.
5. Sahabat-sahabat peneliti yaitu: Ahmad Syahid Fadhlillah, Devia Hagia, Monica Octavia, Dewi Khoiriah, Wachidan M. Baldi dan rekan-rekan Universitas Mercubuana lainnya atas kesempatan untuk melewati setiap waktu perkuliahan dalam balutan tawa.

Akhir kata peneliti sangat berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti khususnya dan yang membaca umumnya. Atas perhatiannya peneliti mengucapkan terima kasih.

Jakarta, Februari 2017

Peneliti

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR BAGAN	viii
ABSTRAK	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	12
1.4.1 Manfaat Akademis.....	12
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
BAB II.....	14
TINJAUAN PUSTAKA.....	14
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.1.1 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	15
2.1.2 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	17
2.1.3 Pengertian Pemasaran Jasa	19
2.2 <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	21
2.2.1 Komponen <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	23
2.2.2 Manfaat <i>Customer Relationship Management (CRM)</i>	25
2.3 Strategi Komunikasi	26
2.3.1 Strategi.....	26
2.3.2 Tahapan-tahapan Strategi	27
2.3.3 Strategi Komunikasi	31
2.4 <i>Customer Service Perbankan</i>	33
2.4.1 Etiket <i>Customer Service Perbankan</i>	34
2.4.2 Ciri Pelayanan <i>Customer Service Perbankan</i>	36
2.5 <i>Customer Engagement</i>	37

2.5.1	Faktor yang mempengaruhi <i>Customer Engagement</i> (Keterlibatan)...	39
2.5.2	Hirarki <i>Customer Engagement</i>	40
BAB III		43
METODOLOGI PENELITIAN		43
3.1	Paradigma Penelitian.....	43
3.2	Metode Penelitian.....	43
3.3	Subyek Penelitian.....	45
3.4	Teknik Pengumpulan Data	47
3.4.1	Data Primer	47
3.4.2	Data Sekunder.....	48
3.5	Teknik Analisis Data.....	49
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	50
BAB IV		52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		52
4.1	Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	52
4.1.1	Sejarah Perusahaan	52
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	58
4.1.3	Produk Layanan.....	58
4.1.4	Struktur Organisasi BCA KCP Graha Paramita	61
4.2	Hasil Penelitian.....	61
4.2.1	Perencanaan Program <i>Customer Engagement</i>	63
4.2.2	Pelaksanaan Program <i>Customer Engagement</i>	70
4.2.3	Evaluasi Program <i>Customer Engagement</i>	78
4.3	Pembahasan.....	82
BAB V		88
KESIMPULAN DAN SARAN		88
5.1	Kesimpulan.....	88
5.2	Saran	89
5.2.1	Saran Akademis	89
5.2.2	Saran Praktis	89

DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
1. Tabel 1.1 Jumlah Soldex Tutup pada September 2016- Oktober 2016 di BCA KCP Graha Paramita	8
2. Tabel 4.1 Jenis-jenis Produk BCA	59



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
1. Gambar 4.1 Media Komunikasi Website Mybca	68
2. Gambar 4.2 Media Komunikasi Program Customer Engagement	69
3. Gambar 4.3 Pelayanan Service Assistant	71
4. Gambar 4.4 Roleplay yang dilakukan oleh Ibu Sulistiya Permatasari dan Ibu Lisa Pratiwi setelah jam layanan	74
5. Gambar 4.5 Pelayanan Ibu Sulistiya Permatasari ketika menyambut nasabah yang datang	76
6. Gambar 4.6 Kegiatan Menelfon Nasabah K1	77



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR BAGAN

Nomor	Halaman
1. Bagan 2.1 Hirarki Customer Engagement	40
2. Bagan 4.1 Struktur Organisasi	61
3. Bagan 4.2 Gambaran Umum Pembahasan	83

