



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Public Relations
Al Qoyoum Galih Nomi Prestasiwi
44215120146

Peran *Public Relations* PT Bank UOB Indonesia Dalam Mempertahankan Reputasi
Kepada Nasabah Pengguna Kartu Kredit
Jumlah halaman : 7 + 93 halaman + 26 lampiran
Bibliografi : 20 acuan, tahun 1983 – 2015

ABSTRAK

Latar Belakang penelitian adalah untuk mengetahui PT Bank UOB Indonesia sudah menjaga reputasinya dengan baik terutama dimata pemegang kartu kredit UOB Indonesia. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui peran *Public Relation* yang terlibat dalam menjaga reputasi UOB.

Metode dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Data diperoleh melalui pengamatan langsung, wawancara mendalam pada pihak Bank UOB Indonesia yaitu, *head of public relation* dan manager anti antrition serta nasabah Bank UOB Indonesia. Selain itu, data juga diperoleh dengan penelusuran data online untuk menghimpun data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa peran *Public Relations* dipandang sebagai divisi yang memiliki peran yang strategis dalam perusahaan untuk mewujudkan salah satu konsep penting *Public Relation* yaitu Reputasi perusahaan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah perusahaan sudah menjalankan empat peran public relations baik sebagai teknisi komunikasi, penentu ahli, fasilitator komunikasi dan fasilitator pemecah masalah, dalam mendukung reputasi perusahaan. PT Bank UOB Indonesia telah membangun reputasi perusahaan dengan sejarah yang panjang, dan membawa efek positif terhadap perusahaan.

Kata Kunci : PT Bank UOB Indonesia, *Public relations*, Reputasi