



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA**

Nama : Adityo Priambodo
 NIM : 44313120041
 Judul : Strategi *Positioning* Bank Bukopin Dalam Meningkatkan *Brand Image*
 (Studi Kasus Strategi *Positioning* dan Pemasaran Produk Kartu Kredit
 Bukopin Periode 2015)
 Bibliografi : 5 Bab 75 hal + Lampiran + 33 buku (1981-2010)

ABSTRAK

Dunia perbankan merupakan dunia yang penuh dengan kreativitas serta inovasi keuangan. Dalam membuat sebuah produk/jasa keuangan dibutuhkan perencanaan dan strategi komunikasi yang matang agar produk/jasa dapat diminati oleh masyarakat. Bagi Bank Bukopin yang merupakan Penyedia Jasa Keuangan milik swasta yang lekat dengan *image* koperasi dan kurang menarik untuk produk/jasa keuangan, selain melakukan strategi pemasaran dari segi keunggulan produk, juga harus memikirkan bagaimana memasarkan produk/jasa tersebut agar dapat diketahui oleh masyarakat. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi *positioning* yang dilakukan oleh Bank Bukopin dalam membangun *brand image*.

Konsep strategi *positioning* yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan konsep strategi komunikasi yang dijabarkan dalam buku Manajemen Periklanan oleh Rhenald Kasali. Menurut Rhenald, strategi komunikasi merupakan orientasi pemasaran yang diberikan kepada orang-orang kreatif sebagai pedoman dalam membuat suatu pesan/informasi, dimana mencakup pengembangan konsep atau ide dalam membentuk komunikasi yang efektif. Dalam penelitian ini peneliti berfokus pada proses strategi *positioning* dengan salah satu produk unggulan Kartu Kredit Bukopin di Bank Bukopin, mulai dari tahap perencanaan hingga bagaimana memasarkan produk/jasa tersebut agar dapat diminati oleh khalayak.

Tipe penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah metode riset studi kasus dengan wawancara secara mendalam serta didukung oleh sejumlah data yang didapatkan secara komprehensif.

Hasil akhir dari penelitian ini dapat diketahui bahwa untuk meningkatkan *brand image* dapat dilakukan dengan langkah strategi *positioning* dan komunikasi pemasaran yang berintegrasi, meskipun masih ada beberapa hal yang harus dievaluasi oleh Bank Bukopin agar dapat lebih baik kedepannya.