



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Strategi *Positioning* Bank Bukopin Dalam Meningkatkan *Brand Image*

(Studi Kasus Strategi *Positioning* Bank Bukopin dan Pemasaran Produk Kartu Kredit Bukopin)

Disusun :

Oleh

Adityo Priambodo

44313120041

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

2016

LEMBAR SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Adityo Priambodo

NIM : 44313120041

Bidang Studi : Adv & Marcomm

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul:

STRATEGI *POSITIONING* BANK BUKOPIN DALAM MENINGKATKAN *BRAND IMAGE* (STUDI KASUS STRATEGI *POSITIONING* BANK BUKOPIN DAN PEMASARAN PRODUK KARTU KREDIT BUKOPIN)

Adalah murni hasil karya sendiri yang telah saya buat sendiri sebagai salah satu syarat menjadi sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan dengan sumber yang sudah dicantumkan.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima pembatalan kelulusan dan melakukan kembali penyusunan skripsi dari awal. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

MERCU BUANA

Jakarta, 19 Januari 2016

METERAI
TEMPEL
6000
Adityo Priambodo



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

Nama : Adityo Priambodo
NIM : 44313120041
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising
Judul Skripsi : Strategi *Positioning* Bank Bukopin Dalam Meningkatkan *Brand Image* (Studi Kasus Strategi *Positioning* Bank Bukopin dan Pemasaran Produk Kartu Kredit Bukopin)

Jakarta, Januari 2016

Mengetahui,
Pembimbing,

UNIVERSITAS
MERCU BUANA


Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi *Positioning* Bank Bukopin Dalam Meningkatkan *Brand Image* (Studi Kasus Strategi *Positioning* Bank Bukopin dan Pemasaran Produk Kartu Kredit Bukopin)
Nama : Adityo Priambodo
NIM : 44313120041
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Januari 2016

Ketua Sidang,
Morissan, MA

(.....)

Penguji Ahli,
Dr. Ahmad Mulyana, M. Si

(.....)

Pembimbing,
Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si

(.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Jakarta

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Strategi *Positioning* Bank Bukopin Dalam Meningkatkan *Brand Image* (Studi Kasus Strategi *Positioning* Bank Bukopin dan Pemasaran Produk Kartu Kredit Bukopin)
Nama : Adityo Priambodo
NIM : 44313120041
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jurusan : Marketing Communication & Advertising

Jakarta, Januari 2016
Disetujui dan Diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Marcomm & Adv

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

UNIVERSITAS

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Agustina Zubair, M.Si)

(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

MERCU BUANA

KATA PENGANTAR

Sebuah kebanggaan bagi penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi ini, semua itu tidak terlepas berkat rahmat Allah SWT yang telah memberikan rahmatnya sehingga penulis dapat menyusun skripsi tepat waktu dan penulis mau bekerja setiap hari sehingga skripsi ini pun terselesaikan. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, namun setidaknya penulis telah berusaha bekerja keras untuk menyelesaikan skripsi ini. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak yang sangat membantu, baik secara moril maupun materiil dan juga bantuan untuk memberikan data-data yang berkaitan dengan skripsi ini. Untuk itu pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku Dosen Pembimbing dan Ketua Bidang Studi jurusan Marcomm & Adv yang telah bersedia menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran dengan penuh kesabaran memberikan bimbingan dan memberikan masukan dan melengkapi jika ada kekeliruan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bank Bukopin HUB VI, VII dan Kantor Pusat, terima kasih sudah memberikan dukungan dan bersedia meluangkan waktu untuk wawancara serta memberikan data-data yang diperlukan penulis sehingga penulis dapat melakukan penyusunan skripsi.
3. Dr. Agustina Zubair, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Kedua Orang tua, terima kasih telah memberikan doa dan semangat sehingga penulis dapat menyusun skripsi ini.

5. Para Dosen Jurusan Marcomm Universitas Mercu Buana Menteng yang telah mengajar dan memberikan ilmu dan pengalaman selama penulis mengikuti perkuliahan di Universitas Mercu Buana Menteng Jakarta.



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

DAFTAR ISI

LEMBAR SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG

TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR GAMBAR	iii
ABSTRAK	vi
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Identifikasi Masalah	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis.....	7
1.5.2 Manfaat Praktis	7
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tabel Jurnal Perbandingan.....	8
2.2 Komunikasi Pemasaran	9
2.2.1 Model Komunikasi Pemasaran.....	10
2.2.2 Ciri – ciri Komunikasi Pemasaran.....	11
2.3 Definisi Strategi	13
2.4 Positioning	17
2.5 Brand Image.....	19
2.6 Analisis SWOT	20
2.7 Segmentation, Targeting dan Positioning	22

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma	24
3.2 Tipe Penelitian	24
3.3 Metode Penelitian	25
3.4 Subyek Penelitian	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.5.1 Data Primer	29
3.5.2 Data Sekunder	29
3.5.2.1 Riset Kepustakaan	30
3.5.2.2 Penelaahan Dokumentasi	30
3.5.2.3 Penelusuran Data Online	30
3.6 Definisi Konsep	31
3.6.1 Definisi Konsep	31
3.6.2 Fokus Penelitian	32
3.7 Teknik Analisis Data	33
3.8 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	34

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	35
4.1.1 Sekilas Bank Bukopin	35
4.1.2 Visi, Misi dan Strategi Perbankan	36
4.1.2.1 Visi	36
4.1.2.2 Misi	36
4.1.2.3 Strategi Perbankan Bank Bukopin	36
4.1.3 Budaya Perusahaan	37
4.1.4 Produk Unggulan Bank Bukopin	40
4.2 Hasil Penelitian	45
4.2.1 Brand Image Bank Bukopin	47
4.2.1.1 Identifikasi Masalah	49
4.2.1.2 Analisis SWOT Dalam Strateg Postioning Bank Bukopin	52

4.2.1.3 Segmentasi, Targeting dan Positioning Bank Bukopin.....	58
4.2.2 Implementasi Strategi Positioning Bank Bukopin	59
4.2.2.1 Promosi Kartu Kredit Bukopin	59
4.2.3 Meningkatkan Brand Image Di Masyarakat	62
4.3 Pembahasan	64
4.3.1 Pelaksanaan Strategi Positioning Bank Bukopin	64
BAB V : KESIMPULAN	
5.1 Kesimpulan	71
5.2 Saran	73
5.2.1 Saran Akademisi	73
5.2.2 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	75
LAMPIRAN	78



U N I V E R S I T A S
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Tabel Jurnal Perbandingan	8
Gambar Skema Komunikasi	10



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A