



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Raymond Saga Gumilang
44217110137

Rekonstruksi Citra Perusahaan Sebagai Bank Penyedia Layanan Multi Produk (Studi Deskriptif-Kualitatif pada PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Kantor Cabang Bekasi).

Jumlah Halaman : 5 Bab + 155 Halaman + 4 Lampiran

Bibliografi : 22 buku, tahun 2004 - 2016 + 8 E-Journal + 1 *website*

ABSTRAK

Bank BTN merubah visinya dari “Menjadi Bank yang Terkemuka dalam Pembiayaan Perumahan”, lalu diubah menjadi “Terdepan dan Terpercaya dalam Memfasilitasi Sektor Perumahan dan Jasa Layanan Keuangan Keluarga.” pada tahun 2018. Dengan perubahan visinya, Bank BTN ingin memunculkan citra baru kepada masyarakat yaitu sebagai bank multiproduk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menggambarkan upaya rekonstruksi citra yang dilakukan oleh Bank BTN KC Bekasi kepada nasabahnya.

Penelitian ini menggunakan teori manajemen public relations yang meliputi *fact finding*, *planning*, *communicating*, dan *evaluating*, dan model pembentukan citra yang memiliki aspek meliputi persepsi, kognisi, motivasi dan sikap.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif dengan tipe penelitian kualitatif yang melakukan wawancara mendalam kepada narasumber. Narasumber dalam penelitian ini adalah Karyawan Bank BTN KC Bekasi yang terlibat langsung dalam upaya rekonstruksi citra perusahaan dan nasabah Bank BTN KC Bekasi.

Hasil penelitian ini membahas mengenai upaya dan strategi yang dilakukan Bank BTN KC Bekasi berdasarkan teori manajemen public relations mulai dari proses analisa masalah dan menemukan fakta, merencanakan strategi, publikasi, sampai evaluasi dengan mengaitkan pada model pembentukan citra.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Bank BTN KC Bekasi melakukan upaya rekonstruksi citra dengan menerapkan tahapan manajemen public relations yaitu *fact finding*, *planning*, *communicating* dan *evaluating*. Dalam menumbuhkan citra kepada nasabahnya, Bank BTN KC Bekasi menerapkan model pembentukan citra dengan membuat stimuli. Hal ini dilakukan untuk menyukseskan program rekonstruksi citra Bank BTN KC Bekasi sebagai bank multiproduk. Karena pada dasarnya, citra perusahaan yang terbentuk merupakan tanggung jawab public relations.

Kata Kunci: citra perusahaan, *public relations*, nasabah.



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Public Relations*
Raymond Saga Gumilang
44217110137

Efforts to Reconstruct Corporate Image as a Multi-Product Service Provider Bank (Descriptive-Qualitative Study at PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk Bekasi Branch Office).

Number of pages : (V) + 155 Pages + 4 Attachment

Bibliografi : 22 books, 2004 – 2016 + 8 E-Journal + 1 website

ABSTRACT

Bank BTN changed its vision from "Becoming the Leading Bank in Housing Financing", then changed to "Leading and Reliable in Facilitating the Housing and Family Financial Services Sector." In 2018. With the change in its vision, Bank BTN wants to bring a new image to the public namely as a multiproduct bank. This study aims to determine and describe the image reconstruction effort undertaken by Bank BTN KC Bekasi to its customers.

This study uses public relations management theory which includes fact finding, planning, communicating, and evaluating, and image formation models that have aspects including perception, cognition, motivation and attitude.

This research uses a descriptive research method with a type of qualitative research that conducts in-depth interviews with informants. The resource persons in this study were the employees of Bank BTN KC Bekasi who were directly involved in the efforts to reconstruct the company's image and customers of Bank BTN KC Bekasi.

The results of this study discuss the efforts and strategies made by Bank BTN KC in accordance with the theory of public relations management starting from the process of problem analysis and finding facts, planning strategies, publications, and evaluations by linking to the image formation model.

This study concludes that Bank BTN KC Bekasi undertakes image reconstruction efforts by applying the stages of public relations management namely fact finding, planning, communicating and evaluating. In growing its image to its customers, Bank BTN KC Bekasi applies the image formation model by creating stimuli. This was done to succeed in the reconstruction program of the image of Bank BTN KC Bekasi as a multiproduct bank. Because basically, the image of the company formed is the responsibility of public relations.

Keywords: corporate image, public relations, customer.