



**PEMETAAN BENTUK KOMUNIKASI CUSTOMER RETENTION PADA  
PRODUK JASA KEUANGAN DALAM MENJAGA LOYALITAS  
KONSUMEN**

**TESIS**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Magister  
Strata 2 (S2) Ilmu Komunikasi**

UNIV Disusun oleh: S  
**MERCU BUANA**  
Hana Maulidina

**55220110066**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA 2023**



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS**

Nama Lengkap : HANA MAULIDINA  
NIM : 55220110066  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate Communication  
Judul Karya Akhir/Tesis : **PEMETAAN BENTUK KOMUNIKASI CUSTOMER  
RETENTION PADA PRODUK JASA KEUANGAN DALAM  
MENJAGA LOYALITAS KONSUMEN**

Jakarta, (22 Agustus 2023)

U N I Dosen Pembimbing

**MERCU BUANA**

  
(Dr. Farid Hamid Umarella., S.Sos, M.Si)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS**

Judul : **PEMETAAN BENTUK KOMUNIKASI CUSTOMER RETENTION  
PADA PRODUK JASA KEUANGAN DALAM MENJAGA  
LOYALITAS KONSUMEN**

Nama : HANA MAULIDINA

NIM : 55220110066

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Communication

Tanggal : 22 Agustus 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Jakarta, (22 Agustus 2023)  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(**Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si**)
2. Penguji Ahli :  
(**Dr. Achmad Jamil, M.Si**)
3. Pembimbing :  
(**Dr. Farid Hamid Umarella., S.Sos, M.Si**)



(.....)

(.....)

(.....)



**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS**

Judul : **PEMETAAN BENTUK KOMUNIKASI CUSTOMER RETENTION  
PADA PRODUK JASA KEUANGAN DALAM MENJAGA LOYALITAS  
KONSUMEN**

Nama : HANA MAULIDINA

NIM : 55220110066

Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Corporate Communication

Tanggal : 22 Agustus 2023

**MERCU BUANA**

Jakarta, (22 Agustus 2023)  
Mengetahui,

1. Ketua Sidang :  
(**Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si**)
2. Penguji Ahli :  
(**Dr. Achmad Jamil, M.Si**)
3. Pembimbing :  
(**Dr. Farid Hamid Umarella., S.Sos, M.Si**)

(.....)  
(.....)  
(.....)

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**LEMBAR PENGESAHAN TESIS**

Nama Lengkap : HANA MAULIDINA  
NIM : 55220110066  
Jenjang Pendidikan : Strata Dua (S2)  
Kosentrasi : Corporate Communication  
Judul Karya Akhir/Tesis : **PEMETAAN BENTUK KOMUNIKASI CUSTOMER  
RETENTION PADA PRODUK JASA KEUANGAN DALAM MENJAGA LOYALITAS  
KONSUMEN**


Jakarta, (22 Agustus 2023)

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Dosen Pembimbing



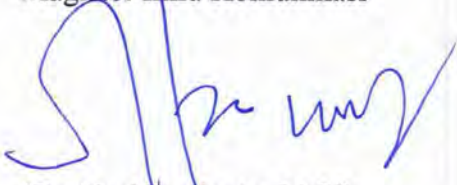
(Dr. Farid Hamid Umarella., S.Sos, M.Si)

Dekan  
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi  
Magister Ilmu Komunikasi



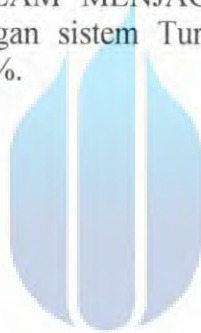
(Dr. Heri Budianto, M.Si)

## PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Hana Maulidina  
NIM : 55220110066  
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Dengan judul “ PEMETAAN BENTUK KOMUNIKASI CUSTOMER RETENTION PADA PRODUK JASA KEUANGAN DALAM MENJAGA LOYALITAS KONSUMEN” ,telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 12 September 2023 ,didapatkan nilai persentase sebesar 29%.



UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 12 September 2023  
Administrator Turnitin

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Sukadi', with a long horizontal stroke extending to the right.

**Sukadi, SE., MM**

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : **PEMETAAN BENTUK KOMUNIKASI CUSTOMER RETENTION PADA PRODUK JASA KEUANGAN DALAM MENJAGA LOYALITAS KONSUMEN**

Nama : HANA MAULIDINA

N I M : 55220110066

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Tanggal : 22 Agustus 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Jakarta, 22 Agustus 2023



Hana Maulidina

## ABSTRACT

*This study aims to describe in more detail how to map the form of customer retention communication carried out by PT Bank Central Asia based on the objectives of each business line in maintaining consumer loyalty. The data collected in this study used case studies and in-depth interviews, gradually starting from one case to another with five informants. The data analysis method in this study is qualitative, namely data reduction. The study results reveal that in implementing communication activities at PT Bank Central Asia, Tbk can be done orally or in writing as well as through the media. The aim is to gain a shared understanding of the information being communicated. Forms of communication that occur in each line of business can be formed based on the process, the size of the target (communicant), and the direction of the message to be conveyed so that the communication that occurs more often is interpersonal communication and mass communication. Meanwhile, several inhibiting factors occur in each line at PT Bank Central Asia, which occur in mass communication where information is conveyed indirectly (using certain media, namely, communication delivered via telephone, email, chat and Instagram). and one-way communication.*

**Keywords** *Forms of Communication, Customer Retention, Consumer Loyalty*



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara lebih detail bagaimana pemetaan bentuk komunikasi *customer retention* yang dilakukan oleh PT Bank Central Asia berdasarkan tujuan masing-masing lini bisnis dalam menjaga loyalitas konsumen menggambarkan secara lebih detail bagaimana pemetaan bentuk komunikasi *customer retention* yang dilakukan oleh PT Bank Central Asia berdasarkan tujuan masing-masing lini bisnis dalam menjaga loyalitas konsumen. Data yang dikumpulkan pada penelitian ini dilakukan dengan cara studi kasus dan wawancara yang mendalam secara bertahap dimulai dari satu kasus ke kasus lainnya dengan total sebanyak 5 informan. Metode analisis data pada penelitian ini secara kualitatif yakni reduksi data. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa dalam pelaksanaan kegiatan komunikasi di PT Bank Central Asia, Tbk dapat dilakukan secara lisan atau tertulis serta melalui media. Tujuannya adalah untuk memperoleh pemahaman yang sama tentang informasi yang dikomunikasikan. Bentuk komunikasi yang terjadi pada masing-masing lini bisnis dapat terbentuk berdasarkan proses, berdasarkan besarnya sasaran (komunikatif), dan berdasarkan arah pesan yang akan disampaikan. Sehingga bentuk komunikasi yang lebih sering terjadi adalah komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Sedangkan, Beberapa faktor penghambat yang terjadi pada masing-masing lini di PT Bank Central Asia, yaitu terjadi pada bentuk komunikasi massa yang mana informasi yang disampaikan tidak secara langsung (menggunakan media tertentu yaitu, komunikasi yang disampaikan melalui telepon, email, chat dan instagram) dan komunikasi yang sifatnya satu arah.

**Kata Kunci: Bentuk Komunikasi, Customer Retention, Loyalitas Konsumen**

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, tak henti-hentinya penulis memanjatkan puji syukur kehadirat Allah SWT, Tuhan semesta alam yang atas limpahan nikmat dan karunianya yang tak terputus, penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal tesis berjudul “Pemetaan Bentuk Komunikasi *Customer Retention* pada Produk Jasa Keuangan Dalam Menjaga Loyalitas Konsumen”. Shalawat dan salam juga selalu tercurah kepada suri tauladan, dan penerang kehidupan Nabi Muhammad SAW.

Proposal tesis ini sesungguhnya hanyalah mimpi belaka jika penulis tidak mendapatkan uluran bantuan yang sangat berharga dari berbagai pihak. Melalui tulisan ini, izinkan penulis menghaturkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Farid Hamid U, S.Sos, M.Si., selaku dosen pembimbing yang atas arahnya dan masukannya selama proses bimbingan bagi penulis.
2. Ayahku tersayang Dr. Ahmad Mulyana M.Si, Ibu Margirini dan Bunda Riaty Handayani serta adik-adik yang telah senantiasa menyemangati, mendoakan, dan mencurahkan kasih sayang yang tulus kepada penulis selama ini.
3. Universitas Mercu Buana Jakarta atas beasiswa sampai dengan lulus yang telah diberikan kepada penulis sehingga penulis mampu meraih mimpinya untuk melanjutkan Pendidikan Magister Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Heri Budianto, S.Sos, M.Si., selaku ketua program studi Magister

Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang dengan senang hati memberi bantuan bersifat akademik maupun non akademik kepada penulis.

5. Seluruh dosen dan civitas akademik Universitas Mercu buana Jakarta atas ilmu dan bantuannya selama penulis menyusun proposal tesis ini.
6. Untuk suamiku tercinta Ahmad Jefri Yansah S.T, yang tiada henti dalam menyemangati dan mengingatkan untuk menyelesaikan pendidikan magister ini.
7. Rekan kehidupan terbaik yang selalu ada dalam level ups and downs, dear Nurul Komara Fajrin S.E, M.M. Uin always taught me about Go On Hana, this to shall pass. Then here I am.
8. Teman-teman seangkatan yang berjuang meraih gelar Magister Ilmu Komunikasi di MIKOM Universitas Mercu Buana. Terutama Mama Praya (Kurnia Beti) yang bersedia direpotkan baik saat sehat maupun sakit
9. Rekan-rekan kantor BCA Sekuritas, BCA, dan Halo BCA yang bersedia membantu dan terlibat dalam penelitian ini
10. Dan seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu dalam kata pengantar yang singkat ini. Semoga kebaikan kalian dibalas dengan berlipat- lipat balasan oleh Allah SWT.

Masukan berupa kritik dan saran sangat penulis butuhkan demi penyempurnaan tesis ini. Jika ditemukan kekeliruan, dapat menghubungi penulis secara langsung maupun menggunakan media-media yang tersedia.

Akhir kata, selamat membaca salah satu karya ini. Semoga dapat memberi manfaat bagi dunia literasi di Indonesia

Jakarta, 22 Agustus 2023

Penulis,

Hana Maulidina



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS .....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY .....	v
PERNYATAAN .....	vi
ABSTRACT .....	vii
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI .....	xii
BAB I .....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Fokus penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	9
1.4 Manfaat Penelitian .....	9
BAB II.....	10
KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN.....	10

<b>2.1 Penelitian Terdahulu</b> .....	10
<b>2.2 Kajian Teori</b> .....	21
2.2.1 Komunikasi Pemasaran .....	21
2.2.2 Komunikasi Interpersonal.....	25
2.2.3 Bentuk Komunikasi .....	27
2.2.4 Customer retention .....	32
2.2.5 Pemetaan.....	34
2.2.6 Loyalitas konsumen.....	35
2.2.7 Kerangka Berpikir.....	39
<b>BAB III</b> .....	40
<b>METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	40
<b>3.1 Paradigma Penelitian</b> .....	40
<b>3.2 Metode Penelitian</b> .....	41
<b>3.3 Informan atau Narasumber Penelitian</b> .....	43
<b>3.4 Jenis dan Sumber Data</b> .....	46
3.4.1 Jenis Data.....	46
3.4.2. Sumber Data .....	47
<b>3.5 Teknik Pengumpulan Data</b> .....	47
<b>3.6 Teknik Analisis Data</b> .....	48
<b>3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data</b> .....	49

<b>BAB IV .....</b>	<b>51</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>51</b>
<b>4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....</b>	<b>51</b>
4.1.1 Sejarah Singkat Berdirinya BCA (Bank Central Asia).....	51
4.1.2. BCA Sekuritas .....	55
4.1.3 Halo BCA .....	57
<b>4.2 Hasil Penelitian .....</b>	<b>59</b>
4.2.1 Produk Jasa.....	62
<b>4.3 Pembahasan .....</b>	<b>67</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>80</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>80</b>
5.1 Kesimpulan .....	80
5.2 Saran.....	81
5.2.1 Saran Akademik .....	81
5.2.2 Saran Praktis.....	81
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>82</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>85</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>14</b>
<b>Tabel 3.3.1 Tabel Informan Penelitian.....</b>	<b>46</b>

