



**Universitas Mercu Buana**  
**Fakultas Ilmu Komunikasi**  
**Bidang Studi Public Relations**  
**Sriulina Sihombing**  
**44214120092**

**Implementasi Strategi Komunikasi PT BANK RAKYAT INDONESIA (PERSERO) Tbk. KANCA JELAMBAR dalam program layanan Agen Brilink.**

Bibliography : 35 Referensi (1991-2016)

### **ABSTRAK**

Perubahan inovasi dunia perbankan konvensional menjadi perbankan digital menuntut setiap perbankan mengikuti perubahannya, begitupun PT BANK BRI Persero dengan peluncuran program layanan Agen Brilink merupakan sebuah inovasi perbankan untuk lebih menjangkau nasabahnya hingga ke pelosok-pelosok. Untuk mensukseskan program layanan Agen Brilink ini tentu saja perusahaan BANK BRI KC JELAMBAR merancang dan mengimplementasikan strategi komunikasi yang guna untuk mempertahankan pelanggan. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui proses implementasi strategi komunikasi PT BANK BRI KC Jelambar dalam program Layanan Agen Brilink.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan tipe deskriptif. Paradigma yang digunakan adalah paradigma post positivisme dengan metode penelitian studi kasus.

Hasil penelitian membuktikan keberhasilan program layanan Agen Brilink dengan menerapkan tahap manajemen strategis yang dilakukan dari perumusan strategi, proses implementasi, hambatan dan cara penanganan hingga proses evaluasi strategi komunikasi yang dilakukan BANK BRI KC Jelambar. Perusahaan mampu mensukseskan program layanan Agen dan mampu menjaga loyalitas Agen Brilink untuk melayani pelanggannya, ini adalah merupakan bukti keberhasilannya menciptakan inovasi dalam perkembangan perbankan di era digital.

**Kata Kunci** : Implementasi Strategi, Strategi Komunikasi, Sosialisasi, Layanan Agen Brilink.



**Universitas Mercu Buana**  
**Faculty Ilmu Komunikasi**  
**Studi Program Public Relations**  
**Sriulina Sihombing**  
**44214120092**

***Implementation Communication Strategy PT BANK RAKYAT INDONESIA  
KANCAC JELAMBAR on Agent Brilink service program.***

***Bibliography : 35 References (1991-2016)***

#### **ABSTRACT**

*The conventional innovation of conventional banking into digital banking requires every banking to follow the change, as PT BANK BRI Persero with the launch of Agil Brilink service program is a banking innovation to reach more customers to the outposts. To succeed the Agent Brilink service program, of course BANK BRI KC JELAMBAR company design and implement communication strategy to maintain customer. The purpose of this research is to know the implementation process of communication strategy of PT BANK BRI KC Jelambar in Agent Brilink Service program.*

*This research uses qualitative approach with descriptive type. The paradigm used is post positivem paradigm with case study research method.*

*The result of the research proves the success of Agil Brilink service program by applying strategic management stage which is done from strategy formulation, implementation process, obstacle and handling until communication strategy evaluation process done by BANK BRI KC Jelambar. The company is able to succeed Agent's service program and be able to maintain the loyalty of Brilink Agent to serve its customers, this is proof of its success in creating innovation in the development of banking in the digital era.*

***Keywords: Strategy Implementation, Communication Strategy, Socialization, Agent Service Brilink***