



**STRATEGI MARKETING PR DALAM PENGELOLAAN
EVENT BTN MOBILE GOES TO BERLIN**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Disusun Oleh :

MUGI GILANG PENALOSA

44221110060

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Mugi Gilang Penalosa
NIM : 44221110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Marketing PR Dalam Pengelolaan *event* BTN Mobile Goes to Berlin.

Dengan ini, saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan plagiat. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya cantumkan dengan benar. Apabila dikemudian hari ditemukan unsur plagiat dalam skripsi saya, saya siap menerima sanksi akademik sesuai ketentuan yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 04 Juni 2025



Mugi Gilang Penalosa

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Mugi Gilang Penalosa
NIM : 44221110060
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Marketing PR Dalam Pengelolaan *event* BTN Mobile Goes to Berlin.

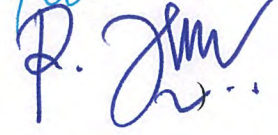
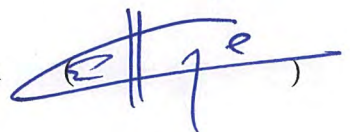
Telah berhasil dipertahankan dalam sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) pada Program Studi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Program Sarjana, Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Riki Arswendi, S.Sos, M.Ikom
NIDN : 0316088503

Ketua Penguji : Rika Yessica Rahma, M.Ikom
NIDN : 0314057804

Penguji Ahli : Engga Probi Endri, S.I.Kom., M.A
NIDN : 0317089402

()
()
()

Jakarta, 04 Juni 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr Ahmad Mulyana, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Mugi Gilang Penalosa
NIM : 44221110060
Program Studi : *Public Relation*
Judul Skripsi : Strategi Marketing PR Dalam Pengelolaan *event* BTN Mobile Goes to Berlin.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-Exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul sebagaimana tercantum di atas, beserta perangkat yang menyertainya (jika diperlukan).

Dengan pemberian Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, Universitas Mercu Buana berhak untuk menyimpan, mengalihmedia atau mengubah format, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, serta mempublikasikan laporan skripsi saya, dengan tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan pemilik hak cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 04 Juni 2025

Yang Menyatakan,



Mugi Gilang Penalosa

ABSTRAK

Nama : Mugi Gilang Penalosa
NIM : 44221110060
Program Studi : *Public Relation*
Judul Skripsi : “Strategi Marketing PR Dalam Pengelolaan *Event* BTN Mobile Goes to Berlin.”
Pembimbing : Riki Arswendi, S. Sos, M.Ikom

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk selama ini dikenal luas sebagai bank penyalur Kredit Pemilikan Rumah (KPR). Melalui peluncuran BTN Mobile dan penyelenggaraan *event* “BTN Mobile Goes to Berlin”, BTN berupaya membangun citra baru sebagai bank transaksional yang modern dan relevan dengan gaya hidup digital masyarakat. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi pengelolaan *event* yang dijalankan oleh *Marketing Communication Division* BTN dalam membentuk citra perusahaan melalui pendekatan *event* berbasis gaya hidup.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus dan paradigma konstruktivis. Data diperoleh melalui wawancara dengan lima informan dari pihak internal BTN, pemenang *challenge event*, serta representatif eksternal, dan didukung oleh observasi serta dokumentasi. Teori manajemen *event* Sitepu digunakan untuk menganalisis tahapan perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan evaluasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *event* ini berhasil meningkatkan awareness BTN Mobile secara signifikan, ditunjukkan melalui peningkatan jumlah aktivasi aplikasi dan keterlibatan publik dalam kampanye digital. BTN memanfaatkan tren gaya hidup lari dan menggandeng masyarakat serta audiens Instagram untuk berpartisipasi aktif dalam *challenge* konten dan promosi. Pada tahap evaluasi, BTN mencatat lonjakan penggunaan BTN Mobile, peningkatan volume transaksi digital, serta pergeseran persepsi publik dari bank KPR menjadi bank transaksional dan siap memenuhi kebutuhan finansial masyarakat.

Kesimpulannya, strategi pengelolaan *event* “BTN Mobile Goes to Berlin” tidak hanya berhasil memperkuat citra perusahaan, tetapi juga memberikan dampak konkret terhadap adopsi layanan digital BTN. Penelitian ini membuktikan bahwa *event* berbasis gaya hidup dapat menjadi instrumen strategis dalam rebranding institusi keuangan di era digital.

Kata Kunci : Komunikasi, Komunikasi Korporat, Public Relations, *Event*, Manajemen *Event*.

ABSTRACT

Name : Mugi Gilang Penalosa
NIM : 44221110060
Study Program : Communication Science
Title Internship Report : “Strategi Marketing PR Dalam Pengelolaan *Event* BTN Mobile Goes to Berlin.”
Conselor : Riki Arswendi, S. Sos, M.Ikom

PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk has long been widely recognized as a provider of mortgage loans (KPR). Through the launch of BTN Mobile and the organization of the “BTN Mobile Goes to Berlin” event, BTN aims to build a new image as a modern transactional bank aligned with the digital lifestyle of society. This study aims to analyze the event management strategy implemented by BTN’s Marketing Communication Division in shaping the company’s image through a lifestyle-based event approach.

This research adopts a qualitative method using a case study approach within a constructivist paradigm. Data were obtained through interviews with five informants—including internal BTN representatives, event challenge winners, and external stakeholders—supported by observation and documentation. Sitepu’s event management theory was used to analyze the planning, organizing, implementation, and evaluation stages.

The results indicate that the event significantly increased awareness of BTN Mobile, as evidenced by a rise in application activations and public engagement in digital campaigns. BTN leveraged the running lifestyle trend and actively engaged the public and Instagram audiences through content challenges and promotional activities. In the evaluation stage, BTN recorded a surge in BTN Mobile usage, an increase in digital transaction volume, and a shift in public perception—from a mortgage-focused bank to a transactional bank capable of meeting diverse financial needs.

In conclusion, the event management strategy of “BTN Mobile Goes to Berlin” not only succeeded in strengthening the company’s image but also had a tangible impact on the adoption of BTN’s digital services. This study demonstrates that lifestyle-based events can serve as strategic instruments in rebranding financial institutions in the digital era.

Keywords: *Communication, Corporate Communication, Public Relations, Event, Event Managemen.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga penyusunan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul “Strategi Pengelolaan *Event* BTN Mobile Goes To Berlin Dalam Membangun Citra PT Bank Tabungan Negara (Persero), Tbk” dapat selesai pada waktunya.

Adapun penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini diajukan sebagai syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan dan petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada Bapak/Ibu/Sdr/i:

1. Bapak Riki Arswendi, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Ibu Rika Yessica Rahma M.IKom., selaku Ketua Penguji Sidang Tugas Akhir.
4. Bapak Engga Probi Endri, S.I.Kom, M.A., selaku Dosen Penguji Akhli Sidang Tugas Akhir.
5. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Rosmawaty .P, Dr, S.Sos., MT selaku Pembimbing Akademik
7. Bapak Ikwal Septian, selaku Product Marcomm Specialist beserta jajaran *Management* perusahaan yang bersedia membantu peneliti dalam proses wawancara dan pengambilan data penelitian.
8. Bapak Aan, selaku *Vice Predident* PT Adi Karya (Persero) Tbk yang bersedia membantu peneliti dalam proses wawancara dan pengambilan data penelitian.
9. Kedua orang tua penulis yang telah memberikan dorongan semangat dan doa saat awal mula penulis memutuskan untuk melanjutkan pendidikan kedua saat ini.
10. Keluarga besar almarhum Bapak Ukur yang selalu memberikan dukungan penuh dan doa tiada henti sehingga saya bisa terus semangat.

11. Kedua sahabat penulis, Feridiansyah & Barito Alimudin Damanik selalu memberikan dukungan berupa doa dan tenaga kepada penulis untuk terus melakukan yang terbaik dan meneruskan studi keningkat yang lebih tinggi, dan selalu ada di masa senang dan sedih.
12. Rekan-rekan seperjuangan UMB, yang terus memberikan doa dan semangat kepada penulis selama proses pendidikan dan pembuatan Tugas Akhir.

Penulis menyadari dalam penyusunan Tugas Akhir Skripsi ini masih belum sempurna, maka saran dan kritik yang konstruktif sangat penulis harapkan demi perbaikan Tugas Akhir Skripsi selanjutnya. Akhir kata penulis berharap agar Tugas Akhir Skripsi ini bermanfaat bagi pembaca dan khususnya mahasiswa/i.

Jakarta, 04 Juni 2025



Mugi Gilang Penalosa

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Penelitian Terdahulu.....	9

2.2.	Kajian Teoritis	19
2.2.1.	Komunikasi	20
2.2.2.	Public Relations	23
2.2.3.	Peranan Public Relations.....	33
2.2.4.	Tugas dan Fungsi Public Relations	35
2.2.5.	Program Public Relations.....	36
2.2.6.	Ruang Lingkup event dalam Public Relations	37
2.2.7.	Citra Public Relations	39
2.2.8.	Event	42
2.2.9.	Event Manajemen.....	43
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	47
3.1.	Paradigma Penelitian.....	47
3.2.	Metode Penelitian.....	48
3.3.	Subjek Penelitian.....	50
3.4.	Teknik Pengumpulan Data	53
3.4.1.	Data Primer	53
3.4.2.	Data Sekunder	55
3.5.	Teknik Analisis Data	57
3.6.	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	59
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1	Gambaran Umum Bank Tabungan Negara	61
4.1.1.	Sejarah Bank Tabungan Negara	62

4.1.2. Visi dan Misi Bank Tabungan Negara.....	65
4.1.3. Produk Unggulan BTN	66
4.1.4. Cakupan Layanan New BTN Mobile.....	68
4.1.5. Struktur Organisasi BTN	68
4.1.6. Tugas Marketing Communication Division (MCD)	71
4.2 Hasil Penelitian	71
4.2.1 Manajemen Event.....	72
4.3 Pembahasan.....	91
4.3.1. Perencanaan.....	91
4.3.2. Perorganisasian	93
4.3.3. Pelaksanaan	94
4.3.4. Evaluasi	97
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	103
5.1. Kesimpulan	103
5.1.1. Saran Akademis.....	106
5.1.2. Saran Praktis	107
DAFTAR PUSTAKA.....	108
LAMPIRAN.....	112

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1. Logo Bank Tabungan Negara (Sumber: Website BTN)	61
Gambar 4. 2. Kantor Pusat BTN (Sumber : Dokumentasi).....	64
Gambar 4. 3. Struktur Organisasi PT Bank Tabungan Negara (Persero) Tbk	70
Gambar 4. 4. Flyer Instagram Competition	93
Gambar 4. 5. Flyer Instagram sharing session (Sumber: instagram @btn , diakses pada 4 Desember 2023)	95
Gambar 4. 6. Isi konten instagram challenge.....	96
Gambar 4. 7. Foto Bersama Pemenang Menggunakan Jersey BTN Mobile	98



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1. Tabel Matriks Penelitian Terdahulu.....	15
Tabel 3. 1. Identitas Informan.....	51
Tabel 3. 2. Peran Identitas Informan.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Permohonan Penelitian.....	112
Lampiran 2. Surat Keterangan Penelitian.....	113
Lampiran 3. Wawancara	114
Lampiran 4. Dokumentasi.....	134
Lampiran 5. Curriculum Vitae	138

