



**PERAN RELATIONSHIP MANAGER DALAM
MENINGKATKAN LOYALITAS NASABAH DI INDUSTRI
PERBANKAN : STUDI PADA BANK OCBC CABANG PONDOK**

INDAH METRO 2

SKRIPSI

Disusun Oleh:

Nurvita Nadianzuli

44222120037

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nurvita Nadianzuli
NIM : 44222120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Relationship Manager Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Industri Perbankan : Studi Pada Bank OCBC Cabang Pondok Indah Metro 2

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 21 Agustus 2025



Nurvita Nadianzuli

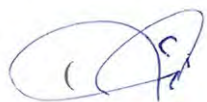
HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Nurvita Nadianzuli
NIM : 44222120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Relationship Manager Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Industri Perbankan : Studi Pada Bank OCBC Cabang Pondok Indah Metro 2

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing	: Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si	()
NIDN	: 0301117301	
Ketua Penguji	: Andi Pajolloi Bate, M.A., MBA	()
NIDN	: 0303069401	
Penguji Ahli	: Siti Muslichatul Mahmudah, M.I.Kom.	()
NIDN	: 0326089202	

Jakarta, 21 Agustus 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, nikmat, berkah, dan hidayah-Nya kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir dengan baik yang berjudul **“Peran Relationship Manager Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah Di Industri Perbankan : Studi Pada Bank Ocbc Cabang Pondok Indah Metro 2”**.

Tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akhir kelulusan dalam menyelesaikan pendidikan sarjana dalam program Strata Satu (S1) di Jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta. Dengan selesainya penyusunan tugas akhir ini, peneliti ingin menyampaikan ungkapan terima kasih dan rasa hormat serta penghargaan setinggi-tingginya kepada :

1. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta dan juga selaku dosen pembimbing, atas kesabaran, ketulusan, serta bimbingan yang senantiasa diberikan sehingga tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta, yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta kebijakan akademik sehingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.
3. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi atas ketulusan dan dedikasinya dalam mendidik serta membagikan ilmu yang sangat berarti bagi peneliti.
4. Kepada Para Informan, RM dan Nasabah Bank OCBC Cabang Pondok Indah Metro 2 yang telah bersedia meluangkan waktu dan memberikan informasi berharga sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Kepada kedua orang tua saya, Bapak Hefni Ardhyhan dan Ibu Janatun yang dengan penuh kasih sayang dan ketulusannya selalu mendukung dan memberikan kepercayaan kepada peneliti dalam segala hal. Selain itu, doa yang tiada henti selalu dipanjatkan agar peneliti senantiasa diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyelesaikan studi.
6. Kepada adik-adikku tersayang, Widiarno, Menik Harnani, Pranista, dan Hardinata Ardhyhan, kalian selalu menjadi semangat dan pengingat bagiku untuk

terus berjuang, bahkan disaat aku merasa ingin menyerah. Kalian adalah alasan kuatku untuk terus maju dan menyelesaikan studi ini. Semoga kelak aku bisa menjadi panutan dan membalas semua cinta serta dukungan kalian dengan keberhasilan dan kebahagiaan.

7. Kepada anakku yang paling cantik, Alara Berinna, diusianya yang masih sangat belia, 3 tahun 7 bulan, telah menjadi sumber kekuatan dan semangat yang tak ternilai selama proses penyusunan tugas akhir ini. Di tengah kesibukan bekerja dan menjalani studi, senyummu, pelukmu, kehadiranmu setiap hari menjadi pengingat mengapa semua ini harus diperjuangkan. Semoga kelak kamu bangga dengan setiap langkah kecil yang Umma ambil demi masa depan kita bersama.
8. Kepada seseorang yang sangat berarti dalam hidup saya, Gellvin Rivaldi, kekasih sekaligus calon pendamping hidup, yang telah menjadi teman, sahabat, dan tempat berbagi dalam setiap suka maupun duka. Terima kasih atas kesabaran, doa, dan dukungan tanpa henti yang selalu menguatkan saya di saat semangat mulai pudar. Kehadiranmu menjadi pelengkap dalam perjalanan ini, menjadikan setiap langkah terasa lebih ringan dan penuh arti. Semoga segala perjuangan ini dapat menjadi awal yang baik bagi masa depan yang sedang kita bangun bersama.
9. Kepada Rosy Ulfiana, teman seperjuangan yang selalu mendukung, memberi semangat, dan menjadi rekan diskusi dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
10. Ucapan terima kasih terakhir saya sampaikan kepada seluruh civitas akademika Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana Jakarta atas kebersamaan, dukungan, dan semangat yang diberikan kepada peneliti selama menempuh studi.

Akhir kata, peneliti menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritis dan saran yang membangun sangat peneliti harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi yang berarti bagi pembaca serta pihak-pihak yang berkepentingan.

Jakarta, 12 Mei 2025

Nurvita Nadianzuli
44222120037

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Nurvita Nadianzuli
NIM : 44222120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Relationship Manager Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Industri Perbankan : Studi Pada Bank OCBC Cabang Pondok Indah Metro 2

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, 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 di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 21 Agustus 2025

Yang menyatakan,



(Nurvita Nadianzuli)

ABSTRAK

Nama : Nurvita Nadianzuli
NIM : 44222120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Relationship Manager Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Industri Perbankan : Studi Pada Bank OCBC Cabang Pondok Indah Metro 2

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peran Relationship Manager (RM) dalam meningkatkan loyalitas nasabah di Bank OCBC Cabang Pondok Indah Metro 2. Loyalitas nasabah didefinisikan sebagai komitmen berkelanjutan nasabah untuk terus menggunakan layanan bank, yang dipengaruhi oleh kepercayaan, kepuasan, komunikasi interpersonal, empati, dan nilai tambah. RM diposisikan sebagai garda terdepan yang menjalin hubungan personal melalui interaksi intensif dengan nasabah.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivisme dan metode studi kasus. Subjek penelitian terdiri dari empat RM dengan jabatan berbeda (Premier Banking Manager, Emerging Business RM, Personal Funding RM, dan Team Leader) serta tiga nasabah aktif dari segmen premier dan ritel. Informan dipilih dengan teknik purposive sampling, sedangkan data diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan analisis dokumen sekunder.

Data dianalisis dengan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama terkait peran RM dalam membangun loyalitas nasabah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa RM tidak hanya berperan sebagai penyedia layanan transaksi, tetapi juga sebagai penasihat finansial, komunikator empatik, dan pembangun hubungan personal. Faktor dominan yang ditemukan meliputi komunikasi terbuka, pelayanan personal, dan tindak lanjut yang konsisten sehingga memperkuat kepuasan dan kepercayaan nasabah.

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa loyalitas nasabah dapat ditingkatkan melalui kehadiran RM yang konsisten berperan sebagai relationship builder. Pemahaman mendalam terhadap kebutuhan nasabah, pemberian solusi relevan, serta intensitas interaksi yang terjaga mampu memperkuat keterikatan emosional dan rasa percaya. Temuan ini berkontribusi secara teoretis pada literatur komunikasi interpersonal dan loyalitas nasabah, sekaligus memberikan implikasi praktis bagi manajemen bank dalam pengelolaan hubungan nasabah.

Kata Kunci: Relationship Manager, loyalitas nasabah, komunikasi interpersonal, perbankan, studi kasus

ABSTRACT

Nama : Nurvita Nadianzuli
NIM : 44222120037
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Peran Relationship Manager Dalam Meningkatkan Loyalitas Nasabah di Industri Perbankan : Studi Pada Bank OCBC Cabang Pondok Indah Metro 2

This study aims to examine the role of Relationship Managers (RMs) in enhancing customer loyalty at Bank OCBC Pondok Indah Metro 2 Branch. Customer loyalty is defined as the continuous commitment of customers to use the bank's services, which is influenced by trust, satisfaction, interpersonal communication, empathy, and value creation. RMs are positioned as frontliners who build personal relationships through intensive interactions with customers.

The research applies a qualitative approach with a constructivist paradigm and case study method. The subjects consist of four RMs in different positions (Premier Banking Manager, Emerging Business RM, Personal Funding RM, and Team Leader) and three active customers from the premier and retail segments. Informants were selected using purposive sampling, while data were collected through in-depth interviews, participant observation, and secondary document analysis.

Data were analyzed using thematic analysis to identify the key themes related to the RM's role in building customer loyalty. The findings indicate that RMs act not only as service providers but also as financial advisors, empathetic communicators, and personal relationship builders. The dominant factors found include open communication, personalized services, and consistent follow-ups that enhance customer satisfaction and trust.

The study concludes that customer loyalty can be strengthened through the consistent presence of RMs as relationship builders. A deep understanding of customer needs, the provision of relevant solutions, and the maintenance of intensive interactions significantly reinforce emotional attachment and trust. These findings contribute theoretically to the literature on interpersonal communication and customer loyalty, while also providing practical implications for bank management in optimizing the role of RMs.

Keywords: Relationship Manager, customer loyalty, interpersonal communication, banking, case study

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Kebaruan Penelitian	18
2.3 Kajian Teoritis.....	19
2.3.1 Komunikasi.....	19
2.3.2 Public Relations.....	21
2.3.3 Relationship Management	22
2.3.4 Loyalitas Nasabah	26
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian.....	28
3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Subjek Penelitian.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data	30
3.4.1 Data Primer.....	30

3.4.2 Data Sekunder	31
3.5 Teknik Analisis Data.....	32
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	32
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	33
4.1.1 Sejarah dan Perkembangan Bank OCBC Indonesia.....	34
4.1.2 Struktur Organisasi dan Kepemimpinan	36
4.1.3 Capaian Kinerja dan Reputasi Institusi	41
4.1.3.1 Kinerja Keuangan	41
4.1.3.2 Efisiensi Operasional dan Digitalisasi	41
4.1.3.3 Reputasi dan Pengakuan Institusional	42
4.1.3.4 Relevansi terhadap Objek Penelitian	42
4.1.4 Transformasi Digital dan Integrasi Global	42
4.1.5 Alasan Pemilihan Bank OCBC sebagai Objek Penelitian	44
4.2 Profil Informan Penelitian.....	44
4.3 Hasil Penelitian	47
4.3.1 Pemahaman terhadap Loyalitas Nasabah	48
4.3.2 Peran Relationship Manager dalam Membangun Loyalitas.....	51
4.3.3 Transformasi Digital terhadap Peran Relationship Manager.....	55
4.3.4 Tantangan dan Solusi dalam Menjaga Loyalitas	57
4.4 Pembahasan.....	59
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Saran Akademis.....	64
5.2.2 Saran Praktis.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	12
---------------------------------------	----



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1.3 Struktur Organisasi	38
--	----

