

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah melakukan pembahasan dan analisa pada bab-bab sebelumnya, maka penulis mencoba menyimpulkan apa yang telah dijelaskan mengenai Strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru dalam meningkatkan *Brand Awareness*.

1. Mengidentifikasi audien sasaran

Dalam mengidentifikasi audiens sasaran yang dilakukan PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru adalah menentukan segmentasi, targetting dan positioning terlebih dahulu.

2. Menentukan tujuan komunikasi

Adapun tujuannya awal yang ingin dicapai adalah menginformasikan keberadaannya sebagai salah satu perbankan syariah yang ada di Pekanbaru. PT. Bank BNI Syariah cabang Pekanbaru ingin masyarakat mengenalnya sebagai lembaga keuangan berbasis syariah yang memberikan terbaik sesuai kaidah islam serta menjunjung tinggi nilai-nilai hasanah. Sedangkan tujuan akhirnya adalah menjadikan BNI Syariah sebagai bank syariah pilihan masyarakat yang unggul dalam layanan dan kinerja.

3. Merancang Komunikasi

PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru berupaya mengkampanyekan hasanah titik untuk mengajak masyarakat untuk selalu berbuat kebaikan kapanpun dan dimanapun. Hasanah titik adalah pesan yang ingin disampaikan untuk meningkatkan Brand awareness masyarakat, sehingga apabila mendengar hasanah orang akan mengingat BNI Syariah dan apabila mendengar BNI Syariah, maka yang teringat adalah BNI Syariah.

4. Memilih saluran Komunikasi

PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru menggunakan saluran komunikasi pribadi dan non pribadi agar pesan yang disampaikan tepat sasaran. Selain berkomunikasi secara langsung dengan para nasabahnya,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BNI Syariah juga menggunakan media cetak, spanduk, banner, poster, flyer dan juga brosur.

5. Menentukan Anggaran

Untuk anggaran sebelumnya telah ditentukan oleh kantor pusat. PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru hanya bertugas untuk mengelola anggaran yang telah ditentukan agar dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

6. Memutuskan Bauran Komunikasi Pemasaran

Adapun bauran komunikasi pemasaran yang digunakan PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru adalah periklanan, promosi penjualan, penjualan pribadi, Humas dan publisitas, Acara dan pengalaman, dan pemasaran dari mulut ke mulut.

7. Mengukur Hasil Komunikasi

PT. Bank BNI Syariah cabang pekanbaru melakukan evaluasi setiap minggunya kegiatan komunikasi yang telah dilakukan. Dalam mengukur hasil komunikasi, PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru tidak menggunakan metode tertentu, keberhasilan komunikasi dilihat dari peningkatan jumlah nasabah setiap tahunnya dan penvapaian profit perusahaan.

B. Saran

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dan kesimpulan yang telah dijelaskan diatas, maka penulis ingin memberikan saran dan masukan, mudah-mudahan berguna untuk kemajuan PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru kedepannya. Adapun saran-saran tersebut diantaranya:

1. Dalam kegiatan periklanan hendaknya PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru menjalin kerjasama dengan beberapa media

local baik itu media cetak atau elektronik, agar promosi dapat berjalan secara berkelanjutan.

2. Dalam kegiatan komunikasi pemasaran sebaiknya menggunakan tools elemen bauran komunikasi pemasaran lainnya seperti pemasaran langsung dan juga pemasaran melalui media internet.
3. Hendaknya PT. Bank BNI Syariah Cabang Pekanbaru dapat mengoptimalkan pemanfaatan media internet sebagai salah satu saluran komunikasi baik itu melalui facebook, tiwtter dan media lainnya

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.