

**PENERAPAN FUNGSI MANAJEMEN OLEH PUBLIC RELATIONS
DALAM MEMBANGUN BRAND IMAGE DI KCS
BANK BTN SYARIAH PEKANBARU**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapai Tugas-tugas dan Syarat-syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) Pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau



OLEH

**RAJA WIDYA NOVCHI
NIM. 11043200006**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
PEKANBARU**



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No.155 KM 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 P.O.Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web: www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

UIN SUSKA RIAU

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "**Penerapan Fungsi Manajemen oleh *Public Relations* dalam Membangun *Brand Image* di KCS Bank BTN Syariah Pekanbaru**" yang ditulis oleh:

Nama : Raja Widya Novchi
NIM : 11043200006
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah di munaqasahkan dalam sidang ujian panitia sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jumat
Tanggal : 20 Juni 2014

Dapat diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Pekanbaru, 20 Juni 2014
Dekan

Dr. Yasril Yazid.MIS

NIP: 197220429 2005501 1 004

Panitia Sidang Munaqasah

Ketua

Drs. H. Abdul Rachman, M.Si

NIP: 19520828 197903 1 005

Sekretaris

Firdaus El Hadi, S.Sos, M.Soc, Sc

NIP: 19761212 200312 1 004

Penguji I

Elfiandri, M.Si

NIP: 19700312 199703 1 006

Penguji II

Yantos, M.si

NIP: 19710122 200701 1 016

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul **“Penerapan fungsi manajemen dalam membangun *Brand Image* di KCS BTN Syariah Pekanbaru”** penelitian ini dilakukan di KCS BTN Syariah Jl.Tuanku Tambusai Blok A No.10, Pekanbaru. Penulis merasa tertarik melakukan penelitian ini karena BTN Syariah merupakan bank yang cukup baru hadir di Pekanbaru.Dan hal ini menjadi salah satu faktor yang menyebabkan penulis melakukan penelitian di tempat ini karena melihat kondisi persaingan bank yang cukup besar di area Pekanbaru. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif, yang mana dalam metode ini penulis menggunakan dua jenis sumber data untuk melaksanakan penelitian yakni data primer dan data skunder.

Teknik pengumpulan data yang penulis lakukan adalah dengan melaksanakan wawancara, dokumentasi dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, maka penulis menemukan bahwa dalam membangun *brand image* KCS BTN Syariah Pekanbaru menggunakan teori Grunig yang menggunakan model *Two Way Symmetrical* (Model komunikasi simetris dua arah timbal balik). Dari data yang didapatkan, perusahaan telah melaksanakan aktivitas *Public Relations* sesuai dengan fungsi-fungsi manajemen yang diterapkan oleh perusahaan. Dengan kata lain berbagai aktivitas untuk membangun *brand image* dilakukan dengan baik mulai dari proses perumusan strategi, membina hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal, kegiatan yang dilakukan untuk memperkenalkan produk, penempatan sumber daya manusia (SDM) yang tepat sehingga mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab yang diberikan, Serta proses promosi yang dilakukan dengan menggunakan berbagai media massa maupun tatap muka secara langsung dengan masyarakat.

Selain itu *feedback*(umpan balik) dari program yang dibuat oleh BTN juga dirasakan oleh nasabah yang telah bergabung dengan BTN Syariah dan masyarakat umumnya berupa program Ummat cerdas (Bantuan untuk beasiswa dan pendidikan), ummat taqwa(partisipasi sarana ibadah dan pendidikan), ummat sehat (pelayanan kesehatan dan pengobatan), serta ummat peduli(bantuan untuk korban bencana dan santunan-santunan).

KATA PENGANTAR

Segala puji penulis panjatkan kehadirat Allah SWT karena hanya dengan perkenaan-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi dengan judul "Penerapan fungsi manajemen oleh *Public Relations* dalam membangun *Brand Image* di KCS BTN Syariah Pekanbaru"

Selanjutnya shalawat beriringan salam buat junjungan Alam yakni Nabi Muhammad SAW, karena berkat perjuangan beliau kita semua termasuk penulis bisa mengecap ilmu pengetahuan di bumi ini dan mudah-mudahan mendapat Ridho disisi Allah...Aamin ya rabbal alamin.

Dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam menyelesaikan skripsi ini , baik secara moril maupun materil. Untuk itu pula kesempatan ini penulis menyampaikan penghargaan terima kasih setinggi-tingginya terutama kepada kedua orangtua tercinta yang telah berkorban banyak memberikan semangat, doa restu, kasih sayang dan kepercayaan kepada penulis agar berhasil menjadi anak yang berguna. Semua pengorbanan yang mereka berikan tidak akan pernah terlupakan. Seterusnya ucapan terima kasih penulis persembahkan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Munzir Hitami, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Bapak Dr. Yasril Yazid, MIS, selaku dekan Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi yang telah member kesempatan kepada penulis untuk menempuh studi jenjang Strata 1 UIN SUSKA Riau Pekanbaru.

3. Bapak Firdaus El Hadi, S.Sos. M.Soc.SC Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Drs.H.Zasri, M.Ali, MM selaku dosen pembimbing satu yang dalam kesibukannya bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, dan pengarahan.
5. Bapak Yantos, MSi, selaku dosen pembimbing dua yang telah banyak memberikan bimbingan, nasehat kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
6. Bapak Darusman, MAg selaku Penasehat Akademis penulis
7. Bapak dan ibu dosen serta staf Fakultas Dakwah Ilmu Komunikasi
8. Bapak Agusman yang telah banyak membantu dan meluangkan waktunya dalam proses pengumpulan data-data riset
9. Seluruh pihak BTN Syariah yang telah memfasilitasi dalam proses penelitian ini
10. Keluarga tercinta yang selalu memotivasi dan memberikan bimbingan dan arahan untuk kelancaran penulis dalam menapaki jenjang pendidikan.
11. Teman-teman Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 terutama Public Relations (PR) yang telah menyemangati penulis selama pembuatan skripsi ini.
12. Terkhusus untuk seseorang yaitu Khusnul Hanafi yang telah banyak membantu dalam pembuatan skripsi ini tanpa bosan-bosannya serta selalu memberikan motivasi kepada penulis.

13. Teman-temanku yang selalu menyemangatiku, Seska Wellyana, Ilda Miswati, Nurmaslina, Ega Novita Windari, Raja Maria Mayasari, M.Habibullah, Marlis, Ian Harpadeles, Alfi Khairi,

Semoga karya ilmiah ini berguna bagi pihak yang membutuhkan dan dapat menjadi acuan untuk penulisan karya ilmiah selanjutnya. Skripsi ini jauh dari kata sempurna karena manusia tidak akan pernah terlepas dari sifat silaf dan salah. Penulis berharap kritik dan saran yang membangun. Mohon maaf atas semua kesalahan yang pernah penulis lakukan, baik yang disengaja maupun tidak disengaja. Terima kasih semuanya. Wassalamualaikum Wr.Wb

Pekanbaru, Mei 2014

Penulis

Raja Widya Novchi

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar belakang.....	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	4
C. Penegasan Istilah.....	4
1. Penerapan	4
2. Manajemen	5
3. Public Relations	5
4. Brand Image	5
5. KCS Bank BTN Syariah	6
D. Permasalahan.....	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Batasan Masalah.....	6
3. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
1. Tujuan Penelitian	7
2. Manfaat Penelitian	7
F. Kajian Penelitian Terdahulu.....	8
G. Kerangka Teoritis dan Konsep Operasional	10
1. Kerangka Teoritis.....	10
2. Konsep Operasional	18
H. Metodologi Penelitian	19
1. Metode Penelitian.....	19
2. Lokasi Penelitian	20
I. Subjek dan Objek Penelitian	20
1. Subjek Penelitian.....	20
2. Objek Penelitian	20
J. Sumber Data.....	21
1. Data Primer	21
2. Data Sekunder	21
K. Teknik Pengumpulan Data.....	22
L. Teknik Analisa Data.....	23
M. Sistematika Penulisan	23
BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	
A. Sejarah dan Perkembangan Perusahaan Bank BTN.....	25
B. Sejarah Bank BTN Syariah	26
C. Tujuan pendirian Bank BTN Syariah.....	27
D. Visi dan Misi Bank BTN Syariah	27
E. Semboyan dan Pedoman Budaya Kerja BTN	28
F. Produk Bank BTN Syariah.....	30

1. Produk Dana BTN Syariah.....	30
2. Produk Pembiayaan BTN Syariah.....	31
3. Produk Jasa.....	34
G. Struktur organisasi Bank BTN Syariah.....	34

BAB III PENYAJIAN DATA

A. Penerapan Manajemen oleh <i>Public Relations</i> dalam membangun <i>Brand Image</i> di KCS Bank BTN Syariah Pekanbaru.....	37
1. Merumuskan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan dan target yang diinginkan.....	37
2. Menetapkan SDM pada posisi yang tepat sehingga mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab yang diberikan.....	39
3. Kegiatan Internal dan eksternal <i>Public Relations</i> dalam memperkenalkan produk.....	40
4. Media yang digunakan untuk membangun <i>Brand Image</i> yang positif di mata masyarakat.....	44

BAB IV ANALISA DATA

A. Analisis Terhadap Penerapan Fungsi Manajemen Oleh PR Dalam Membangun <i>Brand Image</i> di Kcs Bank BTN Syariah Pekanbaru.....	51
1. Merumuskan strategi yang digunakan untuk mencapai tujuan dan target yang diinginkan.....	53
2. Menetapkan SDM pada posisi yang tepat sehingga mampu menjalankan tugas dan tanggung jawab yang diberikan.....	55
3. Kegiatan Internal dan Eksternal <i>Public Relations</i> dalam memperkenalkan produk.....	56
4. Media yang digunakan untuk membangun <i>Brand Image</i> yang positif di mata masyarakat.....	58

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	61
B. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN