

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KARTU
BRIZZI OLEH PT.BANK RAKYAT INDONESIA
KANTOR WILAYAH PEKANBARU**

(Studi Deskriptif Kualitatif Melalui Promosi Penjualan)

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



OLEH :

DINA NURUL SYAFIRA
11043202876

PROGRAM SI
JURUSAN KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
2014



UIN SUSKA RIAU

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

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION SCIENCE

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28283 PO.Box. 1004 Telp. 0781-562223
Fax. 0781-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: lain-sq@pekanbaru-indo.net.id

LEMBARAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul "Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Brizzi Oleh PT.Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Pekanbaru (Studi Deskriptif Kualitatif Melalui Promosi Penjualan)" yang ditulis oleh:

Nama : Dina Nurul Syafira
NIM : 11043202876
Jurusan : Komunikasi

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

Hari : Kamis
Tanggal : 23 Oktober 2014

Sehingga skripsi ini dapat diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 27 Oktober 2014
Dekan,
Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dr. Yasril Yazid, MIS
NIP. 19720429 200501 1 004

PANITIA SIDANG MUNAQASAH

Ketua,

Dardiswan, M.Ag
NIP.19700813 199703 1 001

Sekretaris,

Mardiyah Rubani, M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Penguji I,

Toni Hartono, M.Si
NIP.19780605 200701 1 024

Penguji II,

Dra. Atjih Sukaasih, Msi
NIP. 19691118 199603 2 001

ABSTRAK

“Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Brizzi Oleh PT.Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Pekanbaru”

Oleh : Dina Nurul Syafira

Kemajuan teknologi dalam sistem pembayaran menggeser peran uang tunai sebagai alat pembayaran ke bentuk pembayaran non tunai yang lebih efisien dan ekonomis. Pada saat ini, alat/instrumen pembayaran non tunai yang paling banyak diminati adalah uang elektronik (*electronic money/e-money*). Bank Rakyat Indonesia (BRI) turut menerbitkan *e-money* yang bernama kartu Brizzi sebagai kartu prabayar multifungsi. Untuk memperkenalkan kartu Brizzi kepada masyarakat, BRI menggunakan strategi komunikasi pemasaran melalui kegiatan promosi penjualan. Berdasarkan hal tersebut, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi pemasaran kartu Brizzi melalui kegiatan promosi penjualan oleh Bank Rakyat Indonesia.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deksriptif kualitatif. Data primer diperoleh dari wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh dari dokumentasi sebagai bahan perlengkapan.

Penelitian ini dilakukan di Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Pekanbaru. Yang menjadi subjek penelitian adalah staff divisi *Retail Program Consumer Banking* yang berjumlah 3 orang, dan objek penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Brizzi Oleh PT.Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Pekanbaru.

Strategi komunikasi pemasaran kartu Brizzi melalui kegiatan promosi penjualan yang dilakukan oleh Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Pekanbaru melewati 6 tahapan, yakni menentukan tujuan promosi penjualan, menyeleksi alat-alat promosi penjualan, menyusun program promosi penjualan, melaksanakan pengujian pendahuluan atas program, melaksanakan dan mengendalikan program, serta mengevaluasi program. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Pekanbaru belum dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Hal ini disebabkan oleh berbagai kendala yang ada, seperti sulitnya mengubah *mindset* masyarakat yang masih cenderung menggunakan uang tunai, persaingan ketat dengan produk *e-money* bank lain, kurangnya dukungan dari *merchant*, dan masih adanya gangguan jaringan. Selain itu kegiatan promosi penjualan harusnya dijalankan selaras dengan periklanan, namun BRI belum menggunakan media periklanan secara optimal.

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT atas kekuatan dan petunjuk yang telah diberikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran Kartu Brizzi Oleh PT.Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Pekanbaru” ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis berterima kasih yang setulusnya kepada semua pihak yang telah membantu. Terutama bagi pihak-pihak yang telah memberikan dukungannya dalam pembuatan skripsi ini, yaitu :

1. Teristimewa kepada Ayahanda Tumadi dan Ibunda Hartina yang telah memberikan dukungan moril maupun materil dan semua kasih sayang yang telah diberikan sehingga penulis dapat menjadi seperti saat ini dan menyelesaikan skripsi ini.
2. Adik-adikku Dian Mayasari dan Diana Asya Veronika yang selalu menjadi motivasi dan penghibur bagi penulis.
3. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Prof. Dr. H. Munzir Hitami, M.A.
4. Bapak Dr. Yasril, Yazid, MIS selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, Wakil Dekan I Bapak Darusman, M.Ag, Wakil Dekan II Bapak Drs. Ginda, M.Ag dan Wakil Dekan III Bapak Drs. H. Abdul Rachman, M.Si.

5. Bapak Firdaus El Hadi S.Sos, M.Soc, SC selaku Ketua Jurusan dan Ibu Intan Kemala M.Si selaku Sekretaris Jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Bapak Firdaus El Hadi S.Sos, M.Soc, SC dan Ibu Vera Sardila, Mpd selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya untuk memberikan bimbingan, pengarahan, nasehat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
7. Bapak Sudirman, M.Ag selaku Penasehat Akademik. Terima kasih atas dukungan dan bimbingan yang diberikan kepada penulis dari awal hingga akhir perkuliahan.
8. Bapak Drs.Suhaimi D, M.Si selaku Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
9. Seluruh dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih atas ilmu yang telah diberikan, semoga menjadi bekal dan berkah yang baik bagi penulis dalam menjalani kehidupan.
10. Pihak PT.Bank Rakyat Indonesia Kantor Wilayah Pekanbaru yang telah mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian dan membantu proses penelitian.
11. Direktur dan seluruh *crew* Radio Komunitas “Suska FM” yang telah menjadi keluarga kedua bagi penulis.
12. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2010 dan juga untuk sahabatku Fitri Syafrizal, Heliana Putri, Nadia Rahayu, Novri Randi, Murtadha Habibi, Eko Gunawan, Mery Elvira, Hawa Nurcahyati, Yuli

Astuty, Suprih Rahayu, Wiwik Susanti, Ariyanti, yang telah membantu dan memberi motivasi selama kuliah di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Pekanbaru.

13. Syahrul Cipto yang selalu memberikan semangat, dukungan, dan bantuan kepada penulis.
14. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga kebaikan hati, ketulusan, kemurahan, bantuan dan doa dari seluruh pihak di atas mendapat balasan yang lebih besar dari Allah SWT. Dan semoga skripsi ini dapat memberikan kontribusi pada dunia akademis dan praktis serta memberikan manfaat bagi orang lain yang membacanya.

Pekanbaru, 26 September 2014

Penulis

Dina Nurul Syafira

NIM. 11043202876

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
ABSTRAK	x
BAB I : PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Alasan Pemilihan Judul.....	5
C. Penegasan Istilah.....	5
D. Permasalahan.	6
1. Identifikasi Masalah	6
2. Batasan Masalah.....	7
3. Rumusan Masalah	7
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1. Tujuan Penelitian.....	8
2. Kegunaan Penelitian.....	8
F. Tinjauan Pustaka.....	8
1. Tinjauan Penelitian Terdahulu	9
2. Kerangka Teori.....	11
2.1 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.2 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	13
2.3 Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>).....	16
2.3.1 Tujuan Promosi Penjualan	17
2.3.2 Alat-Alat Promosi Penjualan	18
2.3.3 Langkah-Langkah Dalam Promosi Penjualan	21
G. Konsep Operasional	26
H. Metode Penelitian	27
1. Metode penelitian.....	27
	v

2. Lokasi penelitian	27
3. Subjek dan Objek Penelitian	27
4. Sumber Data	27
5. Teknik Pengumpulan Data	28
6. Teknik Analisis Data	28
I. Sistematika Penulisan	29
BAB II : GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN	31
A. Profil Bank Rakyat Indonesia	31
1. Sejarah Singkat Perusahaan	36
2. Visi dan Misi PT.Bank Rakyat Indonesia	34
3. Budaya Kerja PT.Bank Rakyat Indonesia.....	35
4. Struktur Organisasi.....	36
B. Profil Kartu Brizzi.....	38
1. Pengertian	38
2. Ketentuan	38
3. Masa berlaku	40
4. Penutupan Brizzi.....	40
5. Penanganan Keluhan.....	41
6. Penggantian Brizzi	41
C. Panduan Penggunaan Kartu Brizzi	42
BAB III : PENYAJIAN DATA	46
A. Penyajian Data Narasumber (Informan)	46
B. Penyajian Data Wawancara	47
1. Menentukan Tujuan Promosi Penjualan	47
2. Memilih Alat-Alat Promosi Penjualan.....	51
3. Menyusun Program Promosi Penjualan.	53
4. Melaksanakan Pengujian Terhadap Program Promosi Penjualan	55
5. Melaksanakan dan Mengendalikan Program	57
6. Mengevaluasi Hasil	59

BAB IV : ANALISIS DATA	61
1. Menentukan Tujuan Promosi Penjualan	61
2. Memilih Alat-Alat Promosi Penjualan.....	64
3. Menyusun Program Promosi Penjualan.	67
4. Melaksanakan Pengujian Terhadap Program Promosi Penjualan	70
5. Melaksanakan dan Mengendalikan Program	70
6. Mengevaluasi Hasil	71
BAB V : PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	