

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS OFFICER
DALAM MENINGKATKAN MINAT MENABUNG
BRI SimPel DI UNIT PULAU RAKYAT**

SKRIPSI

*“Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)*

Oleh :

**ASH SYAMSU LUBIS
NIM 060316227**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA**

2021

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS OFFICER DALAM
MENINGKATKAN MINAT MENABUNG
PRODUK BRI SimPel DI UNIT PULAU RAKYAT**

SKRIPSI

“Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom)

Oleh :

ASH SYAMSU LUBIS
NIM 060316227



Mengetahui:

Pembimbing Skripsi I

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Hasan Sazali".

Dr. Hasan Sazali, MA
NIDN. 2022027604

Pembimbing Skripsi II

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Indira Fatra Deni P".

Indira Fatra Deni P, MA
NIDN. 2024068602

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

A large, stylized handwritten signature in black ink, appearing to read "Muhammad Alfikri".

Dr. Muhammad Alfikri, S.Sos, M.Si
NIP. 198303232010011026

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI

SUMATERA UTARA

2021

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Hal : Permohonan Persetujuan Skripsi

Lamp : -

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial

UIN Sumatera Utara

di Medan

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatu

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudari :

Nama : Ash Syamsu Lubis

NIM : 0603162027

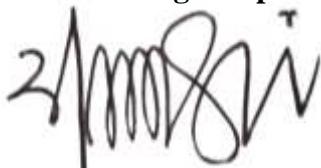
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi *Public Relations Officer* dalam Meningkatkan Minat Menabung BRI SimPel di Unit Pulau Rakyat

Sudah dapat diajukan ke Fakultas Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sumatera Utara untuk dimuat gagasan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu.

Dengan ini kami harapkan agar skripsi saudari tersebut di atas dapat dimunaqosyahkan, atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 29 Maret 2021

Pembimbing Skripsi I



Dr. Hasan Sazali, MA
NIDN. 2022027604

Pembimbing Skripsi II



Indira Fatra Deni P, MA
NIDN 2024068602

PENGESAHAN

Skripsi berjudul “*Strategi Komunikasi Public Relations Officer Dalam Meningkatkan Minat Menabung BRI SimPel di Unit Pulau Rakyat*” an. Ash Syamsu Lubis, Nim. 060312027, Program Studi Ilmu Komunikasi telah dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan pada tanggal :

30 Maret 2021
16 Syakban 1442

Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memproleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi.

Ketua



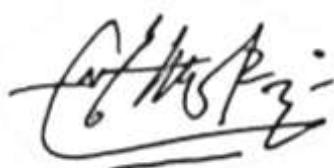
Dr. Muhammad Alfikri, S.Sos., M.Si
NIP. 198303232010011026

Medan, 30 Maret 2021
Sekretaris,



Dr. Solihah Titin Sumanti, M.Ag
NIDN. 2013067301

Anggota Pengaji



1. Nurhayani, M.Si
NIDN. 2019077602



2. Dr. Abdul Karim Batubara, MA
NIDN. 2012017003



3. Dr. Hasan Sazali, MA
NIDN. 2022027604



4. Indira Fatra Deni P, MA
NIDN. 2024068602

Mengetahui
Dekan FIS UINSU

Dr. Maraimbang, MA
NIP.196906291997031003

MOTTO:

يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ إِمْنَوْا مِنْكُمْ وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ دَرَجَتٍ

“niscaya Allah akan meninggikan orang-orang yang beriman di antaramu dan orang-orang yang diberi ilmu pengetahuan beberapa derajat. dan Allah Maha mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

***“Bumi Tidak Pernah Mengitari Mu, Maka Kejarlah Dunia Mu, Agar Sampai
Ke Akhiratmu”***

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ash Syamsu Lubis

NIM : 0603162027

Tempat/Tgl Lahir : Ofa Padang Mahondang, 21 April 1998

Jur/Program Studi : Ilmu Komunikasi

Alamat : Ofa Padang Mahondang, Pulau Rakyat, Asahan

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi yang berjudul "**Strategi Komunikasi Public Relations Officer Dalam Meningkatkan Minat Menabung BRI SimPel Di BRI Unit Pulau Rakyat**" adalah benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawabsaya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya.

Medan, 19 Februari 2021
Yang membuat pernyataan



Ash Syamsu Lubis
NIM 0603127027

ABSTRAK

Ash Syamsu Lubis, 2021, *Strategi Komunikasi Public Relations Officer Dalam Meningkatkan Minat Menabung Produk BRI SimPel Di BRI Pulau Rakyat*”, Skripsi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan.

Kata Kunci :

Strategi Komunikasi, *Public Relations Officer*, Minat Menabung

Skripsi ini berjudul Strategi Komunikasi *Public Realations Officer* Dalam Meningkatkan Minat Menabung BRI SimPel di BRI Unit Pulau Rakyat. Masalah yang dikaji dalam penelitian ini adalah strategi komunikasi yang digunakan seorang *Public Relations Officer* (PRO) dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel di BRI Unit Pulau Rakyat. Jenis penelitian yang digunakan merupakan jenis penelitian kualitatif. Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan *grounded theory*. Dari hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi *Public relations officer*. Perencanaan strategi yang dilakukan seorang *Account Officer* yaitu meliputi menentukan pesan, menentukan tujuan, menentukan khalayak, pelaksanaan kegiatan dan evaluasi.

ABSTRAK

Ash Syamsu Lubis, 2021, *Public Relations Officer Communication Strategy in Increasing Interest in Saving BRI SimPel Products at BRI Pulau Rakyat*", Thesis of the Faculty of Social Sciences, State Islamic University of North Sumatra, Medan.

Keywords :

Communication Strategy, Public Relations, Saving Interest

This thesis is entitled Communication Strategy of Public Realations Officer in Increasing Interest in Saving BRI SimPel at BRI Unit Pulau Rakyat. The problem studied in this study is the communication strategy used by a Public Relations Officer (PRO) in promoting the BRI SimPel savings product at BRI Unit Pulau Rakyat. The type of research used is a type of qualitative research. This research approach uses a grounded theory approach. From the research results it can be said that the PR communication strategy. Strategic planning carried out by an Account Officer is to determine messages, determine goals, determine audiences, carry out activities and evaluate.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT atas segala nikmat yang diberi dan segala ramhatnya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sebagaimana yang diharapkan. Shalawat berangkaikan salam penulis ucapkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman jahiliyah yang penuh kegelapan menuju ke zaman terang benderang.

Penulis melakukan penelitian dengan judul penelitian “ Strategi *Public Relations Officer* Dalam Meningkatkan Minat Menabung BRI SimPel di Unit Pulau Rakyat”.

Skripsi ini disusun dengan tujuan guna memenuhi persyaratan dalam menamatkan pendidikan serta memperoleh gelar sarjana strata satu pada jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan.

Pada awal penyusunan skripsi ini sungguh banyak rintangan yang harus penulis lalui, baik di lokasi penelitian, maupun dalam penyusunan skripsi. Namun dengan adanya kekuatan hati, keyakinan diri, semangat yang tak pernah putus dari kedua orang tua, dan bimbingan yang diperoleh dari berbagai belah pihak serta ridha Allah SWT, akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat terselesaikan tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempaan kali ini penulis mengucapkan terima kasih kepada nama-nama yang tercantum dibawah ini :

1. Bapak Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
2. Bapak Dr. Maraimbang, MA selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Muhammad Alfikri, MSi selaku Ketua Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan, dan selaku Pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
4. Ibu Dr. Solihah Titin Sumanti, MA selaku Sekretaris Jurusan Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara Medan.
5. Ibu Dr. Fifi Hasmawati, S.E., M.Si selaku Dosen Penasehat Akademik yang telah banyak memberikan nasihat, saran dan bimbangannya kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
6. Bapak Dr. Hasan Sazali, M.A selaku dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
7. Bapak Indira Fatra Deni P, MA selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan banyak bimbingan dan arahan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Bapak/Ibu dosen serta staf pegawai Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan yang telah memberikan pelayanan, bantuan sehingga penulis dapat menyelesaikan setiap prosesnya.
9. Teristimewa penulis sampaikan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada kedua orang tua penulis yang luar biasa yaitu Ayahanda tercinta Aswan Lubis, dan Alm ibunda tercinta Ernawati yang keduanya selalu memberikan dukungan, nasihan dan do'a yang tulus yang tidak ada henti-

hentinya selalu tercurahkan untuk kesuksesan penulis dalam segala kecukupan yang diberikan serta senantiasa memberikan dorongan serta moril maupun materil sehingga penulis mampu menghadapi segala hambatan dan rintangan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.

10. Teruntuk teristimewa saudara-saudaraku, Kakak Fajri Fadhillah Lubis, Abang Ikhwan Nur Sofy Lubis, yang selalu senantiasa memberikan motivasi serta semangat kepada penulis.
11. Teruntuk teriistimewa Gita Andriani yang selalu menemani dan senantiasa memberikan dukungan, selalu meyakinkan serta selalu membantu penulis dalam perkuliahan maupun saat hingga penlitian terselesaikan.
12. Teruntuk sahabat seperjuangan, Lukman Nul Hakim, Muhammad Fariz Asyraf serta Ilmu Komunikasi'16 Humas serta seluruh teman-teman KKN 112 yang selalu senantiasa menemani dalam suka maupun duka perkuliahan hingga berjuang bersama menuntut ilmu.

Penulis menyadari masih banyak kekurangan dan kelemahan baik dari segi isi maupun bahasa dalam penulisan skripsi ini. Hal ini dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis. Maka dari itu penulis mengharapkan kritik dan saran bersifat membangun demi menyempurnakan skripsi ini. Kiranya skripsi ini bermanfaat dalam memperkaya khazanah ilmu pengetahuan.

Medan, 18 Februari 2021

Penulis

Ash Syamsu Lubis
NIM 0603162027

DAFTAR ISI

SAMPUL.....	
HALAMAN JUDUL	
SURAT PERSETUJUAN PEMBIMBING	
SURAT PENGESAHAN	
MOTTO	
PERNYATAAN PENULISAN SKRIPSI.....	i
ABSTRAK	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Pembatasan Masalah	6
C. Rumusan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II : KAJIAN TEORI.....	8
A. Strategi Komunikasi	8
B. Public Relations <i>Officer</i>	9
C. Keterkaitan Public Relations dan Marketiing	10
D. Konsep Promosi <i>Public Relations</i>	11
1. Pengertian Promosi.....	11
2. Media Promosi	12
a. Media Massa.....	12
b. Media Internal Perusahaan.....	12
E. Produk Tabungan BRI SimPel	13
BAB III : PENYAJIAN DATA DAN ANALISIS DATA	21
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	21
B. Lokasi Penelitian	21
C. Sumber Data	21
D. Informan	22
E. Subjek dan Objek Penelitian	23
F. Tehnik Pengumpulan Data	23
G. Tehnik Analisis Data.....	24
H. Tehnik Keabsahan Data	25
I. Sistematika Pembahasan	26
BAB IV TEMUAN DAN ANALISIS.....	28
A. Temuan.....	
1. Sejarah PT. Bank BRI	27
2. Gambar dan Arti Logo Bank BRI.....	27
3. Visi Misi Bank BRI	28
4. Struktur Kepegawaian Bank BRI	29
5. Profil Objek Penelitian	29
6. Produk Tabungan BRI SimPel	30
B. Deskripsi Hasil Penelitian	35
1. Hasil Analisis Data Penelitian	35

2. Hasil Analisis	49
BAB V PENUTUP.....	61
A. Kesimpulan	61
B. Saran.....	62
DAFTAR PUSTAKA	63

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi atau *communication* berasal dari bahasa latin *communis* yang berarti sama. “Menurut Syarifuddin & Suryanto (2016, p.9) komunikasi ialah sebuah interaksi di mana semua audience atau pihak-pihak yang berkomunikasi sesama menciptakan, berbagi dan menyampaikan serta menukar informasi dalam mencapai tujuan saling mencapai pemahaman bersama”. Komunikasi dapat terjadi dalam satu arah atau komunikasi timbal balik yaitu saling memberikan interaksi atau *feedback*.

Berelson dan Steiner (Syarifuddin& Suryanto, 2016) menyatakan bahwa “komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, dan keahlian melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka dan lain-lain”.

Komunikasi di dalam suatu instansi maupun organisasi sangat diperlukan demi menunjang keberhasilan suatu organisasi atau instansi pemerintahan. Komunikasi menjadi jalan bagi sebuah organisasi, perusahaan, dan pemerintahan dalam memperkenalkan suatu produk kepada masyarakat.

Seiring dengan peningkatan globalisasi dunia, masyarakat paham bahwa masyarakat membutuhkan jasa transaksi yang lebih mudah dalam menyimpan atau meminjam uang dari suatu instansi terpercaya. Masyarakat juga sadar bahwa dengan menabung di suatu bank akan memudahkan mereka untuk menyimpan uang dalam jumlah yang besar tanpa harus merasa khawatir uang yang disimpan akan hilang. Kemudahan yang ditawarkan oleh penyedia jasa dari bank ini lambat laun menumbuhkan minat seseorang dalam menabung.

Minat dapat diartikan sebagai suatu ketertarikan kepada sesuatu dan cendurung memilih apa yang diinginkan. Dalam meraih minat masyarakat maka suatu

perusahaan harus membuktikan bahwa kinerja perusahaannya berkualitas bagi penyedia jasa, maupun penyedia produk. Untuk menunjukkan kualitas kinerja suatu instansi kepada masyarakat luas dibutuhkan penghubung antara masyarakat dengan suatu instansi.

Public Relations (Kustadi, 2004, p. 24) bertujuan dalam menanamkan dan memeroleh pemahaman jasa, baik kepercayaan dan penghargaan dan dari publik khususnya serta masyarakat umum. Charles S.Steinberg (Kustadi, 2012, p. 53) menyatakan bahwa tujuan *Public Relations* adalah menciptakan opini publik yang menyenangkan tentang kegiatan- kegiatan yang dilakukan oleh badan atau perusahaan yang bersangkutan.

Tujuan *Public Relations* yaitu memperbaiki pendapat public yang menyenangkan dari suatu masyarakat sosial, ekonomi dan politik. Memahami proses pembentukan pandangan masyarakat serta perubahan sikap adalah dasar dari studi *public relations*.

Public Relations berperan penting dalam perputaran sistem informasi pada suatu lembaga.

Cutlip dan Center (Syafaruddin, 2916, p. 106) mengatakan:

Terdapat empat fungsi yang harus dipahami. *Pertama*, menunjang kegiatan manajemen untuk mencapai tujuan organisasi. *Kedua*, menciptakan komunikasi dua arah antara organisasi dan publiknya. *Ketiga*, melayani publik dan memberikan nasihat kepada pemimpin terkait kepentingan umum . *Keempat*, membina hubungan harmonis antara organisasi dengan publiknya.

Public relations dapat dapat terlaksana secara baik dalam menjalankan fungsi marketing harus dengan jelas dalam perencanaan marketing, langkah awal yaitu perencanaan yang matang mengenai titik sasaran dan target perusahaan dengan menerapkan strategi serta teknik yang terpat dalam mempromosikan suatu produk.

Dalam islam perilaku boros merupakan prilaku yang tidak diajarkan dalam islam. Islam mengajarkan untuk tidak menghabiskan uang. Islam mengajarkan untuk bersedekah atau menabung uang dalam bentuk ibadah atau

menggunakannya untuk keperluan pribadi. Allah berfirman dalam QS: Al-Isra': 26-27 yang berbunyi:

وَإِنَّ الْمُبَدِّرِينَ كَانُوا
إِخْوَانَ الشَّيَاطِينِ وَكَانَ الشَّيَاطِينُ لِرَبِّهِ كُفُورًا

Artinya: Berikanlah kepada keluarga-keluarga yang dekat akan haknya, kepada orang miskin dan orang yang dalam perjalanan dan janganlah kamu menghambur-hamburkan (hartamu) secara boros.(26) Sesungguhnya pemboros-pemboros itu adalah saudara-saudara syaitan dan syaitan itu adalah sangat ingkar kepada Tuhan.(27) (QS: Al-Isra:26-27)

Allah telah menganjurkan hambanya untuk tidak berprilaku boros, allah mengajarkan kita untuk menggunakan harta yang diberikan Allah untuk kebaikan, dan untuk keperluan pribadi kita mendatang, maka dari itu menabung adalah salah satu solusi untuk hidup dimasa mendatang dengan beribadah, memberikan hak fakir miskin dll.

Suatu catatan Otoritas Jasa Keuangan (OJK) per Februari 2018 mengenai statistik perbankan syariah tentang perkembangan total aset dan jaringan kantor bank umum konvensional. Sehingga yang demikian dapat dilihat dari segi pertumbuhan aset bank umum syariah per Februari 2018 yang baru mencapai 289.487 triliun, jumlah kantor bank umum syariah sebanyak 1.828 kantor dan jumlah ATM bank syariah 2584 ATM yang tersebar di seluruh Indonesia (Statistik Perbankan Syariah OJK, 2018).

PT Bank BRI Persero Tbk merupakan salah satu bank yang berkembang sejak 15 Juni 1895 dengan nama *De Poerwokeertosche Hulp en Spaarbank der Indlandsche Hoofden, Hulp en Spaarbank der Indlandsche Bestuurs Ambtenareen, Syomin Ginko*, sampai akhirnya resmi ditetapkan menjadi Bank

Rakyat Indonesia sejak 18 Desember 1968 berdasarkan UU No 21 tahun 1968. Pada tahun 1992 BRI berubah status hukum menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) berdasarkan Undang-undang Perbankan No. 7 tahun 1992.

Untuk dapat berpacu pada bank lainnya Bank BRI memiliki sebuah produk jasa yang dinamakan tabungan BRI SimPel (Fasilitas Serba Mudah) yang diciptakan dengan fasilitas yang lengkap dan persyaratan yang cukup mudah, dengan setoran awal minimal Rp5000; dengan setoran lanjutan ke rekening Tabungan BRI SimPel dapat dilakukan dengan setoran minimal Rp. 1.000;. Penyetoran ke rekening Tabungan BRI SimPel dapat dilakukan baik di sekolah maupun di seluruh Unit Kerja termasuk Agen BRILink. Fasilitas tabungan Bank BRI Simpel dapat diberikan kartu debit sebagai alat transaksi sesuai perjanjian yang berlaku dan atas persetujuan Kantor Pusat untuk mengakomodir Tabungan SimPel yang digunakan untuk penyaluran Program Indonesia Pintar (PIP). Kartu debit KIP (Kartu Indonesia Pintar) hanya dicetak untuk siswa yang berhak menerima berdasarkan data Kemendikbud/ Kemenag.

Bank BRI Persero Tbk, merupakan bank yang berusaha untuk menyediakan fasilitas dan layanan terbaik bagi nasabah, dengan menghadirkan ATM hingga 19,184 unit, jumlah mesin EDC sebanyak 204,386 unit, serta jumlah mesin CRM sebanyak 3,809 unit, termasuk 422,160 agen BRILink. Jaringan e-channel yang tersebar di seluruh Indonesia menjadi bukti konsistensi BRI dalam menjangkau yang tidak terjangkau.

Dalam memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel pada masyarakat, Bank BRI memerlukan seseorang yang dapat mengelola komunikasi atau informasi sehingga menarik minat Nasabah terhadap produk BRI SimPel.

Bentuk jasa yang diciptakan dengan syarat serta manfaat yang diberikan, artinya produk sudah benar-benar siap untuk dikenalkan kepada masyarakat. Agar masyarakat tertarik, maka perlunya informasi ini disebarluaskan. Informasi yang harus di sebarluaskan berupa produk Tabungan BRI SimPel, beserta manfaat, syarat fasilitas yang dapat diperoleh dan kelebihan produk dibandingkan pesaing.

Public Relation memiliki fungsi yaitu memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk menciptakan pemahaman yang baik antara masyarakat dan pihak perusahaan. Disamping itu juga *Public Relation* memiliki hubungan yang erat kaitannya dengan strategi marketing yang dapat menunjang suatu pemasaran produk. *Public Relation* yang menangani hal ini biasanya tergabung kedalam divisi baru yaikni “*Account Officer(AO)*”.

Account Officer merupakan suatu bidang yang berkomunikasi secara langsung dengan nasabah diberbagai lapisan masyarakat. Tugas penting dari *Account Officer* yaitu menjalin komunikasi yang baik dengan nasabah, membina kedisiplinan nasabah, .

Tugas penting *Account Officer* di Bank BRI adalah mempromosikan Produk Tabungan BRI SimPel. Hal ini dilakukan dengan harapan masyarakat luas dapat mengenal lebih baik mengenai produk tabungan BRI SimPel yang ditawarkan oleh Bank BRI. Agar dapat menarik perhatian masyarakat *Account Officer* harus mampu meyakinkan masyarakat luas bahwa produk tabungan SimPel iB dapat memberikan manfaat serta keuntungan lebih dibandingkan dengan produk bank lainnya.

Dengan melihat masalah yang ada pada latar belakang masalah maka peneliti ingin meneliti **Strategi Public Relation Officer dalam meningkatkan Minat Menabung di BRI Kantor Unit Pulau Rakyat .**

B. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah didalam penelitian ini dibuat dengan tujuan penelitian dapat menjadi tepat pada apa yang diteliti, sesuai dengan tujuan yang sudah ditetapkan dan tidak melebar, maka dengan ini batasan permasalahan hanya pada “*Strategi Public Relations Officer* PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat, dalam mempromosikan produk Tabungan BRI Simpel 2020-2021”

C. Rumusan Masalah

Susunan masalah yang terdapat dalam skripsi ini yaitu Bagaimana Strategi *Publik Relations* yang diterapkan Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat dalam mempromosikan produk Tabungan BRI Simpel?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan yang dibuat dalam penelitian ini berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yaitu : Untuk mengetahui strategi yang diterapkan *Public Relations Officer* PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat dalam mempromosikan produk Tabungan BRI Simpel.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Mendapat pengetahuan dan pengalaman lebih tentang pelaksanaan Startegi *Public Relations Officer* dalam meningkatkan minat menabung di Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat
 - b. Mendalami konsep *Public Relations Officer* atau hubungan masyarakat umum dengan strategi yang digunakan PT. Bank Rakyat Indonesia guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan.

2. Manfaat Praktis

- a. Diharapkan hasil penelitian ini bisa digunakan sebagai bahan masukan PT. Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat untuk merangkai strategi guna memperkenalkan produk Tabungan BRI Simpel.
- b. Penelitian ini dapat memudahkan *Public Relations Officer dalam* memahami Strategi hubungan masyarakat yang tepat dalam meningkatkan minat menabung melalui promosi yang baik.

BAB II

KAJIAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

Komunikasi menurut Hovland, Janis & Kelley (Syarifuddin, 2016, p.) yaitu “suatu proses melalui seseorang (komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lain”.

Strategi adalah sebagai suatu susunan kegiatan dalam mengupayakan atau memaksimalkan kinerja guna dalam mencapai target sasaran. Sedangkan komunikasi adalah sarana interaksi manusia dalam mendapatkan informasi. Komunikasi sering kali dimanfaatkan individu untuk memperoleh apa yang terjadi dilingkungan sekitarnya. Strategi komunikasi merupakan suatu susunan atau rangkaian yang disusun seseorang guna mengupayakan informasi sampai kepada penerima informasi.

Corder (Asep, 2018) berpendapat bahwa strategi komunikasi adalah “tehnik yang sistematis dan digunakan pembelajar untuk mengekspresikan idenya ketika mengalami kesulitan karena penguasaan bahas yang belum sempurna”.

Middleton dalam (Polikarpus, Hafied, & Muhadar, 2014) menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah perpaduan mulai komunikator, pesan saluran (media), penerima sampai pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal”. Effendy dalam (Asep, 2018) menjelaskan bahwa “strategi pada umumnya adalah perencanaan (*Planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Arifin & Anwar (1994) beberapa teknik yang dapat digunakan dalam beberapa strategi komunikasi yaitu :

- a. *Redundancy* (Reputation) adalah cara mempengaruhi khalayak dengan jalan mengulang-ngulang pesan kepada khalayak.
- b. *Canalizing*, adalah memahami dan meneliti pengaruh kelompok terhadap individu dan khalayak.
- c. *Informatif*, adalah suatu bentuk isi pesan yang bertujuan mempengaruhi khalayak dengan jalan memberikan penerangan. Penerangan berarti menyampaikan sesuatu apa adanya

- d. *Persuasif*, adalah mempengaruhi dengan jalan membujuk
- e. *Edukatif*, merupakan salah satu usaha mempengaruhi khalayak dari suatu pernyataan umum yang dilontarkan.
- f. *Koersif*, adalah mempengaruhi khalyak dengan jalan memaksa.

Menurut Arifin & Anwar (1994) agar pesan tersampaikan secara efektif, maka komunikasi perlu menentukan langkah-langkah strategi komunikasi, sebagai berikut:

- a. Mengenal Khalayak
- b. Menentukan tujuan
- c. Menyusun pesan
- d. Menetapkan metode dan memilih media yang digunakan

B. *Public Relations Officer*

Public Relations officer merupakan praktisi yang bekerja secara profesional terutama dalam mengantisipasi kesalahpahaman antara perusahaan dengan publik. PRO bertugas memberikan pemahaman kepada publik dengan jujur dan meyakinkan.

“Menurut Kustadi (2012, p. 197) menyatakan:

Untuk menciptakan suatu organisasi yang kontruktif dan produktif tentunya diperlukan seorang pemimpin yang cakap dalam menjalankan tugas dan kewajiban organisasi. Demikian pula untuk suksesnya misi organisasi *Public Relations*, diperlukan seseorang pemimpin yang betul-betul menguasai semua bidang yang bersangkutan dengan tugas dan kewajiban *Public Relations Officer*.

Syarifuddin (2016, p. 142) juga menyatakan bahwa “*Public Relations Officer* (PRO merupakan praktisi yang secara langsung maupun tidak langsung berhubungan dengan khalayak luas. Oleh sebab itu, seorang PRO harus memiliki syarat antara lain”:

- 1) Mampu menghadapi banyak orang dengan latar belakang dan karakter yang beragam
- 2) Mampu berkomunikasi menjelaskan banyak hal dengan jelas dan lugas, baik secara lisan maupun tulisan

- 3) Memiliki intergritas yang baik, berlandaskan moral, berkarakter kuat, bertanggung jawab dan selalu siap melaksanakan tugasnya secara profesional
- 4) Memiliki wawasan dan imajinasi yang luas dan berpandangan ke depan
- 5) Melandasi keputusan dengan pengetahuan, penuh pengertian dan bebas prasangka
- 6) Memiliki ilmu pengetahuan yang mendalam tentang komunikasi psikologi dan sosiologi
- 7) Peka terhadap aspirasi dan perkembangan yang terjadi
- 8) Mampu bersikap tegas, namun fleksibel dan mampu beradaptasi.
- 9) Memahami seluk-beluk organisasi dengan beragam kebijakannya.
- 10) Mempunyai jiwa kepemimpinan yang kuat.

Berdasarkan pemaparan menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa menjadi sebuah praktisi PRO tidaklah mudah, harus terdapat keahlian komunikasi dalam menyampaikan sebuah pemahaman yang dapat berpengaruh baik pada perusahaan.

C. Keterkaitan antara *Public Relations* dan *Marketing*

Sering kali perusahaan memanfaatkan PR dalam kegiatan marketing, karena semua aktivitas PR sangat mendukung kegiatan Marketing. Dengan kata lain PR mampu berkomunikasi bukan hanya dengan berbicara dan mempengaruhi Publiknya, tetapi PR memiliki strategi yang dapat mendukung kegiatan marketing. PR akan menggunakan semua bentuk media untuk mendukung dalam kegiatan marketing suatu perusahaan, maka tak khayal jika PR sering dikaitkan dengan *Marketing*.

Wilcox (Soleh & Elbinaro, 2004, p. 153) berpendapat bahwa:

Alat dan teknik *public relations* yang sering digunakan untuk menunjang marketing dan sasaran penjualan suatu bisnis disebut “Komunikasi Marketing” atau Marketing *Public Relations*. Staf PR yang bekerja di bidang ini biasanya tergabung dalam divisi marketing. *Public Relations* yang berorientasi marketing dibentuk oleh suatu divisi baru, yaitu Komunikasi dan Marketing.

Soleh & Elbinaro berpendapat bahwa “PR digunakan dalam perencanaan marketing untuk mencapai sejumlah sasaran :

- a. Membantu perusahaan dan nama produknya agar lebih dikenal.
- b. Membantu mengenalkan produk baru atau peningkatan produk
- c. Membantu meningkatkan suatu produk *life style* contohnya menyempurnakan pesan iklan dan promosi penjualan dengan menambah informasi baru

- d. Mencari pangsa pasar baru dan memperluas keberadaannya.
- e. Memantapkan semua iamge (citra) yang positif bagi produk dan usahanya

Marketing berasal dari kata market yang berarti pasar. Kustadi mendefinisikan *Marketing* merupakan suatu aktivitas perusahaan yang dilakukan dalam rangka menyalurkan barang atau jasa (produksinya) kepada konsumen atas dasar pengertian akan kegunaannya terhadap tempat, waktu, perpindahan hak milik, bentuk dan keputusan masing-masing pihak yang terlibat dalam proses penyaluran yang dimaksud.

L. Harris (Maryam 2017)

Marketing Public Relations adalah suatu proses perencanaan, pelaksanaan, dan mengevaluasi program-program yang dapat merangsang pembelian dan kepuasan konsumen melalui komunikasi mengenai informasi yang dapat dipercaya dan melalui kesan-kesan positif yang ditimbulkan dan berkaitan dengan identifikasi perusahaan atau produknya sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan kepentingan bagi para konsumennya.

Ruslan (Maryam, 2017) mengatakan “ *Marketing Public Relations* adalah perpaduan antara pelaksanaan program dan strategi pemasaran dengan aktivitas program kerja *public relations* dalam upaya meluaskan pemasaran dan demi tercapainya kepuasan konsumen”.

D. Konsep Promosi *Public Relations*

1. Pengertian Promosi *Public Relations*

Babin (Denny, 2013) mendefinisikan

promosi merupakan fungsi komunikasi dari perusahaan yang bertanggung jawab menginformasikan dan membujukatau mengajak pembeli”. Alma (Denny, 2013) menyatakan bahwa “promosi adalah jenis komunikasi yang memberi keyakinan calon konsumen tentang barang dan jasa, hal ini bertujuan untuk menarik perhatian, mendidik, mengingatkan dan menyakinkan calon konsumen.

Kotler& Keller (Muhammad, Djumali &Istiqomah, 2016) mendefisikan “promosi sebagai suatu strategi khusus dari iklan pribadi, promosi penjualan dari hubungan masyarakat untuk mencapai tujuan iklan dan pemasarannya”.

Menurut Swastha & Sukotjo (Muhammad, Djumali & Istiqomah, 2016) “promosi juga diartikan sebagai arus infomesi atau persuasi satu arah yang

dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran”.

Dari beberapa definisi menurut para ahli diatas maka dapat disimpulkan promosi merupakan faktor pendukung dalam memajukan tujuan perusahaan dan meningkatkan penjualan suatu produk perusahaan. Dengan melakukan promosi maka perusahaan dengan mudah menyampaikan produk kepada konsumen. Melalui kemampuan komunikasi yang baik serta sugesti yang diberikan, akan mempengaruhi minat atau ketertarikan masyarakat terhadap suatu produk. Promosi dapat dilakukan dengan cara menjelaskan bentuk produk beserta keunggulan yang ditawarkan lebih menguntungkan daripada produk pesaing.

2. Media Promosi *Public Relations*

a. Media Massa

Kegiatan promosi menggunakan kekuatan media massa yang digunakan secara tepat dan efisien merupakan langkah daar dalam kehidupan bisnis organisasi(Syafaruddin, 2016, p. 148).

- 1) Media Cetak sering didapatkan dengan mudah karena sifatnya umum dan dengan mudah dipahami oleh berbagai kalangan masyarakat atau komersial misalnya surat kabar, majalah yang terbitannya berjangka hari atau minggu atau bulanan.
- 2) Media Elektronik seperti tv, Radio niaga. lainnya yang memiliki pendengar setia.

b. Media Internal Perusahaan

Media internal adalah media yang dirancang hanya untuk perusahaan sendiri (karyawan). Media ini berupa informasi mengenai organisasi yang biasanya memuat kabar terhadap atasan dan bawahan, guna menciptakan kondisi informasi yang dapat membina loyalitas karyawan. Bentuk tampilan media internal berupa foto, pengumuman, artikel, berita, profil kegiatan organisasi, dll.

E. Produk Tabungan BRI SimPel

- **Pengertian**

Tabungan BRI Simapanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa/pelajar yang diterbitkan oleh Bank BRI dengan Persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

- **Tujuan, Manfaat dan Ruang Lingkup**

1. Tujuan

- 1.1. **Literasi Keuangan** : Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada siswa, orang tua dan komunitas sekolah mengenai layanan keuangan khususnya produk tabungan
- 1.2. **Inklusi keuangan** : Meningkatkan Akses keuangan yang mudah dijangkau, biaya ringan, dan fitur yang menarik bagi siswa.
- 1.3. **Budaya Menabung** : Menciptakan budaya gemar menabung dan melatih pengelolaan keuangan sejak dini
- 1.4. **Pengembangan Aset(Aset Building)** : Mengajarkan kepada siswa untuk dapat memiliki dan mengembangkan kekayaan sendiri dengan cara menabung

2. Manfaat

2.1. Manfaat Bagi Siswa

- 2.1.1. Memperoleh edukasi keuangan, khususnya tentang produk tabungan
- 2.1.2. Mendapatkan kemudahan akses terhadap produk dan jasa layanan Bank
- 2.1.3. Mendorong gemar menabung
- 2.1.4. Melatih pengelolaan keuangan sejak dini.

2.2. Manfaat Bagi Orang Tua

- 2.2.1. Memperoleh edukasi keuangan, khususnya tentang produk tabungan
- 2.2.2. Sebagai sarana dalam mengajarkan kemandirian dan kedisiplinan anak dalam mengelola keuangan
- 2.2.3. Memudahkan orang tua untuk mengontrol pengeluaran anak

2.3. Manfaat Bagi Sekolah

2.3.1. Sebagai sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru

2.3.2. Menumbuhkan budaya menabung disekolah

2.3.3. sebagai sarana dalam mengelolah sistem pembayaran yang efektif dan efisien disekolah

2.4. Manfaat Bagi Bank BRI

2.4.1. Meningkatkan *customer based* dan menjadi sumber perolehan dana murah

2.4.2. menjadi pintu masuk dalam menjalin kerja sama yang berkelanjutan dengan pihak sekolah

2.4.3. meningkatkan *awareness* terhadap produk BRI sehingga menciptakan embrio nasabah produk tabungan reguler BRI

3. Ruang Lingkup

Pembukaan rekening dan transaksi tabungan BRI SimPel dapat dilakukan diseluruh unit kerja BRI Selindo.

- **Pasar Sasaran**

1. Tabungan BRI SimPel diperuntukan bagi nasabah dengan kriteria sebagai berikut;

a. Nasabah perorangan untuk siswa

b. WNI

c. Berstatus sebagai siswa PAUD, TK, RA,SD,SMP,SMA, Madrasah(MI, MTS, MA) atau sederajat

2. Tabungan BRI SimPel tidak diperkenankan bagi nasabah non-perorangan/institusi/badan usaha/baik yang telah berbadan hukum maupun yang belum berbadan hukum.

- **KETENTUAN PELAYANAN SIMPANAN PELAJAR**

1. Syarat dan Ketentuan Umum

1.1. Merupakan tabungan perorangan untuk siswa berstatus WNI

- 1.2. diperuntukan bagi siswa PAUD/TK/RA, SD/MI, SMP/MTS, SMA/sederajat
- 1.3. Pembukaan Rekening dapat dilakukan dengan:
 - (a) Perjanjian kerjasama (PKS) antara sekolah dan Bank atau
 - (b) Tanpa Perjanjian Kerja sama
- 1.4. Sekolah dapat bekerja sama dengan lebih dari satu Bank
- 1.5. Orang tua/wali dapat memberikan kuasa kepada sekolah (pejabat sekolah yang ditunjuk) atau pihak lain untuk pembukaan rekening SimPel
- 1.6. Satu siswa hanya diperkenankan hanya memiliki satu rekening SimPel di satu bank yang sama
- 1.7. satu siswa hanya diperkenankan satu *customer identification file* (CIF)

2. Fitur Produk

Nama Produk	:	SimPel
Mata Uang	:	IDR (Rupiah)
Nama Rekening &CIF	:	Nama Siswa
Setoran Awal	:	minimal Rp 5.000;
Setoran Selanjutnya	:	maksimal Rp 1.000;
Biaya Adminitrasi	:	-
Saldo minimum	:	Rp. 5.000;
Saldo Maksimum	:	Rp 20.000.000;
Bunga/Bonus	:	Diatur dalam ketentuan tersendiri
Biaya Penutupan Rekening	:	Rp. 5.000;
Kriteria	:	Nasabah Perorangan untuk siswa
Product Type **)	:	BS (Reguler) BT (PIP Kemendikbud) BR (PIP Kemenag)

F. Penelitian Terdahulu

1. Sarah Rizki Putri Skripsi Mahasiswa UIN SU Fakultas Ilmu Sosial, Prodi Ilmu Komunikasi yang berjudul “ Peran Public Relation dalam Membangun Komunikasi Publik Internal di Universitas Islam Negeri

Sumatera Utara” hasil dari penelitiannya menjelaskan bahwa Humas UIN SU sudah melaksanakan perannya dengan baik. Yang perlu dievaluasi adalah memperhatikan Psikologi Sosial (Human Relation) dalam berkomunikasi dengan karyawan, bukan hanya hubungan antarmanusia biasa tetapi menyangkut hal rohaniah, membantu dalam komunikasi organisasi serta menyadari pemntingnya menjaga hubunga dengan publik internal.

2. Tengku Melinda Situmorang Skripsi Mahasiswa UIN SU Fakultas Dakwa dan Komunikasi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi Pemerintahan Kabupaten LABUHANBATU UTARA dalam Melahirkan Kebijakan Pemberian Beasiswa MoU Bagi Mahasiswa Berprestasi Universitas Islam Negeri Smatera Utara Medan” hasil dari penelitiannya menjelaskan bahwa strategi komunikasi organisasi pemerintahan Kabupaten Labuhanbatu Utara dalam melahirkan kebijakan pemberian Beasiswa MoU bagi mahasiswa berprestasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Sudarmiyati, Skripsi Mahasiswa UIN Yogyakarta Fakultas Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi yang berjudul “Strategi *Public Relations* PT. Telkom, Tbk dalam Mengokohkan Brand Image”, hasil dai penelitiannya menjelaskan bahwa, strategi yang sedang diterapkan dalam mengokohkan barand image pada customer yaitu dengan melakukan *Integrated Strategy* (Strategi tingkat fungsional) yang mempunyai tujuan untuk mendukung strategi tingkat korporat (*Portopolio Bussiness*) yang baru dijakanlan oleh perusahaan yaitu dengan mengokohkan brand image peerusahaan yang positif “sebagai perusahaan penyedia Jasa *Telecomunications Informastions Media and Edutainment* (T.I.M.E) serta beberapa produk baru perusahaan agar customer mempunyai presepsi yang positif terhadha brand image perusahaan. Strategi yang telah ditetapkan tersebut Officer II Public Relations mengaplikaskan starteginya sesuai engan perubahan yang terjadi di lingkungan perusahaan.
4. Jon Fahmi Oskandar, Skripsi Mahasiswa UIN SU Fakultas Ilmu Sosial Program Studi Ilmu Komunikasi yang berjudul “Peran Public Relations

dalam Membangun Komunikasi Publik Internal di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara”, hasil penelitiannya Humas UIN SU sudah melaksanakan perannya dengan baik.

5. Rosa Apriani, Skripsi Mahasiswa Univeritas Bengkulu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi yang berjudul “Strategi Marketing Public Relations dan Promotion PT. Bank Bri Syariah Kantor Cabang Bengkulu dalam Meningkatkan Citra sebagai Bank Berbasis Syariah”, hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa Bank BRI Syariah sudah melakukan strategi Marketing public Relations dengan konsep syariah dan promosi yang dilakukan dengan cara melakukan pendekatan terhadap media dan masyarakat serta melakukan kegiatan dalam mempromosikan BRI Syariah.
6. Suherman Kusniadji, Jurnal Komunikasi, Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Alumnus Magister Ilmu Komunikasi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Kegiatan Pemasaran Produk *Consumer Goods* : Studi Kasus pada PT Expand Berlian Mulia di Semarang” , hasil penelitiannya mengungkapkan bahwa kesesuaian antara pola-pola konseptual yang diprediksikan berdasarkan analissi yang dilakukan diperoleh kesimpulan yaitu strategi yang digunakan PT Expand Berlian dalam mempromosikan produk yaitu menggunakan bauran promosi berupa advertising, sales promotion, personal selling, dan marketing event.
7. Septika K. A & Suharyanti, Jurnal *Communication Spectrum*, Universitas Bakrie Program Studi Ilmu Komunikasi, yang berjudul “ Implementasi Strategi Marketing Public Relations dalam Pengelolaan Citta Merek”, hasil penelitiannya menyatakan bahwa Bank BRI memilih program sponsorship sebagai instrumen utama dalam strategi Marketing Public Relations yang diterapkan untuk prosuk tabungan BRI Junio.
8. Asep, Jurnal Ilmu Komunikasi, Kementrian Agama Kota Bandung, yang berjudul “Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal”, hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa perencanaan yang baik secara internal dan eksternal

didukung oleh peran ketua yang menjalankan komando organisasi dengan mengoptimalkan bidang-bidang yang ada.

9. Peliglia, Jurnal Komunikasi Nusantara, Universitas Tribhuwana Tunggadewi, Program Studi Ilmu Komunikasi, yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung”, hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa Hotel Kartika Graha Malang menggunakan teori IMC yang merupakan juga teori kotler yaitu bauran pemasaran dengan empat P (4P) yaitu *product, price, place, promotion*.
10. Tarno & Amanah, Jurnal Komunikasi Nusantara Universitas Tribhuwana Tunggadewi Program Studi Ilmu Komunikasi, yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang”, hasil dari penelitiannya menyatakan bahwa, strategi komunikasi pemasaran yang diterapkan oleh kampung Wisata Keramik Dinoyo dalam meningkatkan penjualan dan menjaga hubungan dengan *customer* dan calon customer adalah dengan cara melakukan strategi pemilihan pasar, strategi produk *knowlage*, strategi distribusi dan strategi promosi prouk keramik.
11. Acharisa Mettasatya Afrilia, Jurnal Riset Komunikasi, “*Digital Marketing* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran “ Waroenk Ora Umum” Dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen”, hasil penelitiannya menyatakan bahwa strategi pemasaran yang diterapkan oleh manjemen Waroenk Ora umum (WOU) dapat dikatakan cukup stabil dan maksimal.
12. Iik & Redi Panuju, Jurnal Wacana Universitas dr Soetomo Surabaya yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Produk Fair N Pink Melalui Media Sosial Instagram”, yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa,Strategi komunikasi yang dilakukan pihak perusahaan *Fair N Pink* yang melibatkan media *intagram* dalam menjalankan strategi komunikasi pemasaran online dnegan memanfaatkan fitur yang ada di *instagram*.
13. Alfi & Saifuddin, Jurnal Ilmu Komunikasi Unoversitas Pembangunan Nasional “Veteran” yang berjudul “Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “Moeng Kopi” Melalui Media Sosial Instagram”, hasil penelitiannya

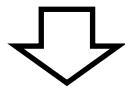
menyatakan bahwa menunjukkan hasil yang baik dalam pembentukan Brand Image dengan menerapkan elemen brand serta strategi brand image pada kedai kopi Moeng kopi.

14. Priyo & Sri, Jurnal Ilmu Komunikasi, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee di Tengah Pandemi COVID-`19 di Indonesia” yang hasil penelitiannya menyatakan bahwa, Stretagi media yang dipilih shopee dalam memanfaatkan media baru dalam mengadopsi fitur sosial media dalam penerapannya seperti fitur *time line, follow, pencarian, fitur bintang* dan *rekomendasi, live chat, game* dan *live streaming* sangat berpengaruh besar.
15. Santi, Dalinur & Candra, Jurnal Ilmu Komunikasi Islam dan Kehumasan Universitas Islam Negeri Raden Fatah Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berjudul “Strategi Komunikasi Organisasi dalam emningkatkan Etos Kerja Pegawai Kantor Cama Tungkal Jaya Kabupaten Musi” yang hasil penelitiannya menunjukkan bahwa, Strategi komunikasi Organisasi dalam meningkatkan Motivasi Kerja Pegawai Kantor Camat Tungkal Jaya Kabupaten Musi Banyuasin, bahwa selama ini Kantor Camat melalui pemimpinya telah melakukan strategi peningkatan motivasi kerja pegawai, melalui penentuan tujuan dnegan melaksanakan visi dan misi yang harus dicapai dan diterapkan pemimpin unit kerja.

G. Kerangka Konseptual

Berdasarkan Tinjauan pustaka data penelitian terdahulu, maka kerangka berpikir dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:





Mempromosikan Produk
Tabungan BRI SimPel



Pelaksanaan Strategi Account Officer Bank BRI Pulau Rakyat dalam
mempromosikan Produk Tabungan BRI SimPel

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penenelitian

Metode penelitian ditujukan agar penelitian dapat menjadi teratur dan dengan mudah dipahami. Metode penelitian yang dipakai penulis adalah metode penelitian kualitatif deskriptif.

Jenis penelitian menggunakan jenis penelitian kualitatif, adalah suatu jenis penelitian yang prosedur penemuan yang dilakukan bersifat naturalistik. Peneliti ingin meneliti berdasarkan prosedur yang alamiah dalam mengamati fenomena yang terjadi saat dilapangan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan *grounded theory*. Tujuan peneliti menggunakan pendekatan *grounded theory* yaitu peneliti ingin melakukan pengamatan yang terfokus pada suatu peristiwa, berupa tindakan aksi atau aktivitas individu yang berkesinambungan dari waktu ke waktu dalam hal tertentu.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Kantor BRI Unit Pulau Rakyat yang terletak di JL. Lintas Sumatera No.23, Pulau Rakyat Tua, Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan Sumatera Utara– 21273 Telepon : (0623)355059. Waktu Penelitian dilakukan selama 03 Oktober 2020 – 20 November 2020.

C. Sumber Data

Sumber data penelitian ini berupa:

- 1) Data Primer ditemukan dari narasumber.atau informan.yang sudah ditentukan peneliti dengan kategori imforman tersebut mampu menguasai data yang diperlukan yang berkaitan dengan informasi yang di perlukanDalam mengumpulkan data Primer peneliti melakukan metode atau teknik wawancara semi terstruktur, dimana peneliti diberi kebebasan sebebas-bebasnya dalam bertanya dan memiliki kebebasan dalam mengatur alur dan setting wawancara. Dalam hal ini

peneliti memperoleh informasi mengenai data tentang Strategi komunikasi *Account Officer* melalui Informan, dan peneliti memperoleh informasi mengenai data minat menabung masyarakat sekitar melalui responden.

- 2) Data skunder diperoleh dari berbentuk informasi yang berhubungan dengan PT BRI dalam bentuk artikel, berita, ataupun informasi pendukung yang diperoleh dari media cetak ataupun dari media yang telah tersedia di PT BRI Unit Pulau Rakyat.

D. Informan

Dalam penelitian ini teknik penentuan subjek penelitiannya menggunakan *Purposive Sampling*. *Purposive Sampling* adalah penyeleksian informan dengan meninjau kembali kriteria-kriteria tertentu (Sugiyono, 2008). Informan yang dipilih dalam wawancara penelitian ini memiliki kriteria sebagai berikut:

1. Berpengalaman di bidang *Account Officer*
2. Memiliki jabatan yang lebih tinggi dari *Account Officer* atau *Account Officer*.
3. Memahami tugas dan peranan *Account Officer*
4. Memahami objek yang tengah diteliti

Informan penelitian ini didalam penelitian ini berdasarkan kriteria yang sudah ditentukan :

- a. Informan Kunci (Key Informan), adalah seseorang memiliki berbagai informasi mengenai sesuatu yang diperlukan dalam penelitian ini. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Kepala unit Kantor/ Humas Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat
- b. Informan Tambahan, adalah pihak yang mampu memberikan informasi walaupun tidak langsung terlibat dalam interaksi sosial yang diteliti. Informan tambahan dalam penelitian ini adalah Supervisor Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat
- c. Informan Utama (Subjek), adalah seseorang pelaku interaksi sosial yang diteliti. Informan utama dalam penelitian ini adalah *Account Officer* Bank Rakyat Indonesia Unit Pulau Rakyat.

E. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah divisi *Account Officer* PT Bank Rakyat Indonesia, yang menjadi informan utama, sedangkan objek penelitian yaitu meneliti Strategi Bank Rakyat Indonesia dalam meningkatkan minat menabung produk tabungan BRI SimPel yang akan menjadi deskripsi penelitian.

F. Teknik Pengumpulan Data

Sugiyono (2011, p. 308) mengatakan “teknik mengumpulkan data adalah tahapan utama dalam penelitian, karena hal yang paling pertama kali dari penelitian adalah mendapatkan data. tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang mampu membantu menjawab rumusan masalah”.

Data-data yang dikumpulkan melalui teknik pengumpulan data diantaranya:

a. Observasi

Observasi merupakan cara dalam penelitian berupa mengamati dan menelaah sesuatu yang terjadi secara alamiah. Penelitian dapat diamati dengan secara terstruktur dan tidak terikat. Alat yang digunakan dalam observasi berupa lembar ceklit, atau catatan kecil dan lain-lain. Dalam hal ini, observasi yang dilakukan peneliti berupa pengamatan terhadap fenomena-fenomena yang terjadi antara subjek dengan objek yang diteliti dilapangan yaitu di Bank BRI Kantor Unit Pulau Rakyat.

b. Wawancara

Wawancara yaitu berupa kegiatan melempar pertanyaan dan pengutaraan jawaban yang dilakukan antara peneliti dengan subjek penelitian serta dengan sekumpulan orang yang terlibat langsung dalam *Public Relations* atau humas. Dalam hal ini peneliti memilih bentuk wawancara semi terstruktur dalam mewawancarai *Marketing Communication*, peneliti diberi kebebasan sebebas-bebasnya dalam bertanya dan memiliki kebebasan dalam mengatur alur dan setting wawancara.

G. Tehnik Analisis Data

Analisis data adalah kegiatan menemukan sebuah fenomena berupa data, diperoleh melalui kegiatan pengumpulan data dengan cara mengklasifikasikan ke dalam kategori, menerangkan dan memilah data yang berkaitan dengan penelitian.

Sesuai dengan pendekatan penelitian, maka analisis data yang digunakan peneliti yaitu analisis data *grounded theory* yang tujuannya untuk mendapatkan data berbagai kondisi lapangan yang berbentuk proses, aksi, kegiatan ataupun interaksi individu ataupun kelompok. *Grounded theory* memiliki tahap yaitu :

- a. Deskripsi data yaitu kegiatan peneliti dalam menginterpretasikan sesuatu yang peneliti amati. Pendeskripsian data ini berawal dari lingkungan yang berupa interaksi atau respon atau suatu peristiwa yang sedang diteliti.
- b. *Coding*, yaitu tahap atau langkah dimana peneliti mencari inti dari hasil deskripsi wawancara, atau pun data yang diperoleh dari observasi yang mampu menjawab rumusan masalah. Tahap Coding memiliki tiga macam yaitu :
 - 1) *Open Coding*, peneliti bertugas menentukan bentuk kategori awal dari informasi tentang fenomena yang dikaji. Dalam hal ini peneliti melihat fenomena yang bersifat aksi atau reaksi yang akan ditelaah lalu mengidentifikasinya kedalam kategori-kategori, kemudian setelah itu diberi label. Peneliti akan mengamati aksi atau reaksi yang di timbulkan oleh subjek penelitian di Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat.
 - 2) *Axial Coding*, kategori-kategori fenomena yang berhasil diungkap akan dihubungkan satu sama lain. Dalam hal ini peneliti mengidentifikasi fenomena-fenomena penting tersebut kedalam bentuk kategori yang lebih luas yaitu :
 - (a) Peneliti akan melihat kondisi yang akan menjadi penyebab timbulnya suatu fenomena tersebut.
 - (b) fenomena itu merupakan peristiwa utama yang akan menggerakkan terjadinya aksi, tindakan atau interaksi

- (c) Konteks suatu bentuk kondisi atau lokasi atau waktu tertentu yang menjadi berlangsungnya aksi atau interaksi yang timbul
 - (d) Peneliti akan melihat kondisi pengitervensi yaitu melihat kondisi-kondisi struktural yang memudahkan atau menyulitkan jalannya proses dalam suatu
 - (e) Lalu peneliti akan menggambarkan yang diperoleh dari aksi dan interaksi yang diamati
- 3) *Selective Coding*, yaitu suatu proses untuk menyeleksi kategori-kategori, tujuannya untuk menemukan kategori inti, dengan kata lain peneliti berusaha menemukan garis cerita atau menuliskan cerita bedasarkan kategori-kategori utama yang sudah ditentukan didalam proses *open coding* dan *axial coding*
- c. Kategorisasi yang didapat dari hasil coding tersebut diuraikan lagi, lalu disusun menjadi suatu jawaban rumusan masalah.
 - d. Analisis, yaitu merupakan tahap pencarian dan menyelidiki hasil data yang diperoleh.

H. Tehnik Keabsahan Data

Pada penelitian kualitatif keabsahan data merupakan hal terpenting, maka keabsahan data yang dilakukan peneliti meliputi Kredibilitas (keterpercayaan), dan dependabilitas (dapat dipercayain atau diandalkan). Dalam penelitian ini teknik pemeriksaan keabsahan data yaitu berupa:

a. *Kredibilitas* (Keterpercayaan)

- 1) Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kepercayaan terhadap data. Maka peneliti akan melakukan perpanjangan pengamatan untuk mengamati kembali yang terjadi dilapangan, atau kembali .mewawancara kembali dengan pusat data yang telah lau atau yang terkini. langkah awal memasuki penelitian, peneliti dianggap asing, namun dengan adanya perpanjangan penelitian, maka akan dilakukan pengecekan ulang mengenai ketepatan data

- 2) Triangulasi, yaitu bentuk pengecekan data untuk menentukan apakah sebuah data benar-benar tepat menggambarkan fenomena pada sebuah penelitian. Dalam hal ini peneliti, mengecek hasil data yang diperoleh dari wawancara, apakah data tersebut memang benar adanya.
- 3) Mendiskusikannya dengan teman sejawat yang tidak ambil andil dalam penelitian, maka penelitian akan mendapatkan saran dari orang lain

I. Sistematika Pembahasan

BAB I (Pendahuluan)

Pembahasan Bab I yaitu berupa Latar Belakang Masalah, Perumusan Masalah, Tujuan Penelitian.

BAB II (Kajian Teori)

Pembahasan Bab ini yaitu berupa teori-teori yang digunakan peneliti dalam penelitiannya. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori dan Strategi *Public Relations*, Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat.

BAB III (Penyajian Dan Analisis Data)

Pembahasan Bab ini membahas metode penelitian serta deskripsi Umum PT. BRI, Deskripsi Hasil Penelitian dan Analisis Data.

BAB IV (Penutup)

Pembahasan Bab ini yaitu menyajikan hasil inti sari dari penelitian. Adapun inti sari itu dirangkum dalam bentuk kesimpulan yang dapat menjawab rumusan masalah yang sudah ditentukan.

BAB IV

TEMUAN DAN ANALISIS

A. Temuan

1. Sejarah PT. Bank BRI Persero Tbk.

Pada awalnya Bank. Rakyat Indonesia diciptakan yaitu pada 16 December 1895 di jawa tengah tepatnya di purwokerto di sebut *De Poerwokertosche Hulp en Spaarbank der Inlandsche Hoofden* melaikan Bank Bantuan dan tabungan miliki kaum ustad yang berdarah indonesia (pribumi) oleh raden Aria Wirjaatmadja pada mulanya menguraikan dana masjid yang diperuntukkan masayarakat dengan cara yang sederhana. Setelah indonesia lepas dari belenggu penjajahan jepang, pemerintah merubah nama badan menjadi Bank Rakyat Indonesia (BRI) yang badan hukumnya tertera pada Peraturan pemerintah No.1 Tahun 1964, yang merupakan bank atas nama negara. BRI merubah status hukumnya di tahun 1992, BRI menjadi PT Bank Rakyat Indonesia (Persero) berlandaskan UU Perbankan No. 7 tahun 1992 .

2. Gambar dan Arti Logo Bank BRI

a. Logo Peusahaan



Sumber : Arsip Marcomm, Company Profile PT.Bank BRI 2020

b. Arti Lambang dan Warna Bank BRI

Makna Umum:

- Bentuk logo yaitu berupa bentuk segi empat sama sisi dengan garis sudut lengkung yang artinya dinamis/fleksibel dalam menyikapi perkembangan zaman.

Warna Huruf

- Bentuk tulisan dari logo yaitu Bold huruf BRI dengan huruf kapital menandakan ketegasan. Garis, bentuk dan pewarnaan (bold) secara tegas, sederhana serta terukur dengan maksud untuk menghadirkan kesan-kesan yang merupakan cerminan dari sistem manajemen yang baik, kemudahan-kemudahan maupun keamanan yang tercermin secara imaginatif pada logotype tersebut. Bentuk dan pewarnaan secara tegas dan teratur diharapkan akan mampu menampilkan suatu kesan lembaga yang modern dan profesional.
- Warna Huruf yaitu warna biru melambangkan rasa nyaman, tenang, dan menyegarkan. Sebagai perusahaan yang fokus pada pelayanan jasa keuangan, BRI bertekad dapat memberikan kenyamanan tersebut dengan menyediakan berbagai layanan yang aman, fasilitas yang canggih dan lengkap, serta jaringan terluas untuk para nasabah..

3. Visi Misi Bank BRI

a. Visi Bank BRI

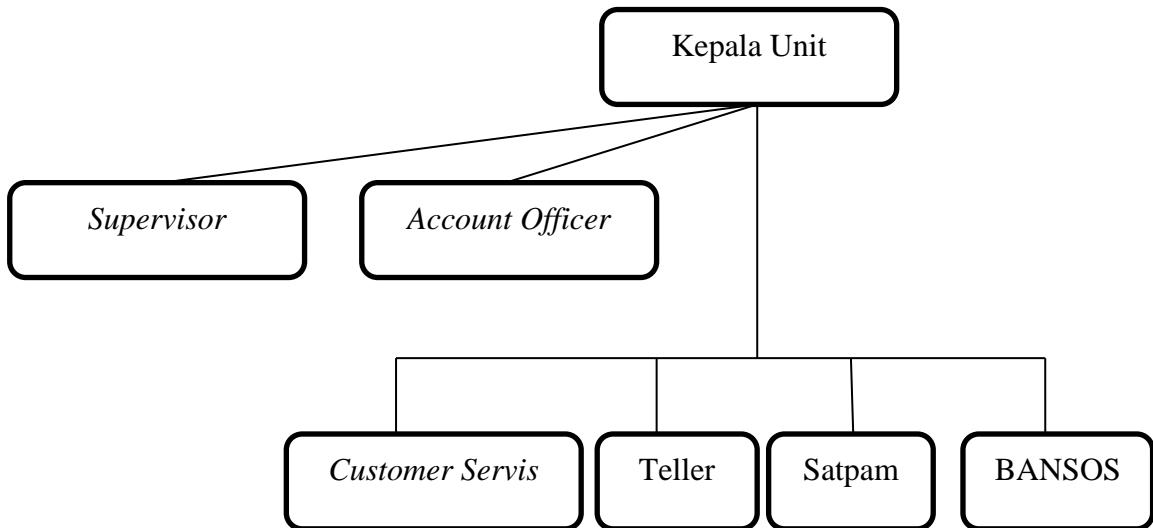
- a.1. Melakukan kegiatan perbankan yang terbaik dengan mengutamakan pelayanan kepada segmen mikro, kecil dan menengah untuk menunjang peningkatan ekonomi masyarakat.
- a.2. Memberikan pelayanan prima dengan fokus kepada nasabah melalui :

b. Misi Bank BRI

- b.1. Sumber Daya Manusia yang profesional dan memiliki budaya berbasis kinerja (*Performance driven culture*)
- b.2. Teknologi informasi yang handal dan future ready
- b.3. Jaringan kerja konvensional maupun digital yang produktif dengan menerapkan prinsip operational dan *risk management excellence*.
- b.4. Memberikan keuntungan dan manfaat yang optimal kepada pihak-pihak yang berkepentingan (stakeholder) dengan

memperhatikan prinsip keuangan berkelanjutan dan praktik *Good Corporate Governance* yang sangat baik.

4. Struktur Kepegawaian Bank BRI



Sumber : Arsip Marcomm, Company Profile PT. Bank BRI 2019

Keterangan:

- | | |
|-------------------------|--|
| <i>Kepala Unit</i> | : Seseorang yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap suatu kantor unit BRI |
| <i>Supervisor</i> | : Seseorang yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap |
| <i>Account Officer</i> | : Seseorang yang bertugas dan bertanggung jawab terhadap pemberian kredit dan promosi produk tabungan |
| <i>Customer Service</i> | : Seseorang yang bertugas dan melayani calon nasabah dalam membuka tabungan dan sebagainya |
| <i>Teller</i> | : Seseorang yang bertugas melayani nasabah dalam bertransaksi |
| <i>Satpam</i> | : Seseorang yang bertugas dan bertanggung jawab dalam menjaga keamanan kantor unit |
| <i>Bansos</i> | : Seseorang yang bertugas dalam membantu dan melayani dalam hal penyaluran dan pelayanan dana bantuan sosial |

5. Profil Objek Penelitian

Nama Perusahaan : PT.Bank Rakyat Indonesia Persero

Nama Bank : Bank BRI

Kode Bank : 002

Nama Kantor : Kantor Unit Pulau Rakyat

Status Kantor : Kantor Unit Pulau Rakyat
Alamat : JL. Lintas Sumatera No.23, Pulau Rakyat Tua,
Kecamatan Pulau Rakyat Kabupaten Asahan
Sumatera Utara
Kode Pos : 21273
Telp : (0623)355059

6. Produk Tabungan BRI SimPel

Tabungan BRI Simpanan Pelajar (SimPel) adalah tabungan untuk siswa/pelajar yang diterbitkan oleh Bank BRI dengan Persyaratan mudah dan sederhana serta fitur yang menarik, dalam rangka edukasi dan inklusi keuangan untuk mendorong budaya menabung sejak dini.

(Sumber: Arsip Marcomm, Company Profile PT.Bank BRI 2020)

Tujuan, Manfaat dan Ruang Lingkup

1. Tujuan

- 1.1. Literasi Keuangan** : Meningkatkan pengetahuan dan pemahaman kepada siswa, orang tua dan komunitas sekolah mengenai layanan keuangan khususnya produk tabungan
 - 1.2. Inklusi keuangan** : Meningkatkan Akses keuangan yang mudah dijangkau, biaya ringan, dan fitur yang menarik bagi siswa.
 - 1.3. Budaya Menabung** : Menciptakan budaya gemar menabung dan melatih pengelolaan keuangan sejak dini
 - 1.4. Pengembangan Aset(Aset Building)** : Mengajarkan kepada siswa untuk dapat memiliki dan mengembangkan kekayaan sendiri dengan cara menabung

2. Manfaat

2.1. Manfaat Bagi Siswa

- 2.1.1. Memperoleh edukasi keuangan, khususnya tentang produk tabungan
 - 2.1.2. Mendapatkan kemudahan akses terhadap produk dan jasa layanan Bank
 - 2.1.3. Mendorong gemar menabung
 - 2.1.4. Melatih pengelolaan keuangan sejak dini

2.2 Manfaat Bagi Orang Tua

- 2.2.1. Memperoleh edukasi keuangan, khususnya tentang produk tabungan

2.2.2. Sebagai sarana dalam mengajarkan kemandirian dan kedisiplinan anak dalam mengelola keuangan

2.2.3. Memudahkan orang tua untuk mengontrol pengeluaran anak

2.3. Manfaat Bagi Sekolah

2.3.1. Sebagai sarana edukasi praktis keuangan dan perbankan bagi siswa dan guru

2.3.2. Menumbuhkan budaya menabung disekolah

2.3.3. sebagai sarana dalam mengelolah sistem pembayaran yang efektif dan efisien disekolah

2.4. Manfaat Bagi Bank BRI

2.4.1. Meningkatkan *customer based* dan menjadi sumber perolehan dana murah

2.4.2. Menjadi pintu masuk dalam menjalin kerja sama yang berkelanjutan dengan pihak sekolah

2.4.3. Meningkatkan *awareness* terhadap produk BRI sehingga menciptakan embrio nasabah produk tabungan reguler BRI

Ruang Lingkup

Pembukaan rekening dan transaksi tabungan BRI SimPel dapat dilakukan diseluruh unit kerja BRI Selindo.

Ketentuan Pelayanan Simpanan Pelajar

1. Syarat dan Ketentuan Umum

1.1. Merupakan tabungan perorangan untuk siswa berstatus WNI

1.2. Diperuntukan bagi siswa PAUD/TK/RA, SD/MI, SMP/MTS, SMA/sederajat

1.3. Pembukaan Rekening dapat dilakukan dengan:

- (a) Perjanjian kerjasama (PKS) antara sekolah dan Bank atau
- (b) Tanpa Perjanjian Kerja sama

1.4. Sekolah dapat bekerja sama dengan lebih dari satu Bank

1.5. Orang tua/wali dapat memberikan kuasa kepada sekolah (pejabat sekolah yang ditunjuk) atau pihak lain untuk pembukaan rekening SimPel

1.6. Satu siswa hanya diperkenankan hanya memiliki satu rekening SimPel di satu bank yang sama

1.7. satu siswa hanya diperkenankan satu *customer identification file* (CIF)

2. Fitur Produk

2.1. Nama Produk : SimPel

2.2. Mata Uang : IDR (Rupiah)

2.3. Nama Rekening &CIF : Nama Siswa

2.4. Setoran Awal : minimal Rp 5.000;

2.5. Setoran Selanjutnya : maksimal Rp 1.000;

2.6. Biaya Adminitrasi : -

2.7. Saldo minimum : Rp. 5.000;

- | | |
|--------------------------------|--|
| 2.8. Saldo Maksimum | : Rp 20.000.000; |
| 2.9. Bunga/Bonus | : Diatur dalam ketentuan tersendiri |
| 2.10. Biaya Penutupan Rekening | : Rp. 5.000; |
| 2.11. Kriteria | : Nasabah Perorangan untuk siswa |
| 2.12. Product Type **) | : BS (Reguler)
BT (PIP Kemendikbud)
BR (PIP Kemenag) |

3. Ketentuan Pembukaan Rekening

- 3.1. Melalui perjanjian Kerja sama (PKS) antara sekolah dengan Bank
- 3.2. Tanpa perjanjian Kerja Sama (PKS)

4. Ketentuan Penyetoran

- 4.1. Setoran awal rekening Tabungan BRI SimPel minimum sebesar Rp 5.000; (Lima ribu rupiah)
- 4.2. Adapun setoran lanjutan ke rekening tabungan BRI SimPel dapat dilakukan baik disekolah maupun di seluruh Unit Kerja BRI termasuk Agen BRILink, baik secara tunai maupun pemindahbukuan/transfer antar rekening.
- 4.3. Penyetoran ke rekening Tabungan BRI SimPel dapat dilakukan baik di sekolah maupun di seluruh Unit Kerja BRI termasuk Agen BRILink, baik secara tunai maupun pemindahbukuan/transfer antar rekening.
- 4.4. Transaksi penyetoran di sekolah dapat dilayani saat Unit Kerja melakukan open table/pameran. Adapun penyelenggaraan open tabel/ pameran disekolah dapat disesuaikan dengan kondisi kegiatan operasional serta ketersediaan sarana dan prasarana di Unit Kerja.
- 4.5. Transaksi penyetoran oleh siswa dapat dikumpulkan (dikordinir)terlebih dahulu oleh pihak sekolah dengan mekanisme sebagai berikut :
 - a. Setoran dapat dikumpulkan (dikordinir) terlebih dahulu oleh pihak sekolah sebelum akhirnya disetorkan kepada Bank BRI
 - b. Pihak sekolah wajib membuat catatan pembukuan atas setoran dimaksud.

5. Ketentuan Penarikan

- 5.1. Penarikan dari rekening Tabungan BRI SimPel dapat dilakukan baik disekolah maupun diseluruh Unit Kerja BRI
- 5.2. Transaksi penarikan di sekolah dapat dilayani saat Unit Kerja melakukan *open table*/pameran. Adapun penyelenggaraan *open tabel*/pameran di sekolah dapat disesuaikan dengan kondisi kegiatan operasional serta ketersedian sarana dan prasarana di Unit Kerja
- 5.3. Nominal penarikan di sekolah maksimal sebesar Rp 250.000; (dua ratus lima puluh ribu rupiah) per penarikan. Penarikan melebihi nominal tersebut hanya dapat dilakukan saat nasabah bertransaksi di

kantor BRI serta *channel* BRI termasuk agen Layanan Keuangan Tanpa Kantor Dalam Rangka Keuangan Inklusif (Laku Pandai) atau pada nasabah melakukan penutupan rekening.

- 5.4. Adapun mekanisme transaksi penarikan rekening Tabungan BRI SimPel adalah sebagai berikut:

5.4.1. Kategori siswa PAUD, TK, dan SD (Sederajat)

➤ Penarikan di sekolah

- i. Penarikan di sekolah dapat dilakukan oleh siswa dengan mengisis slip transaksi yang telah ditandatanganin oleh siswa serta orang tua/wali yang menjadi *beneficial owner*.
- ii. Verifikasi tanda tangan orang tua
- iii. Tanda tangan siswa tidak menjadi acuan validasi, melainkan hanya sebagai sarana edukasi

➤ Penarikan di Unit Kerja BRI

- i. Penarikan di Unit Kerja BRI wajib didampingi oleh orang tua/wali yang menajadi *beneficial owner*.
- ii. Slip transaksi ditandatangani oleh siswa serta orang tua /wali yang menjadi *beneficial owner*.
- iii. Tanda tangan siswa tidak menjadi acuan validasi, melainkan hanya sebgai sarana edukasi.

➤ Penarikan di *channel* Bank BRI/Agen BRILink

- i. Penarikan di *channel* Bank BRI/Agen BRILink wajib didampingi oleh orang tua/wali yang menjadi *beneficial owner*.
- ii. Hanya dapat dilakukan oleh nasabah yang memiliki Kartu ATM
- iii. Ketentuan penarikan di Agen BRILink mengacu pada Buku Prosedur Operasional (BPO) Agen BRILink.

5.4.2. Kategori siswa SMP dan SMA

- i. Penarikan baik disekolah, Unit Kerja BRI maupun *channel* Bank BRI termasuk Agen BRILink dapat dilakukan sendiri oleh siswa tanpa perlu didampingi oleh orang tua/wali.
- ii. Siswa menandatangani slip transaksi
- iii. Verifikasi data, identitas dan tanda tangan sisw

- 5.5. Atas transaksi penarikan dari rekening Tabungan BRI SimPel akan dikenakan tarif sesuai jenis transaksi dengan berpedoman pada ketentuan tarif jasa bank yang berlaku

6. Ketentuan Rekening Pasif (*Dormant*)

- 6.1. Rekening Tabungan BRI SimPel akan berstatus *dormant* apabila tidak bertransaksi selama 12(dua belas) bulan berturut-turut.
- 6.2. Saat berstatus *dormant*, rekening Tabungan BRI SimPel akan dikenakan biaya administrasi sebesar Rp. 1.000; (seribu rupiah) per bulan.
- 6.3. Saat saldo rekening Tabungan BRI SimPel mencapai kurang dari Rp 5.000; (lima ribu rupiah), maka rekening dapat ditutup secara otomatis oleh sistem dengan biaya penutupan rekening sebesar sisa saldo.

7. Ketentuan Pemblokiran

- 7.1. Terdapat 2 (dua) jenis blokir pada Tabungan BRI SimPel, yaitu:
 - a. Blokir Saldo
 - b. Blokir Rekening
- 7.2. Pemblokiran saldo atau rekening dapat dilakukan atas permintaan secara tertulis dari pemilik rekening dan / atau pihak yang berwajib sesuai dengan ketentuan yang berlaku.
- 7.3. Selanjutnya ketentuan dan mekanisme pemblokiran tersebut tetap mengacu pada prosedur dan ketentuan pemblokiran yang berlaku.

8. Ketentuan Penutupan

- 8.1. Permohonan penutupan rekening dapat dilakukan di Unit Kerja Transaksi dan Unit Kerja Pengelolaan Rekening Tabungan BRI Simpel.
- 8.2. Penutupan rekening Tabungan BRI SimPel otomatis menjadi penutupan keseluruhan fasilitas transaksi nasabah yang melibatkan rekening tersebut.
- 8.3. Penutupan rekening Tabungan BRI SimPel yang dilakukan dengan ketentuan sebagai berikut:
 - a. Penutupan atas permintaan pemilik rekening

Merupakan penutupan rekening Tabungan BRI SimPel yang dilakukan atas dasar permintaan dari pemilik rekening ybs. Atas penutupan dimaksud, pemilik rekening dikenakan biaya penutupan rekening sesuai ketentuan yang berlaku
 - b. Penutupan secara otomatis oleh sistem

Penutupan oleh sistem akan terjadi secara otomatis saat saldo rekening Tabungan BRI SimPel berada pada status *dormant* dan bersaldo kurang dari Rp 5.000; (Lima ribu rupiah).
 - c. Penutupan rekening dikarenakan buku tabungan hilang

Apabila buku Tabungan BRI Simpel hilang, pemilik rekening harus segera melapor ke Unit Kerja Transaksi dan Unit Kerja Pengelola Rekening. Selanjutnya Unit Kerja akan melakukan penutupan rekening untuk kemudian dilakukan penerbitan rekening baru sebagai pengganti atas rekening yang hilang atau

dilakukan penggantian buku tabungan sesuai dengan prosedur operasional(BPO)Simpanan. Atas penutupan tersebut diberlakukan biaya penutupan rekening sesuai ketentuan.

- d. Penutupan rekening dikarenakan siswa sudah lulus/tamat sekolah

Merupakan penutupan rekening yang dilakukan oleh siswa ketika siswa lulus/tamat sekolah. Atas kondisi tersebut, siswa dapat melakukan konversi Tabungan BRI SimPel ke tabungan Simpedes Umum/Tabungan BRI Lainnya.

9. Ketentuan buku tabungan simpanan Pelajar

- 9.1. Permintaan buku Tabungan BRI SimPel dapat dilakukan dengan menyampaikan surat permohonan tertulis kepada Divisi Pengadaan Barang dan Jasa
- 9.2. Jumlah permintaan buku Tabungan BRI SimPel tidak dibatasi, namun demikian distribusi buku tabungan BRI SimPel ke Unit akan disesuaikan dengan ketersediaan buku yang ada

(Sumber : Arsip Marcomm, Company Profile PT.Bank BRI 2020)

B. Deskripsi Hasil Penelitian

1. Hasil Analisis Data Penelitian

Hasil penelitian ini berupa kutipan wawancara yang menjelaskan jawaban informan mengenai strategi komunikasi *public relations officer* dalam meningkatkan minat menabung produk BRI SimPel. Sebelum pelaksanaan wawancara dilaksanakan peneliti terlebih dahulu melalukan beberapa persiapan, yaitu mempersiapkan pedoman pertanyaan, persiapan digital recorder, catatan lapangan. Setelah persiapan memenuhi maka peneliti menentukan waktu untuk mewawancarai responden yang disesuaikan dengan kegiatan dan kesedian responden

**Tabel 2.1
Pelaksanaan Wawancara**

Uraian	Informan 1		Informan 2		Informan 3	
Tanggal	5 Oktober 2020		6 Oktober 2020		7 Oktober 2020	
Waktu	10:00 – 12:00		10:00-12:00			
Tempat	Ruang dalam tertutup	Meeting keadaan	Ruang dalam tertutup	Meeting keadaan dalam tertutup	Ruang keadaan dalam tertutup	Meeting keadaan tertutup

Tabel 2.2
Pelaksanaan Wawancara

Uraian	Responden 1	Responden 2	Responden 3
Tanggal	15 Oktober 2020	16 Oktober 2020	17 Oktober 2020
Waktu	10:00 – 12:00	10:00 – 12:00	10:00 – 12:00
Tempat	Dirumah responden	Dirumah responden	Dirumah responden

Setelah pelaksanaan wawancara, maka peneliti melaakukan kegiatan mengkoding hasil wawancara. Coding yaitu adalah langkah dimana peneliti mencari inti dari hasil deskripsi wawancara, ataupun data yang diperoleh dari hasil obserasi yang mempu menjawab rumusan masalah. Tahapan dalam mengkoding ada tiga tahap yaitu *Open coding*, yaitu peneliti bertugas memberikan label informasi tentang fenomena yang dikaji. Selanjutnya *Axial Coding*, yaitu peneliti harus bisa menjadikan sebuah informasi menjadi kategori-kategori fenomena yang berhasil diungkap satu sama lain. *Selective Coding*, yaitu proses menyeleksi kategori-kategori yang tujuan untuk menemukan kategori inti dengan kata lain peneliti berusaha menemukan garis cerita atau menuliskan cerita berdasarkan kategori-kategori fakta atau fenomena yang ditemukan.

Berdasarkan data yang diperoleh dari responden penelitian yaitu *Account Officer* Bank BRI Kantor Unit Pulau Rakyat, yang memiliki pengalaman dalam kegiatan promosi.

Tabel 2.3
Data Demografik Responden

Uraian	Informan 1	Informan 2	Informan 3
Usia	42 Tahun	39 Tahun	31 Tahun
Pekerjaan	Kepala Unit Kantor BRI Pulau Rakyat	Supervisor BRI Pulau Rakyat	Account Officer BRI Pulau Rakyat
Jenis Kelamin	Laki-laki	Perempuan	Perempuan
Memiliki Pengalaman Promotion	Ya	Ya	Ya

Tabel 2.3
Data Demografik Responden

Uraian	Responden 1	Responden 2	Responden 3
Usia	32 Tahun	33 Tahun	37 Tahun
Pekerjaan	Penjual Sayur dan gorengan	Penjual Mie Sop dan Bakso	Asisten Rumah Tangga
Jenis Kelamin	Perempuan	Perempuan	Perempuan

1. Hasil Wawancara

Informan I

Strategi komunikasi yang dilakukan Bank BRI kepada publik biasanya melakukan kegiatan amal, sosialisasi bantuan, sosialisasi edukasi mengenai tabungan, program hadiah yang diadakan oleh pihak bank, melakukan sosialisasi dengan personal selling, melakukan open table, bazar, expo, bahkan kami memasang beberapa iklan, diberbagai tempat dengan masing-masing iklan diharapkan dapat membantu menyalurkan informasi itu agar sampai ke masyarakat.

Seorang *Account Officer* ini merupakan seseorang yang melakukan kegiatan sosialisasi langsung kedalam lapisan masyarakat baik di lakukan dengan cara sosialisasi dengan seklumpulan masyarakat maupun sosialisasi dengan datang ke rumah-rumah warga. Hal ini dilakukan seorang *Account Officer* untuk membina hubungan baik masyarakat dengan bank BRI. *Account Officer* juga diharapkan mampu menyampaikan infoemasi penting mengenai keuangan, ekonomi masyarakat dengan memberikan solusi yang bisa membantu permasalahan ekonomi masyarakat.

Peranan *Account Officer* yaitu melakukan kegiatan promosi, baik secara imdividu atau secara berkelompok.

Strategi Account officer dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini berupa, melakukan sosialisasi. Dengan melakukan sosialisasi secara langsung diharapkan masyarakat dapat memproleh informasi secara akurat dan tepat. Memasang beberapa iklan yang dapat menjadi perantara masyarakat dan Bank dalam menjangkau informasi yang mudah didapat.

Melaksanakan Open tabel yang diadakan beberapa kali dalam setahun, bisa dalam bentuk pengenalan produk beberapa bentuk tabungan dengan variasi bentuk tabungan.

Pesan yang sering disampaikan dari Account Officer ke masyarakat mengenai ekonomi masyarakat, mengenai edukasi tabungan, manfaat membuka tabungan, manfaat menabung dibeberapa produk kebutuhan, tidak terkecuali produk tabungan anak-anak.

Bentuk media yang biasa kami gunakan dalam menyampaikan pesan yang pentung itu dapat berupa brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan *Roll Banner* pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.

Bentuk media yang biasa kami gunakan dalam menyampaikan pesan yang pentung itu dapat berupa brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan *Roll Banner* pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.

Informan II

Strategi yang biasa kami laksanakan kepada publik itu melakukan sosialisasi kerumah-rumah penduduk. Memberikan edukasi mengenai menabung. Pihak bank BRI juga berkontribusi dalam program pengentasan kemiskinan pemerintahan melalui program BPNT dengan penyaluran kepada 5,44 juta KPM yang tersebar di 265 Kabupaten/Kota sebesar Rp 4,84 Triliun, Selanjutnya strategi komunikasi yang dilakukan Bank BRI itu berupa *sponsorship*, *event* atau pun bazaar, expo, *open table*, atau pemberian reward bagi nasabah teladan yang memberikan kontribusi dalam menabung dengan jumlah yang cukup fantastis, sehingga dengan adanya penghargaan, akan memberikan rasa percaya kepada nasabah untuk menjadi nasabah yang setia, ini juga menjadikan PT Bank BRI Persero semakin dikenal khalayak ramai. Selanjutnya, strategi pemasaran, juga tidak hanya untuk meningkatkan penjualan dari produk, jasa serta program yang dimiliki oleh Bank BRI, namun juga dikhkususkan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan,

aktivitas kepada para nasabah, meningkatkan loyalitas , dan meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk Bank BRI, agar bisnis Bank BRI dapat tetap berkembang dan berkelanjutan

Seorang Account Officer itu memiliki tugas seperti melakukan kegiatan sosialisasi dari rumah kerumah untuk menayakan keluhan dalam masalah keuangan dan ekonomi, memberikan solusi guna mengatasi masalah ekonomi masyarakat, tidak terlepas bagi pedangan UMKM yang membutuhkan produk tabungan, dan yang jelas membina hubungan baik dengan masyarakat, memperkenalkan produk tabungan, memberikan solusi pinjaman atau kredit juga.

Seperti informasi yang sebelumnya bahwa sebenarnya Account Officer berperan terjun langsung ke lapisan masyarakat untuk bersosialisasi, emmbina hubungan baik, memperkenalkan produk tabungan, tidak terkecuali memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel kepada masyarakat yang minim informasi

Biasanya Account Officer melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai menabung yang baik. Selanjutnya, Account Officer akan memasang spanduk-spanduk yang berisi informasi mengenai produk tabungan BRI SimPel ini dilokasi yang sering ditemui orang, seperti disekolah, dipajak atau ditempat keramaian.

Selanjutnya Account Officer tidak hanya sosialisasi dalam jumlah masyarakat yang banyak, namun Account Officer juga melakukan kegiatan personal Selling secara individu dari rumah kerumah menawarkan produk tabungan ini.

Seringkali saya katakan bahwa kegiatan sosialisasi sangat penting, dalam kegiatan-kegiatan sosialisasi tidak terlepas dari penyampaian pesan kepada masyarakat maupun individu, Pesan yang biasa disampaikan itu tidak hannya meraih keuntungan, namun berupa edukasi informasi mengenai tabungan dan manfaat menabung di Bank BRI

Bentuk media yang biasa kami gunakan dalam menyampaikan pesan yang pentung itu dapat berupa brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan *Roll Banner* pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI

SimPel di lokasi keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.

Biasanya kami melakukan kegiatan rapat dalam jadwal yang ditentukan guna membahas beberapa hal penting mengenai kinerja yang dicapai, dari beberapa kegiatan bisa berupa evaluasi pemasaran produk tabungan di pameran, open table, bazar expo atau personal Selling yang dilakukan itu apakah terdapat peningkatan atau sedikit kendala yang perlu dikaji penyebabnya agar tidak menjadikan suatu kendala yang berkelanjutan di kemudian hari.

Informan III

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Bank BRI kepada nasabah atau publik yaitu dengan meningkatkan kegiatan sosialisasi dalam kegiatan sosialisasi ini pihak bank BRI berkontribusi dalam program pengentasan kemiskinan pemerintahan melalui program BPNT dengan penyaluran kepada 5,44 juta KPM yang tersebar di 265 Kabupaten/Kota sebesar Rp 4,84 Triliun, Pihak Bank BRI juga melakukan *sponsorship, event* atau pun bazaar, expo, *open table*, atau pemberian reward yang membuat PT Bank BRI Persero semakin dikenal khalayak ramai, sehingga memberikan rasa kepercayaan nasabah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT Bank BRI Persero. Strategi pemasaran, juga tidak hanya untuk meningkatkan penjualan dari produk, jasa serta program yang dimiliki oleh Bank BRI, namun juga dikhususkan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, aktivitas kepada para nasabah, meningkatkan loyalitas , dan meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk Bank BRI, agar bisnis Bank BRI dapat tetap berkembang dan berkelanjutan.

Sebagai *Account Officer* memiliki tugas seperti mengenalkan produk kepada calon nasabah, menjaga hubungan baik dengan nasabah dengan melakukan komunikasi jarak jauh atau berkunjung menemui nasabah untuk bertanya mengenai perkembangan keuangan, usaha dan lainnya, Berkoordinasi dalam hal pemasaran, juga harus bisa memberikan solusi ketika nasabah membutuhkan solusi.

Account Officer berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setiap transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawab. Mengelola produk, saya harus mampu mengatasi kemungkinan pemakaian berbagai produk paling sesuai dengan kebutuhan nasabah. saya juga berperan memantau atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya. Lalu *Account Officer* mengelolah penjualan, memasarkan produknya. Serta saya berperan menentukan keuntungan yang diperoleh bank.

Dalam mempromosikan bentuk tabungan BRI SimPel ini, terlebih dahulu *Account Officer* akan menentukan khalayak atau bisa disebut pasar pangsa, pasar pangsa itu merupakan sasaran yang akan ditujukan, dalam mempromosikan produk tabungan ini pasar pangsa yang sudah ditentukan yaitu, sekolah, dan nasabah masyarakat pedesaan dengan melaakukan personal selling”.

Dalam menerapkan strategi untuk memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel yaitu bisa melalui yang pertama kegiatan Sosialisasi yaitu aktivitas penyampaian informasi mengenai produk tabungan BRI SimPel kepada pihak terkait dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dan mensukseskan pemasaran Tabungan BRI SimPel.

Melalui sponsorship yaitu bentuk partisipasi Bank BRI dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak luar yang memberikan manfaat bagi kinerja bisnis BRI. Yang ketiga bisa melalui event yaitu rangkaian kegiatan atau layanan Bank yang diselenggarakan untuk mendukung aktivitas bisnis BRI antara lain dalam bentuk bazaar, expo, open table/pameran, dll. Relationship Marketing yaitu kegiatan yang dilakukan dalam rangka menjalin atau meningkatkan relasi kerjasama dengan pihak terkait. yang terakhir penujang pemasaran yaitu kegiatan dalam rangka mendukung pemasaran dan operasional bisnis dalam bentuk antara lain pemberian reward, pembuatan materi komunikasi dan lain-lain. Kegiatan promosi juga di lakukan melalui kegiatan table yaitu dimana pihak bank BRI Kantor unit membuka stand pada lokasi yang dianggap masyarakat akan tertarik untuk membuka tabungan BRI

Simpel seperti di mall, pasar, tempat rekreasi dan sekolah. Kegiatan yang dilakukan harus semaksimal mungkin sehingga masyarakat dapat tertarik. Kegiatan promosi juga bisa dilakukan melalui *personal selling* yaitu dimana seorang marketing mempromosikan tabungan BRI SimPel kepada nasabah secara langsung. Jika nasabah dalam bentuk perorangan maka seorang marketing akan datang kerumah nasabah untuk menjelaskan bentuk produk tabungan SimPel, contoh nya dalam hal ini seorang marketting melakukan sosialisasi kemasyarakatan untuk memperkenalkan produk. Jika nasabah bentuk sekelompok orang yaitu bisa berupa sekolah, karena tabungan SimPel ini diperuntukan bagi siswa. Maka seorang marketting datang kesekolah untuk memperkenalkan produk dengan membuat pertemuan khusus kepada pihak orang tua murid untuk memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel.

Pesan yang disampaikan bukan hanya semata-mata untuk meraih keuntungan, namun juga tujuannya juga mengedukasi kepada masyarakat dengan menyampaikan informasi tentang manfaat menabung di BRI SimPel, lalu kami mengedukasi tentang perbedaan menabung antara produk BRI SimPel dengan produk tabungan yang lainnya, dengan menyampaikan kemudahan yang ditawarkan oleh produk tabungan BRI SimPel maka dengan sendirinya nasabah akan tertarik terhadap produk tabungan yang ditawarkan.

Sebagai bank yang memiliki jaringan terluas, memudahkan masyarakat untuk mengakses segala produk tabungan, namun pada Jaringan yang dimiliki oleh Bank lainnya sangat terbatas dan tidak seluas bank BRI, yang mampu menjangkau didaerah terpencil sekalipun. Jaringan luas yang ditawarkan oleh Bank BRI membuat masyarakat mudah untuk mengakses segala kebutuhannya.

Pesan yang kedua perbedaan menabung pada produk BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk yang lainnya. produk tabungan BRI SimPel ini memiliki keunggulan tersendiri jika dibandingkan dengan produk tabungan bank lainnya, bagi siswa-siswi yang dimulai sejak Paud hingga SMA. Dengan keuntungan yang diberikan yaitu bebas dari biaya administrasi bulanan dengan segala ketentuan yang sudah diatur.

Bentuk Media yang digunakan dalam mempromosikan tabungan BRI Simpel ini biasanya digunakan brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan *Roll Banner* pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.

Dengan melaksanakan kegiatan rapat Bank BRI membahas rangkaian promosi baik *Marketing Communications* pusat maupun karyawan Unit kami mengutakan apa kekurangan dan kendala yang dihadapi saat kegiatan dilaksanakan. Seperti dalam keadaan *Open Table* berlangsung, bahwa kesiapan dari setiap perlengkapan mendukung, agar nasabah nyaman”.

Strategi komunikasi Bank BRI kepada nasabah dan publik	Melakukan kegiatan sosialisasi, memberikan kontribusi dalam pembangunan tempat ibadah, sekolah, melakukan <i>sponsorship, event, open table</i> , atau pemberian reward.
Tugas <i>Account Officer</i> yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk	Menjaga hubungan baik dengan nasabah dengan melakukan komunikasi jarak jauh Berkunjung menemui nasabah untuk bertanya mengenai perkembangan keuangan, usaha dan lainnya, Berkoordinasi dalam hal pemasaran, juga harus bisa memberikan solusi ketika nasabah membutuhkan solusi
Peranan <i>Account Officer</i> PT Bank BRI Pulau Rakyat dalam memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel	Berperan sebagai : Orang yang membina nasabah Mengelola Produk Memantau Pinjaman yang diberikan nasabah agar nasabah tetap komitmen Mengolah penjualan berupa produk dan jasa Menentukan keuntungan yang diperoleh
Bentuk strategi yang digunakan <i>Account Officer</i> PT Bank BRI Pulau Rakyat dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel	Melalui sosialisasi Melakukan Sponsorship Melaksanakan <i>Event</i> , berupa pameran, Bazaar, expo, <i>open table</i> dll.

	Melakukan kegiatan menjalin relasi kerja sama dengan pihak terkait <u>Pemberian Reward, dll</u>
Bentuk pesan yang dapat menarik minat calon nasabah untuk membuka tabungan BRI SimPel	Pesan yang disampaikan berupa : Edukasi menabung yang baik
	Edukasi mengenai informasi tentang tabungan yang jaringan yang luas
	Edukasi mengenai informasi kemudahan dalam menabung khusus kalangan pelajar
Bentuk media yang digunakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel	Brosur, Iklan Sosial Media, Menempatkan Roll Banner, Poster, dan pembagian Brosur di sekolah-sekolah.
Cara megevaluasi strategi	Pelaksaan rapat mendetail mengenai program yang di promosikan

Responden I

Pernah ada pihak bank BRI datang untuk melakukan kegiatan sosialisasi dengan masyarakat disini, tentang giat menabung. Pihak BRI sendiri memberikan informasi tentang mudahnya menabung dirumah dan dibank.

Awalnya saya mengetahui bentuk tabungan BRI SimPel ini dari spanduk yang dipasang di beberapa tempat keramaian, seperti sekolah, dipajak, dan di kantor Bank BRI sendiri, lalu ada beberapa kali saya diundang kesekolah untuk hadir dalam kegiatan sosialisasi tabungan.

Saya mengetahui produk tabungan BRI SimPel ini sejak tahun 2016, saat itu saya menerima informasi dari luar saja, yaitu informasi dari bentuk spanduk-spanduk saja.

Menurut saya sangat penting mengajarkan anak-anak untuk menabung sejak dini, karena bagi saya anak harus bisa membatasi keuangan untuk hal yang tidak terlalu penting.

Tidak ada paksaan dari sekolah, hanya saja sekolah memanggil wali murid untuk diberikan edukasi mengenai produk tabungan khusus pelajar.

Saya tertarik untuk membuka tabungan khusus pelajar itu gunanya untuk mendidik anak saya dalam hal menabung. Dan saya memilih Bank BRI karena menurut saya bank yang sudah terjamin untuk selalu ada disetiap cabang ya, dan setau saya akses pengambilan tabungannya juga cukup mudah, ada yang melalui ATM, BRI Link dan dari teller. Yang membuat saya akhirnya memilih menabung di Bank BRI untuk BRI SimPel nya itu, tabungan anak saya mudah untuk disetorkan melalui BRI Link, dan BRI Link sudah terdapat dimana saja. saya juga tak perlu repot datang jauh-jauh kekantor Unit nya. Bank BRI juga menyediakan banyak cabang yang kemungkinan bisa membantu saya untuk pengambilan uang nantinya.

Produk tabungan memang banyak namun untuk sistem administrasinya yang ditawarkan di produk tabungan BRI SimPel ini sangat mudah, tidak terdapat uang administrasi, setorannya juga cukup ringan. Jadi saya memilih produk tabungan ini untuk anak saya.

Sebelum adanya produk tabungan BRI SimPel ini awalnya anak saya menabung di guru sekolah, namun ada beberapa kejadian yang tidak menyenangkan mengenai uang tabungan yang dipotong oleh guru tanpa sepengatahan orang tua, dan belum lagi dipotong biaya administrasi yang lumayan besar. Sehingga cukup menguras uang tabungan anak saya.

Responden II

Pernah, ada petugas bank BRI datang untuk berbagi informasi tentang cara menabung. Dan pihak bank membagikan beberapa brosur bentuk tabungan.

ya saya tahu produk tabungan ini dari spanduk yang dipajang didepan kantor bank BRI.

Awalnya saya datang ke sekolah untuk membayarkan iuran bulanan sekolah anak saya, ketika saya datang kesekolah saya lihat spanduk didepan sekolah anak saya tentang tabungan BRI SimPel.

Saya mengetahui produk tabungan BRI SimPel ini sejak tahun 2017 yang waktu itu saya tahu informasi itu dari sekolah

Menurut saya sih menabung itu penting untuk anak-anak, untuk belajar hemat sejak dini.

Awalnya sekolah menerapkan tabungan yang dipegang oleh guru kelas, namun karena tabungan yang dipegang oleh guru tidak efektif, banyak sisi kekurangannya, yang tidak bisa dijelaskan dengan rinci.

Besar harapan saya jika anak saya hemat dalam menggunakan uang. Maka dari itu saya mencari produk tabungan khusus pelajar yang rendah biaya setoran lanjutan, jadi anak saya bisa setor uang tabungannya dengan nominal yang ringan

Saya melihat produk tabungan sebelum BRI SimPel ini, dengan biaya administrasi dan setoran lanjutan itu nominalnya terlalu besar. Itu membuat anak saya terkadang menjadi berat untuk menabung di bank, namun setelah saya tahu bahwa biaya administrasinya tidak ada sehingga dapat meringankan siswa untuk menabung.

Sebelum adanya tabungan BRI SimPel ini, anak saya jika ingin menabung dengan jarak sebulan sekali karena harus mengumpulkan uang setoran terlebih dahulu. Karena BRI SimPel ini setoran lanjutannya nominal nya lumayan ringan, jadi anak saya bisa menargetkan untuk menyimpan sebagian uang sakunya.

Responden III

Saya pernah melihat kegiatan sosialisasi di kelurahan dari pihak bank BRI tentang menabung.

Saya tahu, produk tabungan BRI SimPel ini di khususkan bagi siswa yang aktif sekolah.

Saya tahu produk ini karena anak saya sekolah, disekolah diadakan pemanggilan wali siswa, awalnya saya merasa anak saya bermasalah sehingga disuruh datang, namun keterangan yang saya peroleh dari sekolah, adanya sistem tabungan yang di tawarkan bank BRI untuk siswa tau murid yang aktif atau masih status sebagai siswa disekolah.

Saya mengetahui produk tabungan ini tahun 2018, karena pemanggilan wali siswa kesekolah. Sosialisasi disekolah tentang tabungan.

Menabung itu penting bagi saya, apalagi saya mendapat penghasilan sebulan sekali, jadi saya mengajarkan untuk hemat ke anak saya.

Sekolah tidak memaksa siswa untuk memiliki tabungan BRI SimPel ini, namun ada hal-hal yang mengharuskan untuk menabung, karena sekolah terkadang mengadakan untuk biaya bertamasya yang dilakukan ketika perpisahan, dan membutuhkan uang saku. Sehingga sekolah menyarankan untuk menabung rutin di BRI SimPel

Saya percaya terhadap produk BRI ini karena kantornya banyak cabangnya, dan kemudahan menabung bisa melalui BRI Link. ATM yang tersedia juga banyak bisa mengambil uang dari mana saja.

Saya suka dengan produk tabungan BRI SimPel ini karena tidak ada biaya administrasinya untuk siswa itu mungkin bisa memudahkan untuk rutin menabung, karena uang yang ditabung walaupun sedikit tidak akan dipotong dan berkurang.

Sangat memudahkan saya untuk mengontrol uang bulanan anak saya, karena saya gajian perminggu, saya memberikan uang saku dan uang yang ditabung sehingga saya mudah melihatnya, karena tidak ada biaya administrasi dan potongan yang besar jika tidak di tarik. Biaya administrasi bagi penabung aktif melakukan transaksi tidak dikenakan biaya potongan bulanan.

No	Kategori	Rincian isi Kategori
1	Promosi atau sosialisasi yang dilakukan pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat	Tugas <i>Account Officer</i> yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk dalam memperkenalkan produk tabungan BRI Edukasi dengan menyampaikan pesan yang dilakukan seorang <i>Account Officer</i> mengenai informasi menabung yang baik.
2	Informasi yang diketahui masyarakat tentang produk tabungan BRI SimPel	Bentuk pesan yang diterima oleh masyarakat mengenai produk tabungan dan cara-cara menabung yang baik
3	Asal Informasi yang diketahui masyarakat mengenai Produk tabungan BRI SimPel	Bentuk media yang menyampaikan informasi kepada masyarakat
4	Jangka waktu informasi yang diperoleh masyarakat tentang produk tabungan BRI SimPel	Respon masyarakat setelah mengetahui produk tabungan yang dikeluarkan pihak Bank BRI
5	Alasan masyarakat memberikan edukasi menabung kepada anak-anak sejak dini	Kewajiban sebagai orang tua dalam memberikan edukasi menabung sejak dini kepada anak-anak
6	Unsur Negatif yang mendorong masyarakat untuk membuka tabungan BRI SimPel	Paksaan yang didapat masyarakat dari pihak sekolah yang melakukan kerjasama dalam membuka produk tabungan
7	Alasan Mayarakat membuka tabungan untuk anak sejak dini	Orang tua memberikan anak tanggung jawab dalam pengelolaan uang sejak dini
8	Alasan mayarakat lebih memilih Produk BRI SimPel daripada produk tabungan simpanan pelajar lainnya yang terdapat di Bank BRI	Daya tarik yang dimiliki produk tabungan BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk tabungan Simpanan Pelajar lainnya.
9	Kemudahan Produk tabungan BRI SimPel dalam mengajarkan anak-anak menabung sejak dini	Tujuan khusus dalam bersaing dengan memanfaatkan perkembangan dan edukasi pendidikan

2. Hasil Analisis

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian Strategi *Publik Relations* yang diterapkan Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat dalam mempromosikan produk Tabungan BRI Simpel seorang *Account Officer* memiliki cara dan strategi yang dilakukan untuk mempromosikan menyampaikan sesuatu atau untuk memberikan keyakinan yang kuat mengenai sebuah produk yang bergerak dalam bidang jasa.

Tugas seorang *Account Officer* PT Bank BRI secara umum adalah mengenalkan produk kepada calon nasabah, menjalin hubungan yang baik dengan nasabah, serta melakukan komunikasi yang baik dengan nasabah hal tersebut dilaksanakan dengan maksud memperlancar tujuan dari kegiatan promosi suatu produk dari suatu perusahaan, terutama produk BRI SimPel dari PT Bank BRI Persero. Strategi yang dilaksanakan oleh *Account Officer* yaitu :

a. Perumusan Strategi *Public Relations*

1) Menentukan Pesan

a) Manfaat Menabung di bank daripada dirumah

Sebagai Bank yang berdiri atas nama Badan Usaha Milik Negara, maka Bank BRI melayani dengan setulus hati. Bank BRI berdiri sudah lama dan menjadi bank yang bertahan meskipun sudah terjadi krisis moneter sekalipun. Demi menjaga komitmen yang sudah dibentuk maka Bank BRI memperluas jaringan hingga ke

seluruh daerah terpencil. Seperti yang dikemukakan oleh *Account Officer*:

“Sebagai bank yang memiliki jaringan terluas, memudahkan masyarakat untuk mengakses segala produk tabungan, namun pada Jaringan yang dimiliki oleh Bank lainnya sangat terbatas dan tidak seluas bank BRI, yang mampu menjangkau daerah terpencil sekalipun. Jaringan luas yang ditawarkan oleh Bank BRI membuat masyarakat mudah untuk mengakses segala kebutuhannya” (Wawancara, NA, K15)

Komitmen yang sudah terjalin harus tetap dijalankan demi menjaga citra dan reputasi serta menjaga kepercayaan terhadap produk, pelayanan dan jasa yang ditawarkan, maka Bank berusaha berinovasi dalam menciptakan segala jasa dan produk yang sangat berguna bagi kebutuhan masyarakat. Inovasi inilah yang membuat Bank BRI mampu bertahan begitu lamanya.

b) Manfat menabung di Bank BRI jika dibandingkan dengan Bank lainnya

Menabung bagi siswa sejak dini merupakan suatu keharusan yang patut di lakukan bagi muda mudi ataupun calon bangsa ini. Dengan mendisiplinkan muda mudi atau pun calon bangsa ini, maka beberapa bank yang berdiri atas nama Bank Usaha Miliki Negara atau Bank swasta lainnya berburu dan berlomba-lomba untuk menerbitkan dan mencari nasabah sebanyak mungkin. Peluncuran produk tabungan Simpanan Pelajar ini bukan hanya untuk mengedukasi siswa sejak dini, namun tujuan lainnya yaitu agar pihak bank dapat memperoleh pendanaan dengan mudah dengan siswa diberikan kemudahan bebas administrasi bulanan.

Setiap bank selalu butuh pendanaan agar dapat diputarkan kembali keuangan yang didapat, sehingga meskipun bank harus rela

untuk tidak memungut biaya administrasi bulanan, bank mengharapkan siswa rutin untuk melakukan transaksi setiap bulannya. sehingga hal ini yang membuat setiap bank berlomba-lomba menciptakan tabungan simpanan pelajar. Namun dibalik itu semua, masyarakat lebih tahu bahwa Bank BRI menawarkan kemudahan dengan fasilitas dan jaringan yang memadai, sehingga Bank BRI tidak tertinggal jauh untuk dalam daya saing ini seperti yang diungkapkan seorang *Account Officer* :

“Pesan yang kedua perbedaan menabung pada produk BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk yang lainnya. produk tabungan BRI SimPel ini memiliki keunggulan tersendiri jika dibandingkan dengan produk tabungan bank lainnya, bagi siswa-siswi yang dimulai sejak Paud hingga SMA. Dengan keuntungan yang diberikan yaitu bebas dari biaya administrasi bulanan dengan segala ketentuan yang sudah diatur” (Wawancara, NA, K15)

Ketentuan yang dibuat oleh pihak bank dengan ketentuan setiap nasabah harus menjadi nasabah yang aktif dalam bertransaksi setiap bulannya, agar bebas dari biaya administrasi. Apabila nasabah menjadi pasif selama 12 bulan berturut-turut maka akan dikenai biaya administrasi bulanan. Ketentuan dan langkah yang diambil pihak Bank BRI ini merupakan ketegasan agar nasabah belajar disiplin dalam hal menabung. Dibalik ketegasan ada berupa kemudahan yang ditawarkan dengan minimal setoran lanjutan minimal sebesar Rp 1000;. Nominal untuk setoran lanjutan tidaklah terlalu besar sehingga mudah untuk siswa untuk disiplin mengumpulkan uang tabungan.

- c) Perbedaan Manfaat produk BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk tabungan bank lainnya

Menabung bagi siswa sejak dini merupakan suatu keharusan yang patut di lakukan bagi muda mudi ataupun calon bangsa ini. Dengan mendisiplinkan muda mudi atau pun calon bangsa ini, maka beberapa bank yang berdiri atas nama Bank Usaha Miliki Negara atau Bank swasta lainnya berburu dan berlomba-lomba untuk menerbitkan dan mencari nasabah sebanyak mungkin. Peluncuran produk tabungan Simpanan Pelajar ini bukan hanya untuk mengedukasi siswa sejak dini, namun tujuan lainnya yaitu agar pihak bank dapat memperoleh pendanaan dengan mudah dengan siswa diberikan kemudahan bebas administrasi bulanan.

Setiap bank selalu butuh pendanaan agar dapat diputarkan kembali keuangan yang didapat, sehingga meskipun bank harus rela untuk tidak memungut biaya adminitrasi bulanan, bank mengharapkan siswa rutin untuk melakukan transaksi setiap bulannya. sehingga hal ini yang membuat setiap bank berlomba-lomba menciptakan tabungan simpanan pelajar. Namun dibalik itu semua, masyarakat lebih tahu bahwa Bank BRI menawarkan kemudahan dengan fasilitas dan jaringan yang memadai, sehingga Bank BRI tidak tertinggal jauh untuk dalam daya saing ini seperti yang diungkapkan seorang *Account Officer*:

“Pesan yang kedua perbedaan menabung pada produk BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk yang lainnya. produk tabungan BRI SimPel ini memiliki keunggulan

tersendiri jika dibandingkan dengan produk tabungan bank lainnya, bagi siswa-siswi yang dimulai sejak Paud hingga SMA. Dengan keuntungan yang diberikan yaitu bebas dari biaya administrasi bulanan dengan segala ketentuan yang sudah diatur” (Wawancara, NA, K 15)

Ketentuan yang dibuat oleh pihak bank dengan ketentuan setiap nasabah haru menjadi nasabah yang aktif dalam bertransaksi setiap bulannya, agar bebas dari biaya administrasi. Apabila nasabah menjadi pasif selama 12 bulan berturut-turut maka akan dikenai biaya administrasi bulanan. Ketentuan dan langkah yang diambil pihak Bank BRI ini merupakan ketegasan agar nasabah belajar disiplin dalam hal menabung. Dibalik ketegasan ada berupa kemudahan yang ditawarkan dengan minimal setoran lanjutan minimal sebesar Rp 1000;. Nominal untuk setoran lanjutan tidak lah terlalu besar sehingga mudah untuk siswa untuk disiplin mengumpulkan uang tabungan

2) Menentukan Tujuan

Setiap Perusahaan memilki tujuan dalam menciptakan suatu produk, begitu juga dengan PT Bank BRI Persero dalam memnetukan tujuan dalam menciptakan produk BRI SimPel ini. Tujuan PT Bank BRI Persero menciptakan tabungan BRI SimPel tidak lain guna mengedukasi siswa untuk menciptakan budaya menabung sejak dini.

Seperti yang dikemukakan oleh *Account Officer*:

“Produk tabungan simpanan pelajar ini merupakan produk terbaru dari otoritas jasa keuangan atau OJK untuk membantu orang tua untuk mengajarkan perencanaan keuangan kepada anaknya melalui program tabungan simpanan pelajar”.(Wawancara,NA, K6)

“BRI meluncurkan produk tabungan BRI Simpanan Pelajar ini khusus untuk mendukung program pemerintah.” (Wawancara, NA, K7)

“Karena pemerintah ingin membudaya minat menabung sejak dini, maka semua bentuk bank mendukung program pemerintah, yaitu berupa simpanan pelajar, tujuan dari semua bank menciptakan produk tabungan simpanan pelajar, agar masyarakat bisa bijak memilih bank yang sesuai dengan kebutuhannya dalam produk tabungan simpanan pelajar”. (Wawancara, NA, K8)

Bank BRI meluncurkan produk tabungan BRI SimPel ini yang merupakan gagasan yang idenya dari sebuah OJK yang didukung oleh pemerintah dalam rangka membudayakan minat menabung dan pengelolaan uang sejak dini oleh pelajar. BRI yang merupakan Badan Usaha Miliki Negara, menyambut baik keputusan pemerintah yang menggagas ide produk tabungan bagi kalangan pelajar, meskipun bank BRI juga memiliki produk tabungan khusus bagi pelajar, namun fasilitas dan manfaatnya berbeda, maka dari itu bank BRI juga meluncurkan tabungan BRI SimPel.

3) Menentukan Khalayak

Untuk mencapai komunikasi yang baik dalam mempromosikan produk tabungan ini yaitu menentukan khalayak. Sebelum menentukan khalayak maka *Account Officer* harus paham mengenai apa itu khalayak. Khalayak biasa disebut dengan istilah, penerima, sasaran, pembaca, pendengar, pemirsa, *audience*, atau komunikan. Maka disimpulkan khalayak adalah orang yang mendengar atau menerima pesan yang ketika seorang komunikator atau yang berbicara. Maka *Account Officer* dalam hal ini sebagai komunikator yang berkomunikasi dengan calon nasabah yang sebagai komunikan. Dalam menentukan

khalayak ada beberapa cara yaitu komunikasi atau nasabah harus memahami apa yang disampaikan *Account Officer* mengenai produk tabungan BRI SimPel, *Account Officer* harus bisa menyampaikan pesan atau kalimat dengan kata yang mudah dipahami oleh calon nasabah. sehingga calon nasabah mudah memahami pesan yang disampaikan. Dalam menentukan khalayak *Account Officer* harus bisa menentukan pihak yang akan ia sampaikan pesan dan tujuan dari bentuk promosi tabungan BRI SimPel tersebut, dengan seringnya *Accoun Officer* bersosialisasi maka ia akan paham khalayak seperti apa yang akan ia tujuhan dalam mempromosikan tabungan. Seperti yang tertuang dalam bentuk wawancara.

“Sebelum saya menerapkan strategi saya harus menentukan khalayak atau bisa disebut pasar pangsa, pasar pangsa itu merupakan sasaran yang akan ditujukan, dalam mempromosikan produk tabungan ini pasar pangsa yang sudah ditentukan yaitu, sekolah, dan nasabah masyarakat pedesaan dengan melakukan personal selling” (Wawancara, NA, K13)

Produk tabungan biasanya didesain sebagai bentuk tabungan yang memiliki spesifikasi tersendiri dan kriteria nasabah sendiri, jadi setiap tabungan memiliki persyaratan calon nasabah dalam produk tabungan. persyaratan atau ketentuan dari produk tabungan ini sudah ditetapkan hanya untuk kalangan pelajar atau siswa saja yang dimulai dari PAUD/TK/RA/SD/MI/SMP/MTS/SMA/MA/sederajat.

4) Menentukan Metode dan memilih memilih media yang digunakan
Setiap perusahaan yang memiliki badan hukum seperti PT Bank BRI Persero memiliki cara atau teknik dalam memasarkan atau

mempromosikan produk tabungan BRI SimPel. Setelah memnentukan pesan, tujuan, dan khalayak maka PT Bank BRI Persero maka dengan mudah menentukan metode atau cara yang digunakan PT Bank BRI Persero dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel, juga dapat menarik minat menabung calon nasabah untuk segera membuka tabungan BRI SimPel.

“Dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel maka PT Bank BRI menetapkan metode, guna dapat berkomunikaasi dengan efektif kepada masyarakat atau calon nasabah umum, kami harus menentukan yang pertama membentuk pesan, tujuan, dan menentukan sasaran tujuan atau pasar pangsa”.(Wawancara, NA/K13)

Pemilihan metode yang tepat akan memudahkan perencaan strategi yang telah disusun, maka dari itu, meotde yang menentukan apakah berhasil atau tidaknya suatu perencanaan strategi. Dalam hal ini Bank BRI sudah menentukan metode yang digunakan dalam pelaksanaan didalam setiap perencanaan strateginya.

b. Implementasi Strategi Komunikasi *Public Relations*

1) *Publicity*

Publisitas atau *publicity* suatu bentuk cara mengenalkan yang cukup kuat dan tepat sasaran bagi PT Bank BRI Persero guna menginformasikan produk tabungan BRI SimPel. *Publicity* memiliki kegunaan dalam strategi komunikasi yaitu sama-sama menggambarkan komunikasi massa. Alat promosi yang digunakan publicity tidak mengeluarkan biaya, yang akan menguntungkan PT Bank BRI Persero

sebab perusahaan akan dengan langsung terpromosikan dengan mudah dan mendapatkan citra baik di masyarakat.

Publisitas biasanya dirancang oleh perhatian pers dan diberitakan.

(a) BRI Peduli Pandemi COVID -19



(b) Program Satu Juta Masker gratis bagi Pedagang Pasar



2) Open Table

Dalam penerapannya kegiatan menginformasikan produk seperti open table, PT BRI berkordinasi dengan kantor cabang yang akan melaksakan kegiatan tersebut. Kegiatan promosi dimana PT Bank BRI membuka stand dilokasi yang dinilai bisa menarik

perhatian masyarakat guna membuka tabungan BRI SimPel seperti dilapangan yang sering dikunjungin oleh masyarakat, taman rekreasi anak-anak, dll. Marcomm PT Bank BRI membantu merancang spanduk, brosur, serta semua kelengkapan dalam mendukung kegiatan pengenalan produk.

Kegiatan open table juga terdapat beberapa hiburan edukasi seperti lomba-lomba bagi siswa seperti lomba karya tulis, membaca puisi, festival musik daerah dll. Dalam pelaksanaan stand peran *Account Officer* sangat dibutuhkan dalam menarik minat calon nasabah dalam membuka tabungan BRI SimPel

3) *Personal Selling*

Selain memperkenalkan bentuk jasa secara bersamaan seperti *open table*, PT. Bank BRI juga menerapkan strategi *personal selling*, yang meiputi presentasi, penawaran produk dan teknik negoisasi yang dilakukan setiap *Account Offier* setiap perorangan.

Masyarakat yang datang ke unit PT. BRI akan dilayani dengan baik oleh *Customer Service* guna memberikan informasi yang dibutuhkan masyarkat mengenai informasi-informasi produk tabungan BRI SimPel.

Kerja sama yang dilakukan oleh suatu sekolah dengan pihak bank itu ditanganin oleh *Account Officer*. Dalam menjalankan kerja sama dalam produk tabungan BRI SimPel seorang Account Officer harus dapat berkomunikasi dengan baik dengan melaksanakan penjelasan produk dan penawaran kerja sama yang dijalın antara PT BRI dengan pihak sekolah.

4) *Advertising*

PT. Bank BRI melakukan kegiatan periklanan guna menyebar informasi tentang produk, membujuk calon nasabah agar berminat menggunakan produk-produk perusahaan serta menginformasikan produk-produk berupa jasa yang dibutuhkan masyarakat.

Iklan adalah sarana pemberi informasi (Informative advertising), diperuntukkan produk yang baru saja diluncurkan, dengan tujuan untuk menginformasikan kemunculan produk berupa jasa kepada masyarakat. Iklan juga dimanfaat sebagian perusahaan dalam membujuk masyarakat agar mau menggunakan produk jasa yang diiklankan (*Persuasive advertising*). Dalam menghadapi produk pesaing biasanya perusahaan memunculkan keunggulan produk yang dimiliki.

Iklan juga dapat dikatakan sebagai pengingat, karena dengan adanya iklan yang sering ditemui masyarakat di seluruh tempat akan menambah ingatan masyarakat akan produk-produk jasa yang ditawarkan PT BRI, hingga suatu ketika masyarakat membutuhkan produk jasa, maka masyarakat tidak akan bingung mencari produk berupa yang dibutuhkan, masyarakat akan langsung mengingat bahwa PT Bank BRI melayani dengan baik dalam produk tabungan (*reminder advertising*).

c. **Evaluasi Strategi**

Langkah terakhir dari suatu strategi yaitu berupa peninjauan ulang kembali dari langkah-langkah yang sudah dilaksanakan sebelumnya. Langkah penijauan ulang ini ditujukan agar langkah startegi sebelumnya telah dilaksanakan dengan maksimal, meninjau kembali hambatan-hambatan yang menjadi penghalang kesuksesan dari startegi yang diterapkan. Dengan ini maka Bank BRI meninjau kembali setiap pelaksanaan kegiatan atau event promosi, baik *Account Officer* maupun kantor cabang. Hal tersebut seperti yang dikemukakan dalam Wawancara

“Dengan acara rapat, yang kami lakukan dalam membahas pelaksanaan promosi meliputi *Marketing Communications* pusat maupun karyawan kami menguraikan kekurangan serta hambatan yang dihadapi pada saat kegiatan berlangsung. Seperti dalam keadaan *Open Table* berlangsung, bahwa kesiapan dari setiap perlengkapan mendukung, agar nasabah nyaman”. (**Wawancara, NA, K16**)

Dengan adanya kegiatan evaluasi yang diadakan setiap bulan, maka akan memperbaiki sistem strategi yang dirancang oleh Bank BRI, kegiatan evaluasi yang dilakukan tidak terlepas dari kegiatan mengamati semua yang berhubungan dengan produk tabungan dan kredit.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dengan mendasarkan hasil dari masalah yang telah diteliti penulis menemukan beberapa temuan yang dapat digunakan sebagai landasan oleh *Public Relations Officer* PT Bank BRI yaitu berupa pelaksanaan promosi produk tabungan berikut:

Strategi *Publik Relations* yang diterapkan Bank Rakyat Indonesia Kantor Unit Pulau Rakyat dalam mempromosikan produk Tabungan BRI Simpel. Strategi yang dilakukan oleh *Account Officer* yang secara umum tugasnya adalah mempromosikan produk tabungan BRI SimPel. Perencaan strategi meliputi :

1. Menentukan pesan
2. Menentukan tujuan
3. Menentukan khalayak
4. pelaksaan kegiatan Promosi
5. evaluasi.

Dalam menyampaikan informasi, *Account officer* tidak hanya berpikir mengenai keuntungan yang diterima pihak BRI SimPel, namun PT BRI juga memikirkan bagaimana menyampaikan sebuah informasi yang bermanfaat bagi masyarakat, seperti bagaimana cara menabung yang baik, perbedaan menabung dirumah dan di bank, perbedaan menabung di Bank BRI dibandingkan dengan Bank lainnya, perbedaan menabung pada produk simpanan pelajar di Bank BRI jika dibandingkan dengan Bank lainnya.

Metode yang digunakan oleh *Account Officer* merupakan sesuatu yang menjadi inti dari pelaksanaan kegiatan promosi produk tabungan BRI SimPel

agar masyarakat awam dan siswa yang disekolah tertarik untuk membuka produk tabungan BRI SimPel, PT.Bank BRI membentuk beberapa metode yaitu: *Open Table, Personal Selling, Advertising.. dan Public city.*

Langkah akhir dari sebuah startegi adalah penjauan kembali pelaksanaan strategi yang telah dilakukan oleh Account Officer. Kegiatan menjau kembali ini dilakukan untuk melihat apakah yang telah dilaksanakan sudah maksimal atau malah sebaliknya. Kegiatan ini juga melihat serberapa besar tingkat keberhasilan dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel ini melalui *open table event.*

B. Saran

Setelah melalui proses yang begitu panjang dalam langkah penyusunan penelitian, pelaksanaan penelitian hingga ke langkah pengujian penelitian, maka peneliti mencoba memberikan saran diantaranya:

- a. Dalam pengelolaan pengelolaan informasi harus dirawat baik dan benar baik kantor Unit dengan kantor cabang ataupun pusat, begitu sebaliknya. Penyampaian informasi maupun laporan kegiatan harus disampaikan dengan terarah.
- b. Dalam perumusan strategi komunikasi yang tepat sebaiknya menyusun langkah-langkah strategi dengan memikirkan kondisi dan situasi yang terjadi dilingkungan, serta memperhatikan hambatan-hambatannya.
- c. Strategi komunikasi yang telah direncanakan atau sedang dijalankan sebaiknya, dipahami dan dilaksanakan dengan semaksimal mungkin demi memberikan hasil yang terbaik dalam pelaksanaannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Arfin & Anwar. (1994). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung. Armico
- Kustadi. (2004). *Public Relation Perusahaan*,. Bandung. Nuansa Cendikia.
- Kustadi. (2012). *Studi dan Penerapan Public Relations: Pedoman Kerja Perusahaan*. Bandung. Nuansa Cendikia.
- Miles, M. B., & Huberman, M. A. (1994). *Qualitative data analysis: an expanded sourcebook (2nd)*. London. Sage Yin Publication.
- Morissan. (2008). *Manajemen Public Relations: Strategi Menjadi Humas Profesional*. Jakarta: Kencana.
- Muhammad. (2004). *Manajemen Dana Bank Syari'ah*. Yogyakarta. Ekonisia.
- Rachmat, (2008). *Public Relation Writing: Teknik Produksi Media Publik Relation dan Publisitas Korporat*. Jakarta. Kencana.
- Rosady. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public*. Jakarta. PT Rajagrafindo Persada.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*, Bandung : Alfabeta.
- Soleh, Elbinaro. (2004). *Dasar-Dasar Publik Relation*. Bandung. PT Remaja Rosdakarya
- Syarifudiin & Suryanto. (2016). *Public Relation*. Yogyakarta. Penerbit ANDI.
- Yosal. (2004). *Community Relation: Konsep dan Aplikasinya*. Bandung. Simbiosa Rekatama Media.

Jurnal

- Ascharissa. (2018). *Digital Marketing Sebagai Komunikasi Pemasaran “Waroenk Ora Umum” dalam Meningkatkan Jumlah Konsumen*. Jurnal Riset Komunikasi. Vol. 1. No.1. P-ISSN: 2615-0875. 147-157.
- Asep. (2018). *Strategi Komunikasi untuk Meningkatkan Kesadaran Masyarakat dalam Membayar Zakat Maal*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 2. No. 1. ISSN: 2549-8452. 39-60.

- Alfi &Saifuddin. (2020). *Analisis Strategi Brand Image Kedai Kopi “Moeng Kopi” Melalui Media Sosial Instagram*. Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 10. No. 2. P-ISSN : 2088-981X. E-ISSN : 2723—2557. 109- 124.
- Priyo &Sri. (2020). *Strategi Komunikasi Pemasaran Shopee dalam Membangun Positioning di Tengah Pandemi COVID-19 di Indonesia*. Jurnal Ilmu Komunikasi.Vol. 2. No. 2. ISSN : 2614-0373. E-ISSN: 2614-0381. 16- 29.
- B. Elnath Aldi. (2015). *Upaya Generalisasi Konsep Manajemen Strategik*. Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial. 56-72.
- Denny. (2013). *Promosi dan Kualitas Layanan Pengaruhnya terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Pembiayaan Pada PT BESS FINANCE Manado*. Jurnal EMBA. 51-59.
- Deri. (208). *Strategi Komunikasi Dinas Lingkungan Hidup (DLH) dalam Mengimplementasikan Program Grenn City di Kota Teluk Kuantan Kabupaten Kuantan Singgingi*. 1-12.
- Maryam. (2017). *Strategi Marketting Public Relations dalam Meningkatkan Jumlah Tamu Hotel Pantai Marina Bengkalis*. Jurnal FISIP. 1-19.
- Muhammad, Djumali, Istiqomah. (2016). *Pengaruh Merek Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tenis Meja OKE SPORT di Kecamatan Wonosari*. Jurnal Bisnis dan Ekonomi. 1-10.
- Peligia & Willy. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran Hotel Kartika Graha Malang dalam Meningkatkan Jumlah Pengunjung*. Jurnal Komunikasi Nusantara. Vol. 1. No. 1. ISSN: 2685-7650. 20-26.
- Polikarpus, Hafied &Muhadar. (2014). *Strategi Komunikasi Kampanye Pengendalian Minuman Beralkohol (PERDA NOMOR 11 TAHUN 2012) Oleh Pemerintah Kabupaten Sikka*. Jurnal Komunikasi KAREBA. 133-141.
- Santi, Dalinur & Candra. (2019). *Strategi Komunikasi Organisasi dalam meningkatkan Etos Kerja Pegawai Kantor Camat Tungkal Jwya Kabupaten*

- Musi.* Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI). Vol. 3. No. 1. ISSN: 2621-9492. 22-44.
- Septiani. (2014). *Implementasi Strategi Marketing Public Relations dalam Pengelolaan Citra Merek.* Jurnal Communications Spectrum. Vol. 4. No.1. ISSN: 2087-8850.
- Suherman. (2016). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Kegiatan Pemasaran Produk Consumer Goods.* Jurnal Ilmu Komunikasi. Vol. 8. No. 1. ISSN: 20851979. 83-98.
- Tarno & Amanah. (2019). *Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Meningkatkan Hasil Penjualan di Kampung Keramik Dinoyo Kota Malang.* Jurnal Komunikasi Nusantara. Vol. 1. No.1. ISSN : 2685-7650. 36- 42.

PANDUAN WAWANCARA
Strategi Komunikasi *Public Relations Officer* Dalam Meningkatkan Minat
Menabung Bri Simpel Di Unit Pulau Rakyat

A. Strategi Komunikasi Public Relation Officer

1. Jabatan yang pernah mbak jabat di PT. Bank BRI Persero ini apa saja?
2. Sudah berapa lama mbak menjabat sebagai *Public Relations Officer*?
3. Apakah mbak terlibat dalam kegiatan promotion produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah?
4. Apakah mbak terlibat dalam perencanaan kegiatan pameran, *open table*, bazar yang dilakukan oleh BRI Pulau Rakyat?
5. Apakah mbak pernah mengikuti rapat dalam peluncuran produk tabungan BRI SimPel ini?
6. Bisa mbak jelaskan mengenai terbentuknya produk tabungan BRI SimPel ini?
7. Mengapa diluncurkannya produk tabungan BRI SimPel ini, sementara produk tabungan di BRI sudah banyak?
8. Mengapa setiap bank meluncurkan produk tabungan Simpanan Pelajar, dan Bank BRI juga meluncurkannya juga?
9. Apakah terdapat persaingan diantara bank-bank yang lain terhadap produk tabungan Simpanan Pelajar ini atau ada Bank BRI memiliki tujuan lain dalam mengikuti perkembangan yang terjadi sehingga bank BRI juga memutuskan untuk meluncurkan produk Simpanan Pelajar ini ?
10. Bagaimana strategi komunikasi PT. Bank BRI Persero Tbk. kepada nasabah atau publik?
11. Apa tugas *Account Officer* yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk?
12. Bagaimana peranan *Account Officer* yang ada di PT Bank BRI dalam memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel?
13. Bagaimana bentuk strategi yang digunakan *Account Officer* dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel ini?
14. Bentuk pesan yang seperti apa yang dikatakan dapat mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?
15. Bagaimana bentuk media yang digunakan *Account Officer* dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel ini ?
16. Bagaimana cara Bank BRI mengevaluasi strategi yang telah dilaksanakan?

B. Respon Masyarakat tentang produk BRI SimPel (Minat Menabung Masyarakat).

1. Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini?
2. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel?
3. Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?
4. Sudah berapa lama bapak ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?
5. Apakah menurut bapak/ibu anak-anak saat ini sangat penting untuk memiliki tabungan?
6. Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?
7. Apa alasan bapak membuka produk tabungan untuk anak bapak?
8. Produk tabungan Simpanan Pelajar banyak terdapat di Bank BRI serta produk yang ditawarkan bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?
9. Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI SimPel ini cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi tabungannya?

KODING & KATA KUNCI TRANSKIP 1

WAWANCARA MENDALAM

Informan : Nova Amelia

Hari/Pukul : Senin, 5 Oktober 2020

Tempat : Ruang Meeting

Kode Kata Kunci

- 1 Jabatan yang pernah dijabat intoman hingga saat ini
- 2 Priode pekerjaan yang diemban dari awal hingga saat ini
- 3 Keterlibatan kegiatan promosi produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah
- 4 Keterlibatan kegiatan perencanaan suatu event atau pameran
- 5 Keterlibatan pengadaan rapat awal peluncuran produk tabungan BRI SimPel
- 6 Sebab terbentuknya produk tabungan Simpanan Pelajar
- 7 Alasan Bank BRI meluncurkan produk tabungan diantara produk tabungan yang dimiliki oleh Bank BRI
- 8 Alasan Bank BRI meluncurkan produk tabungan yang sama dengan produk tabungan bank lainnya
- 9 Tujuan Bank BRI dalam bersaing dan meluncurkan produk tabungan BRI SimPel
- 10 Strategi komunikasi Bank BRI kepada nasabah dan publik
- 11 Tugas *Account Officer* yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk
- 12 Peranan *Account Officer* PT Bank BRI Pulau Rakyat dalam memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel
- 13 Bentuk strategi yang digunakan *Account Officer* PT Bank BRI Pulau Rakyat dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel
- 14 Bentuk pesan yang dapat menarik minat calon nasabah untuk membuka tabungan BRI SimPel
- 15 Bentuk media yang digunakan *Account Officer* dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel
- 16 Cara megevaluasi strategi

TRANSKIP WAWANCARA

Peneliti	: Ash Syamsu
Subjek	: Nova Amelia/ <i>Account Officer</i> (Informan Utama)
Topik	: Strategi Komunikasi <i>Public Relation Officer</i> di BRI Unit Pulau Rakyat
Tempat/Tanggal	: Senin 5 Oktober 2020
Situasi Wawancara	: Diruang meeting tertutup yang tenang

Kode	Transkip Data	Kategoriasi (Analisis/Coding)
0	<p>P : Asslamualaikum, maaf mengganggu, nama mbak siapa?</p> <p>N : Waalaikum salam, saya Nova Amelia</p> <p>P : Jabatan mbak di BRI Unit Pulau Rakyat sebagai apa ya mbak?</p> <p>N : Account Officer</p> <p>P : Sudah berapa lama mbak bekerja di PT. Bank BRI Persero, Tbk.,?</p> <p>N : 9 Tahun</p>	Pembukaan
1	<p>P : Jabatan yang pernah mbak jabat selama bekerja di PT Bank BRI Persero, Tbk.?</p> <p>N : Customer Service, Teller, Account Officer</p>	Jabatan yang pernah dijabat informan hingga saat ini
2	<p>P : Sudah berapa lama mbak menjabat sebagai <i>Public Relation Officer</i>?</p> <p>N : 4 tahun</p>	Periode pekerjaan yang diemban dari awal karir hingga saat ini
3	<p>P : Apakah mbak terlibat dalam kegiatan promotion produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah?</p> <p>N : ya saya terlibat dalam kegiatan pemasaran produk tabungan BRI SimPel terutama dalam <i>personal selling</i></p>	Keterlibatan kegiatan promosi produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah
4	<p>P : Apakah mbak terlibat dalam kegiatan pameran, open table, bazar yang diadakan oleh BRI Pulau Rakyat?</p> <p>N : Ya saya terlibat dalam kegiatan pameran, open table karena pihak kami harus memberikan pelayanan untuk calon nasabah yang ingin mengetahui bentuk-bentuk tabungan beserta spesifikasinya.</p>	Keterlibatan kegiatan perencaan suatu event atau pameran
5	<p>P : Apakah mbak pernah mengikuti rapat dalam peluncuran produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Ya saya pernah mengikuti rapat dalam peluncuran produk tabungan BRI SimPel ini, terutama dalam rapat kantor unit.</p>	Keterlibatan informan dalam peluncuran produk tabungan BRI SimPel
6	<p>P : Bisa mbak jelaskan mengenai terbentuknya produk tabungan BRI SimPel ini?</p> <p>N : Produk tabungan simpanan pelajar ini merupakan produk terbaru dari otoritas jasa</p>	Sebab terbentuknya produk tabungan BRI SimPel

	keuangan atau OJK untuk membantu orang tua untuk mengajarkan perencanaan keuangan kepada anaknya melalui program tabungan simpanan pelajar.	
7	<p>P : Mengapa diluncurkannya produk tabungan BRI SimPel sementara produk tabungan di BRI sudah banyak?</p> <p>N : BRI meluncurkan produk tabungan BRI Simpanan Pelajar ini khusus untuk mendukung program pemerintah.</p>	Alasan Bank BRI meluncurkan produk tabungan bri SimPel diantara produk tabungan yang dimiliki Bank BRI
8	<p>P : Mengapa setiap bank meluncurkan produk tabungan Simpanan Pelajar dan Bank BRI juga meluncurkannya juga?</p> <p>N: Karena pemerintah ingin membudaya minat menabung sejak dini, maka semua bentuk bank mendukung program pemerintah, yaitu berupa simpanan pelajar, tujuan dari semua bank menciptakan produk tabungan simpanan pelajar, agar masyarakat bisa bijak memilih bank yang sesuai dengan kebutuhannya dalam produk tabungan simpanan pelajar.</p>	Alasan Bank BRI meluncurkan produk Tabungan BRI SimPel yang sama dnegan produk tabungan bank lainnya
9	<p>P : Apakah terdapat persaingan diantara bank-bank yang lain terhadao produk tabungan Simpanan Pelajar ini atau Bank BRI memiliki tujuan khusus dalam mengikuti perkembangan yang terjadi sehingga bank BRI juga memutuskan untuk meluncurkan produk Simpanan Pelajar ini ?</p> <p>N : Persaingan sih ya pasti dari setiap perusahaan yang berdiri, namun dalam mensejahterakan masyarakat indonesia persaingan yang terjadi antar bank-bank di indonesia yaitu dengan memberikan yang terbaik.</p>	Tujuan Bank BRI bersaing dengan meluncurkan produk tabungan bri SimPel
10	<p>P : Bagaimana strategi komunikasi PT. Bank BRI Persero Tbk, kepada nasabah atau publik?</p> <p>N : Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Bank BRI kepada nasabah atau publik yaitu dengan meningkatkan kegiatan sosialisasi dalam kegiatan sosialisasi ini pihak bank BRI berkontribusi dalam program pengentasan kemiskinan pemerintahan melalui program BPNT dengan penyaluran kepada 5,44 juta KPM yang tersebar di 265 Kabupaten/Kota sebesar Rp 4,84 Triliun, Pihak Bank BRI juga melakukan <i>sponsorship</i>, <i>event</i> atau pun bazaar, <i>expo</i>, <i>open table</i>, atau pemberian reward yang membuat PT Bank BRI Persero semakin dikenal khalayak ramai, sehingga memberikan rasa kepercayaan nasabah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT Bank BRI Persero. Strategi pemasaran, juga tidak hanya untuk meningkatkan penjualan</p>	Strategi komunikasi Bank BRI kepada nasabah

	dari produk, jasa serta program yang dimiliki oleh Bank BRI, namun juga dikhkususkan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, aktivitas kepada para nasabah, meningkatkan loyalitas , dan meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk Bank BRI, agar bisnis Bank BRI dapat tetap berkembang dan berkelanjutan.	
11	<p>P : Apa tugas seorang <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI Pulau Rakyat?</p> <p>N : Saya sebagai Account Officer memiliki tugas seoerti mengenalkan produk kepada calon nasabah, menjaga hubungan baik dengan nasabah dengan melakukan komunikasi jarak jauh atau berkunjung menemui nasabah untuk bertanya mengenai perkembangan keuangan, usaha dan lainnya, Berkoordinasi dalam hal pemasaran, juga harus bisa memberikan solusi ketika nasabah membutuhkan solusi.</p>	Tugas dan kewajiban <i>Account Officer</i>
12	<p>P : apa peranan <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI Unit Pulau Rakyat dalam memperkenalkan Produk Tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setipa transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawab. Mengelola produk, saya harus mampu mengatasi kemungkinan pemakaian berbagai produk paling sesuai dengan kebutuhan nasabah. saya juga berperan memantau atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya. Lalu saya mengelolah penjualan, memasarkan produknya. Serta saya berperan menentukan keuntungan yang diperoleh bank</p>	Peranan <i>Account Officer</i>
13	<p>P : Bagaimana bentuk strategi yang digunakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabunagn BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Dalam menerapkan strategi untuk memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel yaitu bisa melalui yang pertama kegiatan Sosialisasi yaitu aktivitas penyampaian informasi mengenai produk tabungan BRI SimPel kepada pihak terkait dnegan tujuan untuk memperkenalkan produk dan mensukseskan pemasaran Tabungan BRI SimPel. Yang kedua, bisa melalui sponsorship yaitu bentuk partisipasi Bank BRI dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak luar yang memberikan manfaat bagi kinerja bisnis BRI. Yang ketiga bisa melalui event yaitu rangkaian kegiatan atau layanan Bank yang diselenggarakan</p>	Perencanaan kegiatan promosi yang dijalankan kan atau direncanakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel

	<p>untuk mendukung aktivitas bisnis BRI antara lain dalam bentuk bazaar, expo, open table/pameran, dll. Relationship Marketing yaitu kegiatan yang dilakukan dalam rangka menjalin atau meningkatkan relasi kerjasama dengan pihak terkait. yang terakhir penujang pemasaran yaitu kegiatan dalam rangka mendukung pemasaran dan operasional bisnis dalam bentuk antara lain pemberian reward, pembuatan materi komunikasi dan lain-lain. Kegiatan promosi juga di lakukan melalui kegiatan table yaitu dimana pihak bank BRI Kantor unit membuka stand pada tempat-tempat yang dianggap dapat menarik perhatian atau minat masyarakat untuk membuka tabungan BRI Simpel seperti di mall, pasar, tempat rekreasi dan sekolah. Kegiatan yang dilakukan harus semaksimal mungkin sehingga masyarakat dapat tertarik. Kegiatan promosi juga bisa dilakukan melalui <i>personal selling</i> yaitu dimana seorang marketing mempromosikan tabungan BRI SimPel kepada nasabah secara langsung. Jika nasabah dalam bentuk perorangan maka seorang marketing akan datang kerumah nasabah untuk menjelaskan bentuk produk tabungan SimPel, contoh nya dalam hal ini seorang marketing melakukan sosialisasi kemasyarakatan untuk memperkenalkan produk. Jika nasabah bentuk sekelompok orang yaitu bisa berupa sekolah, karena tabungan SimPel ini diperuntukan bagi siswa. Maka seorang marketing datang kesekolah untuk memperkenalkan produk dengan membuat pertemuan khusus kepada pihak orang tua murid untuk memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel.</p>	
14	<p>P : Bentuk pesan yang seperti apa yang dikatakan dapat mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Pesan yang disampaikan bukan hanya semata-mata untuk meraih keuntungan, namun juga tujuannya juga mengedukasi kepada masyarakat dengan menyampaikan informasi tentang manfaat menabung di BRI SimPel, lalu kami mengedukasi tentang perbedaan menabung antara produk BRI SimPel dengan produk tabungan yang lainnya, dengan menyampaikan kemudahan yang ditawarkan oleh produk tabungan BRI SimPel</p>	<p>Pesan yang disampaikan berupa :</p> <p>Edukasi menabung yang baik</p> <p>Edukasi mengenai informasi tentang tabungan yang jaringan yang luas</p> <p>Edukasi mengenai informasi kemudahan dalam menabung khusus kalangan pelajar</p>

	<p>maka dengan sendirinya nasabah akan tertarik terhadap produk tabungan yang ditawarkan.</p> <p>Sebagai bank yang memiliki jaringan terluas, memudahkan masyarakat untuk mengakses segala produk tabungan, namun pada Jaringan yang dimiliki oleh Bank lainnya sangat terbatas dan tidak seluas bank BRI, yang mampu menjangkau daerah terpencil sekalipun. Jaringan luas yang ditawarkan oleh Bank BRI membuat masyarakat mudah untuk mengakses segala kebutuhannya.</p> <p>Pesan yang kedua perbedaan menabung pada produk BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk yang lainnya. produk tabungan BRI SimPel ini memiliki keunggulan tersendiri jika dibandingkan dengan produk tabungan bank lainnya, bagi siswa-siswi yang dimulai sejak Paud hingga SMA. Dengan keuntungan yang i diberikan yaitu bebas dari biaya administrasi bulanan dengan segala ketentuan yang sudah diatur.</p>	
15	<p>P : Apa bentuk media yang memuat pesan yang dapat digunakan Account Offier dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Bentuk Media yang memuat pesan yang digunakan dalam mempromosikan tabungan BRI Simpel ini bukan hanya semata-mata untuk meraih keuntungan namun, juga tujuannya guna mengedukasi kepada masyarakat dengan menyampaikan informasi yang sangat penting yang belum tentu dapat diperoleh dari mana pun. Media yang biasanya digunakan brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan <i>Roll Banner</i> pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.</p>	Bentuk-bentuk promosi yang direncanakan atau di susun <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel
16	<p>P : Bagaimana cara Bnnk BRI mengevaluasi pelaksanaan strategi yang telah dilaksanakan?</p> <p>N :</p> <p>Dengan acara rapat, yang kami lakukan dalam membahas kegiatan promosi baik Marketing Communications pusat maupun karyawan Unit kami mengutakan apa kekurangan dan kendala yang dihadapi saat kegiatan berlangsung. Seperti dalam keadaan Open Table berlangsung, bahwa kesiapan dari setiap perlengkapan mendukung, agar nasabah nyaman”.</p>	Pelaksanaan rapat mendetail mengenai program yang di promosikan

TRANSKIP WAWANCARA

Peneliti	: Ash Syamsu
Subjek	: Dodi Irwansyah/Kepala Unit Kantor BRI Pulau Rakyat (Informan Kunci)
Topik	: Strategi Komunikasi <i>Public Relation Officer</i> di BRI Unit Pulau Rakyat
Tempat/Tanggal	: Selasa 6 Oktober 2020
Situasi Wawancara	: Diruang meeting tertutup yang tenang

Kode	Transkip Data	Kategoriasi (Analisis/Coding)
0	<p>P : Asslamualaikum, maaf mengganggu, nama Bapak siapa? N : Waalaikum salam, saya Dodi Irwansyah</p> <p>P : Jabatan mbak di BRI Unit Pulau Rakyat sebagai apa ya mbak? N : Kepala Unit Kantor BRI Pulau Rakyat</p> <p>P : Sudah berapa lama bapak bekerja di PT. Bank BRI Persero, Tbk.,? N : 19 Tahun</p>	Pembukaan
1	<p>P : Jabatan yang pernah bapak jabat selama bekerja di PT Bank BRI Persero, Tbk,? N : Customer Service, Teller, Account Officer, Supervisor, Kepala Unit untuk sekarang ini</p>	Jabatan yang pernah dijabat informan hingga saat ini
2	<p>P : Sudah berapa lama bapak menjabat sebagai <i>Public Relation Officer</i>? N : 6 Tahun</p>	Periode pekerjaan yang diemban dari awal karir hingga saat ini
3	<p>P : Apakah bapak terlibat dalam kegiatan promotion produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah? N : Saya tidak terlibat secara langsung dalam memasarkan tabungan langsung kepada calon nasabah, karena tugas saya mengawasi kegiatan pemasaran yang terjadi dikantor unit dan dilapangan.</p>	Keterlibatan kegiatan promosi produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah
4	<p>P : Apakah bapak terlibat dalam kegiatan pameran, open table, bazar yang diadakan oleh BRI Pulau Rakyat? N : Saya terlibat dalam kegiatan pameran, open table, bazar yang diadakan oleh BRI Pulau rakyat itu saya selalu berada di lokasi yang diadakan bazar atau open tabel, namun dalam kegiatan melakukan pengawasan dan melakukan kontrol kinerja bawahan, serta melihat apakah kegiatan berjalan dengan maksimal atau terdapat kendala yang berpengaruh tidak baik terhadap jalannya kegiatan bazar atau pameran yang dilaksanakan.</p>	Keterlibatan kegiatan perencaan suatu event atau pameran
5	<p>P : Apakah bapak pernah mengikuti rapat dalam</p>	Keterlibatan informan dalam

	<p>peluncuran produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Dalam kegiatan rapat peluncuran produk ini saya terlibat langsung dalam rapat-rapat penting mengenai produk ini, karena masing-masing kepala unit kantor akan melaksanakan rapat-rapat penting sebelum produk dipasarkan ke masyarakat.</p>	<p>peluncuran produk tabungan BRI SimPel</p>
6	<p>P : Bisa Bapak jelaskan mengenai terbentuknya produk tabungan BRI SimPel ini?</p> <p>N : Produk Simpanan Pelajar ini sebenarnya bukan hasil karya dari Bank BRI namun, ini merupakan produk yang didesain oleh OJK yang dikhkususkan para pelajar yang aktif untuk terus belajar menabung di produk tabungan yang ringan biaya administrasinya, sehingga dengan kemudahan yang ditawarkan dapat memudahkan siswa untuk gemar menabung.</p>	<p>Sebab terbentuknya produk tabungan BRI SimPel</p>
7	<p>P : Mengapa diluncurkannya produk tabungan BRI SimPel sementara produk tabungan di BRI sudah banyak?</p> <p>N : Seperti informasi sebelumnya bahwa Produk Simpanan pelajar ini diluncurkan OJK yang merupakan program pemerintah, sebagai bank yang dipercaya baik oleh masyarakat Indonesia, Bank bri menyambut dengan baik tentang produk tabungan ini, karena produk ini memiliki kualitas yang baik dalam sistem pendanaan. Dengan adanya produk ini maka segala lapisan masyarakat dengan mudah menabung. Produk tabungan yang didesain sebelum BRI SimPel ini juga didesain dengan fasilitas yang berbeda juga, jadi dengan produk tabungan yang bervariasai, masyarakat bisa dengan mudah memilih produk tabungan sesuai dengan kebutuhan masyarakat itu sendiri.</p>	<p>Alasan Bank BRI meluncurkan produk tabungan bri SimPel diantara produk tabungan yang dimiliki Bank BRI</p>
8	<p>P : Mengapa setiap bank meluncurkan produk tabungan Simpanan Pelajar dan Bank BRI juga meluncurkannya juga?</p> <p>N: Dengan keinginan pemerintah yang ingin membudidayakan gemar menabung pemerintah memangkas biaya administrasi sehingga walaupun jumlah yang disetorkan dalam jumlah sedikit uang yang disetor kan akan tetap utuh jika tidak didebet. dan keinginan pemerintah ini cukup baik, untuk mendidik anak bangsa.</p>	<p>Alasan Bank BRI meluncurkan produk Tabungan BRI SimPel yang sama dnegan produk tabungan bank lainnya</p>
9	<p>P : Apakah terdapat persaingan diantara bank-bank yang lain terhadao produk tabungan Simpanan Pelajar ini atau Bank BRI memiliki tujuan khusus dalam mengikuti perkembangan yang terjadi sehingga bank BRI juga memutuskan untuk meluncurkan produk Simpanan Pelajar ini ?</p>	<p>Tujuan Bank BRI bersaing dengan meluncurkan produk tabungan bri SimPel</p>

	<p>N : Persaingan itu saya anggap sebagai bentuk bagaimana kita memberikan pelayanan sebaik mungkin kepada nasabah, memberikan solusi dari setiap permasalahan keuangan yang dialami oleh masyarakat. Masyarakat juga memiliki hak untuk memilih jenis bank yang ingin ia tuju, namun jika dikatakan persaingan itu, hanya sebatas, untuk sama-sama atau berlomba dalam memberikan pelayanan terbaik saja, karena masing-masing bank juga memiliki produk unggulan yang mereka ciptakan, dengan segala ketentuan dan persyaratan yang berlaku dari setiap bank.</p>	
10	<p>P : Bagaimana strategi komunikasi PT. Bank BRI Persero Tbk, kepada nasabah atau publik?</p> <p>N : Strategi yang biasa kami laksanakan kepada publik itu melakukan sosialisasi kerumah- rumah penduduk. Memberikan edukasi mengenai menabung. Pihak bank BRI juga berkontribusi dalam program pengentasan kemiskinan pemerintahan melalui program BPNT dengan penyaluran kepada 5,44 juta KPM yang tersebar di 265 Kabupaten/Kota sebesar Rp 4,84 Triliun, Selanjutnya strategi komunikasi yang dilakukan Bank BRI itu berupa <i>sponsorship</i>, <i>event</i> atau pun bazaar, expo, <i>open table</i>, atau pemberian reward bagi nasabah teladan yang memberikan kontribusi dalam menabung dengan jumlah yang cukup fantastis, sehingga dengan adanya penghargaan, akan memberikan rasa percaya kepada nasabah untuk menjadi nasabah yang setia, ini juga menjadikan PT Bank BRI Persero semakin dikenal khalayak ramai. Selanjutnya, strategi pemasaran, juga tidak hanya untuk meningkatkan penjualan dari produk, jasa serta program yang dimiliki oleh Bank BRI, namun juga dikhususkan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, aktivitas kepada para nasabah, meningkatkan loyalitas , dan meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk Bank BRI, agar bisnis Bank BRI dapat tetap berkembang dan berkelanjutan.</p>	Strategi komunikasi Bank BRI kepada nasabah
11	<p>P : Apa tugas seorang <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI Pulau Rakyat?</p> <p>N Seorang Account Officer itu memiliki tugas seperti melakukan kegiatan sosialisasi dari rumah kerumah untuk menayakan keluhan dalam masalah keuangan dan ekonomi, memberikan solusi guna mengatasi masalah ekonomi masyarakat, tidak terlepas bagi pedangan UMKM yang membutuhkan produk tabungan, dan yang jelas membina hubungan baik dengan masyarakat,</p>	Tugas dan kewajiban <i>Account Officer</i>

	memperkenalkan produk tabungan, memberikan solusi pinjaman atau kredit juga.	
12	<p>P : apa peranan <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI Unit Pulau Rakyat dalam memperkenalkan Produk Tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Seperti informasi yang sebelumnya bahwa sebenarnya <i>Account Officer</i> berperan terjun langsung ke lapisan masyarakat untuk bersosialisasi, membangun hubungan baik, memperkenalkan produk tabungan, tidak terkecuali memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel kepada masyarakat yang minim informasi</p>	Peranan <i>Account Officer</i>
13	<p>P : Bagaimana bentuk strategi yang digunakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Biasanya <i>Account Officer</i> melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai menabung yang baik. Selanjutnya, <i>Account Officer</i> akan memasang spanduk-spanduk yang berisi informasi mengenai produk tabungan BRI SimPel ini dilokasi yang sering ditemui orang, seperti disekolah, dipajak atau di tempat keramaian. Selanjutnya <i>Account Officer</i> tidak hanya sosialisasi dalam jumlah masyarakat yang banyak, namun <i>Account Officer</i> juga melakukan kegiatan personal Selling secara individu dari rumah kerumah menawarkan produk tabungan ini.</p>	Perencanaan kegiatan promosi yang dijalankan kan atau direncanakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel
14	<p>P : Bentuk pesan yang seperti apa yang dikatakan dapat mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Seringkali saya katakan bahwa kegiatan sosialisasi sangat penting, dalam kegiatan-kegiatan sosialisasi tidak terlepas dari penyampaian pesan kepada masyarakat maupun individu, Pesan yang biasa disampaikan itu tidak hanya meraih keuntungan, namun berupa edukasi informasi mengenai tabungan dan manfaat menabung di Bank BRI</p>	Pesan yang disampaikan berupa : Edukasi menabung yang baik Edukasi mengenai informasi tentang tabungan yang jaringan yang luas Edukasi mengenai informasi kemudahan dalam menabung khusus kalangan pelajar
15	P : Apa bentuk media yang memuat pesan yang dapat digunakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?	Bentuk-bentuk promosi yang direncanakan atau di susun <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk

	<p>N : Bentuk media yang biasa kami gunakan dalam menyampaikan pesan yang pentung itu dapat berupa brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan <i>Roll Banner</i> pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.</p>	tabungan BRI SimPel
17	<p>P : Bagaimana cara Bnnk BRI mengevaluasi pelaksanaan strategi yang telah dilaksanakan?</p> <p>N : Biasanya kami melakukan kegiatan rapat dalam jadwal yang ditentukan guna membahas beberapa hal penting mengenai kinerja yang dicapai, dari beberapa kegiatan bisa berupa evaluasi pemasaran produk tabungan di pameran, open table, bazar expo atau personal Selling yang dilakukan itu apakah terdapat peningkatan atau sedikit kendala yang perlu dikaji penyebabnya agar tidak menjadikan suatu kendala yang berkelanjutan di kemudian hari.</p>	Pelaksaan rapat mendetail mengenai program yang di promosikan

TRANSKIP WAWANCARA

Peneliti	: Ash Syamsu Lubis
Subjek	: Zulfikar/ <i>Supervisor</i> Bank BRI Pulau Rakyat (Informan Tambahan)
Topik	: Strategi Komunikasi <i>Public Relation Officer</i> di BRI Unit Pulau Rakyat
Tempat/Tanggal	: Rabu 7 Oktober 2020
Situasi Wawancara	: Diruang meeting tertutup yang tenang

Kode	Transkip Data	Kategoriasi (Analisis/Coding)
0	<p>P : Asslamualaikum, maaf mengganggu, nama Bapak siapa?</p> <p>N : Waalaikum salam, saya Zulfikar</p> <p>P : Jabatan mbak di BRI Unit Pulau Rakyat sebagai apa ya mbak?</p> <p>N : Saya sebagai karyawan di Bank BRI</p> <p>P : Sudah berapa lama bapak bekerja di PT. Bank BRI Persero, Tbk.,?</p> <p>N : 12 tahun bekerja di Bank BRI</p>	Pembukaan
1	<p>P : Jabatan yang pernah bapak jabat selama bekerja di PT Bank BRI Persero, Tbk.?</p> <p>N : Customer Service, Teller, Account Officer, Supervisor</p>	Jabatan yang pernah dijabat informan hingga saat ini
2	<p>P : Sudah berapa lama bapak menjabat sebagai <i>Public Relation Officer</i>?</p> <p>N : 3 Tahun</p>	Periode pekerjaan yang diemban dari awal karir hingga saat ini
3	<p>P : Apakah bapak terlibat dalam kegiatan promotion produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah?</p> <p>N : Saya tidak terlibat langsung dalam kegiatan promosi yang dilakukan <i>Account Officer</i> saya hanya sebagai pengawas dillapangan.</p>	Keterlibatan kegiatan promosi produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah
4	<p>P : Apakah bapak terlibat dalam kegiatan pameran, open table, bazar yang diadakan oleh BRI Pulau Rakyat?</p> <p>N : Saya memang terlibat dalam kegiatan pameran, open table, bazar yang diadakan oleh BRI Pulau rakyat itu saya selalu berada di lokasi yang diadakan bazar atau open tabel, namun tidak terlibat dalam hal melayani nasabah yang ingin menjadi calon nasabah, namun saya yang memperhatikan keperluan dari setiap kegiatan open table, bazar, expo dll.</p>	Keterlibatan kegiatan perencaan suatu event atau pameran
5	<p>P : Apakah bapak pernah mengikuti rapat dalam peluncuran produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Saya mengikuti rapat yang diadakan di kantor cabang atau kantor unit sebelum peluncuran produk tabungan ini namun saya hanya sebagai</p>	Keterlibatan informan dalam peluncuran produk tabungan BRI SimPel

	peserta rapat.	
6	<p>P : Bisa Bapak jelaskan mengenai terbentuknya produk tabungan BRI SimPel ini?</p> <p>N : BRI SimPel ini merupakan gebrakan program pemerintah yang dilahirkan oleh OJK dalam menyambut baik program pemerintah, maka dari setiap bank meluncurkan produk tabungan Simpanan Pelajar ini.</p>	Sebab terbentuknya produk tabungan BRI SimPel
7	<p>P : Mengapa diluncurkannya produk tabungan BRI SimPel sementara produk tabungan di BRI sudah banyak?</p> <p>N : Produk tabungan ini diluncurkan karena produk ini menyentuh seluruh lapisan masyarakat dari golongan masyarakat dengan tingkat ekonomi menengah ke bawah dapat dengan mudah menabung jika dengan produk ini, namun produk tabungan ini dikhawatirkan untuk pelajar atau siswa. Sedangkan produk lainnya itu bisa dikatakan dengan produk yang lumayan memiliki klasifikasi menabung dengan kriteria masyarakat yang berkecukupan meskipun masyarakat menengah ke bawah tidak dilarang untuk menabung di produk tabungan yang lainnya, namun syarat dan ketentuannya yang sedikit menyulitkan masyarakat menengah kebawah, karena biaya administrasi yang cukup besar diproduk-produk tabungan lainnya, khusus untuk anak-anak.</p>	Alasan Bank BRI meluncurkan produk tabungan bri SimPel diantara produk tabungan yang dimiliki Bank BRI
8	<p>P : Mengapa setiap bank meluncurkan produk tabungan Simpanan Pelajar dan Bank BRI juga meluncurkannya juga?</p> <p>N: Setiap bank meluncurkan produk tabungan ini karena produk ini merupakan produk pemerintah, dengan setiap bank meluncurkan produk tabungan ini, maka dengan mudah masyarakat dapat memilih menabung di Bank apa saja sudah ada simpanan pelajar khusus untuk pelajar atau siswa.</p>	Alasan Bank BRI meluncurkan produk Tabungan BRI SimPel yang sama dengan produk tabungan bank lainnya
9	<p>P : Apakah terdapat persaingan diantara bank-bank yang lain terhadap produk tabungan Simpanan Pelajar ini atau Bank BRI memiliki tujuan khusus dalam mengikuti perkembangan yang terjadi sehingga bank BRI juga memutuskan untuk meluncurkan produk Simpanan Pelajar ini ?</p> <p>N : Persaingan yang terjadi diantara bank-bank itu hanya berupa bagaimana bank meningkatkan pelayanan dan mutu guna memberikan pelayanan kepada nasabah sebaik -baiknya</p>	Tujuan Bank BRI bersaing dengan meluncurkan produk tabungan bri SimPel
10	<p>P : Bagaimana strategi komunikasi PT. Bank BRI Persero Tbk, kepada nasabah atau publik?</p> <p>N : Strategi komunikasi yang dilakukan Bank BRI kepada publik biasanya melakukan kegiatan amal,</p>	Strategi komunikasi Bank BRI kepada nasabah

	sosialisasi bantuan, sosialisasi edukasi mengenai tabungan, program hadiah yang diadakan oleh pihak bank, melakukan sosialisasi dengan personal selling, melakukan open table, bazar, expo, bahkan kami memasang beberapa iklan, diberbagai tempat dengan masing-masing iklan diharapkan dapat membantu menyalurkan informasi itu agar sampai ke masyarakat.	
11	<p>P : Apa tugas seorang <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI Pulau Rakyat?</p> <p>N : Seorang <i>Account Officer</i> ini merupakan seseorang yang melakukan kegiatan sosialisasi langsung kedalam lapisan masyarakat baik dilakukan dengan cara sosialisasi dengan sekumpulan masyarakat maupun sosialisasi dengan datang ke rumah-rumah warga. Hal ini dilakukan seorang <i>Account Officer</i> untuk membina hubungan baik masyarakat dengan bank BRI. <i>Account Officer</i> juga diharapkan mampu menyampaikan infoemasi penting mengenai keuangan, ekonomi masyarakat dengan memberikan solusi yang bisa membantu permasalahan ekonomi masyarakat.</p>	Tugas dan kewajiban <i>Account Officer</i>
12	<p>P : apa peranan <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI Unit Pulau Rakyat dalam memperkenalkan Produk Tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Peranan <i>Account Officer</i> yaitu melakukan kegiatan promosi, baik secara imdividu atau secara berkelompok.</p>	Peranan <i>Account Officer</i>
13	<p>P : Bagaimana bentuk strategi yang digunakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Strategi Account officer dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini berupa, melakukan sosialisasi. Dengan melakukan sosialisasi secara langsung diharapkan masyarakat dapat memproleh informasi secara akurat dan tepat. Memasang beberapa iklan yang dapat menjadi perantara masyarakat dan Bank dalam menjangkau informasi yang mudah didapat. Melaksanakan Open tabel yang diadakan beberapa kali dalam setahun, bisa dalam bentuk pengenalan produk beberapa bentuk tabungan dengan variasi bentuk tabungan.</p>	Perencanaan kegiatan promosi yang dijalankan kan atau direncanakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel
14	<p>P : Bentuk pesan yang seperti apa yang dikatakan dapat mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N :</p>	Pesan yang disampaikan berupa : Edukasi menabung yang baik Edukasi mengenai informasi

	Pesna yang sering disampaikan dari Account Officer ke masyarakat mengenai ekonomi masyarakat, mengenai edukasi tabungan, manfaat membuka tabungan, manfaat menabung dibeberapa produk kebutuhan, tidak terkecuali produk tabungan anak-anak.	tentang tabungan yang jaringan yang luas Edukasi mengenai informasi kemudahan dalam menabung khusus kalangan pelajar
15	P : Apa bentuk media yang memuat pesan yang dapat digunakan Account Offier dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ? N : Bentuk media yang biasa kami gunakan dalam menyampaikan pesan yang pentung itu dapat berupa brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan <i>Roll Banner</i> pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.	Bentuk-bentuk promosi yang direncanakan atau di susun <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel
17	P : Bagaimana cara Bnnk BRI mengevaluasi pelaksanaan strategi yang telah dilaksanakan? N : Biasanya kami melakukan kegiatan rapat dalam jadwal yang ditentukan guna membahas beberapa hal penting mengenai kinerja yang dicapai, dari beberapa kegiatan bisa berupa evaluasi pemasaran produk tabungan di pameran, open table, bazar expo atau personal Selling yang dilakukan itu apakah terdapat peningkatan atau sedikit kendala yang perlu dikaji penyebabnya agar tidak menjadikan suatu kendala yang berkelanjutan di kemudian hari.	Pelaksaan rapat mendetail mengenai program yang di promosikan

KATEGORIASASI DATA TRANSKIP 1
WAWANCARA MENDALAM

Informan :
Hari/Pukul : Senin, 5 Oktober 2020
Tempat : Ruang Metting tertutup

No	Kategori	Rincian isi Kategori
1	Jabatan yang pernah dijabat informan hingga saat ini	Kewajiban dari sebuah jabatan yang dipegang Pengalaman yang dimiliki Informan
2	Priode pekerjaan yang diemban dari awal hingga saat ini	Jangka waktu yang dilalui informan sehingga memiliki pengalaman
3	Keterlibatan kegiatan promosi produk tabungan BRI SimPel kepada nasabah	Antusias informan dalam kegiatan promosi Kewajiban yang memang harus dijalankan oleh informan
4	Keterlibatan kegiatan perencanaan suatu event atau pameran	Antusias informan dalam kegiatan perencanaan Kewajiban yang dijalankan dalam kegiatan perencanaan
5	Keterlibatan pengadaan rapat awal peluncuran produk tabungan BRI SimPel	Antusias informan dalam memberikan sumbangsih terhadap produk Kewajiban yang dijalankan dalam kegiatan rapat
6	Sebab terbentuknya produk tabungan BRI SimPel	Alasan mengapa BRI SimPel dihadirkan dan dipromosikan
7	Alasan Bank BRI meluncurkan produk tabungan BRI SimPel diantara produk tabungan yang dimiliki oleh Bank BRI	Daya tarik yang dimiliki produk tabungan BRI SimPel
8	Alasan Bank BRI meluncurkan produk tabungan (BRI SimPel) yang sama dengan produk tabungan bank lainnya	Daya tarik yang dimiliki produk tabungan BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk tabungan Simpanan Pelajar dari Bank lainnya
9	Tujuan Bank BRI bersaing dengan meluncurkan produk tabungan BRI SimPel	Tujuan khusus dalam bersaing dengan memanfaatkan perkembangan dan edukasi pendidikan
10	Strategi komunikasi Bank BRI kepada nasabah	Strategi komunikasi yang dilakukan pihak Bank BRI terhadap masyarakat
11	Tugas Account Officer yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk	Tugas dan kewajiban <i>Account Officer</i>
12	Peranan Account Officer yang ada di PT Bank BRI dalam memperkenalkan Produk Tabungan BRI SimPel	Peranan <i>Account Officer</i>

13	Strategi Account Officer dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel	Perencanaan kegiatan promosi yang dijalankan kan atau direncanakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel
14	Bentuk pesan yang seperti apa yang dikategorikan sebagai bentuk promosi	Pesan yang dibentuk guna mempengaruhi khalayak
15	Bentuk Media yang menjadi bentuk promosi tabungan BRI SimPel	Bentuk-bentuk promosi yang direncanakan atau di susun <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel
16	Cara Bank mengevaluasi pelaksanaan strategi yang telah dilaksanakan	Pengkajian dari strategi yang disusun

AXIAL CODING

Peneliti : Ash Syamsu
 Subjek :
 Topik : Strategi Komunikasi *Public Relation Officer* di BRI Unit Pulau Rakyat
 Tempat/Tanggal :
 Situasi Wawancara : Diruang meeting tertutup yang tenang

Konsep	Kode	Nova	Zulfikar	Dodi
Strategi Komunikasi Bank BRI	10	<p>P : Bagaimana Strategi komunikasi PT. Bank BRI Persero Tbk. kepada nasabah?</p> <p>N : Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Bank BRI kepada nasabah atau publik yaitu dengan meningkatkan kegiatan sosialisasi dalam kegiatan sosialisasi ini pihak bank BRI berkontribusi dalam program pengentasan kemiskinan pemerintahan melalui program BPNT dengan penyaluran kepada 5,44 juta KPM yang tersebar di 265 Kabupaten/Kota sebesar Rp 4,84 Triliun, Pihak Bank BRI juga melakukan <i>sponsorship</i>, <i>event</i> atau pun bazaar, expo, <i>open table</i>, atau pemberian reward yang membuat PT Bank BRI Persero semakin dikenal khalayak ramai, sehingga memberikan rasa kepercayaan nasabah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT Bank BRI Persero.</p>	<p>P : Bagaimana strategi komunikasi PT. Bank BRI Persero Tbk, kepada nasabah atau publik?</p> <p>N : Strategi komunikasi yang dilakukan Bank BRI kepada publik biasanya melakukan kegiatan amal, sosialisasi bantuan, sosialisasi edukasi mengenai tabungan, program hadiah yang diadakan oleh pihak bank, melakukan sosialisasi dengan personal selling, melakukan open table, bazar, expo, bahkan kami memasang beberapa iklan, diberbagai tempat dengan masing-masing iklan diharapkan dapat membantu menyalurkan informasi itu agar sampai ke masyarakat.</p>	<p>P : Bagaimana strategi komunikasi PT. Bank BRI Persero Tbk, kepada nasabah atau publik?</p> <p>N : Strategi yang biasa kami laksanakan kepada publik itu melakukan sosialisasi kerumah-rumah penduduk. Memberikan edukasi mengenai menabung. Pihak bank BRI juga berkontribusi dalam program pengentasan kemiskinan pemerintahan melalui program BPNT dengan penyaluran kepada 5,44 juta KPM yang tersebar di 265 Kabupaten/Kota sebesar Rp 4,84 Triliun, Selanjutnya strategi komunikasi yang dilakukan Bank BRI itu berupa <i>sponsorship</i>, <i>event</i> atau pun bazaar,</p>

		<p>Strategi pemasaran, juga tidak hanya untuk meningkatkan penjualan dari produk, jasa serta program yang dimiliki oleh Bank BRI, namun juga dikhawasukan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, aktivitas kepada para nasabah, meningkatkan loyalitas , dan meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk Bank BRI, agar bisnis Bank BRI dapat tetap berkembang dan berkelanjutan.</p>	<p>expo, <i>open table</i>, atau pemberian reward bagi nasabah teladan yang memberikan kontribusi dalam menabung dengan jumlah yang cukup fantastis, sehingga dengan adanya penghargaan, akan memberikan rasa percaya kepada nasabah untuk menjadi nasabah yang setia, ini juga menjadikan PT Bank BRI Persero semakin dikenal khalayak ramai. Selanjutnya, strategi pemasaran, juga tidak hanya untuk meningkatkan penjualan dari produk, jasa serta program yang dimiliki oleh Bank BRI, namun juga dikhawasukan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, aktivitas kepada para nasabah, meningkatkan loyalitas , dan meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk Bank BRI, agar bisnis Bank BRI dapat tetap berkembang dan berkelanjutan</p>
Tugas <i>Account Officer</i> yang	11	P : Apa Tugas <i>Account Officer</i> yang ada di PT Bank BRI	P : Apa tugas seorang <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI

ada di PT Bank BRI Persero Tbk		Persero N : Saya sebagai Account Officer memiliki tugas seoerti mengenalkan produk kepada calon nasabah, menjaga hubungan baik dengan nasabah dengan melakukan komunikasi jarak jauh atau berkunjung menemui nasabah untuk bertanya mengenai perkembangan keuangan, usaha dan lainnya, Berkoordinasi dalam hal pemasaran, juga harus bisa memberikan solusi ketika nasabah membutuhkan solusi.	Pulau Rakyat? N : Seorang <i>Account Officer</i> ini merupakan seseorang yang melakukan kegiatan sosialisasi langsung kedalam lapisan masyarakat baik di lakukan dengan cara sosialisasi dengan seklumpulan masyarakat maupun sosiliasi dengan datang ke rumah-rumah warga. Hal ini dilakukan seorang <i>Account Officer</i> untuk membina hubungan baik masyarakat dengan bank BRI. <i>Account Officer</i> juga diharapkan mampu menyampaikan infoemasi penting mengenai keuangan, ekonomi masyarakat dengan memberikan solusi yang bisa membantu permasalahan ekonomi masyarakat.	di Bank BRI Pulau Rakyat? N Seorang Account Officer itu memiliki tugas seperti melakukan kegiatan sosialisasi dari rumah kerumah untuk menayakan keluhan dalam masalah keuangan dan ekonomi, memberikan solusi guna mengatasi masalah ekonomi masyarakat, tidak terlepas bagi pedangan UMKM yang membutuhkan produk tabungan, dan yang jelas membina hubungan baik dengan masyarakat, memperkenalkan produk tabungan, memberikan solusi pinjaman atau kredit juga.
Peranan <i>Account Officer</i> yang ada di PT Bank BRI dalam memperkenalkan Produk Tabungan BRI SimPel	12	P : Bagaimana Peranan Account Officer yang ada di PT Bank BRI dalam memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel? N : Saya berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setipa transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawab. Mengelola produk,	P : apa peranan <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI Unit Pulau Rakyat dalam memperkenalkan Produk Tabungan BRI SimPel? N : Peranan <i>Account Officer</i> yaitu melakukan kegiatan promosi, baik secara imdividu atau secara berkelompok.	P : apa peranan <i>Account Officer</i> yang ada di Bank BRI Unit Pulau Rakyat dalam memperkenalkan Produk Tabungan BRI SimPel? N : Seperti informasi yang sebelumnya bahwa sebenarnya <i>Account Officer</i> berperan terjun langsung ke lapisan masyarakat untuk bersosialisasi,

		<p>saya harus mampu mengatasi kemungkinan pemakaian berbagai produk paling sesuai dengan kebutuhan nasabah. saya juga berperan memantau atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya. Lalu saya mengelolah penjualan, memasarkan produknya. Serta saya berperan menentukan keuntungan yang diperoleh bank</p>		<p>emmbina hubungan baik, memperkenalkan produk tabungan, tidak terkecuali memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel kepada masyarakat yang minim informasi</p>
Strategi Account Officer dalam mempromosikan produk tabunagn BRI SimPel	13	<p>P : Bagaimana bentuk strategi yang digunakan Account Officer dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel ini?</p> <p>N : Dalam mempromosikan bentuk tabungan BRI SimPel ini, terlebih dahulu saya akan menentukan khalayak atau bisa disebut pasar pangsa, pasar pangsa itu merupakan sasaran yang akan ditujukan, dalam mempromosikan produk tabungan ini pasar pangsa yang sudah ditentukan yaitu, sekolah, dan nasabah masyarakat pedesaan dengan melaakukan personal selling”.</p>	<p>P : Bagaimana bentuk strategi yang digunakan Account Officer dalam mempromosikan produk tabunngan BRI SimPel ini ?</p> <p>N :</p> <p>Strategi Account officer dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini berupa, melakukan sosialisasi. Dengan melakukan sosialisasi secara langsung diharapkan masyarakat dapat memproleh informasi secara akurat dan tepat. Memasang beberapa iklan yang dapat menjadi perantara masyarakat dan Bank dalam menjangkau informasi yang mudah didapat. Melaksanakan Open tabel yang diadakan</p>	<p>P : Bagaimana bentuk strategi yang digunakan Account Officer dalam mempromosikan produk tabunagn BRI SimPel ini ?</p> <p>N :</p> <p>Biasanya Account Officer melakukan sosialisasi kepada masyarakat mengenai menabung yang baik. Selanjutnya, Account Officer akan memasang spanduk-spanduk yang berisi informasi mengenai produk tabungan BRI SimPel ini dilokasi yang sering ditemui orang, seperti disekolah, dipajak</p>

		<p>Dan dalam menerapkan strategi untuk memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel yaitu bisa melalui yang pertama kegiatan Sosialisasi atau personal Selling yaitu aktivitas penyampaian informasi mengenai produk tabungan BRI SimPel kepada pihak terkait dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dan mensukseskan pemasaran Tabungan BRI SimPel. Yang kedua, bisa melalui sponsorship yaitu bentuk partisipasi Bank BRI dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak luar yang memberikan manfaat bagi kinerja bisnis BRI. Yang ketiga bisa melalui event yaitu rangkaian kegiatan atau layanan Bank yang diselenggarakan untuk mendukung aktivitas bisnis BRI antara lain dalam bentuk bazaar, expo, open table/pameran, dll.</p> <p>Relationship Marketing yaitu kegiatan yang dilakukan dalam rangka menjalin atau meningkatkan relasi kerjasama dengan pihak terkait. yang terakhir penujang</p>	<p>beberapa kali dalam setahun, bisa dalam bentuk pengenalan produk beberapa bentuk tabungan dengan variasi bentuk tabungan.</p>	<p>atau ditempat keramaian. Selanjutnya Account Officer tidak hanya sosialisasi dalam jumlah masyarakat yang banyak, namun Account Officer juga melakukan kegiatan personal Selling secara individu dari rumah kerumah menawarkan produk tabungan ini.</p>
--	--	---	--	--

		<p>pemasaran yaitu kegiatan dalam rangka mendukung pemasaran dan operasional bisnis dalam bentuk antara lain pemberian reward, pembuatan materi komunikasi dan lain-lain. Kegiatan promosi juga dilakukan melalui kegiatan table yaitu dimana pihak bank BRI Kantor unit membuka stand pada tempat-tempat yang dianggap dapat menarik perhatian atau minat masyarakat untuk membuka tabungan BRI Simpel seperti di mall, pasar, tempat rekreasi dan sekolah. Kegiatan yang dilakukan harus semaksimal mungkin sehingga masyarakat dapat tertarik. Kegiatan promosi juga bisa dilakukan melalui <i>personal selling</i> yaitu dimana seorang marketing mempromosikan tabungan BRI SimPel kepada nasabah secara langsung. Jika nasabah dalam bentuk perorangan maka seorang marketing akan datang kerumah nasabah untuk menjelaskan bentuk produk tabungan SimPel, contohnya dalam hal ini seorang marketing melakukan sosialisasi kemasyarakatan untuk</p>		
--	--	---	--	--

		<p>memperkenalkan produk. Jika nasabah bentuk sekelompok orang yaitu bisa berupa sekolah, karena tabungan SimPel ini diperuntukan bagi siswa. Maka seorang marketing datang kesekolah untuk memperkenalkan produk dengan membuat pertemuan khusus kepada pihak orang tua murid untuk memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel.</p>		
Bentuk Pesan yang mempengaruhi khalayak	14	<p>P : Bentuk pesan yang seperti apa yang dikategorikan sebagai bentuk promosi?</p> <p>N :</p> <p>Pesan yang disampaikan bukan hanya semata-mata untuk meraih keuntungan, namun juga tujuannya juga mengedukasi kepada masyarakat dengan menyampaikan informasi tentang manfaat menabung di BRI SimPel, lalu kami mengedukasi tentang perbedaan menabung antara produk BRI SimPel dengan produk tabungan yang lainnya, dengan menyampaikan kemudahan yang ditawarkan oleh produk tabungan BRI SimPel maka dengan sendirinya nasabah akan tertarik terhadap produk tabungan yang</p>	<p>P : Bentuk pesan yang seperti apa yang dikatakan dapat mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N :</p> <p>Pesna yang sering disampaikan dari Account Officer ke masyarakat mengenai ekonomi masyarakat, mengenai edukasi tabungan, manfaat membuka tabungan, manfaat menabung dibeberapa produk kebutuhan, tidak terkecuali produk tabungan anak-anak.</p>	<p>P : Bentuk pesan yang seperti apa yang dikatakan dapat mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N :</p> <p>Seringkali saya katakan bahwa kegiatan sosialisasi sangat penting, dalam kegiatan-kegiatan sosialisasi tidak terlepas dari penyampaian pesan kepada masyarakat maupun individu, Pesan yang biasa disampaikan itu tidak hannya meraih keuntungan, namun berupa edukasi informasi mengenai</p>

		<p>ditawarkan. Sebagai bank yang memiliki jaringan terluas, memudahkan masyarakat untuk mengakses segala produk tabungan, namun pada Jaringan yang dimiliki oleh Bank lainnya sangat terbatas dan tidak seluas bank BRI, yang mampu menjangkau daerah terpencil sekalipun. Jaringan luas yang ditawarkan oleh Bank BRI membuat masyarakat mudah untuk mengakses segala kebutuhannya.</p>		<p>tabungan dan manfaat menabung di Bank BRI</p>
Bentuk Media yang menjadi bentuk promosi tabungan BRI SimPel	15	<p>P : Bagaimana bentuk media yang digunakan Account Officer dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Bentuk Media yang digunakan dalam mempromosikan tabungan BRI Simpel ini biasanya digunakan brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan <i>Roll Banner</i> pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.</p>	<p>P : Apa bentuk media yang memuat pesan yang dapat digunakan Account Offier dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Bentuk media yang biasa kami gunakan dalam menyampaikan pesan yang pentung itu dapat berupa brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan <i>Roll Banner</i> pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.</p>	<p>P : Apa bentuk media yang memuat pesan yang dapat digunakan Account Offier dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Bentuk media yang biasa kami gunakan dalam menyampaikan pesan yang pentung itu dapat berupa brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan <i>Roll Banner</i> pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat</p>

				keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.
Kegiatan Evaluasi	16	<p>P : Bagaimana cara Bank BRI mengevaluasi pelaksanaan strategi yang telah dilaksanakan?</p> <p>N : Dengan acara rapat, yang kami lakukan dalam membahas kegiatan promosi baik Marketing Communications pusat maupun karyawan Unit kami mengutakan apa kekurangan dan kendala yang dihadapkan saat kegiatan berlangsung. Seperti dalam keadaan Open Table berlangsung, bahwa kesiapan dari setiap perlengkapan mendukung, agar nasabah nyaman”.</p>	<p>P : Apa bentuk media yang memuat pesan yang dapat digunakan Account Offier dalam mempromosikan produk tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Bentuk media yang biasa kami gunakan dalam menyampaikan pesan yang penting itu dapat berupa brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan <i>Roll Banner</i> pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.</p>	<p>P : Bagaimana cara Bnnk BRI mengevaluasi pelaksanaan strategi yang telah dilaksanakan?</p> <p>N : Biasanya kami melakukan kegiatan rapat dalam jadwal yang ditentukan guna membahas beberapa hal penting mengenai kinerja yang dicapai, dari beberapa kegiatan bisa berupa evaluasi pemasaran produk tabungan di pameran, open table, bazar expo atau personal Selling yang dilakukan itu apakah terdapat peningkatan atau sedikit kendala yang perlu dikaji penyebabnya agar tidak menjadikan suatu kendala yang berkelanjutan di kemudian hari.</p>

SELECTIVE CODING

QUOTE INFORMATION	STORY LINE
<p>P : Bagaimana Strategi komunikasi PT. Bank BRI Persero Tbk. kepada nasabah?</p> <p>N : Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PT Bank BRI kepada nasabah atau publik yaitu dengan meningkatkan kegiatan sosialisasi dalam kegiatan sosialisasi ini pihak bank BRI berkontribusi dalam program pengentasan kemiskinan pemerintahan melalui program BPNT dengan penyaluran kepada 5,44 juta KPM yang tersebar di 265 Kabupaten/Kota sebesar Rp 4,84 Triliun, Pihak Bank BRI juga melakukan <i>sponsorship, event</i> atau pun bazaar, expo, <i>open table</i>, atau pemberian reward yang membuat PT Bank BRI Persero semakin dikenal khalayak ramai, sehingga memberikan rasa kepercayaan nasabah untuk menggunakan jasa yang ditawarkan oleh PT Bank BRI Persero. Strategi pemasaran, juga tidak hanya untuk meningkatkan penjualan dari produk, jasa serta program yang dimiliki oleh Bank BRI, namun juga dikhususkan untuk meningkatkan kesadaran, pengetahuan, aktivitas kepada para nasabah, meningkatkan loyalitas , dan meningkatkan ketertarikan nasabah terhadap produk Bank BRI, agar bisnis Bank BRI dapat tetap berkembang dan berkelanjutan.</p>	Melakukan kegiatan sosialisasi, memberikan kontribusi dalam pembangunan tempat ibadah, sekolah, melakukan <i>sponsorship, event, open table</i> , atau pemberian reward.
<p>P : Apa Tugas Account Officer yang ada di PT Bank BRI Persero</p> <p>N : Saya sebagai Account Officer memiliki tugas seoerti mengenalkan produk kepada calon nasabah, menjaga hubungan baik dengan nasabah dengan melakukan komunikasi jarak jauh atau berkunjung menemui nasabah untuk bertanya mengenai perkembangan keuangan, usaha dan lainnya, Berkoordinasi dalam hal pemasaran, juga harus bisa memberikan solusi ketika nasabah membutuhkan solusi.</p>	
<p>P : Bagaimana Peranan Account Officer yang ada di PT Bank BRI dalam memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya berperan untuk membina nasabah agar mendapatkan efisiensi dan optimalisasi dari setiap transaksi keuangan yang dilakukan tanpa meninggalkan tanggung jawab. Mengelola produk, saya harus mampu mengatasi kemungkinan pemakaian berbagai produk paling sesuai dengan kebutuhan nasabah. saya juga berperan memantau atas pinjaman yang diberikan kepada nasabah agar nasabah selalu memenuhi komitmen atas pinjamannya. Lalu saya mengelolah penjualan, memasarkan produknya. Serta saya berperan menentukan keuntungan yang diperoleh bank</p>	Berperan sebagai : Orang yang membina nasabah Mengelola Produk Memantau Pinjaman yang diberikan nasabah agar nasabah tetap komitmen Mengolah penjualan berupa produk dan jasa Menentukan keuntungan yang diperoleh
<p>P : Bagaimana bentuk strategi yang digunakan <i>Account Officer</i> dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel ini?</p> <p>N :</p>	Melalui sosialisasi Melakukan Sponsorship Melaksanakan <i>Event, Event, Bazaar,</i>

<p>Dalam mempromosikan bentuk tabungan BRI SimPel ini, terlebih dahulu saya akan menentukan khalayak atau bisa disebut pasar pangsa, pasar pangsa itu merupakan sasaran yang akan ditujukan, dalam mempromosikan produk tabungan ini pasar pangsa yang sudah ditentukan yaitu, sekolah, dan nasabah masyarakat pedesaan dengan melaksanakan personal selling”.</p> <p>Dalam menerapkan strategi untuk memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel yaitu bisa melalui yang pertama kegiatan Sosialisasi yaitu aktivitas penyampaian informasi mengenai produk tabungan BRI SimPel kepada pihak terkait dengan tujuan untuk memperkenalkan produk dan mensukseskan pemasaran Tabungan BRI SimPel.</p> <p>Yang kedua, bisa melalui sponsorship yaitu bentuk partisipasi Bank BRI dalam kegiatan yang diselenggarakan oleh pihak luar yang memberikan manfaat bagi kinerja bisnis BRI. Yang ketiga bisa melalui event yaitu rangkaian kegiatan atau layanan Bank yang diselenggarakan untuk mendukung aktivitas bisnis BRI antara lain dalam bentuk bazaar, expo, open table/pameran, dll. Relationship Marketing yaitu kegiatan yang dilakukan dalam rangka menjalin atau meningkatkan relasi kerjasama dengan pihak terkait. yang terakhir penujang pemasaran yaitu kegiatan dalam rangka mendukung pemasaran dan operasional bisnis dalam bentuk antara lain pemberian reward, pembuatan materi komunikasi dan lain-lain. Kegiatan promosi juga dilakukan melalui kegiatan table yaitu dimana pihak bank BRI Kantor unit membuka stand pada tempat-tempat yang dianggap dapat menarik perhatian atau minat masyarakat untuk membuka tabungan BRI Simpel seperti di mall, pasar, tempat rekreasi dan sekolah. Kegiatan yang dilakukan harus semaksimal mungkin sehingga masyarakat dapat tertarik. Kegiatan promosi juga bisa dilakukan melalui <i>personal selling</i> yaitu dimana seorang marketing mempromosikan tabungan BRI SimPel kepada nasabah secara langsung. Jika nasabah dalam bentuk perorangan maka seorang marketing akan datang kerumah nasabah untuk menjelaskan bentuk produk tabungan SimPel, contoh nya dalam hal ini seorang marketing melakukan sosialisasi kemasyarakatan untuk memperkenalkan produk. Jika nasabah bentuk sekelompok orang yaitu bisa berupa sekolah, karena tabungan SimPel ini diperuntukan bagi siswa. Maka seorang marketing datang kesekolah untuk memperkenalkan produk dengan membuat pertemuan khusus kepada pihak orang tua murid untuk memperkenalkan produk tabungan BRI SimPel.</p>	<p>expo, <i>open table</i> dll. Melakukan kegiatan menjalin relasi kerja sama dengan pihak terkait Pemberian Reward, dll</p>
<p>P :Bentuk pesan yang seperti apa yang dikategorikan sebagai bentuk promosi?</p>	<p>Pesan yang disampaikan berupa : Edukasi menabung yang baik</p>

<p>N :</p> <p>Pesan yang disampaikan bukan hanya semata-mata untuk meraih keuntungan, namun juga tujuannya juga mengedukasi kepada masyarakat dengan menyampaikan informasi tentang manfaat menabung di BRI SimPel, lalu kami mengedukasi tentang perbedaan menabung antara produk BRI SimPel dengan produk tabungan yang lainnya, dengan menyampaikan kemudahan yang ditawarkan oleh produk tabungan BRI SimPel maka dengan sendirinya nasabah akan tertarik terhadap produk tabungan yang ditawarkan.</p> <p>Sebagai bank yang memiliki jaringan terluas, memudahkan masyarakat untuk mengakses segala produk tabungan, namun pada Jaringan yang dimiliki oleh Bank lainnya sangat terbatas dan tidak seluas bank BRI, yang mampu menjangkau daerah terpencil sekalipun. Jaringan luas yang ditawarkan oleh Bank BRI membuat masyarakat mudah untuk mengakses segala kebutuhannya.</p> <p>Pesan yang kedua perbedaan menabung pada produk BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk yang lainnya. produk tabungan BRI SimPel ini memiliki keunggulan tersendiri jika dibandingkan dengan produk tabungan bank lainnya, bagi siswa-siswi yang dimulai sejak Paud hingga SMA. Dengan keuntungan yang i diberikan yaitu bebas dari biaya administrasi bulanan dengan segala ketentuan yang sudah diatur.</p>	<p>Edukasi mengenai informasi tentang tabungan yang jaringan yang luas</p> <p>Edukasi mengenai informasi kemudahan dalam menabung khusus kalangan pelajar</p>
<p>P : Bagaimana bentuk media yang digunakan Account Officer dalam mempromosikan tabungan BRI SimPel ini ?</p> <p>N : Bentuk Media yang digunakan dalam mempromosikan tabungan BRI Simpel ini biasanya digunakan brosur, iklan melalui sosial media, Penempatan <i>Roll Banner</i> pada setiap kantor Unit Kerja, Penempatan Poster tabungan BRI SimPel di tempat-tempat keramaian seperti pasar, dan pembagian brosur di sekolah-sekolah.</p>	<p>Brosur, Iklan Sosial Media, Menempatan Roll Banner, Poster, dan pembagian Brosur di sekolah-sekolah.</p>
<p>P : Bagaimana cara Bnnk BRI mengevaluasi pelaksanaan strategi yang telah dilaksanakan?</p> <p>N :</p> <p>Dengan acara rapat, yang kami lakukan dalam membahas kegiatan promosi baik Marketing Communications pusat maupun karyawan Unit kami mengutakan apa kekurangan dan kendala yang dihadapi saat kegiatan berlangsung. Seperti dalam keadaan Open Table berlangsung, bahwa kesiapan dari setiap perlengkapan mendukung, agar nasabah nyaman”.</p>	<p>Pelaksaan rapat mendetail mengenai program yang di promosikan</p>

DAFTAR PERTANYAAN

1. Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini?
2. Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel?
3. Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?
4. Sudah berapa lama bapak ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?
5. Apakah menurut bapak/ibu anak-anak saat ini sangat penting untuk memiliki tabungan?
6. Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?
7. Apa alasan bapak membuka produk tabungan untuk anak bapak?
8. Produk tabungan Simpanan Pelajar banyak terdapat di Bank BRI serta produk yang ditawarkan bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?
9. Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI SimPel ini cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi tabungannya?

KODING & KATA KUNCI TRANSKIP 2
WAWANCARA MENDALAM

Informan : _____

Hari/Pukul : _____

Tempat : _____

Kode Kata Kunci

- 1 Promosi atau sosialisasi yang dilakukan pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat
- 2 Informasi yang diketahui masyarakat tentang produk tabungan BRI SimPel
- 3 Asal Informasi yang diketahui masyarakat mengenai Produk tabungan BRI SimPel
- 4 Jangka waktu informasi yang diperoleh masyarakat tentang produk tabungan BRI SimPel
- 5 Edukasi masyarakat mengenai pentingnya menabung sejak dini
- 6 Unsur Negatif yang mendorong masyarakat untuk membuka tabungan BRI SimPel
- 7 Alasan Mayarakat membuka tabungan untuk anak sejak dini
- 8 Alasan Masyarakat memilih produk tabungan BRI SimPel daripada produk tabungan Simpanan Pelajar yang lainnya.
- 9 Edukasi keuangan yang diberikan produk BRI SimPel kepada anak-anak sejak dini

KATEGORIASASI DATA TRANSKIP 2

WAWANCARA MENDALAM

Responden : Masyarakat sekitar Pulau Rakyat
 Hari/Pukul : -
 Tempat : Di rumah masyarakat

No	Kategori	Rincian isi Kategori
1	Promosi atau sosialisasi yang dilakukan pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat	Tugas <i>Account Officer</i> yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk dalam memperkenalkan produk tabungan BRI Edukasi dengan menyampaikan pesan yang dilakukan seorang <i>Account Officer</i> mengenai informasi menabung yang baik.
2	Informasi yang diketahui masyarakat tentang produk tabungan BRI SimPel	Bentuk pesan yang diterima oleh masyarakat mengenai produk tabungan dan cara-cara menabung yang baik
3	Asal Informasi yang diketahui masyarakat mengenai Produk tabungan BRI SimPel	Bentuk media yang menyampaikan informasi kepada masyarakat
4	Jangka waktu informasi yang diperoleh masyarakat tentang produk tabungan BRI SimPel	Respon masyarakat setelah mengetahui produk tabungan yang dikeluarkan pihak Bank BRI
5	Alasan masyarakat memberikan edukasi menabung kepada anak sejak dini	Kewajiban sebagai orang tua dalam memberikan edukasi menabung sejak dini kepada anak-anak
6	Unsur Negatif yang mendorong masyarakat untuk membuka tabungan BRI SimPel	Paksaan yang didapat masyarakat dari pihak sekolah yang melakukan kerjasama dalam membuka produk tabungan
7	Alasan Masyarakat membuka tabungan untuk anak sejak dini	Orang tua memberikan anak tanggung jawab dalam pengelolaan uang sejak dini
8	Alasan masyarakat lebih memilih Produk BRI SimPel daripada produk tabungan simpanan pelajar lainnya yang terdapat di Bank BRI	Daya tarik yang dimiliki produk tabungan BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk tabungan Simpanan Pelajar lainnya.
9	Kemudahan Produk tabungan BRI SimPel dalam mengajarkan anak-anak menabung sejak dini	Tujuan khusus dalam bersaing dengan memanfaatkan perkembangan dan edukasi pendidikan

TRANSKIP WAWANCARA

Peneliti	: Ash Syamsu
Responden	: Asti Miranda
Pekerjaan	: Penjual Sayur dan Gorengan
Topik	: Minat menabung produk tabungan BRI SimPel
Tempat/Tanggal	: Pulau Rakyat, 15 Oktober 2020
Situasi Wawancara	: Tenang

Kode	Transkip Data	Kategoriasi (Analisis/Coding)
0	<p>P : Asslamualaikum, maaf mengganggu, nama ibu siapa? N : Waalaikum salam, saya Asti Miranda</p> <p>P : Pekerjaan ibu sehari-hari sebagai apa ibu? N : Pekerjaan saya sehari-hari sebagai penjual sayur keliling dan penjual gorengan.</p> <p>P : Sudah berapa lama ibu bekerja sebagai penjual sayur keliling dan penjual gorengan? N : saya sudah 13 tahun sebagai penjual sayur keliling dan penjual gorengan.</p>	Pembukaan
1	<p>P : Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini? N : Pernah ada pihak bank BRI datang untuk melakukan kegiatan sosialisasi dengan masyarakat disini, tentang giat menabung. Pihak BRI sendiri memberikan informasi tentang mudahnya menabung dirumah dan dibank.</p>	Edukasi dengan menyampaikan pesan yang dilakukan seorang <i>Account Officer</i> mengenai informasi menabung yang baik. Bentuk pesan yang di terima oleh masyarakat mengenai produk tabungan dan cara-cara menabung yang baik
2	<p>P : Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel? N : Ya saya tahu produk tabungan BRI SimPel, Simpanan Pelajar khusus pelajar.</p>	Informasi yang diperoleh masyarakat
3	<p>P : Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel? N : Awalnya saya mengetahui bentuk tabungan ini dari spanduk</p>	Bentuk media yang menyampaikan informasi kepada masyarakat Tugas <i>Account Officer</i> yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk

	yang dipasang di beberapa tempat keramaian, seperti sekolah, dipajak, dan di kantor Bank BRI sendiri, lalu ada beberapa kali saya diundang kesekolah untuk hadir dalam kegiatan sosialisasi tabungan.	dalam memperkenalkan produk tabungan BRI
4	<p>P : Sudah berapa lama bapak ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya mengetahui produk tabungan BRI SimPel ini sejak tahun 2016, saat itu saya menerima informasi dari luar saja, yaitu informasi dari bentuk spanduk-spanduk saja.</p>	Jangka waktu dan asal mula masyarakat tahu bahwa Bank BRI meluncurkan produk tabungan BRI SimPel Respon masyarakat setelah mengetahui produk tabungan yang dikeluarkan pihak Bank BRI
5	<p>P : Apakah menurut bapak/ibu anak-anak saat ini sangat penting untuk memiliki tabungan?</p> <p>N : Menurut saya sangat penting mengajarkan anak-anak untuk menabung sejak dini, karena bagi saya anak harus bisa membatasi keuangan untuk hal yang tidak terlalu penting.</p>	Kewajiban sebagai orang tua dalam memberikan edukasi menabung sejak dini kepada anak-anak
6	<p>P : Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?</p> <p>N : Tidak ada paksaan dari sekolah, hanya saja sekolah memanggil wali murid untuk diberikan edukasi mengenai produk tabungan khusus pelajar.</p>	Unsur yang menjadikan masyarakat memilih produk untuk dijadikan produk pilihan.
7	<p>P : Apa yang membuat bapak atau ibu tertarik untuk membuka tabungan Simpanan pelajar di Bank BRI?</p> <p>N : Saya tertarik untuk membuka tabungan khusus pelajar itu gunanya untuk mendidik anak saya dalam hal menabung. Dan saya memilih Bank BRI karena menurut saya bank yang sudah terjamin untuk selalu ada disetiap cabang ya, dan setau saya akses pengambilan tabungannya juga cukup mudah, ada yang melalui ATM, BRI Link dan dari teller. Yang membuat saya akhirnya memilih menabung di Bank BRI</p>	Hal yang menarik menabung di Bank BRI

	<p>untuk BRI SimPel nya itu, tabungan anak saya mudah untuk disetorkan melalui BRI Link, dan BRI Link sudah terdapat dimana saja. saya juga tak perlu repot datang jauh-jauh kekantor Unit nya. Bank BRI juga menyediakan banyak cabang yang kemungkinan bisa membantu saya untuk pengambilan uang nantinya.</p>	
8	<p>P : Produk tabungan Simpanan Pelajar sudah terdapat banyak di Bank BRI serta produk yang ditawarkan juga bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N: Produk tabungan memang banyak namun untuk sistem administrasinya yang ditawarkan di produk tabungan BRI SimPel ini sangat mudah, tidak terdapat uang administrasi, setorannya juga cukup ringan. Jadi saya memilih produk tabungan ini untuk anak saya.</p>	Daya tarik yang dimiliki produk tabungan BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk tabungan Simpanan Pelajar lainnya.
9	<p>P : Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI SimPel ini cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi keuangan sejak dini?</p> <p>N: Sebelum adanya produk tabungan BRI SimPel ini awalnya anak saya menabung di guru sekolah, namun ada beberapa kejadian yang tidak menyenangkan mengenai uang tabungan yang dipotong oleh guru tanpa sepengatahan orang tua, dan belum lagi dipotong biaya administrasi yang lumayan besar. Sehingga cukup menguras uang tabungan anak saya.</p>	Tujuan khusus dalam bersaing dengan memanfaatkan perkembangan dan edukasi pendidikan

TRANSKIP WAWANCARA

Peneliti	: Ash Syamsu
Responden	: Eva Agustina
Pekerjaan	: Penjual Mie Sop dan bakso
Topik	: Minat menabung produk tabungan BRI SimPel
Tempat/Tanggal	: Pulau Rakyat, 15 Oktober 2020
Situasi Wawancara	: Berada di rumah dan dalam kondisi tenang

Kode	Transkip Data	Kategoriasi (Analisis/Coding)
0	<p>P : Asslamualaikum, maaf mengganggu, nama ibu siapa?</p> <p>N : Waalaikum salam, saya Eva Agustina</p> <p>P : Pekerjaan ibu sehari-hari sebagai apa ibu?</p> <p>N : Pekerjaan saya sehari-hari sebagai penjual mie sop dan bakso.</p> <p>P : Sudah berapa lama ibu bekerja sebagai penjual mie sop dan bakso?</p> <p>N : sudah 6 tahun sebagai penjual mie sop dan bakso.</p>	Pembukaan
1	<p>P : Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini?</p> <p>N : Pernah, ada petugas bank BRI datang untuk berbagi informasi tentang cara menabung. Dan pihak bank membagikan beberapa brosur bentuk tabungan.</p>	Edukasi dengan menyampaikan pesan yang dilakukan seorang <i>Account Officer</i> mengenai informasi menabung yang baik. Bentuk pesan yang di terima oleh masyarakat mengenai produk tabungan dan cara-cara menabung yang baik
2	<p>P : Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : ya saya tahu produk tabungan ini dari spanduk yang dipajang didepan kantor bank BRI.</p>	Informasi yang diperoleh masyarakat
3	<p>P : Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Awalnya saya datang ke sekolah untuk membayarkan iuran bulanan sekolah anak saya, ketika saya datang kesekolah saya lihat spanduk didepan sekolah anak saya tentang tabungan BRI SimPel.</p>	Bentuk media yang menyampaikan informasi kepada masyarakat Tugas <i>Account Officer</i> yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk dalam memperkenalkan produk tabungan BRI
4	P : Sudah berapa lama bapak ibu	Jangka waktu dan asal mula

	<p>mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya mengetahui produk tabungan BRI SimPel ini sejak tahun 2017 yang waktu itu saya tahu informasi itu dari sekolah.</p>	<p>masyarakat tahu bahwa Bank BRI meluncurkan produk tabungan BRI SimPel</p> <p>Respon masyarakat setelah mengetahui produk tabungan yang dikeluarkan pihak Bank BRI</p>
5	<p>P : Apakah menurut bapak/ibu anak-anak saat ini sangat penting untuk memiliki tabungan?</p> <p>N : Menurut saya sih menabung itu penting untuk anak-anak, untuk belajar hemat sejak dini.</p>	Kewajiban sebagai orang tua dalam memberikan edukasi menabung sejak dini kepada anak-anak
6	<p>P : Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?</p> <p>N : awalnya sekolah menerapkan tabungan yang dipegang oleh guru kelas, namun karena tabungan yang dipegang oleh guru tidak efektif, banyak sisi kekurangannya, yang tidak bisa dijelaskan dengan rinci.</p>	Unsur yang menjadikan masyarakat memilih produk untuk dijadikan produk pilihan.
7	<p>P : Apa yang membuat bapak atau ibu tertarik untuk membuka tabungan Simpanan pelajar di Bank BRI?</p> <p>N : Besar harapan saya jika anak saya hemat dalam menggunakan uang. Maka dari itu saya mencari produk tabungan khusus pelajar yang rendah biaya setoran lanjutan, jadi anak saya bisa setor uang tabungannya dengan nominal yang ringan.</p>	Hal yang menarik menabung di Bank BRI
8	<p>P : Produk tabungan Simpanan Pelajar sudah terdapat banyak di Bank BRI serta produk yang ditawarkan juga bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N: Saya melihat produk tabungan sebelum BRI SimPel ini, dengan biaya administrasi dan setoran lanjutan itu nominalnya terlalu besar. Itu membuat anak saya terkadang menjadi berat untuk menabung di bank, namun setelah saya tahu bahwa biaya administrasinya tidak ada sehingga</p>	Daya tarik yang dimiliki produk tabungan BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk tabungan Simpanan Pelajar lainnya.

	dapat meringankan siswa untuk menabung.	
9	<p>P : Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI SimPel ini cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi keuangan sejak dini?</p> <p>N: Sebelum adanya tabungan BRI SimPel ini, anak saya jika ingin menabung dengan jarak sebulan sekali karena harus mengumpulkan uang setoran terlebih dahulu. Karena BRI SimPel ini setoran lanjutannya nominal nya lumayan ringan, jadi anak saya bisa menargetkan untuk menyimpan sebagian uang sakunya.</p>	Tujuan khusus dalam bersaing dengan memanfaatkan perkembangan dan edukasi pendidikan

TRANSKIP WAWANCARA

Peneliti	: Ash Syamsu
Responden	: Endang Sri Fatmi
Pekerjaan	: Asisten Rumah Tangga
Topik	: Minat menabung produk tabungan BRI SimPel
Tempat/Tanggal	: Senin 15 Oktober 2020
Situasi Wawancara	: Dikediaman rumah dan dalam kondisi tenang

Kode	Transkip Data	Kategoriasi (Analisis/Coding)
0	<p>P : Asslamualaikum, maaf mengganggu, nama ibu siapa?</p> <p>N : Waalaikum salam, saya Endang Sri Fatmi</p> <p>P : Pekerjaan ibu sehari-hari sebagai apa ibu?</p> <p>N : Pekerjaan saya sebagai asisten rumah tangga.</p> <p>P : Sudah berapa lama ibu bekerja sebagai asisten ibu rumah tangga?</p> <p>N : saya sudah 7 tahun sebagai asisten rumah tangga</p>	Pembukaan
1	<p>P : Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini?</p> <p>N : saya pernah melihat kegiatan sosialisasi di kelurahan dari pihak bank BRI tentang menabung.</p>	Edukasi dengan menyampaikan pesan yang dilakukan seorang <i>Account Officer</i> mengenai informasi menabung yang baik. Bentuk pesan yang di terima oleh masyarakat mengenai produk tabungan dan cara-cara menabung yang baik
2	<p>P : Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya tahu, produk tabungan BRI SimPel ini di khususkan bagi siswa yang aktif sekolah.</p>	Informasi yang diperoleh masyarakat
3	<p>P : Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya tahu produk ini karena anak saya sekolah, disekolah diadakan pemanggilan wali siswa, awalnya saya merasa anak saya bermasalah sehingga disuruh datang, namun keterangan yang saya peroleh dari sekolah, adanya sistem tabungan yang di tawarkan bank BRI untuk siswa tau murid yang aktif atau</p>	Bentuk media yang menyampaikan informasi kepada masyarakat Tugas <i>Account Officer</i> yang ada di PT Bank BRI Persero Tbk dalam memperkenalkan produk tabungan BRI

	masih status sebagai siswa disekolah.	
4	<p>P : Sudah berapa lama bapak ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya mengetahui produk tabungan ini tahun 2018, karena pemanggilan wali siswa kesekolah. Sosialisasi disekolah tentang tabungan.</p>	Jangka waktu dan asal mula masyarakat tahu bahwa Bank BRI meluncurkan produk tabungan BRI SimPel Respon masyarakat setelah mengetahui produk tabungan yang dikeluarkan pihak Bank BRI
5	<p>P : Apakah menurut bapak/ibu anak-anak saat ini sangat penting untuk memiliki tabungan?</p> <p>N : Menabung itu penting bagi saya, apalagi saya mendapat penghasilan sebulan sekali, jadi saya mengajarkan untuk hemat ke anak saya.</p>	Kewajiban sebagai orang tua dalam memberikan edukasi menabung sejak dini kepada anak-anak
6	<p>P : Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?</p> <p>N : sekolah tidak memaksa siswa untuk memiliki tabungan BRI SimPel ini, namun ada hal-hal yang mengharuskan untuk menabung, karena sekolah terkadang mengadakan untuk biaya bertamasya yang dilakukan ketika perpisahan, dan membutuhkan uang saku. Sehingga sekolah menyarankan untuk menabung rutin di BRI SimPel.</p>	Unsur yang menjadikan masyarakat memilih produk untuk dijadikan produk pilihan.
7	<p>P : Apa yang membuat bapak atau ibu tertarik untuk membuka tabungan Simpanan pelajar di Bank BRI?</p> <p>N : Saya percaya terhadap produk BRI ini karena kantornya banyak cabangnya, dan kemudahan menabung bisa melalui BRI Link. ATM yang tersedia juga banyak bisa mengambil uang dari mana saja.</p>	Hal yang menarik menabung di Bank BRI
8	<p>P : Produk tabungan Simpanan Pelajar sudah banyak di Bank BRI serta produk yang ditawarkan juga bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N: Saya suka dengan produk tabungan BRI SimPel ini karena tidak ada biaya administrasinya untuk siswa itu mungkin bisa memudahkan untuk rutin menabung, karena uang yang ditabung</p>	Daya tarik yang dimiliki produk tabungan BRI SimPel jika dibandingkan dengan produk tabungan Simpanan Pelajar lainnya.

	walaupun sedikit tidak akan dipotong dan berkurang.	
9	<p>P : Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI SimPel ini cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi keuangan sejak dulu?</p> <p>N: Sangat memudahkan saya untuk mengontrol uang bulanan anak saya, karena saya gajian perminggu, saya memberikan uang saku dan uang yang ditabung sehingga saya mudah melihatnya, karena tidak ada biaya administrasi dan potongan yang besar jika tidak di tarik. Biaya administrasi bagi penabung aktif melakukan transaksi tidak dikenakan biaya potongan bulanan.</p>	Tujuan khusus dalam bersaing dengan memanfaatkan perkembangan dan edukasi pendidikan

AXIAL CODING

Konsep	Kode	Asti Miranda	Eva Agustina	Endang Sri Fatmi
Promosi atau sosialisasi yang dilakukan pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat	1	<p>P : Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini?</p> <p>N : Pernah ada pihak bank BRI datang untuk melakukan kegiatan sosialisasi dengan masyarakat disini, tentang giat menabung. Pihak BRI sendiri memberikan informasi tentang mudahnya menabung dirumah dan dibank.</p>	<p>P : Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini?</p> <p>N : Pernah, ada petugas bank BRI datang untuk berbagi informasi tentang cara menabung. Dan pihak bank membagikan beberapa brosur bentuk tabungan.</p>	<p>P : Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini?</p> <p>N : saya pernah melihat kegiatan sosialisasi di kelurahan dari pihak bank BRI tentang menabung.</p>
Informasi yang diketahui masyarakat tentang produk tabungan BRI SimPel	2	<p>P : Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Ya saya tahu produk tabungan BRI SimPel, Simpanan Pelajar khusus pelajar.</p>	<p>P : Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : ya saya tahu produk tabungan ini dari spanduk yang dipajang didepan kantor bank BRI.</p>	<p>P : Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya tahu, produk tabungan BRI SimPel ini di khususkan bagi siswa yang aktif sekolah.</p>
Asal Informasi yang diketahui masyarakat mengenai Produk tabungan BRI SimPel	3	<p>P : Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Awalnya saya mengetahui bentuk tabungan ini dari spanduk yang</p>	<p>P : Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Awalnya saya datang ke sekolah untuk</p>	<p>P : Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Saya tahu produk ini karena anak</p>

		dipasang di beberapa tempat keramaian, seperti sekolah, dipajak, dan di kantor Bank BRI sendiri, lalu ada beberapa kali saya diundang kesekolah untuk hadir dalam kegiatan sosialisasi tabungan.	membayarkan iuran bulanan sekolah anak saya, ketika saya datang kesekolah saya lihat spanduk didepan sekolah anak saya tentang tabungan BRI SimPel.	saya sekolah, disekolah diadakan pemanggilan wali siswa, awalnya saya merasa anak saya bermasalah sehingga disuruh datang, namun keterangan yang saya peroleh dari sekolah, adanya sistem tabungan yang ditawarkan bank BRI untuk siswa tau murid yang aktif atau masih status sebagai siswa disekolah.
Jangka waktu informasi yang diperoleh masyarakat tentang produk tabungan BRI SimPel	4	. P : Sudah berapa lama bapak ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel? N : Saya mengetahui produk tabungan BRI SimPel ini sejak tahun 2016, saat itu saya menerima informasi dari luar saja, yaitu informasi dari bentuk spanduk-spanduk saja.	P : Sudah berapa lama bapak ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel? N : Saya mengetahui produk tabungan BRI SimPel ini sejak tahun 2017 yang waktu itu saya tahu informasi itu dari sekolah.	P : Sudah berapa lama bapak ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel? N : Saya mengetahui produk tabungan ini tahun 2018, karena pemanggilan wali siswa kesekolah. Sosialisasi disekolah tentang tabungan.
Alasan masyarakat memberikan	5	P : Apakah menurut bapak/ibu anak-anak saat ini	P : Apakah menurut bapak/ibu anak-	P : Apakah menurut bapak/ibu anak-

edukasi menabung kepada anak sejak dini		<p>sangat penting untuk memiliki tabungan?</p> <p>N : Menurut saya sangat penting mengajarkan anak-anak untuk menabung sejak dini, karena bagi saya anak harus bisa membatasi keuangan untuk hal yang tidak terlalu penting.</p>	<p>anak saat ini sangat penting untuk memiliki tabungan?</p> <p>N : Menurut saya sih menabung itu penting untuk anak-anak, untuk belajar hemat sejak dini.</p>	<p>anak saat ini sangat penting untuk memiliki tabungan?</p> <p>N : Menabung itu penting bagi saya, apalagi saya mendapat penghasilan sebulan sekali, jadi saya mengajarkan untuk hemat ke anak saya.</p>
Unsur Negatif yang mendorong masyarakat untuk membuka tabungan BRI SimPel	6	<p>P : Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?</p> <p>N : Tidak ada paksaan dari sekolah, hanya saja sekolah memanggil wali murid untuk diberikan edukasi mengenai produk tabungan khusus pelajar.</p>	<p>P : Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?</p> <p>N : awalnya sekolah menerapkan tabungan yang dipegang oleh guru kelas, namun karena tabungan yang dipegang oleh guru tidak efektif, banyak sisi kekurangannya, yang tidak bisa dijelaskan dengan rinci.</p>	<p>P : Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?</p> <p>N : sekolah tidak memaksa siswa untuk memiliki tabungan BRI SimPel ini, namun ada hal-hal yang mengharuskan untuk menabung, karena sekolah terkadang mengadakan untuk biaya bertamasya yang dilakukan ketika perpisahan, dan membutuhkan uang saku. Sehingga sekolah menyarankan</p>

				untuk menabung rutin di BRI SimPel.
Alasan Masyarakat membuka tabungan untuk anak sejak dini	7	<p>P : Apa yang membuat bapak atau ibu tertarik untuk membuka tabungan Simpanan pelajar di Bank BRI?</p> <p>N : Saya tertarik untuk membuka tabungan khusus pelajar itu gunanya untuk mendidik anak saya dalam hal menabung. Dan saya memilih Bank BRI karena menurut saya bank yang sudah terjamin untuk selalu ada disetiap cabang ya, dan setau saya akses pengambilan tabungannya juga cukup mudah, ada yang melalui ATM, BRI Link dan dari teller. Yang membuat saya akhirnya memilih menabung di Bank BRI untuk BRI SimPel nya itu, tabungan anak saya mudah untuk disetorkan melalui BRI Link, dan BRI Link sudah terdapat dimana saja. saya juga tak perlu repot datang jauh-jauh kekantor Unit nya. Bank BRI juga menyediakan banyak cabang yang kemungkinan bisa membantu</p>	<p>P : Apa yang membuat bapak atau ibu tertarik untuk membuka tabungan Simpanan pelajar di Bank BRI?</p> <p>N : Besar harapan saya jika anak saya hemat dalam menggunakan uang. Maka dari itu saya mencari produk tabungan khusus pelajar yang rendah biaya setoran lanjutan, jadi anak saya bisa setor uang tabungannya dengan nominal yang ringan</p>	<p>P : Apa yang membuat bapak atau ibu tertarik untuk membuka tabungan Simpanan pelajar di Bank BRI?</p> <p>N : Saya percaya terhadap produk BRI ini karena kantornya banyak cabangnya, dan kemudahan menabung bisa melalui BRI Link. ATM yang tersedia juga banyak bisa mengambil uang dari mana saja.</p>

		saya untuk pengambilan uang nantinya.		
Alasan mayarakat lebih memilih Produk BRI SimPel daripada produk tabungan simpanan pelajar lainnya yang terdapat di Bank BRI	8	<p>P : Produk tabungan Simpanan Pelajar sudah terdapat banyak di Bank BRI serta produk yang ditawarkan juga bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N: Produk tabungan memang banyak namun untuk sistem administrasinya yang ditawarkan di produk tabungan BRI SimPel ini sangat mudah, tidak terdapat uang administrasi, setorannya juga cukup ringan. Jadi saya memilih produk tabungan ini untuk anak saya.</p>	<p>P : Produk tabungan Simpanan Pelajar sudah terdapat banyak di Bank BRI serta produk yang ditawarkan juga bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N: Saya melihat produk tabungan sebelum BRI SimPel ini, dengan biaya administrasi dan setoran lanjutan itu nominalnya terlalu besar. Itu membuat anak saya terkadang menjadi berat untuk menabung di bank, namun setelah saya tahu bahwa biaya administrasinya tidak ada sehingga dapat meringankan siswa untuk menabung.</p>	<p>P : Produk tabungan Simpanan Pelajar sudah banyak di Bank BRI serta produk yang ditawarkan juga bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N: Saya suka dengan produk tabungan BRI SimPel ini karena tidak ada biaya administrasinya untuk siswa itu mungkin bisa memudahkan untuk rutin menabung, karena uang yang ditabung walaupun sedikit tidak akan dipotong dan berkurang.</p>
Kemudahan Produk tabungan BRI SimPel	9	<p>P : Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI SimPel ini</p>	<p>P : Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI</p>	<p>P : Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI</p>

dalam mengajarkan anak-anak menabung sejak dini	cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi keuangan sejak dini? N: Sebelum adanya produk tabungan BRI SimPel ini awalnya anak saya menabung di guru sekolah, namun ada beberapa kejadian yang tidak menyenangkan mengenai uang tabungan yang dipotong oleh guru tanpa sepengatahan orang tua, dan belum lagi dipotong biaya administrasi yang lumayan besar. Sehingga cukup menguras uang tabungan anak saya.	SimPel ini cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi keuangan sejak dini? N: Sebelum adanya tabungan BRI SimPel ini, anak saya jika ingin menabung dengan jarak sebulan sekali karena harus mengumpulkan uang setoran lanjutannya nominal nya lumayan ringan, jadi anak saya bisa menargetkan untuk menyimpan sebagian uang sakunya.	SimPel ini cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi keuangan sejak dini? N: Sangat memudahkan saya untuk mengontrol uang bulanan anak saya, karena saya gajian perminggu, saya memberikan uang saku dan uang yang ditabung sehingga saya mudah melihatnya, karena tidak ada biaya administrasi dan potongan yang besar jika tidak di tarik. Biaya administrasi bagi penabung aktif melakukan transaksi tidak dikenakan biaya potongan bulanan.
---	---	---	--

SELECTIVE CODING

QUOTE INFORMATION	STORY LINE
<p>P : Apakah pernah ada promosi atau sosialisasi dari pihak Bank BRI kepada bapak/ibu atau masyarakat disini?</p> <p>N : Pihak bank datang untuk melakukan kegiatan sosialisasi mengenai ekonomi, UMKM, dan menawarkan beberapa produk.</p>	Kegitan sosialisasi yang dilakukan Account Officer bukan hanya sekali, namun sering Account Officer datang hanya untuk menawarkan beberapa produk.
<p>P : Apakah bapak/ibu sudah mengetahui tentang produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Sudah hampir masyarakat sekitar kantor mengetahui produk yang dirancang untuk siswa ini.</p>	Mayarakat umum sudah mengetahui produk ini secara luas.
<p>P : Dari mana bapak/ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Karena adanya beberapa informasi yang masyarakat tahu dengan sendirinya. Dan ada masyarakat yang mengetahui dari beberapa informasi yang tersebar dalam bentuk spanduk, baliho dan juga dari kegiatan sosialisasi.</p>	Masyarakat luas mengetahui produk tabungan dengan awal mula dari informasi yang tersebar di beberapa bentuk media yang menyampaikan informasi mengenai produk tabungan ini.
<p>P : Sudah berapa lama bapak ibu mengetahui produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N : Masyarakat mengetahui produk ini semenjak tahun 2016 semenjak produk ini diluncurkan. Masyarakat juga mengetahui dari <i>Account Officer</i> yang melakukan kegiatan sosialisasi. Respon yang muncul dari masyarakat ada beberapa masyarakat yang langsung membuka tabungan dan ada beberapa masyarakat membuka tabungan lewat sekolah.</p>	Masyarakat mengetahui produk tabungan ini semenjak diluncurkan dari program pemerintah, namun tabungan ini terealisasi dalam periklanan atau pun kegiatan promosi itu sekitar tahun 2016. Sehingga ada beberapa masyarakat yang tidak terjangkau <i>Account Officer</i> mengetahui hal ini dari beberapa spanduk-spanduk yang terpasang
<p>P : Apakah menurut bapak/ibu anak-anak saat ini sangat penting untuk memiliki tabungan?</p> <p>N : Masyarakat sadar bahwa pentingnya membudidayakan gemar menabung sejak dulu.</p>	Menabung suatu kebiasaan yang hampir punah di era milenial saat ini, dengan berbagai alasan yang mewarnai, sebagian masyarakat menerapkan sistem tabungan pada anaknya di sekolah lewat peran guru kelas.
<p>. P : Apakah terdapat sedikit paksaan dari pihak sekolah untuk membuka tabungan BRI SimPel ?</p> <p>N : Masyarakat yang membuka rekening tabungan lewat sekolah awalnya menganggap itu sebuah paksaan. Namun, setelah beberapa masyarakat menyadari kemudahan yang diberikan produk tabungan ini, mereka tertarik</p>	Pada awalnya masyarakat yang mengikuti kegiatan sosialisasi di sekolah dianjurkan untuk membuka tabungan BRI SimPel ini. Masyarakat yang minim informasi merasa anaknya diharuskan membuka tabungan, dan berpikir bahwa

<p>membuka dan tidak merasa dipaksa untuk membuka tabungan ini.</p>	<p>pihak bank mempergunakan sekolah untuk mendapatkan uang. Namun dengan andanya informasi yang jelas bahwa kebutuhan siswa menjelang hari kelulusan itu cukup besar maka sekolah menganjurkan untuk menyimpan uang perisapan kelulusan di BRI SimPel</p>
<p>P : Apa yang membuat bapak atau ibu tertarik untuk membuka tabungan Simpanan pelajar di Bank BRI?</p> <p>N : Masyarakat tertarik terhadap tabungan yang dikeluarkan bank BRI karena akses yang dimiliki bank BRI cukup luas, kemudahan yang ditawarkan juga tidak terlalu rumit untuk dipahami, jadi hampir seluruh lapisan masyarakat memilih bank BRI untuk menjadi bank unggulan</p>	<p>Masyarakat sadar bahwa setiap tabungan memiliki syarat dan ketentuan setoran lanjut yang kumayan besar, sehingga memberatkan beberapa kalangan masyarakat. Dengan dihadirkan bentuk tabungan yang ringan ini, maka masyarakat dengan kalangan bawah sekalipun akan mampu menabung.</p>
<p>P : Produk tabungan Simpanan Pelajar sudah terdapat banyak di Bank BRI serta produk yang ditawarkan juga bermacam-macam, mengapa bapak/ibu memilih produk tabungan BRI SimPel?</p> <p>N: Masyarakat sadar bahwa tabungan BRI SimPel merupakan tabungan yang memudahkan, karena syaratnya cukup ringan, jika dibandingkan dengan produk yang lain.</p>	<p>Masyarakat memiliki beberapa kalangan ekonomi yang tidak semua sama pendapatannya. Beberapa produk tabungan sedikit memiliki persyaratan yang cukup berat jika digunakan oleh masyarakat dengan ekonomi yang rendah. Namun, BRI SimPel ini merupakan produk yang dikhususkan bagi masyarakat menengah kebawah.</p>
<p>P : Menurut bapak/ibu apakah produk tabungan BRI SimPel ini cukup memudahkan bapak/ibu dalam membantu anak bapak/ibu dalam mengatasi keuangan sejak dini?</p> <p>N : Masyarakat sadar bahwa produk tabungan BRI SimPel ini cukup mudah untuk dijalankan untuk anak-anak mereka, karena sayarat dan ketentuan yang ringan. Dengan begitu, anak-anak yang dalam kategori pelajar bisa dengan mudah menyisihkan uang untuk ditabung meskipun uang saku yang dimiliki tidak banyak</p>	<p>Produk BRI SimPel mudah diterima masyarakat dengan segala ketentuan yang berlaku, hal itu menunjukkan bahwa BRI SimPel berhasil menjadi solusi dari keuangan masyarakat dalam mengajarkan anak-anak menabung sejak dini.</p>