

Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN PT BANK TABUNGAN NEGARA
MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @BANKBTN**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Alfi Yulaika

NIM : 1910411208



PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK**

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar

Nama : Alfi Yulaika

NIM : 1910411208

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku

Jakarta, Juli 2023

Yang Menyatakan


10000
METERAL
TEMPEL
IF5FDAKX402856627

Alfi Yulaika

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Alfi Yulaika

NIM : 1910411208

Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Tabungan Negara melalui Media Sosial Instagram @bankbtn** Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Juli 2023

Yang Menyatakan



Alfi Yulaika

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Alfi Yulaika
NIM : 1910411208
PROGRAM STUDI : SI Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Tabungan Negara
melalui Media Sosial Instagram

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom)

Penguji I



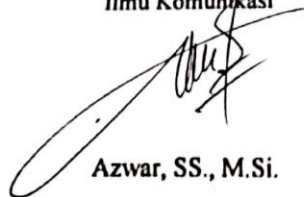
(Dr. Ana Kuswanti, M.Si.)

Penguji 2



(Puri Bestari M., M.Si)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 3 Juli 2023

**Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Tabungan Negara melalui Media
Sosial Instagram @bankbtn**

ALFI YULAIKA

ABSTRAK

Bank BTN belum menjadi bank yang paling banyak digunakan masyarakat dalam bertransaksi dikarenakan Bank BTN masih dipersepsikan sebagai bank yang fokus mengurus produk KPR. Hal ini menjadi permasalahan karena sebuah bank membutuhkan dana pihak ketiga (DPK) untuk mengoperasikan kegiatan bisnisnya. Untuk mengatasinya, salah satu cara adalah Bank BTN membutuhkan strategi komunikasi pemasaran yang adaptif dengan perkembangan zaman, yaitu melalui Instagram yang bertujuan untuk memperoleh *awareness* dan akuisisi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami bagaimana Bank BTN menjalankan strategi komunikasi pemasaran di media sosial Instagram dengan menggunakan konsep AISAS. AISAS merupakan model pemasaran yang dikembangkan oleh Dentsu untuk melakukan pendekatan ke target pasar sesuai dengan perkembangan teknologi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian studi kasus. Penelitian ini menggunakan sumber data primer yang dilakukan dengan teknik wawancara mendalam (*in-depth interview*) dan data sekunder yang diperoleh dari dokumentasi dan observasi partisipan. Teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan teknik keabsahan data triangulasi sumber. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat kesesuaian antara strategi komunikasi pemasaran Bank BTN di Instagram dengan konsep AISAS, yaitu menumbuhkan *awareness* khalayak dengan menggunakan Instagram Ads, mengembangkan ketertarikan khalayak dengan konsisten mengunggah konten yang bersifat *soft selling* hingga menimbulkan keingintahuan khalayak untuk mencari informasi mengenai Bank BTN yang dipermudah dengan pemakaian tagar. Akan tetapi, Bank BTN kurang memanfaatkan teknologi *digital* di segi pelayanan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pemasaran, Bank BTN, Instagram.

**Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Tabungan Negara melalui Media
Sosial Instagram @bankbtn**

ALFI YULAIKA

ABSTRACT

Bank BTN has not yet become the bank most widely used by the public in transactions because Bank BTN is still focused on managing mortgage products. This is a problem because a bank requires third party funds (DPK) to operate its business activities. To overcome this, one of the ways is Bank BTN need to do a marketing communication strategy that is adaptive to the times, namely through Instagram which aims to gain awareness and acquisition. This study aims to find out and understand how Bank BTN carries out marketing communication strategies on Instagram social media with AISAS Model. AISAS is a marketing model which developed by Dentsu to approach the target market according to technological developments. This study used a descriptive research method with study case approach. This study using primary data sources which were conducted using in-depth interviews and secondary data obtained from participant observation and documentation. Data analysis techniques in the form of data reduction, data presentation, and drawing conclusions. This study uses the validity of triangulation data source techniques. The results of this study indicate that there is harmony between Bank BTN's marketing communication strategy on Instagram and the AISAS concept, which is growing audience awareness by using Instagram Ads, developing audience interest by consistently upload soft selling content to raise public curiosity to find more information about Bank BTN and made it easy by using hashtags. Besides that, Bank BTN does not utilize digital technology in terms of service.

Keywords: *Marketing Communication Strategy, Bank BTN, Instagram.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas segala berkat dan rahmat-Nya maka segala proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini dapat diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Tabungan Negara melalui Media Sosial Instagram @bankbtn.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya karena bimbingan, bantuan dan doa dari segala pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak, terutama kepada:

1. Kedua orang tua Bpk. Wahyudi dan ibu Nurlela serta saudara kandung penulis yang senantiasa memberikan doa, semangat dan dukungan penuh secara materil maupun moril agar penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom dan Bpk Zayyin Abdul Q., S.Pd, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah senantiasa memberikan bimbingan, arahan dan motivasi kepada penulis dalam proses pembuatan skripsi.
3. Ibu Dr. Ana Kuswanti, M.Si selaku penguji 1 dan Ibu Puri Bestari Mardani, M.Si selaku penguji 2 yang telah memberikan kritik, saran, dan arahan kepada penelitian ini.
4. Bpk. Dr. S. Beki Istiyanto, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
5. Bpk. Azwar, SS., M.Si. selaku Ketua Program Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.
6. Seluruh Dosen, Staff Tata Usaha, Staff Prodi serta MIKMAS pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN Veteran Jakarta.
7. Bpk. Vicky Elanda selaku Kepala Departemen *Digital Marketing*, Bpk. Abdullah Faiz, dan Nasabah yang telah bersedia menjadi *key informan* dan

informan pada penelitian ini yang telah membantu penulis dalam memberikan informasi terkait dengan penelitian.

8. *Staff* kantor pusat Bank BTN dan KC Jakarta Kuningan yang telah mendukung dan membantu peneliti dalam memperoleh perizinan untuk melakukan penelitian.
9. Kepada seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu, peneliti mengucapkan terimakasih banyak atas bantuan, dukungan, dan doanya.
10. Seluruh pihak yang juga membantu penelitian ini hingga selesai yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini. Terimakasih atas segala kritik dan saran yang bersifat membangun untuk kesempurnaan skripsi ini. Diharapkan bahwa skripsi ini dapat bermanfaat bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian.

Jakarta, Juli 2023
Alfi Yulaika

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL ATAU GRAFIK	xi
DAFTAR BAGAN	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Praktis	8
1.3.2 Tujuan Teoritis	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Konsep Penelitian.....	14
2.2.1 Komunikasi Pemasaran	14
2.2.2 Strategi Pemasaran.....	15
2.2.3 Media Sosial	16

2.3 Model AISAS	19
2.4 Kerangka Pemikiran	20
BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Objek Penelitian	21
3.2 Jenis Penelitian	22
3.3 Sumber Data	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data	23
3.5 Teknik Analisis Data	24
3.6 Teknik Keabsahan Data	25
3.7 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	26
BAB IV	27
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	27
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Strategi Komunikasi Pemasaran PT Bank Tabungan Negara melalui Media Sosial Instagram @bankbtn.....	35
4.3 Pembahasan	62
BAB V	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran.....	80
DAFTAR PUSAKA	81
LAMPIRAN.....	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 10 Bank Terbaik di Indonesia (Sumber: GoodStats.Id)	1
Gambar 1. 2 5 Bank yang Paling Banyak Digunakan di Indonesia (Sumber: IDX Channel) .	3
Gambar 1. 3 Persentasi Media Sosial yang Sering Diakses Penduduk Indonesia (Sumber: We Are Social).....	4
Gambar 1. 4 Unggahan feeds Instagram Bank BTN (Sumber: Instagram Bank BTN)	5
Gambar 2. 1 Model AISAS (Sumber: Sugiyama & Andree, 2011:80).....	20
Gambar 3. 1 Logo Bank BTN (Sumber: btn.co.id).....	21
Gambar 4. 1 Profil Instagram Bank BTN (Sumber: Instagram @bankbtn)	29
Gambar 4. 2 Logo Bank BTN (Sumber: btn.co.id).....	30
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi Bank BTN (Sumber: btn.co.id)	31
Gambar 4. 4 Instagram Advertising Bank BTN (Sumber: Instagram)	41
Gambar 4. 5 Key Visual Feeds Instagram Bank BTN (Sumber: Instagram @bankbtn)	43
Gambar 4. 6 Key Visual Feeds Instagram Bank BTN (Sumber: Instagram @bankbtn)	44
Gambar 4. 7 Video Tron List Sponsorship Joyland Festival 2022 (Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti)	45
Gambar 4. 8 Unggahan Feeds List Sponsorship Joyland Festival (Sumber: Instagram @joylandfest).....	46
Gambar 4. 9 Acara HUT BTN Ke-73 (Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti).....	46
Gambar 4. 10 Acara Roadshow Tabungan BTN Bisnis ((Sumber: Dokumentasi Pribadi Peneliti).....	47
Gambar 4. 11 Konten Kuis BTN (Sumber: Instagram @bankbtn).....	50
Gambar 4. 12 Konten Promo BTN Visa (Sumber: Instagram @bankbtn)	51
Gambar 4. 13 Konten Edukasi Seputar Waspada Penipuan (Sumber: Instagram @bankbtn) 52	
Gambar 4. 14 Konten Seputar Informasi Tabungan Bisnis BTN (Sumber: Instagram @bankbtn)	53
Gambar 4. 15 Konten BTN Properti dengan Hashtag #BTNProperti (Sumber: Instagram @bankbtn)	54
Gambar 4. 16 Konten Promo BTN Visa dengan Hashtag #BTNPromo (Sumber: Instagram @bankbtn)	55
Gambar 4. 17 Konten Kuis BTN dengan Hashtag #BTNKuis (Sumber: Instagram @bankbtn)	55
Gambar 4. 18 Comment Section di Unggahan Instagram Bank BTN (Sumber: Instagram @bankbtn)	57

DAFTAR TABEL ATAU GRAFIK

Tabel 3. 1 Waktu Kegiatan Penelitian	26
---	-----------

DAFTAR BAGAN

Bagan 4. 1 AISAS dalam Strategi Komunikasi Pemasaran Bank BTN di Media Sosial Instagram.....	78
--	----