



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BANK BRI KANTOR
WILAYAH REGION 6 DALAM MENDORONG TRANSAKSI PADA
APLIKASI BRIMO**

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

Nama: Anindya Syifa Kirana

NIM: 2210411303



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**



**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BANK BRI KANTOR
WILAYAH REGION 6 DALAM MENDORONG TRANSAKSI PADA
APLIKASI BRIMO**

SKRIPSI

ANINDYA SYIFA KIRANA 2210411303

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Anindya Syifa Kirana

NIM : 2210411303

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 22 Juni 2026

Yang menyatakan,



(Anindya Syifa Kirana)

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Anindya Syifa Kirana
NIM : 2210411303
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 BANK BRI KANTOR WILAYAH REGION 6 DALAM MENDORONG TRANSAKSI PADA APLIKASI BRIMO

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:

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 13 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Anindya Syifa Kirana)

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

NAMA : Anindya Syifa Kirana
NIM : 2210411303
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Strategi Komunikasi Pemasaran Bank BRI Kantor Wilayah
Region 6 dalam Mendorong Transaksi pada Aplikasi BRImo

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



(Windhi Tia Saputra, S.Sos., M.Si.)

Penguji 1



(Dr. Witanti Prihatiningsih, M.IKom.)

Penguji 2



(Puri Bestari Mardani, S.Hum., M.Si.)

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Uljanatunnisa, S.Sos. MA

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 26 Juni 2026

STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN BANK BRI KANTOR WILAYAH REGION 6 DALAM MENDORONG TRANSAKSI PADA APLIKASI BRIMO

Anindya Syifa Kirana

ABSTRAK

Komunikasi pemasaran berperan krusial bagi industri perbankan di era digital, terutama dalam mempromosikan layanan perbankan digital seperti aplikasi BRImo. Hal tersebut membuat strategi komunikasi pemasaran yang tepat sasaran diperlukan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji secara mendalam bagaimana Bank BRI Kantor Wilayah Region 6 mengimplementasikan strategi komunikasi pemasarannya dalam mendorong transaksi pada aplikasi BRImo. Metode penelitian kualitatif digunakan dalam penelitian ini, menggunakan pendekatan studi kasus. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui wawancara mendalam oleh pihak yang terlibat dalam pelaksanaan strategi tersebut, serta melalui dokumentasi. Hasil penelitian yang ada, dianalisis menggunakan kerangka model penelitian SOSTAC (*Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control*) agar strategi komunikasi pemasaran dapat dikaji secara menyeluruh. Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Bank BRI Kantor Wilayah Region 6 menerapkan strategi komunikasi pemasaran yang terencana, mulai dari dilakukannya analisis kebutuhan nasabah dan wilayah potensial, penetapan segmen nasabah *payroll* dan generasi muda sebagai target utama. Kemudian implementasi strategi komunikasi pemasaran dilakukan dengan dilaksanakannya program promosi, *event, activation booth*, sosialisasi eksternal, serta implementasi lainnya. Untuk melakukan hal tersebut, diperlukan kolaborasi dan komunikasi antarpekerja yang baik. Implementasi strategi tersebut juga diiringi dengan monitoring dan evaluasi yang dilakukan secara berkala untuk memastikan strategi yang dilakukan berjalan dengan baik. Keberhasilan strategi dicerminkan melalui adanya capaian transaksi pada aplikasi BRImo yang positif. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan implementasi strategi komunikasi pemasaran yang dilakukan oleh Bank BRI Kantor Wilayah Region 6 didukung oleh penyusunan strategi, serta kolaborasi internal dan eksternal yang positif.

Kata Kunci: Aplikasi BRImo, Komunikasi Pemasaran, Model SOSTAC, Perbankan Digital, Strategi Komunikasi.

MARKETING COMMUNICATION STRATEGY OF BANK BRI REGIONAL OFFICE 6 TO ENCOURAGE TRANSACTIONS ON THE BRIMO APP

Anindya Syifa Kirana

ABSTRACT

Marketing communications plays a crucial role for the banking industry in the digital era, especially in promoting digital banking services like the BRImo app. This necessitates a well-targeted marketing communications strategy. This study aims to examine in depth how Bank BRI Regional Office 6 implements its marketing communication strategy to encourage transaction on the BRImo App. A qualitative research method was used in this study, employing a case study approach. Data in this study were collected through in-depth interviews with parties involved in the implementation of the strategy, as well as through documentation. The research findings were analyzed using the SOSTAC research model framework (Situation, Objectives, Strategy, Tactics, Action, Control) to ensure a comprehensive examination of the marketing communication strategy. The findings revealed that Bank BRI Regional Office 6 implemented a well-planned marketing communication strategy, beginning with an analysis of customer needs and potential regions, and identifying payroll customers and the young generation as the primary target segments. The implementation of the marketing communication strategy was carried out through promotional programs, events, activation booths, socialization to external parties, and other implementation. To achieve this, effective collaboration and communication among staff are essential. The implementation of the strategies is also accompanied by regular monitoring and evaluation to ensure the strategies are executed effectively. The success of the strategy is reflected in the positive transaction achievements on the BRImo application. This study concludes that the successful implementation of the marketing communication strategy by Bank BRI Regional Office 6 was supported by strategic planning, as well as positive internal and external collaboration.

Keywords: *BRImo App, Communication Strategy, Digital Banking, Marketing Communication, SOSTAC Model.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Strategi Komunikasi Pemasaran Bank BRI Kantor Wilayah Region 6 dalam Mendorong Transaksi pada Aplikasi BRImo”. Skripsi ini dilaksanakan sejak bulan September 2025. Perjalanan panjang dalam penulisan skripsi ini tentunya tidak terlepas dari dukungan dari berbagai pihak, termasuk keluarga, sahabat, serta orang-orang terdekat. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Windhi Tia Saputra, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan dan masukan, serta bimbingannya selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Pihak Bank BRI Kantor Wilayah Region 6 yang telah bersedia meluangkan waktunya dan memberikan informasi penting terkait penyusunan skripsi ini.
3. Mama dan Papa tersayang, yang selalu mendukung dan mendoakan setiap langkah dan fase hidup yang dilalui penulis.
4. Sahabat saya tercinta “Berdem” Nisma, Aina, Indah, Sausan, Nofa. Terima kasih telah menemani segala naik turun perjalanan hidup hingga saat ini.
5. Sahabat saya tersayang “KosBung” Nyimas, Narin, Bunga, Pingkan, yang telah menemani sejak hari pertama kuliah. Terima kasih atas kebersamaan dan bantuannya selama 4 tahun ini.
6. Teman seperjuangan “Cibs” Edelweiss, Kinaya, Faiza, Viane, yang menemani lika-liku selama fase penyusunan skripsi.
7. Teman-teman terdekat saya Echa, Sena, Fathan, Kinar, Wulan, Aca, Daffarell, Najwan, Ega, Filza, serta teman-teman seperjuangan lainnya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Frame of Photography Angkatan 15 dan Ray, terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta pengalaman berharga yang telah diberikan.

Jakarta, 21 Juni 2026



Anindya Syifa Kirana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	8
1.4. Tujuan Penelitian.....	8
1.5. Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1. Manfaat Akademik	8
1.5.2. Manfaat Praktis	8
1.6. Sistematika Penulisan.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1. Konsep Penelitian.....	11
2.1.1. Komunikasi Pemasaran	11
2.1.2. Strategi Komunikasi	16
2.1.2. Aplikasi <i>Mobile Banking</i>	21
2.2. Model SOSTAC	23
2.3. Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODE PENELITIAN	28
3.1. Objek Penelitian	28
3.2. Jenis Penelitian	28
3.3. Teknik Pengumpulan Data	30
3.3.1. Wawancara	30

3.3.2. Dokumentasi	31
3.4. Sumber Data	31
3.4.1. Data Primer	31
3.4.2. Data Sekunder	32
3.5. Teknik Analisis Data	32
3.5.1 Teknik Analisis Data	32
3.5.2. Koding Data	34
3.5.3. Teknik Keabsahan Data	35
3.6. Jadwal Penelitian	36
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN	37
4.1. Deskripsi Objek Penelitian	37
4.2. Hasil Penelitian	39
4.2.1. Strategi Komunikasi Pemasaran BRImo	40
4.3. Pembahasan Penelitian	84
4.3.1. Implementasi Strategi Komunikasi Pemasaran BRImo	84
BAB V	101
KESIMPULAN DAN SARAN	101
5.1. Kesimpulan	101
5.2. Saran	102
5.2.1. Saran Akademis	102
5.2.2. Saran Praktis	102
DAFTAR PUSTAKA	103
RIWAYAT HIDUP	108
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Tabel Waktu Kegiatan Penelitian	36
---	----

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Tahapan Model SOSTAC	23
Gambar 4.1. <i>Situation Analysis</i>	41
Gambar 4.2. <i>Situation Analysis</i> Persaingan	47
Gambar 4.3. <i>Objectives</i>	50
Gambar 4.4. <i>Strategy</i>	57
Gambar 4.5. <i>Strategy</i> Segmentasi Nasabah	53
Gambar 4.6. <i>Tactics</i> Program	61
Gambar 4.7. <i>Tactics</i>	67
Gambar 4.8. <i>Action</i>	72
Gambar 4.9. <i>Control</i>	79
Gambar 4.10. Program Racing BRImo pada Perusahaan Terpilih	91
Gambar 4.11. Akun Instagram Kantor Wilayah Region 6	94
Gambar 4.12. Unggahan Program Promosi oleh Pekerja	95

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Pedoman Wawancara	109
Lampiran 2. Transkrip Wawancara.....	112
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara	142