

HALAMAN JUDUL

**STRATEGI PROMOSI BANK TABUNGAN NEGARA CABANG
LAMPUNG DALAM MENJUAL RUMAH LELANG PADA TAHUN 2016**

SKRIPSI

Disusun Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh
Gelar Sarjana pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi
Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Oleh

Denryo Wirlando

20130530299

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, pada:

Hari : Senin
Tanggal : 14 Agustus 2017
Tempat : Ruang Rapat Ilmu Komunikasi



Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc.

Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar sarjana (S-1) pada tanggal 14 Agustus 2017

Mengetahui,

Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Denryo Wirlando

NIM : 20130530299

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menyatakan bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya

Yogyakarta, Agustus 2017

MOTTO

“Lakukan hal-hal yang kau pikir tidak bisa kau lakukan”

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orangtua saya dan kedua adik saya yang senantiasa mendoakan, dan memberikan keceriaan dalam hidup saya, serta untuk orang-orang terdekat saya, Riry Indriani Halim dan Malik A Ra'is yang selalu memberi dukungan untuk saya, tak lupa juga untuk Almamater tercinta, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbilalaamiin, pujian dan syukur kehadiran Allah SWT yang senantiasa memberikan rahmat serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Strategi Promosi Bank Tabungan Negara Cabang Lampung dalam Menjual Rumah Lelang pada tahun 2016”. Shalawat serta salam juga penulis haturkan kepada Rasulullah SAW yang telah membawa manusia kepada zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar kesarjanaan strata satu bidang Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulisan skripsi ini dapat diselesaikan atas dasar bantuan berbagai pihak, maka dengan ini penulis ingin menyampaikan terimakasih yang tulus serta rasa hormat kepada :

1. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia membimbing penulis dalam penyelesaian penulisan skripsi ini.
2. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc. selaku Dosen Penguji I dalam ujian pendadaran skripsi.
3. Ibu Frizki Yulianti Nurnisya, S.IP., M.Si. selaku Dosen Penguji II dalam ujian pendadaran skripsi.

4. Ibu Ayu Amalia, S.Sos, M.Si selaku Dosen Penguji proposal.
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah mendidik dan berbagi ilmu sehingga saya dapat menyelesaikan studi strata satu saya.
6. Orang tua saya, Bpk. Suyono dan Ibu Desmaniar yang selalu membimbing dan memberikan do'a serta semangat buat saya dengan tak pernah lelah mendidik saya untuk selalu mencari ilmu, belajar, ibadah, dan berdo'a.
7. Adik-adik saya, Arno Ridho Wahyudi dan Rizki Mahesa yang selalu memberikan canda tawa dan kebahagiaan kepada saya.
8. Keluarga besar beserta saudara-saudara saya yang selalu mendukung dalam meraih pendidikan, sehingga saya dapat menyelesaikan penulisan skripsi.
9. Riry Indriani Halim,A.Md. beserta keluarga yang selalu memberikan motivasi dan dukungan kepada saya.
10. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2013 yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih atas kebersamaannya selama masa perkuliahan hingga sekarang.

Yogyakarta, Agustus 2017

Denryo Wirlando

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	10
E. Kerangka Teori	11
1. Strategi Promosi.....	11
2. Bauran Promosi.....	22
F. Metode Penelitian.....	28
1. Jenis Penelitian.....	28
2. Lokasi Penelitian	29
3. Sumber Data.....	29
4. Teknik Pengambilan Informan.....	29
5. Teknik Pengumpulan Data.....	30

6. Teknik Analisis Data.....	31
7. Uji Validitas Data.....	32
8. Sistematika Penulisan	33

BAB II DESKRIPSI PT. BANK TABUNGAN NEGARA Tbk.

A. Sejarah Berdirinya PT. Bank Tabungan Negara.....	35
B. Visi & Misi PT. Bank Tabungan Negara Tbk	37
C. Budaya Kerja, Nilai Dasar, Etika dan Pedoman Pegawai	37
D. Logo Perusahaan.....	40
E. Struktur Organisasi	42
F. Bidang Usaha Bank BTN	44
G. Fasilitas Produk Dana dan Pinjaman Bank BTN.....	46
H. Web Bank BTN.....	55

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data.....	58
1. Perencanaan Promosi.....	59
2. Pelaksanaan Promosi	65
3. Pengendalian Komunikasi	86
4. Evaluasi Promosi	89
B. Pembahasan.....	94
1. Analisis Perencanaan Promosi.....	94
2. Analisis Pelaksanaan Promosi	101
3. Analisis Pengendalian Komunikasi	117
4. Analisis Evaluasi Promosi	121

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	123
B. Saran.....	125

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel1.	Kebutuhan Rumah di Lampung	3
Tabel2.	Daftar Bank BUMN berdasarkan jumlah kredit macet.....	4
Tabel3.	Penjualan rumah lelang pada tahun 2016	5
Tabel4.	Daftar capaian penjualan rumah lelang Bank BTN Cabang Lampung pada tahun 2016.....	6
Tabel5.	Nilai dasar budaya kerja dan perilaku utama Bank BTN	37
Tabel6.	Jenis Layanan KPR dan Perbankan Konsumer	44
Tabel 7.	Jenis Layanan Perumahan dan Perbankan Komersial	44
Tabel 8.	Jenis Layanan Perbankan Syariah	45
Tabel9.	Perhitungan media promosi terhadap penjualan rumah lelang perbulan pada tahun 2016 (dalam %)	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Matrik Analisa Data oleh Miles & Huberman (1992)	32
Gambar 2. Logo Bank BTN	39
Gambar 3. Struktur organisasi Asset Management Division Bank BTN	41
Gambar 4. Cara mengakses btn properti dari google	54
Gambar 5. Tampilan web btn properti	55
Gambar 6. Cara mencari lokasi pada web	55
Gambar 7. Tampilan data rumah lelang pada web	56
Gambar 8. Tampilan rumah lelang di Bandar Lampung pada website.	56
Gambar 9. Tampilan iklan di brosur	71
Gambar 10. Tampilan website btn properti	75
Gambar 11. Tampilan facebook rumah lelang BTN Lampung	76
Gambar 12. Tampilan lokasi BTN Lampung pada facebook	77
Gambar 13. Tampilan foto rumah lelang BTN Lampung pada facebook	78
Gambar 14. Tampilan twitter rumah lelang BTN Lampung	79
Gambar 15. Tampilan Instagram rumah lelang BTN Lampung	80
Gambar 16. Tampilan Instagram rumah lelang BTN Lampung	81
Gambar 17. Tampilan playstore BTN Properti	82
Gambar 18. Contoh Tampilan <i>Internet Banking</i> pada BTN	87
Gambar 19. Keefektifitasan penggunaan Media dalam Promosi.....	89

DAFTAR LAMPIRAN

1. Lembar Interview Guide

2. Transkrip Wawancara

ABSTRAK

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Departemen Ilmu Komunikasi

Nama : Denryo Wirlando

NIM : 20130530299

Judul Skripsi : Strategi Promosi Bank Tabungan Negara Cabang Lampung dalam Menjual Rumah Lelang pada Tahun 2016

Tahun Skripsi 2017. 130 halaman, 28 lampiran, 40 buku, 3 jurnal, 5 website

PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Cabang Lampung atau yang lebih dikenal dengan Bank BTN merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa keuangan khususnya dalam pembiayaan perumahan. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Lampung, maka kebutuhan rumah akan terus meningkat. Oleh karena itu, Bank BTN menyediakan tempat tinggal layak huni untuk masyarakat Lampung yang membutuhkan. Rumah lelang menjadi salah satu produk yang dipromosikan oleh Bank BTN kepada masyarakat sekitar Lampung. Namun, selama tahun 2016, rumah lelang yang dipromosikan oleh Bank BTN belum mencapai target dikarenakan masih adanya sisa rumah yang belum diminati oleh masyarakat.

Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian berjudul "Strategi Promosi PT. Bank Tabungan Negara Cabang Lampung dalam Menjual Rumah Lelang pada tahun 2016". Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informan penelitian adalah Staff Asset Management Division (AMD) Bank BTN Cabang Lampung sebanyak 3 orang. Metode pengumpulan data menggunakan wawancara dan dokumentasi.

Teknik analisis data menggunakan reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi promosi yang telah dilakukan Bank BTN adalah dengan menggunakan iklan melalui media cetak dan elektronik serta pencetakan brosur, kelemahan strategi promosi dari Bank BTN yaitu kurangnya Sumber Daya Manusia pada perusahaan yang mengakibatkan promosi belum berjalan efektif, lalu media elektronik seperti *website* dan sosial media merupakan media yang paling berpengaruh terhadap promosi rumah lelang di BTN Cabang Lampung.

Kata Kunci : Strategi Promosi, Rumah Lelang, Media Sosial, Media Cetak, Media Elektronik

ABSTRACT

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Faculty of Social Science and Political Science

Department of Communication Studies

Nama : Denryo Wirlando

NIM : 20130530299

Title of Script : Bank Tabungan Negara Branch Lampung Promotion Strategy of Selling Auction Houses in 2016

The number of Script 2017. 130 pages, 28 enclosures, 40 books, 3 journals, 5 websites

PT. Bank Tabungan Negara Tbk. Branch Lampung or better known as the Bank BTN is one of the State-Owned Enterprises (SOEs) engaged in the field of financial department, especially in housing finance. Along with the increasing population in Lampung, people need most houses. Therefore, BTN provides a decent place to live for the people of Lampung. The auction house became one of the products promoted by Bank BTN to the people around Lampung. However, during the year 2016, the auction houses promoted by Bank BTN has not reached the target due to the still remaining homes that have not been sought by the public. It happened because the promotion strategy of Bank BTN not effective yet.

Therefore, researchers interested in conducting research under the title “Bank Tabungan Negara Branch Lampung Promotion Strategy of Selling Auction Houses in 2016”. The method used is descriptive qualitative approach. Technique of data collection using interviews and documentation.

Analysis using data reduction, presentation and conclusion. And the result showed that. Bank BTN used promotion with advertising through printing media, electronic media and brochure printing, the weakness of promotion strategy of Bank BTN is the lack of Human Resources in the company that resulted in the promotion has not run effectively, electronic media such as websites and social media is the most influential media on the promotion of auction houses in BTN Lampung.

Keyword : Promotion Strategy, Auction Houses, Socia Media, Printing Media, Electronic Media.