

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.