

## SUMMARY

# STRATEGI KOMUNIKASI CRO BANK RAKYAT INDONESIA DALAM Mencari CALON NASABAH BRI CABANG KHUSUS

Created by KARTIKA S. PRATAMA

**Subject** : STRATEGI KOMUNIKASI CRO BANK RAKYAT  
INDONESIA DALAM Mencari CALON NASABAH  
BRI CABANG KHUSUS

**Subject Alt** : STRATEGI KOMUNIKASI CRO BANK RAKYAT  
INDONESIA DALAM Mencari CALON NASABAH  
BRI CABANG KHUSUS

**Keyword** : Strategi Komunikasi dan Customer Relations Officer

### **Description :**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui bagaimana strategi komunikasi CRO BRI dalam mencari calon nasabah BRI cabang khusus. Customer Relations Officer BRI merupakan suatu sub divisi operasional di bawah naungan divisi layanan yang dalam tugasnya berhadapan langsung dengan nasabah maupun calon nasabah BRI cabang khusus.

Penelitian ini dilaksanakan di Bank Rakyat Indonesia cabang khusus, pada sub divisi operasional di bawah naungan divisi layanan, yang beralamat di Jl Jend Sudirman, Kav 30-32 Jakarta Pusat. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa strategi komunikasi CRO memiliki peranan penting dalam mencari calon nasabah BRI cabang khusus dan berhubungan langsung dengan nasabah BRI cabang khusus, karena dengan adanya strategi komunikasi CRO yang tepat dan baik, dapat membantu CRO BRI dalam mencari calon nasabah karena telah memiliki konsep yang dapat mempermudah dalam pelaksanaan mempengaruhi calon nasabah untuk menjadi nasabah BRI dan tercipta hubungan yang baik pula dengan calon nasabah dan nasabah.

Dari keseluruhan hasil data penelitian, Strategi Komunikasi CRO BRI dalam mencari calon nasabah BRI cabang khusus, pada hasil wawancara dengan 1 orang key informan (Supervisor CRO BRI – Eri Suhendra) dan 6 orang informan (4 orang dari calon nasabah dan 2 orang senior CRO BRI – Endang Pudjowati dan Indah Purnamasari), maka dapat dikatakan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan oleh CRO BRI adalah strategi komunikasi CRO yang mengenal baik target komunikannya dari berbagai aspek karakteristik yang dimiliki target komunikasi. Strategi komunikasi CRO BRI tersebut dikenal dengan istilah KYC (Know Your Customer) yang sejalan dengan strategikomunikasi dari Lasswell. Dalam strategi komunikasi CRO BRI untuk mencari calon nasabah, CRO BRI harus dapat memilih strategi komunikasi penyampaian pesan kepada calon nasabahnya. Strategi tersebut dapat diwujudkan melalui pesan persuasif dan informatif yang dilakukan oleh CRO BRI kepada calon nasabah agar calon nasabah tertarik menjadi nasabah BRI dan sebagai pelaku dari strategi komunikasi CRO BRI, CRO BRI harus memiliki kredibilitas yang dapat dipercaya, sehingga membuat calon nasabah bersedia untuk menjadi nasabah BRI.

**Date Create** : 04/09/2013  
**Type** : Text  
**Language** : Indonesian  
**Identifier** : UEU-Undergraduate-200652063  
**Collection** : 200652063  
**COverage** : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul  
**Right** : Copyright @2013 by UEU Library. This publication is protected by copyright and per obtained from the UEU Library prior to any prohibited reproduction, storage in a re transmission in any form or by any means, electronic, mechanical, photocopying, reco For information regarding permission(s), write to UEU Library

**Full file - Member Only**

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

**Contact Person :**

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid ( astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id )

Supervisor