

ABSTRACT

ESA UNGGUL UNIVERSITY

FACULTY OF COMMUNICATION

JAKARTA

(A) FEBY ANDRIANSYAH, 20190502086

(B) *PT BANK CENTRAL ASIA COMMUNICATION STRATEGY IN IMPROVING COMPANY IMAGES.*

(C) *X+33 Pages, 3 Tables, 2 Pictures, 1 Attachment (3 Respons)*

(D) *PUBLIC RELATION*

(E) *Abstract: This study examines the effect of PT Bank Central Asia's communication strategy in improving company images. The sample in this study was 3 respondents who were the heads of branch business support, public relation, and customer of PT Bank Central Asia. The sampling technique used was interview, observation, and documentation. The results showed that communication strategies had a positive effect in improving company images. Therefore, it is a must for PT Bank Central Asia to give attention to their communication strategy.*

(F) *Communication Strategies, Company Images, PT Bank Central Asia.*

(G) *References (2003-2020)*

(H) Muh. Ruslan Ramli, S.Sos., M.Si., Ph.D

ABSTRAK

UNIVERSITAS ESA UNGGUL

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

JAKARTA

- (A) FEBY ANDRIANSYAH, 20190502086
- (B) *PT BANK CENTRAL ASIA COMMUNICATION STRATEGY IN IMPROVING COMPANY IMAGES.*
- (C) X+33 Halaman, 3 Tabel, 2 Gambar, 1 Lampiran (3 Responden)
- (D) *PUBLIC RELATION*
- (E) **Abstrak:** Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh strategi komunikasi PT Bank Central Asia dalam meningkatkan citra perusahaan. Sampel dalam penelitian ini adalah 3 responden yang merupakan Kepala Pendukung Bisnis Cabang (KPBC), Humas, dan nasabah dari PT Bank Central Asia. Teknik sampling yang digunakan terdiri dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi memiliki pengaruh yang positif dalam meningkatkan citra perusahaan. Oleh karena itu, PT Bank Central Asia harus memperhatikan strategi komunikasi.
- (F) Strategi Komunikasi, Citra Perusahaan, PT Bank Central Asia.
- (G) Referensi (2003-2020)
- (H) Muh. Ruslan Ramli, S.Sos., M.Si., Ph.D