

**PENGELOLAAN KEGIATAN PAMERAN SEBAGAI PROGRAM  
KEGIATAN *MARKETING PUBLIC RELATIONS* BANK JABAR  
CABANG INDRAMAYU DALAM MENARIK MINAT  
NASABAH UNTUK MENABUNG**

**( Studi kasus Bank Jabar cabang Indramayu )**



**Disusun Oleh:**

**Arief Setiawan**

**20020530025**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2009**

## Lembar Pengesahan

Telah dipertahankan dan disahkan di depan Tim Penguji  
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Pada :

Hari : Kamis

Tanggal : 08 Januari 2009

Tempat : Ruang Negosiasi

### Susunan Tim Penguji

Ketua

Yeni Rosilawati, S. IP, SE , MM

Penguji I

Penguji II

Muria Endah Sokowati, S.IP, M.Si

Taufiqurrahman, S.IP, MA

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana ( S1 )

Tanggal :

Fajar Iqbal , S.Sos , M . Si

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

# Special Thanks To

Ini kudedikasikan untuk orang – orang yang selama ini mendukung dan membantu aku selama ini, tanpa dukungan kalian aku tidak akan menjadi seperti ini :

1. ALLAH SWT yang telah mendengarkan doaKu dan keluh kesahku selama ini.
2. Kedua orang tuaku yang telah membesarkan aku dengan penuh kasih sayang selama ini dan penuh dengan kasabaran
3. Adikku (Donny Prihandana), aku doakan kamu cepat selesai kuliahnya, Ryan cepet ya kuliahnya dan jangan lupa sholat
4. Wanita Yang Mengisi Hatiku selama ini ( DRY ) terima kasih telah mendukungku selama ini. I LOVE YOU ALL
5. Om Rudi yang membantu aku selama skripsi “ makasih doaNya Om “
6. Keluarga besar dari papa dan mamaku terima kasih dukungannya.
7. Bu Yeni Rosilawati, S.IP, SE, MM yang telah membimbing saya dengan penuh kesabaran
8. Bu Muria Endah Sokowati, S.IP, M. Si yang selalu memberi saya solusi skripsi saya
9. Pak Taufiqurrahman, S.IP, MA terima kasih memberi waktu luangnya untuk menguji saya pendadaran.
10. Mas Fajar Junaedi yang selalu menonton bola dengan aku di Mandala Krida.
11. Staf-staf di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

12. Teman-temanKu di Kampus selama ini mau jadi temenku :

Adhiet"Thole",Rio"Abah", Oka, Adi"Bolot", Wiwik, Nita, Indri"Abon", Mike, Iwul, Yordan"Diby", Fian, Ardi"Gobil", Doddy, Eko"Ndut", Iqbal, Samuara, Pompei"Pablo", Aji"Jajer", Dedy, Fiki"Pol", Tri"Trimbil", Dwi"Dewok", Lisa, Tita, Papank, Cubluk, Dito, Pendek, Isa, Nyamiek, (Temen-temen 2002) Trims semuanya.

13. My friends di Panembahan : Wawan, Satria (SiNang), Reza, Nopek,

Choelis(Kriting), Andi Alba, Andek, Bakal, Q-Yer, Adi Karpel, Nova Bebek, Kuntet, Uli, Medel, GT, Gondrong, Angkringang Sugeng, Mang Waya &Crew sepak bola KEBEN

14. The COP Management

Aku akan selalu mengingat kalian selamanya I LOVE ALL Maaf banget kalau ada yang belum aku cantumin namanya aku akan selalu mendoakan kalian.

Yogyakarta, 11 FEBRUARI 2009

PENULIS

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Syukur alhamdulillah penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Skripsi yang berjudul “ Pengelolaan Kegiatan Pameran Dalam Program *Marketing Public Relations* Bank Jabar Cabang Indramayu Dalam Menarik Minat Nasabah Untuk Menabung (Studi Kasus pada Bank Jabar cabang Indramayu)” ini ditulis sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana S1 pada fakultas Ilmu Sosial dan Politik di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis berharap skripsi ini dapat berguna bagi pihak Bank Jabar cabang Indramayu, sebagai tolak ukur untuk kegiatan yang selanjutnya agar menjadi lebih baik.

Penulis menyadari tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak karya ini tidak akan terwujud, untuk itu pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang tidak terhingga kepada pihak-pihak yang telah membantu selama penulisan skripsi ini :

1. Ibu Yeni Rosilawati dan Ibu Muria Endah Sokowati selaku dosen pembimbing dalam penyusunan skripsi ini yang dengan kesabarannya telah memberikan bimbingan, arahan dan dorongan hingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini
2. Bapak Taurfiqurrahman selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan, saran dan kritik guna memperbaiki skripsi ini menjadi lebih baik.

3. Bapak Eki Nopendi, SH. ( Pimpinan Cabang Bank Jabar cabang Indramayu) yang telah megizinkan penulis melakukan penelitian di Bank Jabar cabang Indramayu.
4. Bapak Dadang Suhendar, S.IP. (Humas Bank Jabar cabang Indramayu) yang telah memberikan waktu luangnya bagi penulis dalam melakukan penelitian serta dorongannya bagi penulis, sehingga dapat menyelesaikan skripsi tersebut, serta seluruh karyawan Bank Jabar cabang Indramayu yang telah membantu memberikan informas, daa-data, serta dukungan yang lainnya.
5. Para Bapak dan Ibu Dosen, Staf-Staf pengajaran dan Staf Perpustakaan yang telah membantu penulis selama menjalani kuliah di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta Fakultas Ilmu Politik dengan jurusan Ilmu Komunikasi.
6. Pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang secara langsung dan tidak langsung yang telah membantu hingga teseeleaikannya skripsaa tulisan ini

Semoga ALLAH SWT mebalas budi dan kebaikan mereka.

Wassalamu`alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 10 Februari 2009

Penulis

## ABSTRAK

Kegiatan pameran merupakan serangkaian kegiatan sistematis dan sungguh dengan menerapkan prosedur-prosedur penelitian sosial guna mengamati, mengoreksi, menimbang dan kemudian menilai program *Public Relations* yang meliputi konsep, desain, pelaksanaan dan hasilnya. Setiap kegiatan atau program perlu dievaluasi agar dapat diketahui sejauhmana hasil yang telah dicapai. Tujuannya adalah untuk menentukan faktor-faktor apa saja yang menyebabkan terjadinya kegagalan atau keberhasilan suatu program. Evaluasi merupakan salah satu dari proses perencanaan strategi *Public Relations* yaitu penelitian, perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi itu sendiri.

Penelitian ini mencoba membahas tentang bagaimana evaluasi *Public Relations*. Kasus yang diambil adalah evaluasi kegiatan pameran Bank Jabar cabang Indramayu. Teori yang digunakan mengacu pada konsep prosedur evaluasi Public Relation dari Grunig dan Hunt ( 1984 ) yaitu mulai dari *specify objective, measure the objective, collect and analyze data, report the result to the decisions makers, dan apply the result to decisions*. Selain itu, konsep penelitian ini dilengkapi dengan model tingkatan evaluasi Public Relations yang lebih spesifik yang diajukan oleh Cutlip, Center dan Broom (1994).

Hasil penelitian ini menegaskan bahwa untuk mempermudah mewujudkan hubungan yang harmonis dengan publiknya, Humas Bank Jabar cabang Indramayu menciptakan program pameran. Yang diharapkan menjadi *Images Booming* yaitu program kegiatan yang diharapkan menjadi daya ledak secara luas, Untuk menilai apakah kegiatan pameran berhasil atau tidak Humas Bank Jabar cabang Indramayu melakukan evaluasi sebagai bentuk pertanggungjawaban dan sebagai alat perbaikan diri meskipun cara evaluainya masih sangat sederhana. Evaluasi program kegiatan pameran tersebut dilakukan dengan metod kuesioner, metode *survey*, dengan teknik *personal interview*, observasi dan studi pustaka. Selama ini Humas Bank Jabar cabang Indramayu berusaha memperoleh data yang seakurat mungkin untuk menunjukkan nilai dukungan kegiatan pameran terhadap pencapaian tujuan sekaligus memperbaiki sistem kerja Humas itu sendiri agar dapat menjadi yang lebih baik dan dapat memajukan Bank Jabar cabang Indramayu.

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL  
LEMBAR PENGESAHAN  
KATA PENGANTAR  
SPECIAL THANKS TO  
ABSTRAK  
ABSTRACT  
DAFTAR ISI

### BAB I PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
B. RUMUSAN MASALAH.....	4
C. TUJUAN PENELITIAN.....	4
D. MANFAAT PENELITIAN.....	4
E. KERANGKA TEORI .....	5
1. Peranan <i>Public Relations</i> dalam aktivitas promosi .....	5
2. Strategi kegiatan pameran untuk membangun sikap konsumen.....	8
3. Kontribusi / peranan kegiatan pameran dalam membangun minat konsumen.....	13
4. Evaluasi sebagai suatu kontrol pelaksanaan hasil program .....	15
F. Metode Penelitian .....	30
G. Lokasi Penelitian .....	31
H. Teknik Pengumpulan Data .....	31
I. Teknik Analisis Data .....	32

### BAB II PROFIL BANK JABAR CABANG INDRAMAYU

A. Sejarah PT. Bank Jabar Cabang Indramayu .....	33
-----------------------------------------------------	----



B. Landasan Hukum Pendirian Bank Jabar Cabang Indramayu	34
C. Produk Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat	34
D. Struktur Organisasi Bank Jabar cabang Indramayu	36

### **BAB III DESKRIPSI DATA DAN PEMBAHASAN**

A. DESKRIPSI KEGIATAN PAMERAN BANK JABAR CABANG INDRAMAYU DALAM MENARIK MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG	43
1. Kegiatan pameran dalam aktivitas promosi dalam menarik minat nasabah dalam menabung	43
2. Proses Evaluasi Pengelolaan Program Pameran di Bank Jabar Cabang Indramayu Dalam Menarik Minat Menabung	51
3. Arti Penting Kegiatan Pameran Bank Jabar Cabang Indramayu Dalam menarik Minat Menabung	57
4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi dan Manfaat Pelaksanaan Kegiatan Pameran di Bank Jabar cabang Indramayu	60
B. ANALISIS KEGIATAN PAMERAN BANK JABAR CABANG INDRAMAYU DALAM MENARIK MINAT NASABAH UNTUK MENABUNG	65
1. Kegiatan Pameran Dalam Aktivitas Promosi	65
2. Proses Evaluasi Program Pameran	67
3. Arti Penting Kegiatan Pameran	78

### **BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN**

A. KESIMPULAN	82
B. SARAN	84

### **DAFTAR PUSTAKA**

	86
--	----

### **LAMPIRAN**

