

**STRATEGI KOMUNIKASI BUSINESS CENTRE  
PT. BANK BALI TBK BISNIS UNIT SURABAYA  
SECARA INTERNAL DAN EKSTERNAL**

**TESIS**

**OLEH :**

**ANDRE TJAHAYO**

**NIM : 8112400006**



No. INDUK	1329/06
TGL. TERIMA	25-04-2006
<del>B.F.T</del>	MH
<del>G.B.I.H</del>	
No. BUKU	MM. Tjd S-1
No. P. KE	1(satu)

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
PROGRAM PASCASARJANA  
PROGRAM MAGISTER  
DESEMBER, 2001**

**STRATEGI KOMUNIKASI EKSTERNAL DAN INTERNAL  
BUSINESS CENTER PADA PT BANK BALI Tbk.  
BUSINESS UNIT SURABAYA**

**TESIS**  
**diajukan kepada**  
**Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya**  
**untuk memenuhi persyaratan dalam menyelesaikan**  
**program Magister Manajemen**

**OLEH:**  
**ANDRE TJAHAYO, SE**  
**8112400006**

**UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**MAGISTER MANAJEMEN**  
**FEBRUARI 2002**

**Tesis ini telah diuji dan dinilai  
oleh Panitia Penguji pada  
Program Pascasarjana Unika Widya Mandala Surabaya  
Pada tanggal 02 Oktober 2002**

**Panitia Penguji**

**1. Ketua**



**(Y.B Budi Iswanto, Ph.D)**

**2. Sekretaris**



**(Dr. Wuri Soedjatmiko)**

**3. Anggota**



**(Drs. Eddy Madiono Sutanto, M.Sc)**

Tesis oleh Andre Tjahayo ini telah dipertahankan di depan dewan penguji  
pada tanggal 02 Oktober 2002

Dewan Penguji

 6

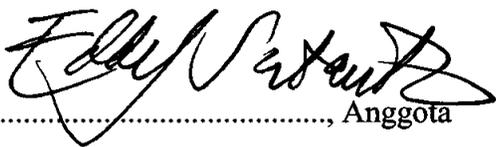
....., Ketua

(Y.B Budi Iswanto, Ph.D)



....., Sekretaris

(Dr. Wuri Soedjatmiko)

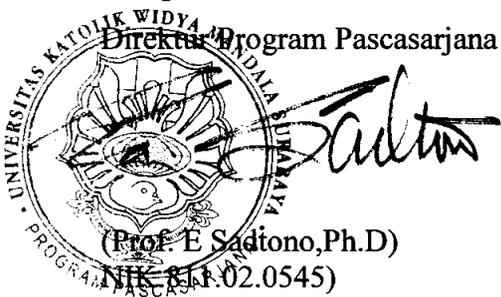


....., Anggota

(Drs. Eddy Madiono Sutanto, M.Sc)

Mengetahui

Direktur Program Pascasarjana



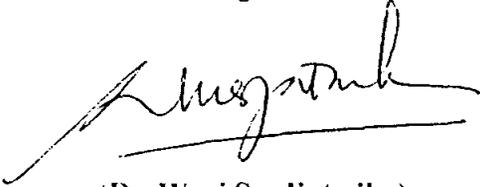
(Prof. E Sadiono, Ph.D)

(NIK 811.02.0545)

Tesis oleh Andre Tjahayo, SE ini telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Surabaya, 4 September 2002

Pembimbing

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Wuri Soedjatmiko', written over a horizontal line.

(Dr. Wuri Soedjatmiko)

NIK. 121.82.0093

## UCAPAN TERIMA KASIH

Segala puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karuniaNya penulis dapat menyelesaikan Tesis berjudul: **Strategi Komunikasi Eksternal dan Internal Bisnis Center Pada PT Bank Bali Tbk. Bisnis Unit Surabaya** ini dengan baik dan tepat waktu. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi bisnis center yang sudah dan sedang dilaksanakan pada PT Bank Bali Tbk. Bisnis Unit Surabaya serta mengetahui strategi komunikasi apa yang perlu dilakukan oleh bisnis center pada PT Bank Bali Tbk.

Tesis ini disusun dalam rangka memenuhi sebagian dari syarat-syarat yang ditentukan guna menyelesaikan pendidikan sarjana S-2 pada Program Studi Magister Manajemen di Universitas Katolik Widya Mandala Suarabaya.

Penulis menyadari bahwa bantuan dan dukungan berbagai pihak sangatlah berperan dalam proses penyusunan dan penyelesaian tesis ini. Untuk itu dengan penuh rasa hormat penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu, terutama kepada:

1. Ibu Dr. Wuri Soedjatmiko, selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam penyusunan tesis ini.
2. Pimpinan Bisnis Center pada PT Bank Bali Tbk. Bisnis Unit Surabaya yang telah memberikan kesempatan bagi penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan tersebut.

3. Seluruh jajaran dosen Pasca Sarjana Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang telah mendidik serta memberi pengarahan kepada penulis selama masa perkuliahan.
4. Kepada Papa, Mama dan adikku yang selalu mendampingi dengan Doa dan Semangat dalam kehidupanku.
5. Semua rekan-rekan Angkatan I Program MM Widya Mandala dan seluruh pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu yang telah membantu dalam diskusi, sumbang saran, dan masukan-masukan sehingga karya tulis ini dapat diselesaikan.

Disadari pula bahwa karya tulis ini masih jauh dari sempurna, untuk itu saran dan pendapat yang bersifat membangun akan diterima untuk melengkapi karya tulis ini. Semoga karya tulis ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya yang berminat di dalam ilmu Corporate Communication Strategy.

Surabaya, Maret 2002

Penyusun

Andre Tjahayo, SE  
8112400006

## RINGKASAN

Tesis ini meneliti tentang strategi komunikasi eksternal dan internal Business Center pada PT. Bank Bali Tbk. Bisnis unit Surabaya.

Permasalahan yang diajukan adalah :

1. Bagaimana strategi komunikasi Business Center pada PT. Bank Bali Tbk,
2. Strategi komunikasi apakah yang perlu dilaksanakan oleh Business Center pada PT. Bank Bali Surabaya.

Teori-teori yang digunakan dalam penelitian ini sangat berhubungan dengan komunikasi seperti pengertian komunikasi, fungsi komunikasi, tujuan komunikasi dalam perusahaan, *internal&external corporate communication*, strategi komunikasi, perkembangan strategi komunikasi dan proses komunikasi pemasaran.

Pada penelitian ini digunakan metode deskriptif dengan subyek penelitian adalah pimpinan Business Center pada PT. Bank Bali Tbk. bisnis unit Surabaya, yaitu *General Manager Commercial Banking* yang merupakan *General Manager* yang membawahi Business Center, manager Business Center, dan Customer Relation Officer. Sedangkan metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan tesis ini adalah data yang diperoleh melalui orang-orang atau media yang tidak terlibat langsung seperti : majalah-majalah bulanan PT. Bank Bali Tbk, brosur-brosur, nasabah-nasabah, dan *customer service*.

Teknik pengumpulan datanya adalah dengan metode interview dengan cara bertanya langsung atau wawancara dan diskusi dengan pejabat Businss Center PT. Bank Bali Tbk. bisnis unit Surabaya, metode observasi yang meliputi segala hal yang menyangkut pengamatan aktivitas atau kondisi perilaku maupun non perilaku.

Hasil penelitian menunjukkan Business Center merupakan suatu konsep yang memang dibentuk untuk memenuhi kebutuhan nasabah *commercial* dan *corporate*. Konsep Business Center adalah "*One Stop Banking*" dimana semua transaksi perbankan terpusat pada satu tempat dan memberikan service yang berbeda untuk *commercial banking* dibandingkan dengan pelayanan pada cabang, karena pada dasarnya Business Center merupakan bagian dari coporate secara keseluruhan maka secara otomatis *external communication* tentu saja mengikuti strategi yang diterpkan dari corporate seperti "*One to One Communication*" antara *marketing officer* dengan *customer*, launch ke masyarakat atau khalayak ramai atau nasabah juga calon nasabah, mengundang nasabah, sebarakan brosur kemudian *difollow up*. Untuk strategi internalnya pada umumnya yang digunakan oleh Business Center adalah *direct communication*. *Internal Communication* yang dilakukan Business Center pada PT. Bank Bali Tbk. bisnis unit Surabaya bertujuan untuk menyampaikan *up dating* informasi ke karyawan sehingga karyawan dapat menjadi penyambung lidah ke masyarakat terutama yang ada di *front liner*.

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diambil kesimpulan bahwa kekuatan atau keberhasilan komunikasi eksternal Business Center pada PT. Bank Bali Tbk. sangat tergantung pada strategi *corporate communication* PT. Bank Bali Tbk.

Komunikasi internal pada umumnya secara *direct communication* sehingga yang terjadi adalah terbentuk jaringan rantai yang kurang berhasil dan maksimalnya Business Center dalam menjalankan konsepnya; berakibat jaringan komunikasi yang terbentuk adalah jaringan rantai walaupun jaringan yang lain tetap berpeluang untuk digunakan tergantung masalah yang dihadapi.

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSYARATAN GELAR	
HALAMAN PERSETUJUAN	
HALAMAN PENETAPAN PANITIA PENGUJI	
UCAPAN TERIMA KASIH.....	i
RINGKASAN.....	iii
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI.....	vi
BAB 1 : PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Permasalahan .....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	6
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	7
BAB 2 : TINJAUAN KEPUSTAKAAN .....	9
2.1. Pengertian Komunikasi .....	9
2.2. Fungsi Komunikasi .....	10
2.3. Tujuan Komunikasi .....	11
2.4. Internal Dan Eksternal Corporate Communication.....	13
2.5. Strategi Komunikasi.....	20
2.6. Perkembangan Strategi Komunikasi.....	21
2.7. Proses Komunikasi Pemasaran.....	22
BAB 3 : KERANGKA KONSEPTUAL .....	24
BAB 4 : METODE PENELITIAN .....	25
4.1. Rancangan penelitian .....	21
4.2. Subyek Penelitian .....	22
4.3. Bahan Penelitian .....	26
4.4. Desain Penelitian .....	26
4.5. Lokasi Dan Waktu Penelitian .....	27
4.6. Prosedur Pengambilan dan Pengumpulan Data .....	27
BAB 5 : ANALISIS HASIL PENELITIAN .....	28

5.1. Konsep Awal Bisnis Center.....	28
5.2. Strategi Bisnis Centre.....	31
5.3. Rencana-Rencana Business Centre Dalam Hal Komunikasi Sosial Eksternal .....	33
<b>BAB 6 : PEMBAHASAN .....</b>	<b>38</b>
6.1.Strategi komunikasi External.....	35
6.2. Strategi Komunikasi Internal.....	38
<b>BAB 7 : SIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>40</b>
7.1. Simpulan .....	40
7.2. Saran .....	40
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>42</b>