

**ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP *SPONSORSHIP*
SEBAGAI TEKNIK *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
DIGIBANK BY DBS DALAM *EVENT TECH IN ASIA* (2017)**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi



NONI LOUDIKA E

1141003050

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2018

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan secara benar.

Nama : Noni Loudika E

NIM : 1141003050

Tanda Tangan :



Tanggal : 30 Juli 2018

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

Nama : Noni Loudika E
NIM : 1141003050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : "Analisis Persepsi Nasabah terhadap *Sponsorship* sebagai Teknik *Marketing Public Relations* Digibank by DBS dalam *Event Tech in Asia* (2017)."

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Mirana Hanathasia S.Sos., MMediaPrac



Penguji 1 : Dra. Suharyanti, M.S.M



Penguji 2 : Dr. Hifni Alifahmi, S.Sos., M.Si.

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul yang berjudul **“Analisis Persepsi Nasabah terhadap Sponsorship sebagai Teknik Marketing Public Relations Digibank By DBS dalam Event Tech In Asia (2017)”** ini dengan baik. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Tugas Akhir ini penulis susun dengan berbagai halangan dan rintangan, baik itu yang datang dari diri penulis maupun yang datang dari luar. Namun dengan penuh kesabaran dan pertolongan dari Allah SWT, akhirnya Tugas Akhir ini dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Penulis menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih setulus-tulusnya kepada:

1. Ibu Mirana Hanathasia, S.Sos.,MMediaPrac, selaku Dosen Pembimbing yang sangat teliti, baik, sabar, detail dan peduli yang selalu meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk membimbing, mengarahkan, dan memberikan solusi kepada penulis atas permasalahan dan tantangan yang penulis hadapi dalam penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dra. Suharyanti, M.S.M, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie serta selaku Dosen Penguji yang selalu memberikan ilmu, nasihat, bimbingan, semangat, dan dukungan untuk penulis selama menjalani masa perkuliahan.
3. Ibu Ir.M.Th. Anitawati, M.S., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan ilmu,

nasihat, semangat, bimbingan, dan solusi atas permasalahan yang penulis hadapi setiap semesternya.

4. Ibu Eli Jamilah Mihardja, Ibu Tuti Widiastuti, Ibu Ari Kurnia, Ibu Dianingtyas Murtanti Putri, Mas Aryo Subarkah Eddyono, Ibu Prima Mulyasari dan seluruh staf pengajar serta administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie atas ilmu, doa, bantuan, dan dukungannya selama masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
5. Ibu dan Papa tercinta yang selalu senantiasa memberikan semangat, doa, serta selalu mengingatkan untuk menyelesaikan penyusunan Skripsi ini. Terima kasih karena tidak bosan-bosannya dalam memberikan doa dan semangat kepada penulis agar Skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Terima kasih sebanyak-banyaknya atas dukungan materi maupun non materi yang tidak pernah putus selama penulis berkuliah di Universitas Bakrie hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini.
6. Fano, Bima, Miko selaku saudara penulis terimakasih telah mendoakan, memberikan semangat dan mengingatkan penulis agar menyelesaikan Tugas Akhir ini hingga selesai.
7. *Public Relations Enthusiast*: Apriza Satriya Pinandita, Arum Tias Astiningsih, Hearty Pangestu, Dhea Manchika Putri, Dinda Elya Puspita, Mulya Safitri, Muhammad Aditya, terima kasih atas dukungan, kerjasama, dan bantuannya selama masa perkuliahan di peminatan *Corporate Communications* Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie hingga menyelesaikan Skripsi ini.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie 2014 (Komunal 2014), teman seperjuangan selama delapan semester hingga penyelesaian Tugas Akhir ini. Terima kasih atas dukungan dan waktu menyenangkan yang telah dihabiskan bersama. Terima kasih atas dorongan semangat yang diberikan kepada penulis. Kalian adalah orang-orang

luar biasa yang sudah penulis anggap sebagai keluarga. Semoga tali persaudaraan kita semakin erat.

9. Kakak-kakak Komunal 2010, 2011, 2012, 2013 dan adik-adik Komunal 2015, 2016, dan 2017 yang selalu memberikan dukungan, doa, serta semangatnya kepada Komunal 2014 terutama kepada penulis.
10. Zaitun Aprianti selaku sahabat penulis terimakasih telah memberikan makna perkuliahan selama 4 tahun belakangan, susah senangnya tugas pekerjaan dan pergaulan yang dilalui bersama hingga lulus pun kita bersama. Terimakasih perkenalan, kebersamaan, dan persahabatan!
11. Quranal Fajri selaku teman sekaligus sahabat penulis yang tidak pernah berhenti memberikan dukungan, motivasi, dan doa kepada penulis sejak dua tahun hingga proses penulisan Tugas Akhir ini selesai. Terima kasih telah menemani.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT membalas seluruh kebaikan kepada pihak-pihak yang telah membantu penulis hingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun agar nantinya dapat memberikan manfaat bagi para pembaca. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu. Demikian, penulis mengucapkan terima kasih.

Jakarta, 30 Juli 2018



Noni Loudika E

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Noni Loudika E
NIM : 1141003050
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie Hak Bebas **Royalti Noneklusif (Non-Exclusive Royalty Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP *SPONSORSHIP* SEBAGAI
TEKNIK *MARKETING PUBLIC RELATIONS* DIGIBANK BY DBS DALAM
EVENT TECH IN ASIA (2017)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih medikan/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademik.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Juli 2018

Yang menyatakan,



(Noni Loudika E)

**ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP *SPONSORSHIP*
SEBAGAI TEKNIK *MARKETING PUBLIC RELATIONS*
DIGIBANK BY DBS DALAM *EVENT TECH IN ASIA* (2017)**

Noni Loudika E

ABSTRAK

Digibank *by* DBS adalah inovasi terbaru dari dunia perbankan berbasis digital yang dikembangkan dalam *sponsorship event* Tech in Asia tahun 2017. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Nasabah terhadap program *Sponsorship Marketing Public Relations* (MPR) yang dilakukan Digibank *by* DBS. Pengumpulan data primer dilakukan menggunakan wawancara mendalam dan observasi, sedangkan pengumpulan data sekunder dilakukan dengan analisis literature dari berbagai jurnal dan literature yang mendukung. Faktor yang mempengaruhi persepsi nasabah digibank *by* DBS adalah *attention, stimulus, value and individual needs*, dan *experience*. Inovasi digital perbankan yang diperkenalkan Digibank *by* DBS menjadi daya tarik pertama nasabah. Stimulus nasabah Digibank *by* DBS ditunjang oleh penggunaan atribut yang menarik dari segi logo perusahaan pada acara *sponsorship* Tech in Asia (2017). Nilai lebih yang didapatkan nasabah adalah jaminan keamanan berinvestasi. Faktor pengalaman yang menunjang nasabah menggunakan digibank adalah pelayanan maksimal 24 jam melalui kepintaran buatan (*virtual assistant*).

Kata kunci: Digibank, Nasabah, Persepsi, *Sponsorship*

**ANALISIS PERSEPSI NASABAH TERHADAP SPONSORSHIP
SEBAGAI TEKNIK MARKETING PUBLIC RELATIONS DIGIBANK
BY DBS DALAM EVENT TECH IN ASIA (2017)**

Noni Loudika E

ABSTRACT

Digibank by DBS is the newest innovation in digital-based banking world which is developed in sponsorship event Tech in Asia (2017). The purpose of this research is to discover client perception to Sponsorship Marketing Public Relations (MPR) event by Digibank by DBS. Primary data collection conducted by deep interview and observation, while secondary data collection conducted by literature analyzing from many kind of journals and related literatures. Factor that influencing perception of digibank by DPS's client are attention, stimulus, value and individual needs, and experience. Digital banking innovation that has been introduced by Digibank by DBS became the first attraction of client. Stimulus of Digibank by DBS's client is supported by the interesting atribut such as logo of the company on their sponsorship event Tech In Asia 2017. Clients also get another advantage like security in investment. Experience factor that support clients to ude Digibank is 24 hours service by virtual assistant.

Keywords: *Client, Digibank, Perception, Sponsorship*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	10
1.2 Rumusan Masalah.....	11
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Tinjauan Pustaka Terkait Kerangka Pemikiran.....	24
2.2.1 Hubungan Marketing dan Public Relations.....	24

2.2.2	<i>Marketing Public Relations</i>	28
2.2.3	<i>Sponsorship</i>	33
2.2.4	Nasabah.....	38
2.2.5	Persepsi	38
2.3	Kerangka Pemikiran.....	42
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		46
3.1	Metodologi Penelitian.....	46
3.2	Obyek Penelitian.....	48
3.3	Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.3.1	Studi Pustaka.....	50
3.3.2	Studi Lapangan	51
3.4	Definisi Konseptual dan Operasional Konsep.....	52
3.4.1	Definisi Konseptual.....	52
3.4.2	Operasional Konsep.....	56
3.5	Teknik Analisis Data.....	60
3.6	Teknik Pengujian Keabsahan Data.....	63
3.7	Keterbatasan Penelitian	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		65
4.1	Gambaran Obyek Penelitian	65
4.1.1	Tentang Grup DBS	66
4.1.2	Tentang PT Bank DBS Indonesia	66
4.1.3	DBS Indonesia Digibank <i>by</i> DBS	71
4.1.4	Digibank <i>by</i> DBS	72
4.2	Temuan dan Penelitian.....	73
4.2.1	Digibank <i>by</i> DBS sebagai sponsorship Tech in Asia (2017).....	73
4.2.2	Persepsi Nasabah terhadap Digibank <i>by</i> DBS.....	79
4.3	Pembahasan.....	88
4.3.1	Digibank <i>by</i> DBS dipersepsikan sebagai Bank yang Inovatif.....	88

4.3.2 Digibank by DBS sebagai Sponsor Memiliki Visi yang Sejalan dengan
Event Tech in Asia92

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....99

5.1 Kesimpulan.....99

5.2 Saran.....101

5.2.1 Saran Akademis.....101

5.2.2 Saran Praktisi.....101

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	44
Tabel 3.1 Kriteria Informan	49
Tabel 3.2 Operasionalisasi Konsep	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Bank dengan Aset Terbesar di Asia Tenggara 2017.....	1
Gambar 1.2	Bank dengan Aset terbesar di Tanah Air 2018.....	2
Gambar 1.3	Tiket Masuk acara Tech in Asia untuk <i>Sponsorship</i> dan Antusias Peserta Mengunjungi <i>Booth</i> Digibank.....	6
Gambar 1.4	Digibank Sebagai <i>Sponsorship</i> golongan silver pada buku panduan peserta acara Tech in Asia.....	9
Gambar 4.1	Logo DBS.....	68
Gambar 4.2	<i>Banner Sponsors and Partners</i> Tech in Asia	78
Gambar 4.3	DBS Raih Peringkat Bank Teraman di Asia Selama Delapan Tahun	91
Gambar 4.4	<i>Banner Sponsors and Partners</i> Tech in Asia.....	96
Gambar 4.5	Golongan Pada Buku Pedoman Pengunjung.....	97
Gambar 4.6	<i>Booth Start Up</i> pada Acara Tech in Asia.....	97
Gambar 4.7	<i>Booth</i> Digibank by DBS pada Acara Tech in Asia.....	97

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Hasil Wawancara dengan Panitia Tech in Asia	109
Lampiran 2 Hasil Wawancara dengan Fajri, Mahasiswa	114
Lampiran 3 Hasil Wawancara dengan Rani, Karyawan	119
Lampiran 4 Hasil Wawancara dengan Alhamsyah, Aktivis Organisasi	123
Lampiran 5 Dokumentasi	127