

## Perencanaan Komunikasi Bank Mandiri Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan

<sup>1</sup>Irza Darini Paramitha, <sup>2</sup>M. Subur Drajat, <sup>3</sup>Ani Yuningsih  
<sup>1,2</sup>*Bidang Kajian Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi,  
Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116*  
e-mail: <sup>1</sup>[chachaparamitha@gmail.com](mailto:chachaparamitha@gmail.com), <sup>2</sup>[msuburdrajat@gmail.com](mailto:msuburdrajat@gmail.com),  
<sup>3</sup>[yuningsihani@yahoo.com](mailto:yuningsihani@yahoo.com)

**Abstract:** The research is called “Communication Planning of Bank Mandiri in Order to Improve the Quality of Service”. The research was conducted in Bank mandiri Branch of Simpang Tiga Tarakan. The purpose of this research is defines a PR problem, planning and programming, taking action and communication, and evaluating program conducted by Bank Mandiri Simpang Tiga Tarakan in Order to Improve the Quality of Service. This research using quantitative descriptive. Data collection by giving questionnaires to respondents who are all employees of the Bank Mandiri Simpang Tiga Tarakan, to interview with key informant who has authority to provide informations about Bank Mandiri Simpang Tiga Tarakan along with communication planning, to observe of the working environment in Bank Mandiri Simpang Tiga Tarakan, and doing literature study on matters relating to research. By using the analysis model of communication planning Cutlip, Center, and Broom, authors take a conclusion that the overall planning of communication has been excellent. Starting from the defining issue of PR, planning and programming, taking action communication, and evaluation the program of Bank Simpang Tiga Tarakan. However, the authors suggest that the formation of the team should be reduced. Because in each team has a different employee roles.

**Key Words:** communication planning, quality of service.

**Abstrak:** Skripsi ini berjudul “Perencanaan Komunikasi Bank Mandiri Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan”. Penelitian ini dilakukan di Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mendefinisikan masalah PR, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan dan komunikasi, serta evaluasi program yang dilakukan Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan memberikan angket kepada responden yang merupakan seluruh pegawai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan, wawancara dengan *Key Informant* yang memiliki wewenang untuk memberikan informasi mengenai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan, observasi, dan studi kepustakaan. Dengan analisis menggunakan model perencanaan komunikasi dari Cutlip, Center, dan Broom, penulis mengambil suatu kesimpulan bahwa secara keseluruhan perencanaan komunikasi sudah baik. Dimulai dari mendefinisikan masalah PR, perencanaan dan pemrograman, mengambil tindakan komunikasi, dan evaluasi program dari Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan. Namun, penulis memberikan saran agar pembentukan tim sebaiknya dikurangi, karena setiap tim peran pegawai berbeda dengan peran pegawai di tim yang lain.

**Kata Kunci :** perencanaan komunikasi, kualitas pelayanan.

### A. Pendahuluan

Banyak kegiatan-kegiatan yang dapat dikaitkan dengan komunikasi, namun terkadang sebuah proses komunikasi ini tidak luput dari berbagai hambatan. Maka dari itu dibutuhkan perencanaan komunikasi yang dapat mengatasi hambatan-hambatan tersebut. Penggunaan perencanaan komunikasi juga diperlukan untuk mengimplementasikan program-program yang ingin dicapai, seperti pencitraan, pemasaran, penyebarluasan gagasan, kerja sama, dan lain-lain. Perencanaan komunikasi dibutuhkan di berbagai aspek. Untuk aspek ekonomi, perusahaan besar termasuk bank membutuhkan perencanaan komunikasi yang baik. Karena mereka akan bersaing satu sama lain untuk memperebutkan hati dan minat dari masyarakat.

## B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Perencanaan Komunikasi Bank Mandiri Dalam Upaya Meningkatkan Kualitas Pelayanan?”. Selanjutnya, pertanyaan besar dalam perumusan masalah ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut :

1. Bagaimana Bank Mandiri mendefinisikan masalah PR (*defining Public Relations problems*) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan?
  2. Bagaimana Bank Mandiri melakukan perencanaan dan pemrograman (*planning and programming*) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan?
  3. Bagaimana Bank Mandiri mengambil tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communication*) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan?
  4. Bagaimana Bank Mandiri melakukan evaluasi program (*evaluation the program*) dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan?
- sama lain untuk memperebutkan hati dan minat dari masyarakat.

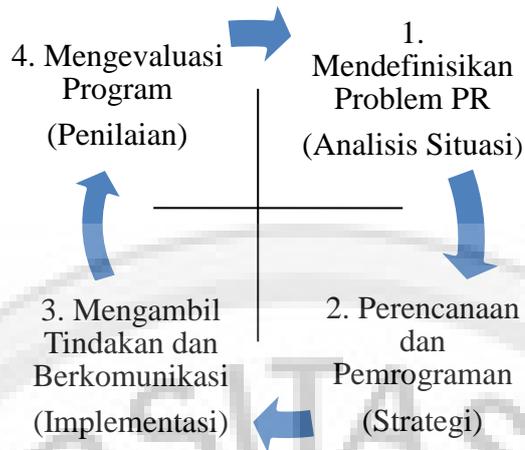
## C. Kajian Pustaka

Penelitian ini dimulai dari pengertian komunikasi. Karena dengan komunikasi kita bisa membentuk sebuah relasi dengan individu maupun kelompok lain. Everett M. Rogers (1985) seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika membuat definisi komunikasi yaitu sebagai suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam (Cangara, 2013 : 33).

Teori berikutnya adalah mengenai perencanaan komunikasi. John Middleton (1978), mengungkapkan bahwa perencanaan komunikasi adalah proses pengalokasian sumber daya komunikasi untuk mencapai tujuan organisasi. Sumber daya tersebut tidak saja mencakup media massa dan komunikasi antarpribadi, tapi juga setiap aktivitas yang dirancang untuk mengubah perilaku dan menciptakan keterampilan-keterampilan tertentu di antara individu dan kelompok dalam lingkup tugas-tugas yang dibebankan oleh organisasi (Cangara, 2013 : 45).

Untuk melaksanakan program-program komunikasi yang telah direncanakan dan memperoleh efek yang maksimal, dikemukakan beberapa model perencanaan komunikasi mulai dari yang agak klasik sampai yang kontemporer. Salah satu modelnya adalah model perencanaan komunikasi dari Cutlip, Center, dan Broom. Adapun tahapan-tahapan dari model perencanaan komunikasi Cutlip, Center, dan Broom (dalam Yulianita, 2007 : 119) yaitu yang pertama mendefinisikan masalah PR (*defining Public Relations problems*), kemudian melakukan perencanaan dan pemrograman (*planning and programming*), selanjutnya mengambil tindakan dan berkomunikasi (*taking action and communication*), serta tahapan yang terakhir adalah evaluasi program (*evaluation the program*).

Dari penjelasan keempat tahap diatas, bila digambarkan akan seperti berikut :



Sumber : Scott M. Cutlip, *et. al.* *Effective Public Relations*. Jakarta : Kencana, 2011, hlm. 321

Teori terakhir yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Menurut Zeithmal *et. al* (dalam Laksana, 2008 : 96), kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai *"The extent of discrepancy between customers expectations or desire and their perceptions"*. Dari pernyataan tersebut dikemukakan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan besarnya perbedaan antara harapan atau keinginan konsumen dengan tingkat persepsi mereka.

#### D. Metode dan Sasaran Penelitian

Metode penelitian yang dipakai adalah deskriptif, yang bertujuan memaparkan fakta atau karakteristik populasi tertentu secara faktual dan cermat. Dalam hal ini, fakta yang akan dipaparkan adalah perencanaan komunikasi yang telah dilakukan oleh Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan seperti *defining PR problems, planning and programming, taking action and communication, dan evaluating the program*. Guna memudahkan pengambilan data, dari populasi yang ada dibagi-bagi lagi sampai menemukan sampel yang tepat. Namun di karenakan jumlah populasi yang tidak terlalu banyak, sehingga dalam penelitian ini sampelnya adalah jumlah keseluruhan populasi yaitu pegawai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan yang berjumlah 28 orang.

Teknik pengambilan data dilakukan dengan cara :

1. Angket  
Angket disebar sesuai dengan jumlah sampel atau pada penelitian sampelnya adalah keseluruhan pegawai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan yang berjumlah 28 orang.
2. Wawancara  
Dalam teknik pengambilan data ini, Peneliti mewawancarai Kepala cabang Bank Mandiri Tarakan yang bernama Herry Sutrihayidno untuk melengkapi penjelasan yang telah diberikan dari angket.
3. Observasi  
Observasi dilakukan dengan mengamati pelayanan yang dilakukan oleh pegawai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan kepada nasabah.
4. Studi Pustaka

Bahan referensi yang Peneliti manfaatkan dalam hal ini adalah buku-buku referensi atau literatur yang berkaitan dengan tema permasalahan penelitian yang diangkat yaitu mengenai perencanaan komunikasi.

#### 5. Sumber Internet

Internet merupakan sumber dimana peneliti dapat mencari dan Peneliti mencari informasi mengenai Bank Mandiri melalui *website* yang dimiliki lembaga dan peneliti juga menambahkan sedikit informasi mengenai kota dimana penelitian ini dilaksanakan yaitu Tarakan melalui *website* resmi.

### E. Temuan Penelitian

#### Data Responden

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil data dari pegawai di kawasan Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan. Data responden meliputi jabatan, usia, lama bekerja, dan jenis kelamin. Berikut ini adalah data mengenai jabatan yang ada di Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan :

**Tabel 5.1 Jabatan**

No.	Jabatan	Frekuensi
1.	Branch Manager	1
2.	PBO (Priority Banking Officer)	1
3.	CSR (Customer Service Representative)	2
4.	CSO (Customer Service Officer)	2
5.	CSA (Customer Service Administration)	1
6.	GA (General Affair)	1
7.	FA (Financial Advisor)	2
8.	Teller	8
9.	Sales Card	1
10.	SO (Sales Officer)	1
11.	Security	3
12.	Driver	2
13.	Pramubakti	1
14.	Operator Telepon	1

15.	Verifikator	1
Total		28

N = 28

Data berikutnya adalah data usia responden. Untuk data usia pada responden, terdapat skala usia responden yang pertama adalah usia 20-30 tahun berjumlah 13 orang, yang kedua usia 30-40 tahun berjumlah 12 orang, yang ketiga usia 40-50 tahun berjumlah 1 orang, serta usia 50-60 tahun berjumlah 2 orang. Selanjutnya data mengenai lama bekerja, skala lama bekerja responden pertama yaitu baru bekerja s/d 1 tahun berjumlah 5 orang, lama bekerja 1-5 tahun berjumlah 11 orang, dan lama bekerja 5-10 tahun berjumlah 3 orang, lalu lama bekerja 10-15 tahun berjumlah 5 orang, serta yang terakhir lama bekerja 15-20 tahun berjumlah 2 orang. Kemudian data responden berikutnya adalah data mengenai jenis kelamin. Terdapat jenis kelamin responden berupa laki-laki berjumlah 13 orang dan responden perempuan berjumlah 15 orang.

### ***Defining Public Relations Problems***

Responden yang merupakan pegawai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan memiliki persentase terbanyak dengan jawaban setuju terhadap Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan dalam mendefinisikan masalah PR dilakukan dengan diawali mengidentifikasi masalah, mendiskusikan opini-opini yang berkembang, mendiskusikan masalah yang menyangkut pekerjaan, mengelola kepuasan nasabah dengan memantau masalah atau harapan masalah, mendata komplain, dan pendataan terhadap opini yang masuk dari surat pembaca atau media massa.

### ***Planning and Programming***

Responden yang merupakan pegawai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan memiliki persentase terbanyak dengan jawaban setuju terhadap Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan dalam perencanaan dan pemrograman melakukan pemberitahuan program kerja kepada seluruh pegawai, membuat perencanaan program yang fokus pada masalah yang sedang terjadi, melibatkan seluruh pegawai untuk aktif berpartisipasi di dalam perencanaan program, perencanaan program dapat menjangkau seluruh nasabah, dan perencanaan program menggunakan strategi untuk menguntungkan lembaga dan konsumen.

### ***Taking Action and Communication***

Responden yang merupakan pegawai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan memiliki persentase terbanyak dengan jawaban setuju terhadap Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan dalam mengambil tindakan dan berkomunikasi memiliki tanggung jawab terhadap rencana program yang telah dibuat, pegawai bertindak responsif terhadap rencana program yang dibuat, adanya optimisme bahwa jaminan rencana program akan sukses, dapat membangun hubungan baik kepada pihak berwenang, masyarakat sekitar, dan media, serta publikasi program dilakukan secara kontinuitas dan konsistensi kepada nasabah.

### ***Evaluating The Program***

Responden yang merupakan pegawai Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan memiliki persentase terbanyak dengan jawaban setuju terhadap Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan dalam mengevaluasi program berdasarkan alat ukur

yang digunakan untuk evaluasi program yaitu ada evaluasi persiapan, evaluasi implementasi, dan yang terakhir adalah evaluasi dampak.

## F. Diskusi

Temuan-temuan penelitian memperlihatkan bahwa di Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan menggunakan perencanaan-perencanaan komunikasi yang dapat berguna untuk meningkatkan kualitas pelayanan dari Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan. Perencanaan komunikasi yang dilakukan bertahap dari mengidentifikasi masalah, kemudian merencanakan dan pemrograman, lalu mengambil tindakan dan berkomunikasi, hingga tahap terakhir mengevaluasi program. Tahapan perencanaan komunikasi ini sesuai dengan tahapan perencanaan komunikasi dari Cutlip, Center, dan Broom.

Perencanaan komunikasi yang dilakukan oleh Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan diharapkan dapat memperbaiki kualitas pelayanan dari Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan. Karena kualitas pelayanan merupakan faktor kunci sukses bagi suatu organisasi atau perusahaan. seperti yang dikemukakan oleh Welch, *"Quality is our best assurance of customer allegiance, our strongest defense against foreign competition, and the only path to sustained rowth and earnings"* (Laksana, 2008 : 880).

## G. Kesimpulan

Dapat disimpulkan bahwa perencanaan dari Bank Mandiri Cabang Simpang Tiga Tarakan sudah baik dan sesuai dengan perencanaan komunikasi dari Cutlip, Center, dan Broom yaitu menggunakan tahapan dengan berurutan dari tahapan pertama seperti mendefinisikan masalah PR atau mengumpulkan data sesuai dengan kenyataan yang ada, kemudian perencanaan dan pemrograman yaitu tahap merencanakan dan membuat program sesuai dengan apa yang telah diketahui dalam tahap *fact finding*, dan selanjutnya mengambil tindakan dan berkomunikasi yaitu tahap pelaksanaan komunikasi, serta tahapan yang terakhir evaluasi program yaitu tahap melakukan suatu evaluasi terhadap apa yang telah dilakukan dari tahap pertama dan tahap-tahap berikutnya.

## Daftar Pustaka

- Cangara, Hafied. 2013. *Perencanaan Komunikasi dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada
- Cutlip, Scott M., et al. 2011. *Effective Public Relations*. Cetakan ke-4. Penerjemah : Tri Wibowo. Jakarta : Kencana
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Yulianita, Neni. 2007. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : P2U-LPPM UNISBA

## Sumber Lain :

<http://www.bankmandiri.co.id/> diunduh 04 Oktober 2014 pukul 8.30 AM

<http://tarakankota.go.id/v2/> diunduh 04 Oktober 2014 pukul 8.30 AM