

Analisis strategi Marketing Public Relations PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, dalam mempromosikan kartu kredit BRI Platinum (studi kasus Sponsorship Event Jakarta Fashion Week 2011) = Public Relations Marketing strategy analysis of PT.Bank Rakyat Indonesia (Persero) Tbk, in promoting the BRI credit card Platinum (case studies Sponsorship Event Jakarta Fashion Week 2011)

Purba, Ruth Eveline Ramatiur, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20296227&lokasi=lokal>

Abstrak

Strategi MPR dibutuhkan dalam mendukung upaya pemasaran sebuah produk kartu kredit karena, persaingan di dalam dunia perbankan semakin ketat dan membuat masyarakat dapat dengan bebas memilih Bank apa yang akan masyarakat percayai untuk tergabung menjadi nasabah. Pandangan bahwa Bank BRI merupakan Bang desa membuat Bank BRI membutuhkan strategi khusus untuk merubah cara pandang masyarakat tersebut, strategi yang digunakan dengan mempromosikan Produk berkelas eksekutif yaitu kartu kredit BRI Platinum, yang merupakan bagian dari BRI Prioritas.

Tujuan dari Penelitian ini adalah untuk menggambarkan strategi Marketing Public relations PT.Bank Rakyat Indonesia,Persero dalam mempromosikan kartu kredit BRI Platinum, pada BRI menjadi sponsor dalam event Jakarta Fashion week 2011/2012.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan paradigma konstruktivis pada pendekatan kualitatif yang bersifat evaluatif.

Dari hasil penelitian dapat diinterpretasikan bahwa Bank Rakyat Indonesia menggunakan strategi Marketing Public Relations (MPR) dengan menjadi sponsorship melalui pendekatan pull,push dan pass.

.....The MPR is required in support of strategy marketing efforts a credit card product because, in the world competition in banking getting tight and make people were an can freely choose what Bank community trust to be incorporated into a customer. The view that the Bank BRI is a village in Bang make Bank BRI require special strategies to change the way the community point of view, the strategies used to promote Products Executive class BRI Platinum card, which is part of the BRI priorities.

The purpose of this research is to describe the stratefi Marketing Public relations for PT.Bank Rakyat Indonesia Persero, in promoting credit cards, on the BRI BRI Platinum sponsor in the event theJakarta Fashion week 2011/2012.

This research was conducted by using the constructivist paradigm on qualitative approach that is evaluative. Of research results can be interpreted that the Bank Rakyat Indonesia used the strategy of Marketing Public Relations (MPR) to be sponsorship melaluli pull, the push approach and pass.

Public Relations Marketing Strategy Analysis Of PT.Bank Rakyat Indonesia Tbk, in promoting the BRI credit card Platinum.