

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS PT BANK PEMBANGUNAN
DAERAH JAWA TIMUR DALAM REBRANDING APLIKASI DIGITAL BANK
JATIM MENJADI JCONNECT**

SKRIPSI



Oleh:

MARIA KARTIKA CHANDRA PUSPA

NPM. 18043010135

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
SURABAYA
2025**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS PT BANK PEMBANGUNAN
DAERAH JAWA TIMUR DALAM REBRANDING APLIKASI “DIGITAL BANK
JATIM” MENJADI “JCONNECT”**

Disusun oleh:



Maria Kartika Chandra Puspa

NPM. 18043010135

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING



Dra. Diana Amalia, M.Si.

NIP. 1963090719911032001

Mengetahui
DEKAN FISIP



Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP: 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI KOMUNIKASI PUBLIC RELATIONS PT BANK PEMBANGUNAN
DAERAH JAWA TIMUR DALAM REBRANDING APLIKASI “DIGITAL BANK
JATIM” MENJADI “JCONNECT”**

oleh:



Maria Kartika Chandra Puspa
NPM. 18043010135

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program Studi
Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan
Nasional “Veteran” Jawa Timur pada tanggal 9 Desember 2024**

PEMBIMBING



Dra. Diana Amalia, M.Si
NIP. 1963090719911032001

TIM PENGUJI,



Dr. Yudiana Indriastuti, M.Si
NIP. 197410132021212005



Dr. Syafrida Nurrachmi F., S.Sos., M.Med.Kom.
NIP. 198302232021212008



Augustin Mustika Chairil, S.I.Kom., M.A.
NIP. 199308082022032016

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, YOUTH AND SPORTS
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN”
JAWA TIMUR**
Mengetahui,
DEKAN FISIP

Dr. Catur Suratnoaji, M.Si.
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Maria Kartika Chandra Puspa
NPM : 18043010135
Angkatan : 2018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 20 Januari 2025



Maria Kartika Chandra Puspa

KATA PENGANTAR

Segala puji saya ucapkan bagi Tuhan Yang Maha Esa, karena telah memberikan kekuatan sehingga dapat menyusun proposal skripsi yang berjudul **“Strategi Komunikasi *Public Relations* PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur dalam *Rebranding* Aplikasi Digital Bank Jatim menjadi Jconnect”**.

Skripsi ini disusun sebagai kewajiban saya selaku mahasiswa UPN “Veteran” Jawa Timur sebagai persyaratan akademik terlebih dalam menyelesaikan Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Penulis dengan penuh kesadaran memahami bahwa banyak pihak yang telah terlibat dan membantu dalam proses pembuatan skripsi ini. Maka dari itu, penulis hendak mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah turut terlibat dalam penyusunan proposal skripsi ini baik melalui dukungan materi dan non materi, diantaranya:

1. Dr. Syafrida Nurrachmi, S.Sos, M.Med.Kom, selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi UPN “Veteran” Jawa Timur.
2. Dra. Diana Amalia, M.Si., selaku dosen pembimbing dalam penyusunan proposal skripsi ini.
3. Seluruh dosen dan tenaga pengajar di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur.
4. Orang tua dan segenap keluarga yang turut memberikan dorongan, doa, bimbingan, dan motivasi kepada saya agar terus berusaha tanpa mengenal

lelah dan putus asa dalam belajar menuntut ilmu untuk menggapai masa depan yang penuh dengan harapan dan impian.

5. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2018 yang selalu berbuat baik dan saling mendukung serta memberi motivasi dalam menyelesaikan proposal skripsi ini.

Adapun pembuatan proposal skripsi ini masih tidak lepas dari kekurangan penulis. Oleh karena itu penulis sangat terbuka pada masukan dan saran yang membangun dari semua pihak. Akhir kata, penulis berharap proposal skripsi ini dapat diterima untuk dilanjutkan ke tahap selanjutnya sehingga dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Abstrak

Bank Jatim meluncurkan aplikasi Jconnect sebagai penyempurnaan layanan Digital Bank Jatim. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi *Public Relations* yang digunakan oleh PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur dalam melakukan *rebranding* aplikasi Digital Bank Jatim menjadi Jconnect. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa wawancara mendalam, dokumentasi, dan observasi. Jconnect sebagai hasil dari upaya rebranding Bank Jatim sejalan dengan visi bank untuk menjadi Bank Pembangunan Daerah (BPD) terdepan di Indonesia. Untuk mencapai tujuan tersebut, Bank Jatim menyadari pentingnya untuk tetap relevan dengan beradaptasi dengan tren terkini dan preferensi audiens. Melalui rebranding Jconnect, Bank Jatim memperoleh pengakuan pada tahun 2022 sebagai salah satu BUMD Terkemuka di Indonesia.

Kata kunci: strategi, *rebranding*, perbankan digital

Abstract

Bank Jatim introduced the Jconnect application as an enhancement of its Digital Bank Jatim service. This study aims to examine the Public Relations communication strategy employed by PT Bank Pembangunan Daerah Jawa Timur in rebranding the "Digital Bank Jatim" application to "Jconnect." The research adopts a qualitative descriptive approach, utilizing data collection methods such as in-depth interviews, documentation, and observation. Jconnect, as the result of Bank Jatim's rebranding efforts, aligns with the bank's vision to become the top Bank Pembangunan Daerah (BPD) in Indonesia. To achieve this objective, Bank Jatim recognizes the importance of staying relevant by adapting to current trends and audience preferences. Through the rebranding of Jconnect, Bank Jatim earned recognition in 2022 as one of Indonesia's Top BUMDs.

Keywords: strategy, rebranding, digital banking

DAFTAR ISI

<i>LEMBAR PERSETUJUAN</i>	<i>i</i>
<i>LEMBAR PENGESAHAN</i>	<i>ii</i>
<i>SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT</i>	<i>iii</i>
<i>KATA PENGANTAR</i>	<i>iv</i>
<i>Abstrak</i>	<i>vi</i>
<i>Abstract</i>	<i>vii</i>
<i>DAFTAR ISI</i>	<i>viii</i>
<i>DAFTAR GAMBAR</i>	<i>x</i>
<i>BAB I</i>	<i>1</i>
<i>PENDAHULUAN</i>	<i>1</i>
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.4.1. Secara Akademis	7
1.4.2. Secara Praktis	7
<i>BAB II</i>	<i>8</i>
<i>KAJIAN PUSTAKA</i>	<i>8</i>
2.1. Penelitian Terdahulu	8
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. Strategi Public Relations	14
2.2.2. Brand	16
2.2.3. Branding	18
2.2.5. Rebranding	21
2.2.6. Brand Awareness	25
2.2.7. Penerapan Digital Marketing: SEO dan Email Marketing	27
2.2.8. Sosial Media dan Influencer	29
2.2.9. Lifestyle dan Marketplace	30
2.3. Kerangka Berpikir	32
<i>BAB III</i>	<i>34</i>
<i>METODE PENELITIAN</i>	<i>34</i>
3.1. Jenis Penelitian	34
3.2. Definisi Konseptual	35
3.2.1. Strategi Public Relations	35
3.2.2. Brand	36
3.2.3. Branding	37

3.2.4.	<i>Rebranding</i>	37
3.2.5.	<i>Brand Awareness</i>	38
3.2.6.	Penerapan <i>Digital Marketing: SEO dan Email Marketing</i>	39
3.2.7.	Sosial Media dan <i>Influencer</i>	39
3.2.8.	<i>Lifestyle dan Marketplace</i>	40
3.3.	Unit Analisis	41
3.4.	Informan Penelitian.....	42
3.6.	Metode Pengumpulan Data.....	43
3.7.	Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV		47
HASIL DAN PEMBAHASAN		47
4.1.	Gambaran Umum Objek Penelitian	47
4.1.1.	Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.2.	Struktur Jabatan Perusahaan	52
4.1.3.	Struktur Organisasi <i>Corporate Secretary</i>	53
4.1.4.	Produk dan Jasa	54
4.1.5.	Media Sosial	54
4.2.	Hasil dan Pembahasan	55
4.2.1.	Strategi Komunikasi dalam <i>Fact Finding & Defining the Problem</i>	56
4.3.2.	Strategi Komunikasi dalam <i>Planning & Programing</i>	68
4.3.3.	Strategi Komunikasi dalam <i>Action & Communication</i>	88
4.3.4.	Strategi Komunikasi dalam <i>Evaluation</i>	96
PENUTUP		101
5.1.	Kesimpulan.....	101
5.2.	Saran.....	102
5.2.1.	Saran Praktis	102
5.2.2.	Saran Teoritis	102
DAFTAR PUSTAKA		<i>xi</i>
LAMPIRAN		<i>xvi</i>

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	33
Gambar 4.1 Logo Bank Jatim.....	49