

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi Public Relations yang diterapkan oleh Bank BTPN dalam mempertahankan citra positif perusahaan di tengah persaingan industri perbankan dan tantangan ekonomi. Bank BTPN, yang melayani segmen nasabah pensiunan, UMKM, dan masyarakat berpenghasilan rendah, berupaya menjaga kepercayaan dan loyalitas nasabah melalui berbagai kegiatan komunikasi strategis. Pada tahun 2023, Bank BTPN memperoleh penghargaan Best Public Relations, yang menunjukkan keberhasilan dalam menjalankan strategi komunikasi yang efektif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Bank BTPN menerapkan konsep strategi PR menurut Rusady Ruslan, yang mencakup komunikasi yang terencana, keterbukaan informasi, dan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan ekspektasi publik. Strategi yang digunakan meliputi pemanfaatan media digital, program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), serta hubungan baik dengan media massa, yang bersama-sama membentuk persepsi positif publik terhadap perusahaan. Namun, terdapat beberapa hambatan dalam pelaksanaan strategi PR ini, seperti persepsi negatif masyarakat terhadap industri perbankan, keterbatasan sumber daya dalam mengelola komunikasi secara cepat dan responsif, serta tantangan dalam menyesuaikan komunikasi dengan kemajuan teknologi.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa penerapan strategi Public Relations yang adaptif dan inovatif, sesuai dengan konsep Rusady Ruslan, merupakan kunci dalam mempertahankan citra positif di mata publik. Keberhasilan Bank BTPN dalam mengelola komunikasi yang transparan dan konsisten menjadi faktor utama dalam pencapaian citra yang baik dan perolehan penghargaan PR di tahun 2023, meskipun terdapat hambatan yang harus diatasi secara berkelanjutan.

Kata Kunci: Strategi Public Relations, Hambatan, Citra Perusahaan, Bank