

**STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI SALES  
MARKETING DALAM MELAYANI PELANGGAN  
( Studi Kasus Pada Cash Counter PT. JNE Bekasi )**

**SKRIPSI**

**Oleh**

**AYU SUCI FITRIANI  
201010415011**

**Diajukan untuk memenuhi salah satu syarat ujian  
guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA  
BEKASI  
2015**

## LEMBAR PERSETUJUAN

**Judul** : STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI  
SALES MARKETING DALAM MELAYANI  
PELANGGAN (Studi Kasus Cash Counter PT.JNE  
Bekasi )

**Nama Mahasiswa** : Ayu Suci Fitriani

**Nomor Pokok Mahasiswa** : 2010 1041 5019

**Program Studi** : Ilmu Komunikasi

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Dra. Sari Endah Nursyamsi

Pembimbing II

Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

MENGETAHUI,

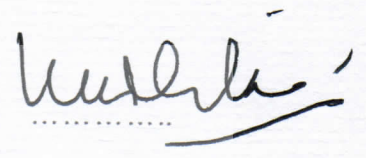
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

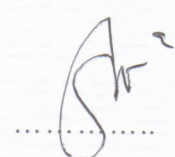
**MENGESAHKAN**

**1. Tim Penguji**

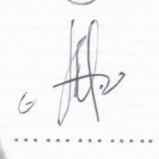
Ketua Penguji : Dr. Silvia Nurlaila, SE MM



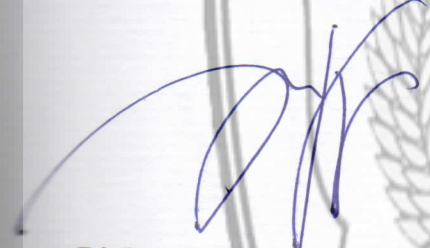
Penguji I : Dra. Sari Endah Nursyamsi



Penguji II : Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom



**2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi**



**Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR**



Tanggal lulus ujian Skripsi : 6 Agustus 2015

## LEMBAR PERSETUJUAN

Judul :STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI  
SALES MARKETING DALAM MELAYANI  
PELANGGAN (Studi Kasus Cash Counter PT.JNE  
Bekasi )

Nama Mahasiswa : **Ayu Suci Fitriani**

Nomor Pokok Mahasiswa : **2010 1041 5019**

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

**MENYETUJUI,**

Pembimbing I Pembimbing II

Dra. Sari Endah Nursyamsi Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

**MENGETAHUI,**

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

**Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom**

**MENGESAHKAN**

1. Tim Penguji

Ketua Penguji : Dr. Silvia Nurlaila, SE MM .....

Penguji I : Dra.Sari Endah Nursyamsi .....

Penguji II : Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom .....

2. Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

**Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR**



Tanggal lulus ujian Skripsi : 6 Agustus 2015

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini yang berjudul

**STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI SALES MARKETING  
DALAM MELAYANI PELANGGAN ( Studi Kasus Pada Cash Counter PT.  
JNE BKI )** adalah hasil karya sendiri bukan merupakan jiplakan dari karya orang  
lain. Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya  
menerima sanksi apapun dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara  
Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Bekasi, 23 Juli 2015

Yang membuat pernyataan,

Materai 6000

**Ayu Suci Fitriani**

2010.104.15.011

## ABSTRAKS

**Nama** : Ayu Suci Fitriani  
**N.P.M** : 2010.104.15.011  
**Judul** : **STRATEGI KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI SALES  
MARKETING DALAM MELAYANI PELANGGAN  
( Studi Kasus Pada Cash Counter PT. JNE Bekasi )**  
Jumlah Halaman : xiv; 79 jumlah halaman; 9 gambar, 3 lampiran.  
Kata Kunci : Strategi Komunikasi, Komunikasi Antarpribadi, Cash  
Counter  
Daftar Pustaka : 18 Judul Buku

PT. JNE memberikan atau menyediakan pelayanan sesuai dengan apa yang dibutuhkan dan diharapkan oleh pelanggan, sehingga perusahaan menghadapi persaingan dengan perusahaan jasa lainnya. Penelitian skripsi ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *cash counter* PT.JNE Bekasi dalam melayani pelanggan . Pelayanan merupakan ujung tombak dari perusahaan karena dengan pelayanan yang baik JNE dapat memberikan kontribusi jasa pengiriman yang besar, dalam meningkatkan pelayanan yang baik kepada pelanggan, untuk itu perusahaan harus mempunyai strategi komunikasi di dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan.

Metode Penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan studi kasus tujuan untuk mengetahui lebih jauh mengenai startegi komunikasi yang digunakan cash counter JNE dalam melayani pelanggan. Hasil analisis menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan *cash counter* JNE dalam melayani pelanggan melalui greeting, dan 3S. Pelayanan yang dilakukan petugas cash counter berlangsung secara tatap muka dengan menggunakan pendekatan oleh pelanggan dilihat dari keefektifitasannya komunikasi antarpribadi yang terjadi pada cash counter dalam melayani pelanggan yaitu dengan sifat keterbukaan, sifat empati, sifat mendukung, sifat positif, kesetaraan sehingga perusahaan JNE dapat melayani pelanggan dengan baik.



## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yg Maha Esa yg tlah memberikan rahmat & karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas akhir. Adapun penyusunan skripsi ini bertujuan untuk memahami lebih dalam apa yang penulis dapatkan di dalam perkuliahan, yaitu berupa teori dan kemudian penulis membandingkan dengan apa yang penulis dapatkan di tempat penelitian yaitu perusahaan yang bergerak di bidang jasa pengiriman PT. JNE Cab.Bekasi. Semoga hal tersebut bisa berguna bagi penulis, jika terjun ke dalam dunia kerja nantinya. Hal ini yang menjadikan penulis harus menyusun penulisan ini sebagai persyaratan yang diajukan dan merupakan syarat untuk memperoleh gelar Sarjana komunikasi di Universitas Bahyangkara Jakarta Raya ( Ubhara Jaya), Bekasi

Dengan selesainya penelitian ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak yg telah memberikan masukan-masukan kepada penulis. Untuk itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada :

1. Ayahku Sunarto dan ibuku Mugiyati yang selalu mendo'akan dan memberikan dukungan moril
2. Irjen Pol (P) Drs Bambang Karsono SH, MM selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Diah Ayu Permatasari ST, SIP, M.IR, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.



4. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom sebagai Kaprodi Fakultas Ilmu Komunikasi dan sebagai dosen pembimbing skripsi saya. Terima kasih tidak berkesudahan dari hati terdalam. Terlebih karena sudah begitu sabar dan bersedia dalam membimbing, membekali, dan memotivasi saya dalam menyelesaikan karya kecil ini. Atas petunjuk, saran perbaikan dan buku serta sumber-sumber lainnya untuk memperkaya karya kecil ini.
5. Dra. Sari Endah Nursyamsi sebagai Dosen Pembimbing, atas ketulusan hati beliau dalam memberikan bekal ilmu dan wawasan pengetahuan untuk membuka cakrawala berpikir saya. Tidak lupa juga atas saran dan ruang diskusi di tengah kesibukannya guna memperbaiki penulisan karya kecil ini. Terimakasih atas buku dan sumber lainnya. Sekali lagi terimakasih.
6. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2010 Dhini, Mustika atas dukungannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dari penulisan ini, baik dari materi maupun teknik penyajiannya, mengingat kurangnya pengetahuan & pengalaman penulis. Oleh karena itu, kritik & saran yg membangun sangat penulis harapkan. Akhir Kata, penulis berharap semoga laporan ini dapat diterima dan bermanfaat bagi yang membacanya

Bekasi, 23 Juli 2015

Ayu Suci Fitriani

## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
<b>BAB 1 PENDAHULUAN</b>	
1.1 LATAR BELAKANG MASALAH.....	1
1.2 FOKUS PENELITIAN.....	6
1.3 PERTANYAAN PENELITIAN.....	6
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.5 MANFAAT PENELITIAN.....	7
1.6 SISTEMATIKA PENELITIAN.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 KOMUNIKASI.....	9
2.2 STRATEGI KOMUNIKASI.....	11
2.3 KOMUNIKASI ANTAR PRIBADI ( <i>INTERPERSONAL COMMUNICATION</i> ).....	13
2.3.1 PENGERTIAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL..	13
2.3.2 TUJUAN KOMUNIKASI ANTARPRIBADI.....	18

2.3.3 KARAKTERISTIK KOMUNIKASI	
INTERPERSONAL.....	22
2.3.4 FAKTOR – FAKTOR YANG MENUMBUHKAN	
HUBUNGAN INTERPERSONAL DALAM	
KOMUNIKASI INTERPERSONAL.....	24
2.4 PENGERTIAN <i>SALES COUNTER</i> .....	28
2.4.1 <i>CASH COUNTER</i> .....	28
2.5 PELAYANAN <i>CASH COUNTER</i> DALAM KOMUNIKASI	
ANTAR PRIBADI.....	29
2.6 KERANGKA PEMIKIRAN.....	31
<b>BAB III PROSEDUR PENELITIAN</b>	
3.1 METODE PENELITIAN.....	33
3.2 DISAIN PENELITIAN.....	34
3.3 <i>INFORMAN</i> DAN <i>KEY INFORMAN</i> .....	35
3.4 KEABSAHAN DAN KEAJEGAN PENELITIAN.....	36
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	38
3.5.1 WAWANCARA MENDALAM.....	38
3.5.2 OBSERVASI.....	41
3.6 TEHNIK ANALISIS DATA.....	43
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
4.1 SUBJEK PENELITIAN.....	48
4.1.1 GAMBARAN UMUM PT. JNE.....	48
4.1.2 VISI DAN MISI PT. JNE.....	49
4.1.2.1 VISI PERUSAHAAN.....	49
4.1.2.2 MISI PERUSAHAAN.....	50
4.1.3 STRUKTUR ORGANISASI.....	50
4.1.4 BIDANG USAHA DAN RUANG GERAK.....	51
4.1.5 PRODUK – PRODUK DI PT. JNE.....	52

4.1.5.1 BADAK	
( BERANGKAT DALAM KILOAN ).....	54
4.1.5.2 PELIKAN	
( PENGIRIMAN LINTAS KAWASAN ).....	55
4.1.5.3 PESONA JNE.....	56
4.1.5.4 KETENTUAN TARIF BERDASARAKAN	
ZONA/WILAYAH PENGANTARAN.....	56
4.1.6 LOGO JNE.....	57
4.2 DESKRIPSI IDENTITAS INFORMAN DAN INFORMAN	
KUNCI ( <i>KEY INFORMAN</i> ) PENELITIAN.....	59
4.2.1 <i>KEY INFORMAN</i> .....	59
4.2.2 <i>INFORMAN</i> .....	60
4.3 HASIL PENELITIAN.....	62
4.3.1 KOMUNIKASI PETUGAS <i>CASH COUNTER</i>	
DALAM MELAYANI PELANGGAN.....	62
4.3.2 KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM	
MELAKUKAN PELAYANAN OLEH	
PELANGGAN.....	65
4.4 PEMBAHASAAN.....	69
4.4.1 STRATEGI KOMUNIKASI YANG DIGUNAKAN	
<i>CASH COUNTER</i> JNE DALAM MEMBERIKAN	
PELAYANAN KEPADA PELANGGAN.....	69
4.4.2 STRATEGI KOMUNIKASI ANTARPRIBADI	
<i>CASH COUNTER</i> JNE DALAM MELAYANI	
PELANGGAN.....	77
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 KESIMPULAN.....	86
5.2 SARAN.....	87

**DAFTAR PUSTAKA.....**

**RIWAYAT HIDUP PENULIS.....**

**LAMPIRAN.....**



## DAFTAR TABEL

	Halaman
TABEL 3.1 TIPE -TIPE DASAR DESAIN STUDI KASUS.....	34



## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 2.1 KERANGKA PEMIKIRAN.....	31
GAMBAR 4.1 STRUKTUR ORGANISASI.....	51
GAMBAR 4.2 <i>DIPLOMAT SERVICES</i> .....	52
GAMBAR 4.3 <i>SUPER SPEDD (SS)</i> .....	53
GAMBAR 4.4 YES (YAKIN ESOK SAMPAI).....	53
GAMBAR 4.5 REG ( <i>REGULAR SERVICE</i> ).....	54
GAMBAR 4.6 OKE (ONGKOS KIRIM EKONOMIS).....	54
GAMBAR 4.7 PESONA JNE.....	56
GAMBAR 4.8 LOGO JNE.....	59

