

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF
RELATIONSHIP OFFICER DALAM MENGAJAK
NASABAH MENGGUNAKAN APLIKASI
PEGADAIAN DIGITAL**

SKRIPSI

Oleh :

Armaniah Agustin Diosi

201810415033



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

2023

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif *Relationship Officer* dalam Mengajak Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital

Nama Mahasiswa : Armaniah Agustin Diosi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415033

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENYETUJUI,
Dosen Pembimbing

Dr. Dina Kristina, M.Si
NID. 0313088106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif *Relationship Officer* dalam Mengajak Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital

Nama Mahasiswa : Armaniah Agustin Diosi

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415033

Program Studi/ Fakultas : Ilmu Komunikasi/ Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 17 Juli 2023

Jakarta, 28 Juli 2023

MENGESAHKAN,

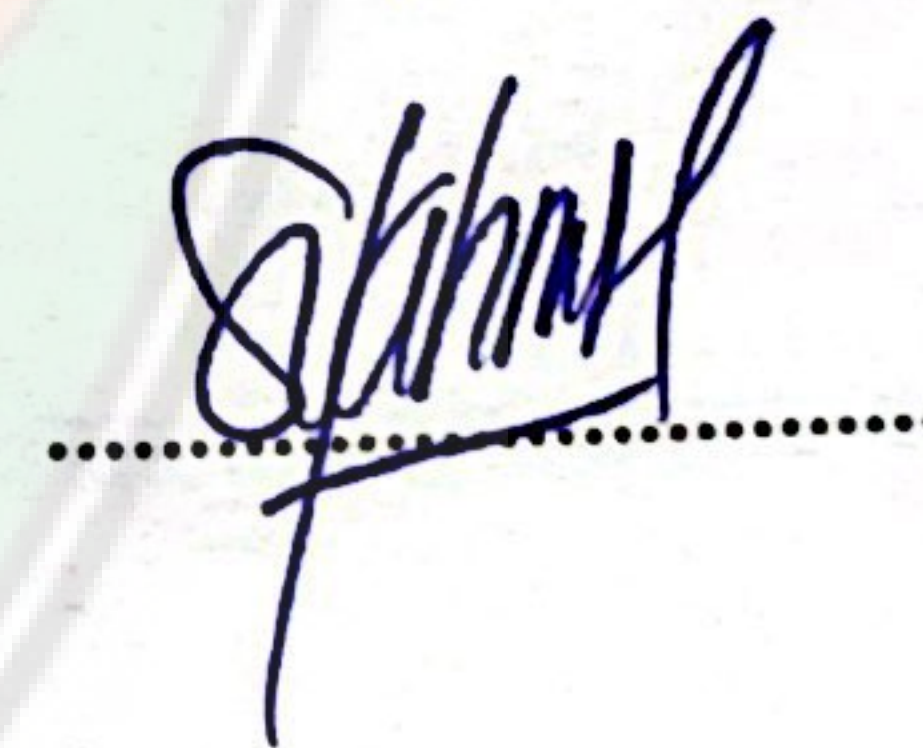
Ketua Tim Penguji : Hani Astuti, S.sos, M.I.Kom
NID. 0319048601



Penguji : Dr. Dina Kristina, M.Si
NID. 031308806



Sekretaris Penguji : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NID.0319059501



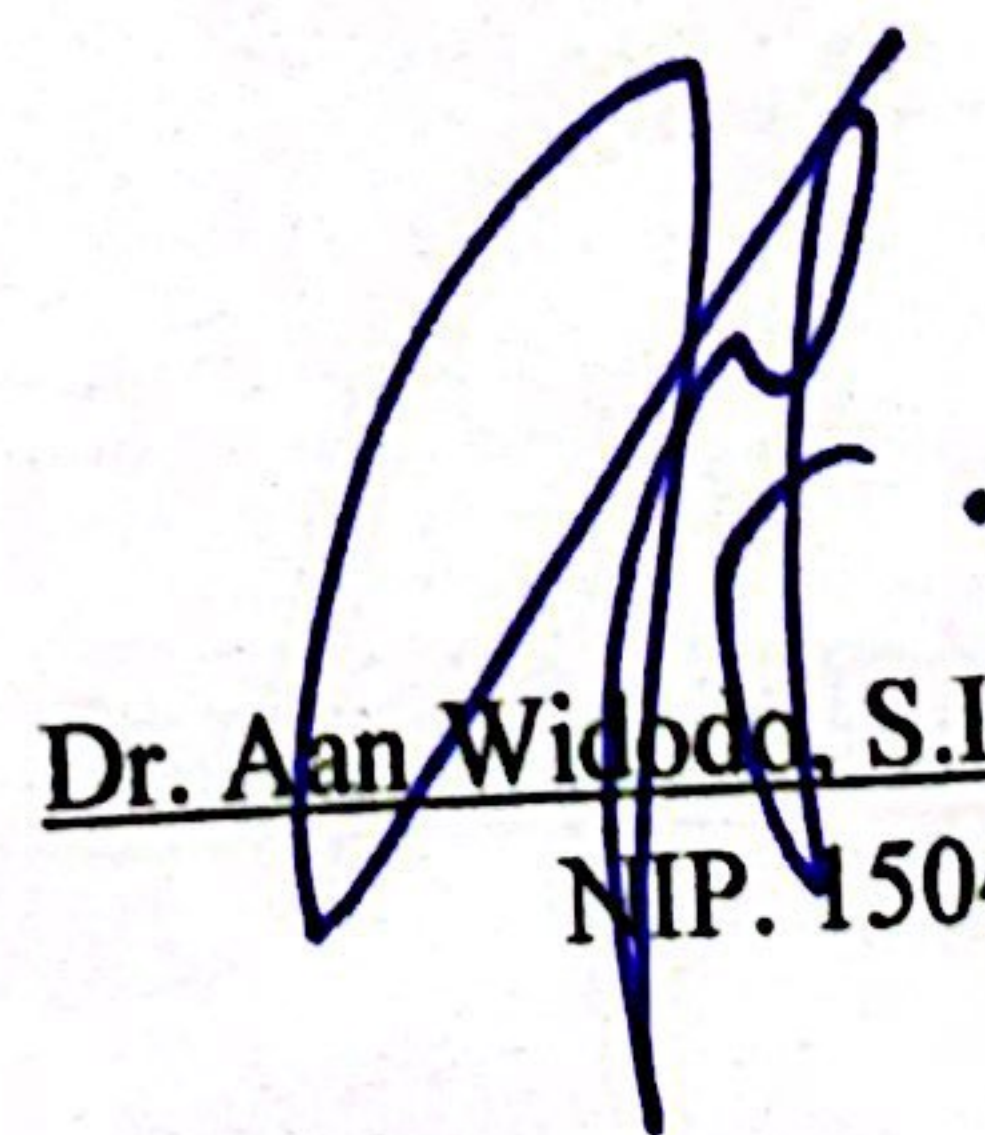
MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si
NIP. 2109527

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini menyatakan bahwa:

Skripsi saya yang berjudul **Strategi Komunikasi Persuasif *Relationship Officer* dalam mengajak nasabah menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital**

Ini adalah benar benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila ditemudian adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikanya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 28 Juli 2023

Yang membuat pernyataan



Armaniah Agustin Diosi
Armaniah Agustin Diosi

201810415033

ABSTRAK

Armaniah Agustin Diosi 201810415033. Strategi Komunikasi Persuasif *Relationship Officer* dalam Mengajak Nasabah Menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital.

Berdasarkan hasil analisa dan pembahasan penelitian pada peran dan tugas *Relationship Officer*. Komunikasi Persuasif merupakan sebuah komunikasi yang bertujuan mengajak seseorang untuk melakukan suatu hal yang positif dengan strategi strategi yang membuat seseorang tertarik dalam hal tersebut.

Peneliti menemukan adanya data-data yang muncul dari hasil penelitian terhadap peran dan fungsi *Relationship Officer*. Dalam penggunaan komunikasi Persuasif yang sangat berpengaruh terhadap keberlangsungan mengajak nasabah menggunakan Aplikasi Pegadaian.

Serta melalui penelitian ini peneliti mampu untuk melakukan hal pengembangan terhadap strategi komunikasi persuasif dengan adanya peningkatan dalam peran sebagai *frontliner* yang dapat membantu perusahaan mencapai tujuan yang diinginkan sehingga Aplikasi Pegadaian Digital dapat digunakan nasabah sesuai pemahaman yang dijelaskan oleh petugas *Relationship Officer* tentang Aplikasi tersebut. Lalu dibantu dengan penyebaran informasi melalui media sosial perusahaan itu sendiri @sahabatpegadaian membantu nasabah lebih teredukatif dalam informasi yang didapat, sehingga peran petugas *Relationship officer* tidak terlalu sulit dan komunikasi persuasif dapat digunakan sesuai dngan fungsinya.

Kata kunci: *Relationship Officer*, Pegadaian Digital, Komunikasi Persuasif.

ABSTRACK

Armaniah Agustin Diosi 201810415033. *Relationship Officer Persuasive Communication Strategy in Inviting Customers to Use Digital Pawnshop Applications.*

Based on the results of the analysis and discussion of research on the roles and duties of Relationship Officers. Persuasive communication is communication that aims to invite someone to do something positive with strategies that make someone interested in that matter.

Researchers found that there were data that emerged from the results of research on the roles and functions of Relationship Officers. In the use of Persuasive communication which greatly influences the sustainability of inviting customers to use the Pegadaian Application.

As well as through this research the researchers were able to develop a persuasive communication strategy with an increase in the role of a frontliner that can help companies achieve the desired goals so that the Digital Pawnshop Application can be used by customers according to the understanding explained by the Relationship Officer regarding the Application. Then assisted with the dissemination of information through the company's own social media @sahabatpedaian helping customers to be more educative in the information they get, so that the role of the Relationship officer is not too difficult and persuasive communication can be used according to its function.

Keywords: Relationship Officer, Digital Pegadaian, Persuasive Communication

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa. Karena atas rahmat dan karunia nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Persuasif *Relationship Officer* dalam mengajak nasabah menggunakan Aplikasi Pegadaian Digital Skripsi ini penulis buat sebagai syarat bahwa penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir sebagai mahasiswi. Penulis melakukan penelitian di Jakarta Utara tepatnya di perusahaan BUMN PT. Pegadaian CP.Muara Karang.

Dalam mengerjakan Skripsi ini penulis sangat berterima kasih kepada orang tua, Suami, dosen pembimbing, para adik, serta teman-teman yang memberikan support serta bantuan dan kritik pada penelitian ini. Namun dengan sadar Skripsi yang penulis buat ini masih banyak kekurangannya untuk itu penulis sangat menerima saran dan kritik yang membangun demi pengembangan pengetahuan penulis. Tidak lupa penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada yang terhormat:

1. Bapak Irjen. Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, S.H., M.M selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dr. Dina Kristina, M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang sudah membantu penulis memberikan bimbingan dalam menyelesaikan proposal skripsi.
6. Pimpinan Cabang PT.Pegadaian CP.Muara Karang dan informan penelitian oleh penulis.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Jakarta, 28 Juli 2023



Armaniah Agustin Diosi

DAFTAR ISI

SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	6
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	6
1.4 Tujuan Penelitian	6
1.5 Kegunaan Penelitian	6
1.5.1 Manfaat Teoritis	6
1.5.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Konseptual	8
2.2.1 Komunikasi	8
2.2.2 Strategi Komunikasi	8
2.2.3 Komunikasi Persuasif	13
2.2.4 <i>Relationship officer</i>	26
2.2.5 Pelayanan	26
2.2.6 Nasabah.....	28
2.3 Kerangka Pemikiran.....	30

BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	32
3.1 Paradigma Penelitian	32
3.2 Jenis Penelitian.....	33
3.3 Metode Penelitian	33
3.4 Informan Penelitian.....	34
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	36
3.7 Teknik Keabsahan Data	37
3.8 Lokasi dan Tempat Penelitian.....	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
4.1 Gambaran umum PT. Pegadaian.....	39
4.2.1 Profile PT.Pegadaian	39
4.2.2 VISI/MISI PT.Pegadaian	42
4.2.3 Informan Penelitian	43
4.2 Hasil penelitian	44
4.3 Pembahasan.....	50
BAB V PENUTUP	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

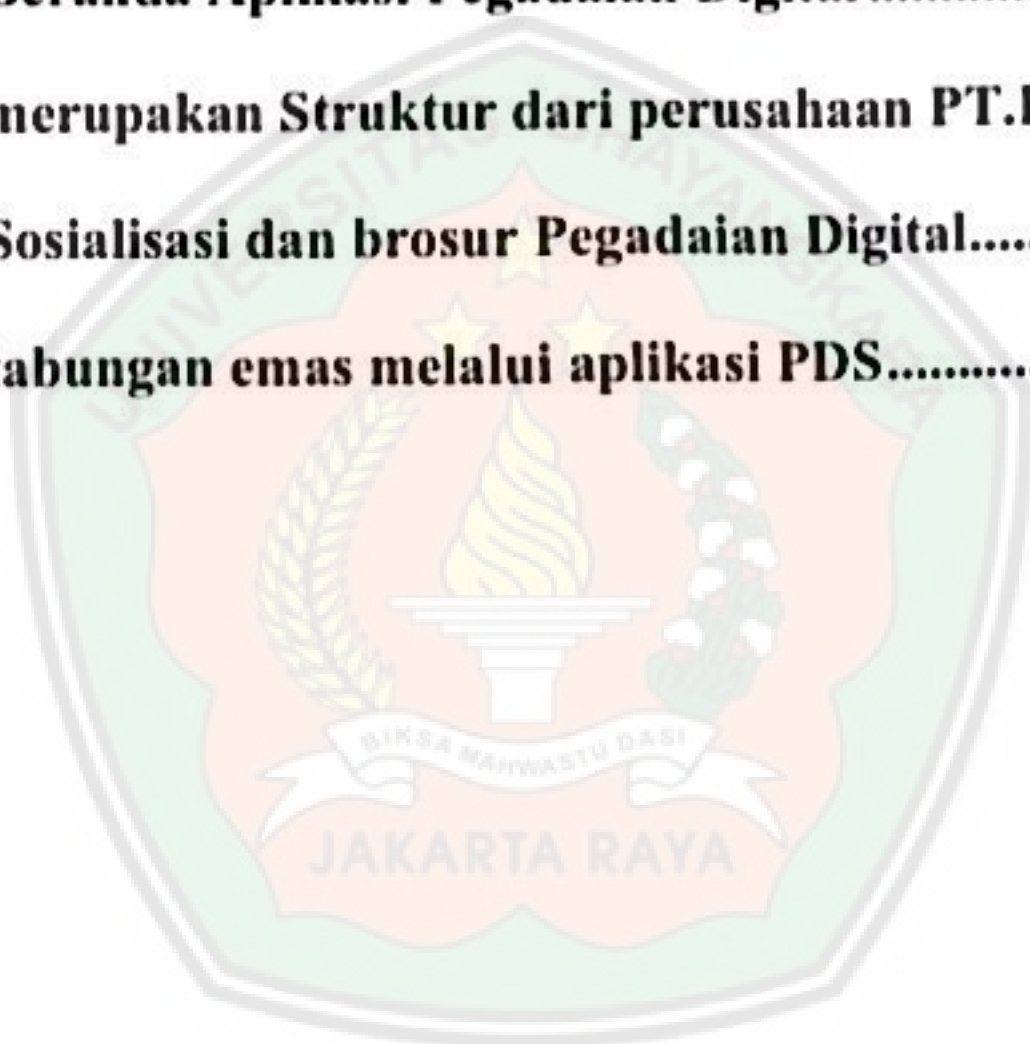
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 4.1 Data Informan	43



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar tampak depan/beranda Aplikasi Pegadaian Digital (PDS)	2
Gambar 1.2 Gambaran Petugas Relationship Officer PT.Pegadaian (persero) dalam melakukan Komunikasi Kepada Nasabah atas apa yang diperintahkan oleh perusahaan.....	4
Gambar 4.1 Logo PT.Pegadaian.....	40
Gambar 4.2 Beranda Aplikasi Pegadaian Digital	40
Gambar 4.3 merupakan Struktur dari perusahaan PT.Pegadaian	42
Gambar 4.4 Sosialisasi dan brosur Pegadaian Digital.....	47
Gambar 4.5 tabungan emas melalui aplikasi PDS.....	48



DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 Struktur Organisasi Kantor Cabang Terbaru	3
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	30



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I	: Daftar Riwayat Hidup
Lampiran II	: Daftar Pertanyaan Wawancara
Lampiran III	: Transkrip Wawancara
Lampiran IV	: Foto
Lampiran V	: Kartu Bimbingan
Lampiran VI	: Form Perbaikan Sidang Skripsi

