

**KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN SALES PT
ASIAN PAINTS UNTUK MEMBANGUN POSISI
MEREK
(STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF KEGIATAN PENJUALAN
PERSONAL SALES PT ASIAN PAINTS)**

SKRIPSI

**Oleh:
Alvian Widodo
201410415083**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**KEGIATAN KOMUNIKASI PEMASARAN SALES PT
ASIAN PAINTS UNTUK MEMBANGUN POSISI
MEREK
(STUDI KUALITATIF DESKRIPTIF KEGIATAN
PENJUALAN PERSONAL SALES PT ASIAN
PAINTS)**

SKRIPSI

Oleh: Alvian Widodo 201410415083



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Kegiatan Komunikasi Pemasaran Sales PT
Asian Paints untuk Membangun Posisi
Merek (Studi Kualitatif Deskriptif
Kegiatan Penjualan Personal Sales PT
Asian Paints)

Nama Mahasiswa : Alvian Widodo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410415083

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Januari 2022

Jakarta, 01 Februari 2022

MENYETUJUI,

Pembimbing I

Pembimbing II


Ratna Puspita, S.Sos, M.Si
NIDN.0329088305


Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0302069106

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Kegiatan Komunikasi Pemasaran Sales PT
Asian Paints untuk Membangun Posisi
Merek (Studi Kualitatif Deskriptif
Kegiatan Penjualan Personal Sales PT
Asian Paints)

Nama Mahasiswa : Alvian Widodo

Nomor Pokok Mahasiswa : 201410415083

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 18 Januari 2022

Jakarta, 01 Februari 2022

MENGESAHKAN,

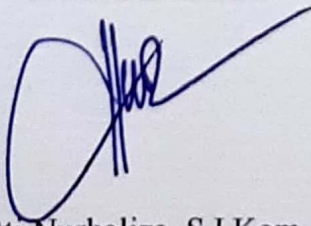
Ketua Tim Penguji : Dr. Ari Sulistyanto, S.Sos., M.I.Kom
NIDN.0303077002

Penguji I : Ratna Puspita, S.Sos., M.si
NIDN.0329088305

Penguji II : Imaddudin, M.I.Kom
NIDN.0310068902

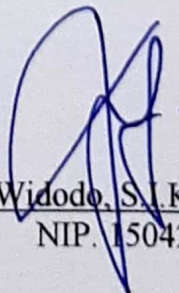
MENGETAHUI,

Ketua Progam Studi
Ilmu Komunikasi



Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 1904409

Dekan Fakultas
Ilmu Komunikasi



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

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul Kegiatan Komunikasi Pemasaran Sales PT Asian Paints untuk Membangun Posisi Merek (Studi Kualitatif Deskriptif Kegiatan Penjualan Personal Sales PT Asian Paints).

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

Apabila kemudian hari ditemukan 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 di foto copy melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya member izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui Internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Februari 2022

Yang bersangkutan



Alvian Widodo

201410415083

ABSTRAK

Alvian Widodo Hutagaol. 201410415083 Kegiatan Komunikasi Pemasaran Sales PT Asian Paints untuk Membangun Posisi Merek (Studi Kualitatif Deskriptif Kegiatan Penjualan Personal Sales PT Asian Paints).

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan bagaimana proses komunikasi *personal selling* yang dilakukan *sales* di PT Asian paints dalam membangun merek. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data utama penelitian ini didapatkan melalui wawancara yang difokuskan kepada *sales* PT Asian Paints dan observasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi pemasaran di PT Asian Paints melibatkan pelaku komunikasi, material komunikasi, dan proses komunikasi yang dilakukan *sales* agar merek dapat semakin dikenal masyarakat. Pelaku komunikasi yang merupakan *sales* memiliki peran penting dalam memperkenalkan *brand*. Oleh sebab itu perlu adanya persiapan yang dilakukan *sales* mulai dari penampilan, pesan yang disampaikan hingga media yang digunakan. Namun tidak hanya itu saja pendekatan personal pun perlu dilakukan tujuannya agar dapat mengetahui kebutuhan customer. Melalui pendekatan ini *sales* dapat mengetahui apakah produk yang ditawarkan perusahaan dapat bersaing dengan produk kompetitor. Kesimpulan dari penelitian ini bahwa PT Asian paints menggunakan bentuk *personal selling* agar mudah menarik konsumen untuk mengenal merek dan menggunakan produk yang ditawarkan. Melalui persiapan yang matang dan media yang digunakan.

Kata Kunci: Komunikasi pemasaran, *personal selling*, *brand positioning*, *brand*, *sales*.

ABSTRACT

Alvian Widodo Hutagaol. 201410415083 *PT Asian Paints Sales Marketing Communication Activities to Build Brand Position (Descriptive Qualitative Study of PT Asian Paints Personal Sales Activities)*.

This study aims to determine and describe how the personal selling a communication process carried out by sales at PT Asian Paints in building a brand. This study uses a descriptive approach. The main data of this study were obtained through interviews addressed to PT Asian Paints sales and observations. The results of this study indicate that marketing communication at PT Asian Paints involves communication actors, material communication, and communication processes that are carried out so that the brand can be known by the public. Communicators who are sales having an important role in introducing the brand. Therefore, it is necessary to prepare sales, starting from the appearance, the message conveyed to the media used. But that's not all, a personal approach that needs to be taken in order to know customer needs. Through this sales approach, you can find out whether the products offered by the company can compete with competitors' products. The conclusion of this study is that a pt Asian Paints use a form of personal selling to easily attracts consumers to get to know the brand and use the products offered. Through a careful preparation and the media used.

Keywords: *Marketing communication, personal selling, brand positioning, brand, sales.*



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan Judul Kegiatan Komunikasi Pemasaran Sales PT Asian Paints untuk Membangun Posisi Merek (Studi Kualitatif Deskriptif Kegiatan Penjualan Personal Sales PT Asian Paints) dengan tepat waktu.

Kemudian pada kesempatan ini, peneliti ingin menghantarkan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang senantiasa memiliki andil dalam proses penyelesaian Skripsi ini:

1. Bapak Irjen. Pol (Pum) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu.
4. Ibu Ratna Puspita, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu dan memberikan ilmunya dalam membimbing peneliti.
5. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu dan memberikan ilmunya dalam membimbing peneliti.
6. Kedua orangtua peneliti yang selalu mendoakan, dukungan, serta kasih sayang kepada peneliti dalam setiap langkah yang peneliti lalui.
7. PT Asian Paint tempat peneliti bekerja yang sekaligus mendukung dan mensupport dalam melakukan penelitian.
8. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2014 yang telah memberi dukungan satu sama lain.

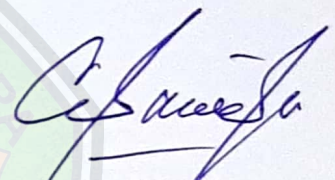
Peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, peneliti memohon maaf apabila terdapat kesalahan dalam penggunaan

bahasa yang kurang baku dalam skripsi ini. Maka dengan itu untuk memperbaiki skripsi ini, kiranya para pembaca dapat memberikan saran sehingga skripsi ini dapat lebih sempurna lagi.

Akhirnya, peneliti berharap agar skripsi ini dapat dilanjutkan proses penelitiannya sampai dengan tahap selesai. Peneliti pun berharap agar proposal skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca serta bagi siapa saja yang memerlukannya di masa yang akan datang.

Jakarta, 01 Februari 2022

Hormat saya,



Alvian Widodo

201410415083



DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian	7
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Kegunaan Penelitian	7
1.5.1 Kegunaan Teoritis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Kerangka Konsep	11
2.2.1 Pengertian Komunikasi	11
2.2.2 Komunikasi Pemasaran (Marketing Communication)....	12
2.2.3 Branding	15
2.2.4 Brand Positioning	17
2.3 Kerangka Pemikiran	21

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Metode Penelitian.....	23
3.3 Subyek Penelitian.....	23
3.4. Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5 Teknik Analisis Data.....	26
3.6 Teknik Keabsahan Data	28
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian	28
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1. 4.1 Gambaran Umum PT Asian Paints	29
4.2 Hasil Penelitian	30
4.2.1 Data Informan	30
4.2.2 Alur Kerja Sales	31
4.2.3 Temuan Data	33
4.3 Pembahasan	38
BAB V PENUTUP	41
5.1 Kesimpulan	41
5.2 Saran	41

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Daftar Sales Yang Melakukan Kegiatan Personal Selling.....	24



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1.1 Logo Asian Paint.....	2
Gambar 1.2 Iklan Asian Paints.....	2
Gambar 1.3 Iklan Asian Paints.....	3
Gambar 1.4 Penjualan Asian Paints	3
Gambar 3.1 Model Interaktif Teknik Analisis Data.....	28



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran.....	21



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN I : Biodata Mahasiswa

LAMPIRAN II : Surat Keterangan Penelitian

LAMPIRAN III : Transkrip Wawancara

LAMPIRAN IV : Kartu Bimbingan

LAMPIRAN V : Form Perbaikan Skripsi

