

**PERAN KOMUNIKASI ANTARPRIBADI
PERSONAL SELLING DALAM MEMASARKAN
PRODUK DAN JASA LAYANAN INTERNET & TV
CABLE SERTA PELAYANAN INFORMASI YANG
DIBERIKAN OLEH MYREPUBLIC**

SKRIPSI

**Oleh:
Nurwinda
201210415033**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2016**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Peran Komunikasi Antarpribadi *Personal Selling* dalam Memasarkan Produk dan Jasa Layanan Internet & TV Cable Serta Pelayanan Informasi Yang Diberikan oleh MyRepublic

Nama Mahasiswa : NURWINDA
Nomor Pokok Mahasiswa : 201210415033
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi



Pembimbing I

Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom
NIP 041310016

Pembimbing II

Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom
NIP.041310015

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Peran Komunikasi Antarpribadi *Personal Selling* dalam Memasarkan Produk dan Jasa Layanan Internet & TV Cable Serta Pelayanan Informasi Yang Diberikan oleh MyRepublic

Nama Mahasiswa : NURWINDA
Nomor Pokok Mahasiswa : 201210415033
Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Bekasi, 11 Agustus 2016

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom
NIP.041310016

Penguji I : Era Rizky Putri, S.Sos, M.Si
NIP.041303027

Penguji II : Tabrani Siafrizal, S.Sos, M.I.Kom
NIP.041310015

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Nurul Fauziah, S.Sos, M.I.Kom

NIP. 1602244

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

NIP.041507025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi/ tesis* yang berjudul Peran Komunikasi Antarpribadi *Personal Selling* dalam Memasarkan Produk dan Jasa Layanan Internet & TV Cable Serta Pelayanan Informasi yang Diberikan oleh MyRepublic 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 di 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 difoto copy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

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

Bekasi, 17 Agustus 2016
Yang membuat pernyataan,



NURWINDA
201210415033

ABSTRAK

Nurwinda, 201210415033. Skripsi ini berjudul Peran Komunikasi Antarpribadi *Personal Selling* Dalam Memasarkan Produk dan Jasa layanan Internet & TV Cable Serta Pelayanan Informasi yang diberikan oleh MyRepublic Komunikasi antarpribadi *personal selling* yang dipasarkan *sales promotion* kepada pelanggan dengan tahapan awal *opening* (Perkenalan) membangun kepercayaan sehingga memunculkan rasa nyaman, selanjutnya masuk kedalam *probing* yaitu menggali dan mendapatkan informasi kebutuhan calon pelanggan), *sales promotion* memberikan tujuan kepada calon pelanggan dengan memberikan gambaran tentang keuntungan yang akan diterima oleh pelanggan dengan demikian alasan pelanggan ingin berlangganan MyRepublic dalam faktor manfaat Adanya kebutuhan, serta memiliki nilai dan budaya yang mengakar pada peningkatan kualitas masyarakat dimanapun MyRepublic menyediakan layanannya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Adapun informan dari penelitian ini adalah *Sales Promotion* dan pelanggan MyRepublic. Teknik pengumpulan data meliputi wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisa data yang digunakan pengumpulan data, reduksi data, display data, verifikasi dan menarik kesimpulan. Kemudian teknik keabsahan data yang dipakai menggunakan triangulasi metode. Hasil menunjukkan bahwa proses komunikasi yang terjadi pada *Sales Promotion* meliputi sumber komunikator, pesan, cara penyampaian, dan efek.

Kata kunci : Komunikasi Antarpribadi, *Personal Selling*, Pelayanan

ABSTRACT

Nurwinda, 201210415033. The role of communication antarpribadi personal selling in marketing products and services internet service & tv cable and services information provided by MyRepublic communication antarpribadi personal selling who marketed sales promotion to customers by initial phase opening of (the contact between) build confidence so that gave rise to think comfortable, next into probing namely digging in and getting information needs prospective customers), sales promotion gives purpose to potential customers with give a description of profits that they will receive by the subscribers thus reason customers would like to subscribe myrepublic in factors the benefits of the needs, and has a value and cultural rooted on improving the quality of the community anywhere myrepublic provide services. This research in a qualitative descriptive with the approach. There is informan from research is sales promotion and customers myrepublic. Engineering data collection covering interview, observation and documentation. Data analysis techniques used data collection, reduction data, display data, verification and draw conclusions. Then the validity of data techniques used using triangulation method. The results show that communication process that occurs in sales promotion includes a source of communicator, message, in a delivery, and effects.

Keywords: Communication Antarpribadi, Personal Selling, Service



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Alhamdulillahirabbil 'alamin, wash-shalaatu wassalaamu 'ala asyrafil anbiyaa wal mursaliin, wa 'alaa aalihii washahbihiwasallam.Waba 'du.

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. Yang telah melimpahkan karunia-nya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Peran Komunikasi Antarpribadi *Personal Selling* Dalam Memasarkan Produk dan Jasa Layanan Internet & Tv Cable Serta Pelayanan Informasi Yang Diberikan oleh MyRepublic**”.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang dialami penulis, baik dalam segi isi, penulis maupun kata-katanya yang tidak tersusun secara baik, namun berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak akhirnya laporan skripsi ini dapat diselesaikan.

Dengan hati yang tulus dan ikhlas, penulis ingin menyampaikan rasa syukur dan terima kasih serta penghargaan yang tak terhingga sedalam-dalamnya kepada;

1. Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin, Tiada kata yang indah yang diucapkan oleh seorang hamba selain rasa syukur kepada Allah SWT;
2. Mamaku surga milik aku dengan nama mama tercinta Eni Nurbaini yang telah *mensupport* dan selalu mendoakan dalam menyelesaikan skripsi ini;
3. Papaku tercinta Alm Suryadi yang sudah berada di Surga Allah yang selalu saya ingat selalu dan selamanya untuk membuat saya semangat menjalankan kuliah serta dalam mengerjakan skripsi ini;
4. Kakak saya Nurwiwin dan Nurwindu yang selalu memberikan nasehat dalam mengerjakan skripsi ini;
5. Bapak Drs. Irjen Pol Bambang Karsono, S.H MM, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
6. Ibu Diah Ayu Permatasari, ST, S IP, M IR, selaku Dekan Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
7. Bapak Aan Widodo, S. I. Kom, M. I. Kom, Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Program Studi Ilmu komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
8. Ibu Nurul Fauziah, S.Sos,M.I.Kom Kaprodi Program Studi Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya;
9. Ibu Hani Astuti S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pemimbing I yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi ini;

10. Bapak Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing II yang telah membimbing penulis dalam memperbaiki penulisan dalam skripsi ini;
11. MyRepublic Indonesia yang sudah mendukung penuh dalam berjalannya bekerja sambil berkuliah dan sampai dimana melakukan penelitian di MyRepublic juga dengan memberikan materi maupun kebutuhan saat melakukan penelitian di MyRepubli;
12. Terakhir untuk teman teman seperjuangan saya fikom 2012 yang sama sama berjuang penuh sampai dititik akhir ini dan seorang pria yang ada di hati saya Dwi Ari L yang sudah menjadi pacar, sahabat, teman yang yang tidak ada henti hentinya *mensupport* penuh dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengucapkan Alhamdulillah, semoga Allah SWT selalu menyertai langkah penulis.



Bekasi, 17 Agustus 2016
Penulis,

Nurwinda

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR BAGAN	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Fokus Penelitian	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kegunaan Penelitian	7
1.5.1. Kegunaan Teoritis	8
1.5.2. Kegunaan Praktis	8
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Pengertian dan Proses Komunikasi	11
2.1.1. Pengertian Komunikasi	11
2.1.2. Proses Komunikasi	13
2.2. Fungsi Komunikasi	13
2.3. Komunikasi Antarpribadi	14
2.3.1. Pengertian Komunikasi Antarpribadi	14
2.4. Model Komunikasi	15
2.5. Tahap-tahap Komunikasi Antarpribadi	17
2.6. <i>Coordinated Management of Meaning (Pearce & Cronan)</i>	18
2.7. Pengertian <i>Personal Selling</i>	19
2.8. Tahapan <i>Personal Selling</i>	20
2.9. Pengertian Pemasaran	21
2.9.1. Pemasaran Yang Efektif	22

2.10. Pelayanan Informasi Prima	23
2.11. Pengertian Produk dan Jasa	25
2.12. MyRepublic Indonesia	26
2.13. Kerangka Pemikiran	26

BAB III METODELOGI

3.1. Pendekatan Penelitian	30
3.2. Jenis Penelitian	30
3.3. Metode Penelitian	31
3.4. Informan dan Key Informan	32
3.5. Jenis Sumber Data	33
3.6. Teknik Pengumpulan Data	33
3.7. Keabsahan Data	34
3.8. Analisis Data	35

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian	37
4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan dan Lokasi Perusahaan	37
4.1.2. Visi dan Misi Perusahaan	39
4.1.3. Logo Perusahaan	39
4.1.4. Struktur Organisasi Perusahaan	40
4.1.5. Informasi Produk dan Harga Paket MyRepublic	41
4.1.6. Kegiatan Komunikasi Antarpribadi <i>Personal Selling</i> Serta pelayanan informasi MyRepublic	43
4.1.7. Deskripsi Informan dan Key Informan	49
4.2. Pembahasan	51
4.2.1. Peran Komunikasi Antarpribadi <i>Personal Selling</i> MyRepublic	51
4.2.2. Pelayanan Informasi Yang Diberikan MyRepublic ..	57

BAB V KESIMPULAN dan SARAN

5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	62

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Komunikasi	15
Gambar 4.1 Logo MyRepublic Indonesia	39
Gambar 4.4 Harga Paket MyRepublic	42



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1. Kerangka Pemikiran	27
<i>Bagan 4.1 Struktur Departmen Sales MyRepublic Bekasi</i>	<i>40</i>
<i>Bagan 4.2 Struktur Departemen Operation MyRepublic Bekasi</i>	<i>41</i>



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Wawancara Informan dan Key Informan

Lampiran Lokasi Penelitian Penulis

Lampiran *Event / Booth* MyRepublic

Lampiran Profile Key Informan NIK D1010149 Arther Berlit Panuw

Lampiran *Profile* Informan pertama Trifki Id MyRepublic C11126xx

Lampiran *Profile* Informan kedua Belleputriana Id MyRepublic C11124xx

Lampiran Pelayanan Informasi MyRepublic

Daftar Riwayat Hidup Penulis

