

**PROSES PENGOLAHAN PESAN PERSUASI DAN EFEK PERUBAHAN
SIKAP PADA KONSUMEN RAMAYANA DEPARTMENT STORE
YOGYAKARTA**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)**

Disusun oleh :

REGINA BELLANANDRA

11 090 4336 / Kom

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2016

HALAMAN JUDUL

PROSES PENGOLAHAN PESAN PERSUASI DAN EFEK PERUBAHAN
SIKAP PADA KONSUMEN RAMAYANA DEPARTMENT STORE
YOGYAKARTA



SKRIPSI

**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I. Kom)**

Disusun oleh :

REGINA BELLANANDRA

11 090 4336 / Kom

**PROGRAM ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2016

HALAMAN PERSETUJUAN
PROSES PENGOLAHAN PESAN PERSUASI DAN EFEK PERUBAHAN
SIKAP PADA KONSUMEN RAMAYANA DEPARTMENT STORE
YOGYAKARTA

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
S.I. Kom pada Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

REGINA BELLANANDRA

11 09 04336 / Kom

Disetujui Oleh:



Dr. Phil. Yudi Perbawarningsih, M.Si.

Dosen Pembimbing

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2016

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Proses Pengolahan Pesan Persuasi dan Efek Perubahan Sikap Pada Konsumen Ramayana Department Store Yogyakarta

Penyusun : Regina Bellanandra

NIM : 11 09 04336

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Senin, 1 Februari 2016

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran Lt. 1

TIM PENGUJI,

Dr. Phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Penguji Utama

Drs. Setio Budi HH, M.Si.

Penguji I

Nobertus Ribut Santoso, MA.

Penguji II

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Regina Bellanandra

NPM : 11 09 04336

Judul Karya : Proses Pengolahan Pesan Persuasi dan Efek Perubahan Sikap
Pada Konsumen Ramayana Department Store Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya tulis tugas akhir ini benar-benar saya kerjakan sendiri. Karya tulis ini bukan merupakan plagiasi, pencurian hasil maupun ide dari karya orang lain, hasil kerja orang lain untuk kepentingan saya karena hubungan material maupun non material, ataupun segala kemungkinan lain yang pada dasarnya bukan merupakan karya tulis akhir saya yang otentik.

Bila dikemudian hari diduga terdapat ketidaksesuaian fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia diproses oleh tim fakultas untuk melakukan verifikasi, dan dijatuhi sanksi terberat berupa pembatalan kelulusan dan gelar sarjana. Pernyataan ini saya buat dengan kesadaran sendiri dan tidak berdasarkan tekanan atau paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik di institusi ini.

Yogyakarta, 22 Februari 2016

Saya yang menyatakan

A green 6000 Rupiah Indonesian postage stamp is placed over the signature. The stamp features the text 'POS INDONESIA', '6000', and '6000 RUPIAH'. It also includes a serial number 'E2863ADF8C0A33294' and a small floral emblem.

Regina Bellanandra

ABSTRAKSI

PROSES PENGOLAHAN PESAN PERSUASI DAN EFEK PERUBAHAN SIKAP PADA KONSUMEN RAMAYANA DEPARTMENT STORE YOGYAKARTA

Penelitian ini ingin melihat bagaimana proses pengolahan pesan persuasi dan efek perubahan sikap kepada konsumen Ramayana Department Store Yogyakarta dengan menggunakan landasan teori *Elaboration Likelihood Model* yang dikembangkan Richard E Petty dan John T Cacioppo yang di dalamnya terdapat dua jalur pengolahan pesan persuasi yang dapat mengubah sikap seseorang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan metode penelitian fenomenologi. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data yakni teknik wawancara atau *interview* secara *on the spot* dengan subjek penelitian ialah sepuluh konsumen Ramayana Department Store Yogyakarta yang di pilih secara acak ketika kegiatan perbelanjaan konsumen sedang berlangsung.

Hasil penelitian ini menunjukkan sepuluh konsumen menggunakan kedua jalur pengolahan pesan persuasi yang diberikan *Team Service* Ramayana yakni jalur central dan jalur peripheral. Jalur pengolahan peripheral muncul ditandai dengan ketertarikan para informan terhadap penampilan interpersonal atau cara penyampaian pesan persuasi *Team Service*, sedangkan jalur central muncul ketika informan melibatkan pemikiran kritis mereka untuk melakukan banyak pertimbangan sebelum merubah sikap mereka. Dari kedua penggunaan jalur pengolahan pesan persuasi muncul perubahan sikap yang melibatkan respon kognitif dan afektif ditiap individu konsumen. Perubahan sikap tersebut membuat konsumen tertarik terhadap pesan persuasi hingga percaya terhadap pesan persuasi yang diberikan.

Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa jalur peripheral merupakan jalur pengolahan pesan persuasi yang dominan digunakan oleh kesepuluh konsumen dalam mengubah sikap mereka menjadi tertarik dan percaya terhadap pesan persuasi yang diberikan oleh *Team Service* Ramayana department store Yogyakarta.

Keyword : proses pengolahan pesan, persuasi, efek perubahan sikap

HALAMAN PERSEMBAHAN

Karya tulis ini saya persembahkan untuk Tuhan Yesus Kristus atas berkat-Nya yang sungguh luar biasa.

untuk keluarga, diri saya sendiri, dan seluruh rintangan yang berhasil saya lalui dengan tangis, tawa, kesal, marah, dan bahagia selama proses penulisan skripsi ini.

Stop now for one minute. Say a silent prayer of thanks
for you life. Pain will pass, Joy will remain.

-Paulo Coelho-

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang senantiasa menyertai penulis di setiap proses dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Proses Pengolahan Pesan Persuasi dan Efek Perubahan Sikap Pada Konsumen Ramayana Department Store Yogyakarta”. Pada kesempatan ini penulis juga ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada :

1. Tuhan Yesus Kristus, atas Rahmat-Mu yang senantiasa menyertai penulis dalam proses penulisan skripsi hingga selesai.
2. Bapak Eko Prabowo, Ibu Yohana Heny Triana, Andro Prabowo dan Andre Prabowo yang selalu memberikan dukungan materil maupun non materil kepada penulis selama proses penulisan skripsi.
3. Ibu Yudi Perbawaningsih, selaku dosen pembimbing penulis yang selalu memberikan dukungan dan masukan selama proses penulisan skripsi.
4. Pihak Ramayana Department Store Yogyakarta, selaku objek penelitian penulis. Terima kasih atas kesediaannya untuk memperbolehkan penulis melakukan penelitian skripsi serta dalam proses pencarian dan pengambilan data dengan konsumen.
5. Bapak Bayu, selaku tim *Marketing Support* dari Ramayana Department Store Yogyakarta, yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis dalam proses pengambilan data dengan konsumen, serta menjadi jembatan komunikasi dari pihak penulis kepada Ramayana department store.
6. Para *Team Service* Ramayana dan Konsumen yang bersedia membantu penulis dalam meluangkan waktunya untuk menjadi narasumber dalam penulisan skripsi.
7. Cinta Majezta dan Patresia Pivitha, sahabat yang tidak pernah bosan memberikan semangat kepada penulis dalam bentuk apapun. Terima kasih sudah menjadi sahabat yang pengertian.
8. Teman teman NGOCOL!.(Arno, Nandi, Centel, Dina, Leta, Siphi, Lola, Tika, Rachel, Noe, Hanizar, Bona) Terima kasih atas dukungan disetiap

cerita yang kita lalui dari awal masuk kuliah sampai kita mengakhiri masa akademik kita masing-masing. Keep in touch guys, mi amore.

9. Hendro Agung, dan teman teman fisip lain yang selalu memberikan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan laporan skripsi.
10. Albertus Guntur Wurpratomo, terima kasih sudah menjadi penyemangat penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Xoxo

Yogyakarta, 22 Februari 2016

Regina Bellanandra

DAFTAR ISI

Halaman Judul	i
Halaman Persetujuan	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian	iv
Abstraksi	v
Halaman Persembahan	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	ix
Daftar Bagan	xi
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii

BAB 1 PENDAHULUAN

A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	7
D. Manfaat Penelitian	7
E. Kerangka Teori	8
F. Kerangka Konsep	20
G. Metodologi Penelitian	25

BAB II DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

A. Sejarah Ramayana Department Store.....	32
B. Visi dan Misi Perusahaan	36
C. Logo Perusahaan	37
D. Struktur Perusahaan	38
E. Bentuk Bentuk Persuasi Ramayana Department Store	39

BAB III HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS

A. Temuan Data	43
1. Proses Pengolahan Pesan Persuasi Konsumen	43
a. Pesan Persuasi	44

1. Isi Pesan Persuasi	44
2. Bukti Pendukung dalam Pesan Persuasi	47
b. Komunikator (<i>Persuader</i>)	49
c. Ketersediaan Waktu untuk Mendengarkan Persuasi	53
2. Efek Perubahan Sikap	56
B. Analisis Data	63
a. Proses Pengolahan Pesan Persuasi	63
b. Efek Perubahan Sikap	79
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	86
B. Saran	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN	

DAFTAR BAGAN

Bagan 1.1 <i>Elaboration Likelihood Model</i>	19
Bagan 1.2 Struktur Organisasi Ramayana Dept. Store Yogyakarta	38
Bagan 1.3 Proses Pengolahan Pesan Persuasi Jalur Peripheral.....	65
Bagan 1.4 Proses Pengolahan Pesan Persuasi Jalur Central.....	77



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Logo PT. Ramayana Dept. Store	37
Gambar 2.2	<i>Team Service</i> sedang melakukan promosi	40
Gambar 2.3	Atribut POP Ramayana Dept. Store	41



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran No. 1	Pedoman Wawancara
Lampiran No. 2	Transkrip Wawancara Informan 1
Lampiran No. 3	Transkrip Wawancara Informan 2
Lampiran No. 4	Transkrip Wawancara Informan 3
Lampiran No. 5	Transkrip Wawancara Informan 4
Lampiran No. 6	Transkrip Wawancara Informan 5
Lampiran No. 7	Transkrip Wawancara Informan 6
Lampiran No. 8	Transkrip Wawancara Informan 7
Lampiran No. 9	Transkrip Wawancara Informan 8
Lampiran No. 10	Transkrip Wawancara Informan 9
Lampiran No. 11	Transkrip Wawancara Informan 10
Lampiran No. 12	Foto-Foto Dokumentasi Penelitian