

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL TELEMARKETING MULTIGUNA
OFFICER (TMO CYCLE 2) DI DIGITAL OPERATION CENTER ASTRA
CREDIT COMPANIES (ACC) DALAM MENGHADAPI GANGGUAN
KOMUNIKASI DENGAN KONSUMEN**



SKRIPSI

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

Oleh:

ESTER ROOSTANTI MARTHANINGAYU

180906689

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

2023

HALAMAN PERSETUJUAN

KOMUNIKASI INTERPERSONAL TELEMARKETING MULTIGUNA OFFICER (TMO
CYCLE 2) DI DIGITAL OPERATION CENTER ASTRA CREDIT COMPANIES (ACC)
DALAM MENGHADAPI GANGGUAN KOMUNIKASI DENGAN KONSUMEN

SKRIPSI

Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir Untuk Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

disusun oleh :

ESTER ROOSTANTI MARTHANINGAYU

180906689

disetujui oleh :



Dr. G. Arum Yudarwati, SIP., M.Mktg. Comm.

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Komunikasi Interpersonal Telemarketing Multiguna Officer (TMO Cycle 2) Di
Digital Operation Center Astra Credit Companies (ACC) Dalam Menghadapi
Gangguan Komunikasi Dengan Konsumen

Penyusun : Ester Roostanti Marthaningayu

NPM : 180906689

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Selasa / 27 Juni 2023

Pukul : 11.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran 1 Kampus 4 Universitas Atma Jaya Yogyakarta

TIM PENGUJI

Dr. G. Arum Yudarwati, SIP., M.Mktg. Comm.

Penguji Utama



.....

Dr. Phil. Y. Bambang Wiratmojo, M.A.

Penguji I




.....

Meganusa Prayudi Ludvianto, S.I.P, M.Commun.

Penguji II



.....



.....

Rangabumi Nuswantoro, S.Sos., M.A.

Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ester Roostanti Marthaningayu

NPM : 180906689

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Komunikasi Interpersonal Telemarketing Multiguna Officer (TMO Cycle 2) di Digital Operation Center Astra Credit Companies (ACC) dalam Menghadapi Tantangan Komunikasi dengan Konsumen.

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya secara mandiri yang sifatnya orisinal. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, hasil kerja orang lain, duplikasi maupun pencurian hasil karya orang lain.

Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim Fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi dengan sanksi terberat berupa pencabutan keserjanaan saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran sendiri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun demi menegakkan integritas akademik.

Yogyakarta, 15 Juni 2023

Saya yang menyatakan,



Ester Roostanti Marthaningayu

HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji Syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan rahmat-Nya karena peneliti telah berhasil menyelesaikan tanggung jawab skripsi dengan baik dan lancar. Dalam hal ini, peneliti juga mendapat dukungan dan semangat dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Gregoria Arum Yudarwati, SIP., M.Mktg. Comm, selaku dosen pembimbing yang selalu tulus membantu dalam memberikan bimbingan, arahan, serta dukungan bagi peneliti selama proses penyusunan skripsi tahap demi tahap.
2. Pihak TL, TMO Cycle 2, dan ACC DOC yang telah menerima peneliti untuk dapat melakukan penelitian dan membantu peneliti mendapatkan data yang dibutuhkan dalam setiap proses penelitian.
3. Papi Marth, Mami Rus, Mas Andreas Bambang dan Mbak Maria Ayu selaku keluarga peneliti yang sangat membantu dan mendukung secara finansial maupun mental dalam setiap proses penyusunan skripsi.
4. Stefany Cindy, Chatarina Nilla, Kesia Evy, Amai Hendrawan, Betrik Darma, Hillary Rosa, Kezia, Dinna Ayu, Yonathan Lugas, Michael Bayu, Tata Setiawan, Brian Bagas, Cyrillus Raka, dan teman-teman lainnya yang selalu setia menjadi tempat untuk bercerita dan memberikan semangat dalam menyelesaikan penelitian ini.
5. Seluruh Dosen dan Karyawan FISIP UAJY yang telah membimbing mulai dari awal perkuliahan hingga akhir perkuliahan.

Akhir kata, peneliti berharap penelitian ini dapat memberi memberi manfaat dan menambah pengetahuan bagi pembacanya dan TMO Cycle 2 yang menjadi objek penelitian, meskipun peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam penelitian ini, sehingga peneliti terbuka untuk menerima adanya kritik dan saran.

Yogyakarta, 12 Juni 2023

KATA PENGANTAR

Skripsi yang berjudul **Komunikasi Interpersonal Telemarketing Multiguna Officer (TMO Cycle 2) Di Digital Operation Center Astra Credit Companies (ACC) Dalam Menghadapi Gangguan Komunikasi Dengan Konsumen**, merupakan sebuah penelitian yang ditujukan sebagai syarat untuk dapat memperoleh gelar S1 (Strata Satu) Jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Skripsi ini melakukan penelitian tentang komunikasi interpersonal dari TMO Cycle 2 dalam menghadapi gangguan komunikasi dengan konsumen. Pada penelitian ini akan membahas tentang tahapan komunikasi interpersonal, gangguan komunikasi, dan komunikasi interpersonal dari TMO Cycle 2 sebagai telemarketer saat menghadapi konsumen.

Akhir kata, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah terlibat dalam proses penyusunan dan penulisan skripsi ini dan peneliti berharap penelitian ini nantinya dapat memberikan wawasan bagi para pembaca.

Yogyakarta, 12 Juni 2023



Ester Roostanti Marthaningayu

ESTER ROOSTANTI

No. Mhs: 180906689 / KOM

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL TELEMARKETING
MULTIGUNA OFFICER (TMO CYCLE 2) DI DIGITAL OPERATION
CENTER ASTRA CREDIT COMPANIES (ACC) DALAM MENGHADAPI
GANGGUAN KOMUNIKASI DENGAN KONSUMEN**

ABSTRAK

Penelitian ini memiliki fokus pada komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh TMO Cycle 2 ACC DOC sebagai telemarketer dalam menghadapi gangguan komunikasi dengan konsumen. Penelitian ini memiliki tiga tujuan, yaitu pertama mendeskripsikan tahapan komunikasi interpersonal antara TMO Cycle 2 dan konsumen. Kedua, mengidentifikasi gangguan komunikasi yang dialami oleh TMO Cycle 2 di ACC DOC saat menawarkan produk melalui telepon kepada konsumen. Ketiga, mengetahui komunikasi interpersonal yang digunakan oleh TMO Cycle 2 di ACC DOC dalam menghadapi gangguan komunikasi dengan konsumen. Jenis penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode studi kasus dengan enam narasumber TMO Cycle 2. Hasil dari penelitian yang dilakukan adalah tahapan komunikasi interpersonal terbagi menjadi tiga tahap, yaitu tahap awal, tahap inti, dan tahap akhir. Pada tahapan komunikasi interpersonal terdapat gangguan komunikasi yang muncul, yaitu gangguan komunikasi internal, eksternal, dan campuran. Dalam menghadapi gangguan komunikasi tersebut, TMO Cycle 2 menerapkan komunikasi interpersonal yang berkaitan dengan etika komunikasi, sikap positif telemarketer, keterampilan berbicara, dan menerapkan fungsi *personal selling*. Namun demikian, berdasarkan hasil temuan data maka penelitian ini lebih merujuk pada penerapan komunikasi persuasi dalam menghadapi gangguan komunikasi. Komunikasi persuasi dilakukan dengan prinsip membujuk demi kepentingan dan membujuk untuk pemenuhan kebutuhan. Konsep persuasi juga dilakukan dengan teknik ganjaran dan pendekatan konsep AIDDA.

Kata kunci: Telemarketing, Gangguan Komunikasi, Komunikasi Interpersonal.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
KATA PENGANTAR	vi
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR BAGAN	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1. LATAR BELAKANG.....	1
2. RUMUSAN MASALAH	6
3. TUJUAN PENELITIAN	7
4. MANFAAT PENELITIAN	7
5. KERANGKA TEORI.....	8
6. KERANGKA KONSEP	25

7. METODOLOGI PENELITIAN	30
7. 1. Tipe Penelitian	30
7. 2. Metode Penelitian	30
7. 3. Subjek dan Objek Penelitian	32
7. 4. Lokasi Penelitian.....	33
7. 5. Metode Pengumpulan Data.....	34
7. 6. Teknik Uji Validitas Data	35
7. 7. Teknik Analisis Data.....	36
BAB II DESKRIPSI OBJEK DAN WILAYAH PENELITIAN.....	39
1. ASTRA CREDIT COMPANIES	39
2. DIGITAL OPERATION CENTER.....	41
3. TMO CYCLE 2	43
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	46
1. Hasil Temuan Data	47
1. 1. Profil Narasumber	47
Pada penelitian ini, peneliti melibatkan enam narasumber yang merupakan TMO Cycle 2 di ACC DOC.....	47
1. 2. Tahapan Komunikasi Interpersonal antara TMO Cycle 2 dengan Konsumen	56
1. 3. Gangguan dan Komunikasi Interpersonal yang Digunakan untuk Menghadapi Gangguan Komunikasi.....	82
1.3. 1. Gangguan Komunikasi TMO Cycle 2.....	82

2. Analisis Temuan Data	98
2. 1. Tahapan Komunikasi Interpersonal antara TMO Cycle 2 dan Konsumen	98
2. 2. Gangguan Komunikasi TMO Cycle 2 di ACC DOC Saat Menawarkan Produk Melalui Telepon kepada Konsumen.....	105
2. 3. Komunikasi Interpersonal TMO Cycle 2 dalam Menghadapi Gangguan Komunikasi dengan Konsumen.....	114
2. 4. Komunikasi Persuasi dalam Hubungan Interpersonal TMO Cycle 2 dengan Konsumen.....	123
BAB IV PENUTUP	129
1. Kesimpulan.....	129
2. Saran.....	132
DAFTAR PUSTAKA	133
LAMPIRAN	138
1. PEDOMAN WAWANCARA.....	138
2. TRANSKRIP WAWANCARA	141

DAFTAR BAGAN

Bagan 1 Kerangka Konsep	29
Bagan 2 Struktur TMO Cycle 2	45
Bagan 3 Skema Tahapan Komunikasi Interpersonal TMO Cycle 2	81
Bagan 4 Skema Tahapan Komunikasi Interpersonal dan Gangguan Komunikasi TMO Cycle 2.....	92
Bagan 5 Skema Gangguan Komunikasi dan Komunikasi Interpersonal TMO Cycle 2.....	97



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Profil Narasumber	53
---------------------------------	----

