

**AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN *FRONTLINER* PEGADAIAN
UNIT PELAYANAN CABANG (UPC) PALAGAN YOGYAKARTA**



SKRIPSI

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

Oleh:

MARIA MAGNIFICATIA.S

190907066/KOM

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA
2023**

HALAMAN PERSETUJUAN

Al

HALAMAN PERSETUJUAN

AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN *FRONTLINER* PEGADAIAN UNIT PEMBANTU
(UPC) CABANG PALAGAN YOGYAKARTA

SKRIPSI


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

disusun oleh :

MARIA MAGNIFICATIA.S

190907066

disetujui oleh :


Pupung Arifin, S.Sos., M.Si.

Dosen Pembimbing

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

2023

HALAMAN PENGESAHAN

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN *FRONTLINER* PEGADAIAN
UNIT PELAYANAN CABANG (UPC) PALAGAN YOGYAKARTA

Penyusun : Maria Magnificatia Siregar
NPM : 190907066

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada

Hari / Tanggal : Jumat, 7 Juli 2023

Pukul : 10.00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran II FISIP UAJY

TIM PENGUJI

Drs. Josep J. Darmawan, MA.

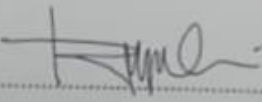
Penguji Utama.

Pupung Arifin, S. Sos, M.Si

Penguji I

Olivia Lewi Pramesti, S.Sos, M.A

Penguji II


Ranggabumi Nuswantoro, MA.
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maria Magnificatia Siregar

NPM : 190907066

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Penerapan Komunikasi Persuasif Dalam Penawaran Produk PT Pegadaian UPC Palagan Yogyakarta

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi ini bukan merupakan plagiasi, 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. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan kesarjanaan saya.

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

Yogyakarta, Tanggal Bulan Tahun

Saya yang menyatakan,



Maria Magnificatia sirega

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunianya dan penyertaannya dalam proses penelitian ini hingga peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul Aktivitas Komunikasi Pemasaran *Frontliner* Unit Pelayanan Cabang Palagan di PT Pegadaian UPC Palagan Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada beberapa pihak yang ikut membantu dan menguatkan peneliti selama proses penyusunan tugas akhir ini, terima kasih kepada:

1. Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan bimbinganNya yang diberikan kepada peneliti. Sehingga karena kasihNya peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dan dapat melalui proses ini dengan baik.
2. Kedua orang tua dan keluarga inti maupun keluarga besar, yang selalu memberikan dukungan dalam bentuk apapun yang disertai dengan doa. Sehingga dapat menjadi semangat untuk peneliti menyelesaikan tugas akhir ini.
3. Bapak Pupung Arifin, S. Sos., M. Si selaku dosen pembimbing peneliti, yang selalu sabar dan selalu memberikan bimbingan terbaik kepada peneliti. Sehingga peneliti dapat menyelesaikan dengan baik, semoga kebaikan bapak dibalas oleh Tuhan Yesus.
4. Semua orang-orang terdekat peneliti tanpa terkecuali, yang telah menyemangati peneliti untuk menyelesaikan tugas akhir ini.

Maria Magnificatia Siregar

No. Mhs: 190907066/KOM

AKTIVITAS KOMUNIKASI PEMASARAN *FRONTLINER* UNIT PELAYANAN

CABANG PALAGAN YOGYAKARTA

ABSTRAK

Pegadaian merupakan jasa keuangan dengan fokus gadai, dibawah satu *holding* dengan BRI BUMN. Pegadaian memiliki cabang di seluruh Indonesia, yang susunan perusahaan terdiri dari Kantor Area, Kantor Cabang, Kantor Unit Pelayanan Cabang. Pegadaian menggunakan *cross selling* sebagai teknik mereka dalam menawarkan produk atau mencapai target perusahaan setiap bulannya, penelitian ini akan berfokus pada Pegadaian UPC Palagan yang dibawah oleh Pegadaian Cabang. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti aktivitas komunikasi pemasaran *front liner* di Pegadaian Unit Pelayanan Cabang Palagan, yang beberapa waktu lalu mendapatkan sertifikat UPC terbaik nomor tiga se-Area Yogyakarta.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara dan juga observasi langsung di Pegadaian UPC Palagan. Wawancara dilakukan bersama *front liner* yang ada di Pegadaian UPC Palagan, karena *front liner* ini langsung berhadapan dengan nasabah dan sering mempraktikan teknik *cross selling* dan juga komunikasi persuasif dalam membujuk nasabah untuk menggunakan produk.

Hasil penelitian yang didapatkan adalah Pegadaian UPC Palagan sudah menerapkan sekaligus menggunakan komunikasi persuasif dalam aktivitas penawaran produknya. Tetapi peneliti menemukan beberapa kekurangan seperti: teknik dan produk yang tidak beragam, pemegang sosial media hanya Pegadaian Pusat dan beberapa hal lain.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Penawaran Produk, Pegadaian

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
KATA PENGANTAR	iv
ABSTRAK.....	v
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR BAGAN	ix
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	7
1. Manfaat Akademis	7
2. Manfaat Praktis.....	7
E. Kerangka Teori	7
1. Komunikasi Pemasaran	8
1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	9
1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	10
F. Metodologi.....	11
1. Jenis dan Tipe Penelitian	11
2. Metode Penelitian.....	12
3. Subjek Penelitian	12
4. Teknik Pengumpulan data	14
a) Wawancara.....	14
b) Observasi	14
5. Teknik Analisis Data	14

1. Reduksi Data.....	15
2. Penyajian Data	15
3. Penarikan Kesimpulan	15
4. Teknik Keabsahan Data.....	16
BAB II	17
DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN	17
1. Profil PT Pegadaian	17
1.1 Pegadaian UPC Palagan	18
1.2 Susunan Organisasi Pegadaian Cabang Tugukulon.....	20
1.3 Susunan Organisasi Pegadaian UPC Palagan.....	20
1.4 Produk-produk Pegadaian.....	20
1.5 Profil Narasumber.....	23
BAB III	25
TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN	25
A. DESKIPSI HASIL TEMUAN DATA	25
1. Aktivitas komunikasi pemasaran Pegadaian UPC Palagan	26
B. PEMBAHASAN	44
1. Komunikasi Pemasaran	44
1.1 Strategi Komunikasi Pemasaran.....	45
1.2 Bauran Komunikasi Pemasaran.....	47
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	50
A. Kesimpulan	50
B. SARAN	50
a. Saran Akademis.....	50
b. Saran Praktis.....	51
DAFTAR PUSTAKA	52
LAMPIRAN	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Foto Piagam Penghargaan Pegadaian Palagan Dokumentasi Pribadi Pegadaian Palagan 2022.....	4
Gambar 3.1, Proses Pemasaran Produk melalui WhatsApp <i>Screenshot</i> Pribadi Pengelola. 2023.....	27
Gambar 3.2 https://www.instagram.com/pegadaian_id/ tahun 2023. https: Instagram.com.@pegadaian_id . https: Instagram.com/@sahabatpegadaian	39
Gambar 3.3 Web Resmi Pegadaian https://www.pegadaian.co.id/ tahun 2023	40
Gambar 3.5 Tabel Logam Mulia pada tahun 2023.Pegadaian Pusat	42

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Pegadaian Cabang Tugukulon tahun 2023. Dokumentasi Pribadi Pegadaian Cabang Tugukulon	20
Bagan 2.2 Pegadaian UPC Palagan tahun 2023. Dokumentasi Pribadi Pegadaian Palagan.....	20