

**PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENARIK MINAT KONSUMEN INDIHOME
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
Dan Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-I
Program Studi Ilmu Komunikasi**



OLEH :

JESSICA VERONIQ
NBI : 1151501259

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA
2019**

Lembar Persetujuan Skripsi

Nama Jessica Veroniq

NPM : 1151501259

Judul : *Personal Selling* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen IndiHome Surabaya

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik

Dr. Endro Tjahjono, M.M.

Surabaya, 6 Februari 2019
Disetujui oleh Dosen Pembimbing

Dr. Ayun Maduwinarti, MP

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 6 februari 2019

Dewan Penguji:

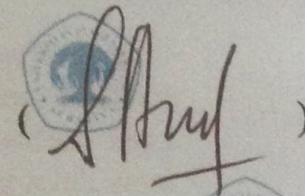
1. Dr. Ayun Maduwinarti, MP

Ketua

()

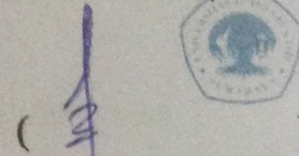
2. Dra. Hj. Sri Andayani, MM

Anggota

()

3. Afifatur Rohimah, S.AB., M.I.Kom

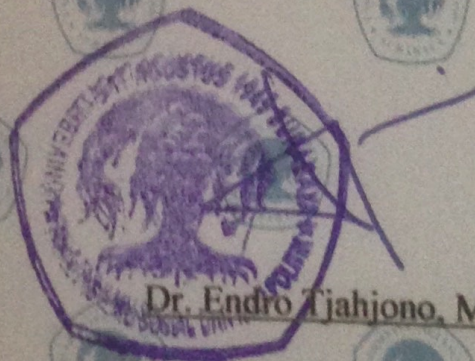
Anggota

()

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

Dekan,



Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jessica Veroniq
NPM : 1151501259
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Personal Selling* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran
Dalam Menarik Minat Konsumen IdiHome Surabaya

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 23 Januari 2019

Y
METERAI
TEMPEL
TGL. 20
6B60EAF489815177
6000
ENAM RIBU RUPIAH
(Jessica Veroniq)

ataan
A
(Jessica Veroniq)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN

Jl. Semolowaru 45 Surabaya

Tlp. 031 593 1800 (ex.311)

Email : perpustakaan@untag-sby.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jessica Veronig
NBI : 1151501259
Fakultas : Fisip
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Tugas Akhir/Skripsi/Tesis/Disertasi/Laporan Penelitian/Makalah

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, atas karya saya yang berjudul :

Personal Selling Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran
Dalam Menaru Minat Konsumen Indihome Surabaya

Dengan **Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 7 Februari 2019

Yang Menyatakan,



(Jessica Veronig)

**PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENARIK MINAT KONSUMEN INDIHOME
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



OLEH :

JESSICA VERONIQ
NBI : 1151501259

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2019

**PERSONAL SELLING SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI PEMASARAN DALAM
MENARIK MINAT KONSUMEN INDIHOME
SURABAYA**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik Dan
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi**



OLEH :

JESSICA VERONIQ
NBI : 1151501259

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
SURABAYA**

2019

Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Jessica Veroniq
NPM : 1151501259
Judul : *Personal Selling* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Menarik Minat Konsumen IndiHome Surabaya

Mengetahui:
Dekan Fakultas Ilmu Sosial
dan Ilmu Politik

Surabaya, 6 Februari 2019
Disetujui oleh Dosen
Pembimbing

Dr. Endro Tjahjono, M.M.

Dr. Ayun Maduwinarti, MP

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal: 6 februari 2019

Dewan Penguji:

1. Dr. Ayun Maduwinarti, MP ()
Ketua
2. Dra. Hj. Sri Andayani, MM ()
Anggota
3. Afifatur Rohimah, S.AB., M.I.Kom ()
Anggota

Mengesahkan

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU
POLITIK UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

Dekan,

Dr. Endro Tjahjono, MM

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Jessica Veroniq
NPM : 1151501259
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Personal Selling* Sebagai Strategi Komunikasi Pemasaran
Dalam Menarik Minat Konsumen IdiHome Surabaya

Menyatakan:

1. Bahwa Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Bahwa jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.
3. Apabila di kemudian hari ternyata Skripsi saya terbukti sebagian atau seluruhnya sebagai plagiat dari karya ilmiah orang lain tanpa menyebutkan sumbernya dan tidak mencantumkan dalam Daftar Pustaka, maka saya bersedia menerima sanksi terberat pencabutan gelar akademik yang telah saya peroleh.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya.

Surabaya, 23 Januari 2019
Yang membuat pernyataan

(Jessica Veroniq)

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas berkat rahmat serta kasih-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: Strategi Komunikasi Pemasaran Melalui *Personal Selling* Dalam Menarik Minat Konsumen IndiHome Surabaya.

Terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bantuan banyak pihak, sehingga pada kesempatan ini dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis menghaturkan terima kasih yang sebesar-besarnya bagi semua pihak yang telah memberikan bantuan moril maupun materil baik langsung maupun tidak langsung dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormati:

1. Bapak Dr.Mulyanto Nugroho,MM.,CMA.,CPAI selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
2. Bapak Dr.Endro Tjahjono, MM selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos.,M.Med.Kom selaku kepala program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Ibu Dra.Ayun Maduwinarti, M.P selaku Dosen Pembimbing Pertama yang sangat baik menyedikan waktu, tenaga dan fikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
5. Bapak Hamim, Sos,. M. I.Kom selaku Dosen Pembimbing Kedua yang memberi masukan dan bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bimbingan dan motivasi selama peneliti menjalankan masa studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
7. Ibu Sukma Jayanti selaku *Officer I Digital Service* PT.Telkom Divisi Regional V beserta beberapa key informan yang telah memberikan kemudahan bagi peneliti untuk melaksanakan penelitian.
8. Bapak Agus Supriadi dan Ibu Cristina Yuvita Kedua orang tua yang selalu memberi saya dukungan, motivasi, beserta Doa kepada peneliti selama menjalankan studi dan menyelesaikan skripsi ini.
9. Drg. Dio Denta, pacar saya yang selalu menemani, mensupport, memberi semangat, motivasi, menghibur dan memberi doa kepada peneliti selama menjalankan program studi dan menyelesaikan skripsi ini.
10. Mashita, Meidita, Ajeng, Candra, Fany, Ghina (*Family* Wadidaw Syantik) sahabat peneliti yang selalu menemani, menghibur, dan memberi dukungan kepada peneliti selama masa perkuliahan dan menyelesaikan skripsi ini.

11. Wilibrodus alfredo, yang telah memberi masukan dan dukungan kepada peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Annisa Hendira Putri, teman seperjuangan yang selalu membantu dan memberi pencerahan pada peneliti selama mengerjakan skripsi ini.
13. Veronica pentriyanik teman terdekat yang selalu menemani dan memberi masukan kepada peneliti selama menyelesaikan skripsi ini.
14. Semua rekan-rekan Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2015 yang telah memberikan dorongan dan motivasi kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
15. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu-persatu yang telah membantu peneliti selama proses penyusunan skripsi ini.

Sebagian ungkapan rasa terima kasih yang mendalam peneliti hanya dapat berdoa semoga segala perhatian, bantuan, dukungan serta semangat yang telah diberikan mendapatkan balasan yang lebih baik dari Allah SWT.

Kekurangan akan selalu menjadi bagian manusia, kesempurnaan hanyalah milik-Nya, untuk itu saran dan kritik akan lebih menyempurnakan pikiran peneliti melangkah lebih maju. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi kita semua.

Surabaya, 23 Januari 2019

Jessica Veroniq

ABSTRAK

PT.Telkom sebagai penyedia jasa ISP (*Internet Service Provider*) terbaik dalam menghadapi persaingan dengan kompetitor memiliki strategi dalam melakukan promosi. *Personal selling* merupakan salah satu strategi komunikasi pemasaran yang digunakan Oleh PT.Telkom Divisi Regional V dalam menarik minat konsumen IndiHome Surabaya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana personal selling sebagai strategi komunikasi pemasaran dalam menarik minat konsumen IndiHome yang dilakukan oleh PT.Telkom Divisi Regional V. Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah dengan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini yaitu personal selling merupakan strategi komunikasi pemasaran yang sangat efektif dalam menarik minat konsumen IndiHome. *Personal selling* dilakukan dengan cara *door to door* dan *open table*. *Door to door* yaitu dimana sales akan langsung mendatangi calon konsumen. Sedangkan *open table*, konsumenlah yang akan mendatangi *sales* di *stand* yang telah disediakan.

Kata kunci: *Personal Selling*, Komunikasi Pemasaran, IndiHome

ABSTRACT

PT Telkom as the best ISP (Internet Service Provider) service provider in the face of competition with competitors has a strategy in conducting promotions. Personal selling is one of the marketing communication strategies used by PT Telkom Regional Division V in attracting consumers of IndiHome Surabaya. The purpose of this study was to find out and analyze how personal selling was a marketing communication strategy in attracting IndiHome consumers' interest which was carried out by PT Telkom Regional V Division. This type of research is qualitative descriptive. Data collection techniques used are observation, interviews, and documentation. The results of this study, namely personal selling is a marketing communication strategy that is very effective in attracting consumers of IndiHome. Personal selling is done by door to door and open table. Door to door is where sales will go directly to potential customers. While the open table, consumers will come to the sales at the stand that has been provided.

Keywords: Personal Selling, Marketing Communication, IndiHome

DAFTAR ISI

Halaman Sampul	
Halaman Judul	
Halaman Persetujuan Skripsi	i
Halaman Pengesahan Skripsi	ii
Halaman Pernyataan Orsinalitas	iii
Abstrak	iv
Kata Pengantar	vi
Daftar Isi	viii
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.5 Sistematika Penelitian	4
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	6
2.2 Landasan Teori	8
2.2.1 Personal Selling	8
2.2.2 Strategi	13
2.2.3 Komunikasi Pemasaran	14
2.2.4 Strategi Komunikasi Pemasaran	15
2.3 Kerangka Dasar Pemikiran	17
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Tipe Penelitian	19
3.2 Peran Peneliti	19
3.3 Lokasi Penelitian	19
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data	20

3.4.1 Sumber data	20
3.4.2 Teknik pengumpulan data	20
3.5 Teknik Analisis Data	21
3.6 Keabsahan Data	21
BAB IV DISKRIPSI OBYEK, PENYAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN	
4.1 Diskripsi Objek.....	22
4.1.1 Sejarah Umum Perusahaan	22
4.1.2 Profil PT.Telkom Indonesia	26
4.1.3 Struktur Organisasi PT Telkom Regional V JATIM.....	28
4.1.4 Struktur Organisasi PT. Telkom Witel Surabaya	29
4.1.5 Wilayah Telekomunikasi (WITEL)	29
4.1.6 Lokasi PT Telkom Regional 5 Jatim Bali Nusra	32
4.1.7 IndiHome	33
4.2 Penyajian Data	34
4.2.1 Hasil Wawancara	35
4.2.2 Analisis Hasil Wawancara	45
4.3 Pembahasan	54
4.3.1 Personal Selling	54
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	61
5.2 Rekomendasi	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	64

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara	64
Lampiran 2: Kegiatan <i>Personal Selling</i>	65
Lampiran 3: Dokumentasi Peneliti Dengan Informan	67

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Hasil Penelitian Perdahulu	6
Tabel 4.1.3 Struktur Organisasi PT Telkom Divisi Regional V	28
Tabel 4.1.4 Struktur Organisasi PT. Telkom Witel Surabaya	29
Tabel 4.1.5 Wilayah Telekomunikasi Divisi Regional V	29
Tabel 4.2 Tabel Informan Hasil Wawancara	34
Tabel 4.2.1 Data <i>Personal Selling</i>	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Pedoman Wawancara	64
Lampiran 2: Kegiatan <i>Personal Selling</i>	65
Lampiran 3: Dokumentasi Peneliti Dengan Informan	67