



Sumber : carusermagz.com

Judul Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI SALES DALAM MENINGKATKAN
PENJUALAN CITY HATCHBACK RS DI MASA PANDEMI COVID-19**

(Studi Pada Dealer Honda Pondok Pinang)

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana
(S-1) Ilmu Komunikasi

Nama : Nur Adha Alfaizi

NIM : 1810411223



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

**UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN
JAKARTA**

2022

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah dinyatakan dengan benar:

Nama : Nur Adha Alfaizi

NIM : 1810411223

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 13 Juni 2022

Yang menyatakan,



Nur Adha Alfaizi

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI
UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nur Adha Alfaizi
NRP : 1810411223
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi Pengembangan Ilmu Pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

STRATEGI KOMUNIKASI SALES DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN CITY HATCHBACK RS DI MASA PANDEMI COVID-19.

(Studi Pada Dealer Honda Pondok Pinang)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*) merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta
Pada tanggal : 13 Juni 2022
Yang menyatakan,



Nur Adha Alfaizi

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

Skrripsi diajukan oleh:

Nama : Nur Adha Alfaizi

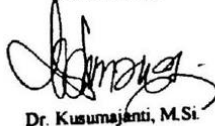
NIM : 1810411223

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Strategi Komunikasi Sales Dalam Meningkatkan Penjualan City Hatchback Di Masa Pandemi COVID-19. (Studi Pada Dealer Honda Pondok Pinang)

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jakarta.

Pembimbing I



Dr. Kusumajanti, M.St.

Penguji I




Yani Hendrayani, Ph.D.

Penguji II



Dra. Anek Irawate, M.St.

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. Fitria Ayunigtyas, M.St.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal Ujian 05 Juli 2022

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya. Sholawat dan salam penulis curahkan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga skripsi ini dapat diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini yang dilaksanakan sejak September 2021 ini adalah Strategi Komunikasi Sales Dalam Meningkatkan Penjualan City Hatchback Di Masa Pandemi COVID-19. Penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu saya dalam penyusunan skripsi ini hingga selesai, antara lain kepada:

- 1) Kepada Allah SWT atas karunia-Nya telah memberikan ketenangan dan nikmat sehat wal afiat sehingga peneliti bisa menyelesaikan dengan baik.
- 2) Kepada seluruh keluarga tersayang Mamah, Ayah, dan Kakak saya atas doa-doa yang diberikan, dukungan yang tak terhingga dan juga atas kerja keras keduanya sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
- 3) Kepada yang terhormat Ibu Dr. Kusumajanti, M.Si selaku dosen pembimbing utama dan selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPN “Veteran” Jakarta yang telah membimbing penulis dalam penyusunan skripsi dari awal hingga selesainya skripsi ini, juga segala kemudahan dan bantuan yang diberikan untuk penulis. Ibu Dra. Aniek Irawatie, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II penulis yang memberikan saran dan masukan mengenai teknik penulisan sehingga penulisan skripsi ini menjadi lebih baik.
- 4) Kepada pihak Sales dan Honda Pondok Pinang yang telah bersedia menjadi informan penelitian saya.
- 5) Sahabat penulis yaitu Yasmin dan Khanza yang menjadi *support system* penulis dalam menyusun skripsi ini. Terimakasih kalian atas dukungannya.

Jakarta, 13 Juni 2022



Nur Adha Alfaizi

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vi
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.3.1 Tujuan Praktis	8
1.3.2 Tujuan Teoritis	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II TINJAUAN TEORITIS	11
2.1 Konsep Penelitian Dan Teori Penelitian	11
2.1.1 Penjual (Sales).....	11
2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....	11
2.1.3 Tujuan Komunikasi Pemasaran.....	13
2.1.4 Strategi Pemasaran	14
2.1.5 Bauran Komunikasi Pemasaran	16

2.1.6	Teori Analisa Strategi Komunikasi Pemasaran STOP-SIT	19
2.2	Kerangka Pemikiran	21
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN	23
3.1	Objek dan Subjek Penelitian	23
3.1.1	Objek Penelitian	23
3.1.2	Subjek Penelitian.....	23
3.2	Paradigma Penelitian	23
3.3	Pendekatan Penelitian.....	24
3.4	Metode Penelitian	25
3.5	Teknik Pengumpulan Data	25
3.5.1	Wawancara.....	25
3.5.2	Dokumentasi	26
3.5.3	Observasi.....	27
3.6	Penentuan <i>Key-Informan</i> dan <i>Informan</i>	27
3.7	Teknik Analisis Data	29
3.8	Teknik Keabsahan Data	30
3.9	Tabel Jadwal Waktu	31
BAB IV	PEMBAHASAN.....	33
4.1	Deskripsi Objek Penelitian	33
4.1.1	Profil Perusahaan	33
4.1.2	Alamat Perusahaan.....	34
4.1.3	Visi dan Misi Perusahaan.....	34
4.1.4	Logo Perusahaan	35
4.1.5	Struktur Organisasi Perusahaan	35
4.1.6	Deskripsi Struktur Organisasi	36
4.1.7	Profil <i>Key Informan</i> dan <i>Informan</i>	39
4.2	Hasil Penelitian	42
4.2.1	Kondisi Honda Pondok Pinang Selama Masa Pandemi COVID-19.....	43
4.2.2	Strategi Komunikasi Pemasaran	45

4.2.3	Pengalaman Sales Dimasa Pandemi.....	65
4.2.4	Hambatan Stategi Komunikasi Pemasaran Sales di Masa Pandemi COVID-19.....	70
4.2.5	Direct Marketing Sales Honda Pondok Pinang.....	73
4.3	Pembahasan	75
4.3.1	<i>Segmentation</i>	75
4.3.2	<i>Targeting</i>	76
4.3.3	<i>Objective</i>	77
4.3.4	<i>Positioning</i>	77
4.3.5	<i>Sequence Of Tools</i>	78
4.3.6	<i>Integrating</i>	79
4.3.7	<i>Tools</i>	80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	85
DAFTAR PUSTAKA		87
LAMPIRAN		90