

PENGALAMAN KOMUNIKASI SALES PERUMAHAN PURI HARMONI PASIRMUKTI DI INSTAGRAM

Ida Ayu Shinta Indah Permata

Abstrak

Penelitian ini menekankan pentingnya pengalaman komunikasi sales dalam membentuk berbagai cara komunikasi antara sales dan calon konsumen, khususnya melalui media sosial Instagram. Konteks penelitian dilakukan pada sales Perumahan Puri Harmoni Pasirmukti yang aktif menggunakan Instagram untuk melakukan promosi produk dan penjualan properti. Kesenjangan antara tuntutan zaman dan pemaknaan pengalaman komunikasi sales mendorong mereka untuk mengembangkan berbagai strategi dan pendekatan kreatif dalam menghadapi berbagai situasi yang mereka hadapi. Penelitian ini bertujuan memberikan wawasan berharga bagi industri properti dan pengembang, serta menghasilkan data komprehensif yang mengidentifikasi faktor-faktor yang membantu para sales mencapai tujuannya berdasarkan pengalaman komunikasinya. Penelitian sebelumnya belum secara khusus mengeksplorasi pengalaman komunikasi sales pada pesan-pesan tentang penjualan rumah di platform Instagram, sehingga penelitian ini mengisi celah pengetahuan ini dengan studi fenomenologis yang mendalam.

Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi Edmund Husserl, dengan fokus pada pengalaman subjektif dan reduksi fenomenologi. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam mengumpulkan data melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan informasi audiovisual, serta menjalin kedekatan dengan informan guna membangun kepercayaan dan keterbukaan mengenai isu-isu yang menjadi fokus penelitian. Melalui penelitian ini, ditemukan berbagai konteks yang membentuk pemaknaan pengalaman komunikasi sales, serta bagaimana Instagram menjadi media baru yang terpilih untuk memasarkan produk Perumahan Puri Harmoni Pasirmukti. Pentingnya penataan profil dan konten Instagram para sales sangat ditekankan, karena konten promosi yang efektif dapat mendorong interaksi lebih lanjut dengan calon konsumen. Oleh karena itu, peran marketing pusat dan sales manager dalam mendukung aktivitas Instagram para sales sangat diperlukan. Implikasi dari penelitian ini terletak pada terbentuknya dinamika pengalaman subjektif sales dalam komunikasi bermedia dan refleksi fenomenologi Husserl dalam pembentukan pola komunikasi sales, serta memberikan nilai berkelanjutan dalam pemasaran properti melalui Instagram.

Kata Kunci: *Pengalaman Komunikasi, Fenomenologi Husserl, Sales*

PURI HOUSING SALES COMMUNICATIONS EXPERIENCE PASIRMUkti HARMONY ON INSTAGRAM

Ida Ayu Shinta Indah Permata

Abstract

This study emphasizes the importance of sales communication experiences in shaping various communication strategies between salespeople and potential customers, particularly through the social media platform Instagram. The context of this research is focused on the sales team of Puri Harmoni Pasirmukti, who actively use Instagram for product promotion and property sales. The gap between the demands of modern times and the meaning of sales communication experiences has driven salespeople to develop creative strategies and approaches to face the various challenges they encounter. This study aims to provide valuable insights for the property industry and developers, generating comprehensive data that identifies factors that help salespeople achieve their goals based on their communication experiences. Previous research has not specifically explored the communication experiences of salespeople in relation to real estate sales messages on Instagram, thus this study fills this knowledge gap with an in-depth phenomenological approach.

The researcher adopts Edmund Husserl's phenomenological methodology, focusing on subjective experience and phenomenological reduction. The researcher serves as the primary instrument in gathering data through interviews, observations, documentation, and audiovisual materials, while building rapport with informants to foster trust and openness on the issues being explored. The study finds various contexts that shape the meaning of sales communication experiences, and how Instagram has become the chosen medium for marketing Puri Harmoni Pasirmukti properties. The importance of structuring sales profiles and Instagram content is emphasized, as effective promotional content can drive further interaction with potential customers. Therefore, the role of central marketing and sales managers in supporting salespeople's Instagram activities is crucial. The implications of this study lie in the dynamics of salespeople's subjective experiences in media communication and Husserl's phenomenological reflection in shaping communication patterns, ultimately providing sustainable value in property marketing through Instagram.

Keywords: *Communication Experience, Husserl's Phenomenology, Sales*