



Judul Skripsi:

MEMBANGUN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP MARCOMM

(STUDI KASUS INVESTOR RELATIONS PERUSAHAAN PAN ARCADIA CAPITAL)

Nama : Syafira Putriana

NIM : 1610411179



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL “VETERAN” JAKARTA**

2020

Dengan ini saya persembahkan skripsi ini untuk:

Kedua Orangtua Tercinta

Terima kasih untuk segala jerih payah dan pengorbanan yang telah diberikan hingga aku dapat menyelesaikan Pendidikan S1. Terima kasih untuk doa dan semangat yang selalu dihantarkam hingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini tepat waktu.

Kepada semua keluarga dan sahabat

Terima kasih untuk segala doa, kasih sayang, dukungan dan dorongan untuk menyemangatiku sampai sejauh ini. Semoga skripsi ini dapat menjadi awal yang baik bagi masa depan.

Para Dosen dan Dosen Pembimbing

Teman Teman Ilmu Komunikasi Angkatan 2016

Dan semua yang tak bisa disebut satu per satu, Terimakasih atas bantuan, doa dan motivasi yang telah diberikan, semoga Allah SWT membalas kebaikan kalian. Kepada kalian semua, skripsi ini saya persembahkan.

Syafira Putriana



Juni 2020

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Syafira Putriana
NIM : 1610411179
Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 12 Juni 2020

Yang menyatakan,



Syafira Putriana

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Syafira Putriana
NIM : 1610411179
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Judul Skripsi : **Membangun Kepercayaan Nasabah Terhadap *Marcomm*
(Studi Kasus *Investor Relations* Perusahaan Pan Arcadia
Capital)**

Telah berhasil dipertahankan dihadapan 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 Utama



Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si

Pembimbing Pendamping



Irpan Ripa'i Sutowo, M.Si

Plh. Ketua Program Studi



Intan Putri Cahyani, M.I.Kom.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 14 Juni 2020

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Syafira Putriana
NIM : 1610411179
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: **“Membangun Kepercayaan Nasabah Terhadap Marcomm (Studi Kasus Investor Relations Perusahaan Pan Arcadia Capital)”**. 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 : 14 Juni 2020

Yang Menyatakan,



Syafira Putriana

MEMBANGUN KEPERCAYAAN NASABAH TERHADAP MARCOMM
(STUDI KASUS *INVESTOR RELATIONS* PERUSAHAAN PAN ARCADIA CAPITAL)

Syafira Putriana

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta

ABSTRAK

Hubungan bisnis dalam sektor investasi terkait dengan risiko untung-rugi, dimana tidak ada jaminan yang ditawarkan pemerintah atau perusahaan manajer investasi manapun sehingga keputusan untuk memberi kepercayaan pada rekanan bisnis harus didorong oleh pertimbangan rasional. Penelitian ini fokus pada bagaimana *marcomm* membangun kepercayaan nasabah dalam perusahaan manajer investasi Pan Arcadia Capital. Kerangka konseptual yang digunakan adalah aspek kepercayaan menurut Sztompka (2003) yang meliputi reputasi, kinerja, penampilan, dan aspek sekunder kepercayaan yang meliputi akuntabilitas, pra komitmen, dan suasana yang mendukung komunikasi. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif studi kasus dengan menggunakan teori Pilihan Rasional. Informan penelitian adalah *marcomm*, humas, dan nasabah perusahaan Pan Arcadia Capital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kinerja perusahaan merupakan aspek paling kuat dan signifikan dalam pemberian kepercayaan nasabah pada tahap pra relasi. Aspek kedua yaitu keahlian *marcomm* dalam mempersuasi nasabah dengan melihat rekam jejak masa lalu *marcomm* yang berupa pengalaman dalam penanganan nasabah. Ketika relasi terbentuk, selanjutnya kinerja menjadi faktor terpenting dalam peneguhan kepercayaan nasabah.

Kata kunci: hubungan investor, kepercayaan, *marcomm*, nasabah

BUILDING CLIENT'S TRUST IN MARCOMM
(CASE STUDY OF PAN ARCADIA CAPITAL'S INVESTOR RELATIONS)

Syafira Putriana
Communication Science Studies Program,
Faculty of Social and Political Sciences

ABSTRACT

Business relationships in the investment sector are related to profit and loss risk, where there are no guarantees offered by the government or any investments manager company so the decision to trust business partners must be driven by rational considerations. This study focuses on how marcomm build trust toward clients in the investment manager company Pan Arcadia Capital. The conceptual framework used is the aspect of trust according to Sztompka (2003) which includes reputation, performance, appearance, and secondary aspects of trust which include accountability, pre-commitment, and an atmosphere that supports communication. The research uses a qualitative case study approach using the Rational Choice theory. Research informants were marcomm, public relations, and clients of the Pan Arcadia Capital company. The results showed that the company's performance is the most powerful and significant aspect in providing client confidence in the pre-relation stage. The second aspect is marcomm's expertise in persuading clients by looking at marcomm's past track record in the form of experience in handling clients. When relationships are formed, then performance becomes the most important factor in establishing client trust.

Keywords: *client, investor relations, marketing communications, trust*

PRAKATA

Puji syukur penulis ucapkan ke hadirat Tuhan yang Maha Esa atas berkat rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Membangun Kepercayaan Nasabah Terhadap *Marcomm* (Studi Kasus *Investor Relations* Perusahaan Pan Arcadia Capital)”**. Penyusunan skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program S1 di jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.

Pada kesempatan kali ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih banyak dan rasa hormat kepada semua pihak yang telah membantu berlangsungnya penulisan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Dr. R. Dudy Heryadi selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
2. Maria Febiana Christanti, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta.
3. Ibu DR. Kusumajanti, S.Sos., M.Si selaku Dosen Pembimbing 1 skripsi yang telah memberikan masukan dan arahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
4. Bapak Irpan Ripa’i Sutowo, M.Si selaku Dosen Pembimbing 2 skripsi yang telah memberikan arahan dalam teknik penulisan.
5. Serta semua keluarga, teman, dan informan yang telah membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi.

Jakarta, Juni 2020



Syafira Putriana

DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	i
<i>ABSTRACT</i>.....	ii
PRAKATA	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL.....	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Signifikansi Penelitian.....	1
1.2. Fokus Penelitian	7
1.3. Pertanyaan Penelitian	7
1.4. Tujuan Penelitian.....	7
1.5. Manfaat Penelitian.....	7
1.5.1. Manfaat Praktis.....	7
1.5.2. Manfaat Akademis.....	7
1.6. Sistematika Penulisan.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Tinjauan Pustaka	9

2.2. Konsep-konsep Penelitian	13
2.2.1 Definisi Kepercayaan.....	13
2.2.2 Faktor-faktor Pembangun Kepercayaan	14
2.2.2.1 Faktor Primer Kepercayaan	14
2.2.2.2 Faktor Sekunder Kepercayaan.....	17
2.2.3 Kepercayaan dalam Kerjasama Bisnis.....	18
2.2.4 Profesi <i>Marketing Communication (Marcomm)</i>	19
2.2.5 <i>Marketing</i>	21
2.2.6 <i>Branding</i>	21
2.2.7 Konsultan Hubungan Masyarakat.....	21
2.2.8 Profesi <i>Public Relations</i> (Humas)	21
2.2.9 Nasabah.....	22
2.2.10 <i>Investor Relations</i>	24
2.3. Teori Penelitian	25
2.3.1 Teori Pilihan Rasional	25
2.4. Kerangka Pemikiran	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	28
3.1. Pendekatan Penelitian.....	28
3.2. Jenis Penelitian	28
3.3. Metode Penelitian	29
3.4. Metode Pengumpulan Data	29
3.4.1. Data Primer	29
3.4.2. Data Sekunder	30
3.5. Penentuan <i>Key Informan</i> dan Informan.....	31

3.5.1	<i>Key Informan</i>	31
3.5.2	Informan Pendukung	32
3.6.	Teknik Analisis Data	32
3.7.	Teknik Keabsahan Data.....	33
3.8.	Waktu dan Lokasi Penelitian.....	33
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		35
4.1.	Deskripsi Objek Penelitian	35
4.1.1.	Profil Perusahaan Pan Arcadia Capital	35
4.1.2.	Unit Analisis.....	40
4.2.	Hasil Penelitian.....	41
4.2.1.	Upaya <i>Marcomm</i> dalam Membangun Kepercayaan	45
4.2.2.	6 Aspek Pertimbangan Pemberian Kepercayaan.....	53
4.4.	Pembahasan	62
BAB V PENUTUP		70
5.1	Kesimpulan.....	70
5.2	Saran	71
DAFTAR PUSTAKA		72

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Sistematika Penelitian	8
Tabel 2. Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3. Waktu Penelitian	34
Tabel 4. Unit Analisis	40
Tabel 5. Koding Hasil Wawancara.....	116
Tabel 6. Ekstraksi Hasil Wawancara.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Teoritik.....	26
Gambar 2. Kerangka Penelitian.....	27
Gambar 3. Laman Publikasi <i>Financial Report</i> dalam <i>website</i> resmi	37
Gambar 4. Contoh <i>Financial Report</i> bulanan PAC.....	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A	Surat Permohonan Riset ke Pan Arcadia Capital.....	A1
	Surat Izin Riset dari Pan Arcadia Capital.....	A2
Lampiran B	Lembar Persetujuan Menjadi <i>Key Informan</i>	B1
	Lembar Persetujuan Menjadi Informan.....	B2
	Lampiran Panduan Wawancara.....	B3
	Lampiran Transkrip Data Wawancara.....	B4
	Lampiran Koding.....	B5
	Lampiran Ekstraksi.....	B6
Lampiran C	Sertifikat kegiatan yang dilakukan selama kuliah.....	C1
	Hasil Cek Turnitin.....	C2
Lampiran D	Biodata Penulis.....	D1