

**PERAN HUBUNGAN MASYARAKAT
PT. PEGADAIAN KOTA PALEMBANG
DALAM MENARIK PELANGGAN**

SKRIPSI

**Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma**



Oleh :

**Monica Wulandari
151910017**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BINA DARMA
2019**

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Peran Hubungan Masyarakat PT. Pegadaian Kota Palembang Dalam Menarik Pelanggan

Disusun Oleh:

Monica Wulandari

Telah dipertahankan di hadapan Panitia Penguji Skripsi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma pada Rabu, 25 September 2019 guna memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi strata satu dengan sebutan S.I.Kom dan hasil telah memenuhi syarat dan dinyatakan lulus.

Panitia Penguji Skripsi

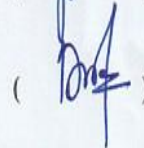
Ketua Penguji : Dwi Maharani, M.I.Kom.

()

Penguji I : Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si.,Ph.D.

()

Penguji II : Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom.

()

Tanggal Sidang, 25 September 2019

Disahkan Oleh,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Fakultas Ilmu Komunikasi

Prof. Hj. Isnawijayani, M.Si.,Ph.D.

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Telah disetujui oleh Dosen Pembimbing untuk dipertahankan pada ujian skripsi pada program Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bina Darma.

Nama : Monica Wulandari

NIM : 151910017

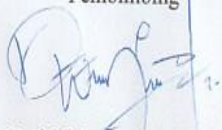
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Peran Hubungan Masyarakat PT. Pegadaian Kota Palembang Dalam Menarik Pelanggan

Palembang, Maret 2020

Pembimbing



Dwi Maharani M.I.Kom.

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Dr. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom.

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Monica Wulandari

Nim : 151910017

Dengan ini menyatakan:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Bina Darma atau perguruan tinggi lain;
2. Skripsi ini murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri;
3. Di dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain. Kecuali secara tertulis dengan jelas dikutip dengan mencantumkan nama pengarang dan memasukkan ke alam daftar rujukan;
4. Saya bersedia skripsi yang saya hasilkan dicek keasliannya menggunakan checker serta diunggah ke internet, sehingga dapat diakses public secara daring;
5. Surat pernyataan ini saya tulis dengan sungguh-sungguh dan apabila terbukti melakukan penyimpangan atau ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan dan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palembang, ¹⁹ Maret 2020
Yang membuat pernyataan



Monica Wulandari
151910017

ABSTRAK

Skripsi ini berjudul “Peran Hubungan Masyarakat PT. Pegadaian Kota Palembang dalam Menarik Pelanggan”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran Humas PT. Pegadaian (Persero) Kota Palembang dalam menarik pelanggan. Objek dalam penelitian ini adalah upaya *public relation* PT. Pegadaian (Persero) Palembang dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat. Key informan disini yaitu yang terlibat dalam organisasi yaitu meliputi 1 orang pimpinan, 1 orang PR, 2 orang karyawan dan 2 orang masyarakat yang menggunakan jasa PT. Pegadaian (Persero) Palembang. Sehingga diketahui bahwa jumlah key informant dalam penelitian ini sebanyak 6 orang. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Humas PT Pegadaian tetap berinteraksi dengan pelanggan adalah dengan mensupport serta aktif berkomunikasi dengan outlet-outlet yang ada di PT Pegadaian (Persero) Kanwil III Palembang untuk melayani semua komplain, pertanyaan, testimoni atau pendapat pelanggan serta aktif menanggapiya baik melalui media sosial maupun lainnya. Citra positif PT. Pegadaian (Persero) Kanwil III Palembang di lingkungan masyarakatnya telah terbentuk dengan memberikan perhatian kepada masyarakat secara langsung melalui program Menyelesaikan Masalah Tanpa Masalah dan Coporate Social Responsibility (CSR).

Kata Kunci : Publik Relation, Pelanggan

ABSTRACT

This Thesis entitled “The Role of Public Relations of PT. Palembang City Pawnshop In Attracting Customers”. The purpose of this study is to determine the role of PT. Pegadaian (Persero) Kota Palembang in attracting customers. The object of this research is the public relations effort of PT. Pegadaian (Persero) Palembang in increasing public trust. Key informants here are those involved in the organization which includes 1 leader, 1 PR, 2 employees and 2 people who use the services of PT. Pegadaian (Persero) Palembang. So it is known that the number of key informants in this study were 6 people. The analysis technique used is descriptive qualitative. The results showed that PT Pegadaian Public Relations continued to interact with customers by supporting and actively communicating with outlets in PT Pegadaian (Persero) Kanwil III Palembang to serve all complaints, questions, testimonials or opinions of customers and actively respond to them both through social media and others. Positive image of PT. Pegadaian (Persero) Palembang Regional Office III in the community environment has been formed by giving attention to the community directly through the program Resolving Problems Without Problems and Coporate Social Responsibility (CSR).

Keywords: Public Relations, Customers

MOTTO

“Dan janganlah kalian berputus asa dari rahmat Allah, sesungguhnya tiada orang berputus asa itu melainkan kaum yang kafir” (QS. Yusuf : 87)

Kupersembahkan Untuk :

- ❖ Kedua Orang Tua dan keluargaku
- ❖ Dosen-dosen Binadarma
- ❖ Sahabat satu almamater

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis sampaikan Kehadirat Allah SWT, karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya sehingga penulis dapat memenuhi syarat mengajukan Program Strata 1 (S1). Merupakan kajian singkat mengenai “Peran Public Relation PT. Pegadaian Kota Palembang dalam Menarik Pelanggan”.

Penulis menyadari bahwa Skripsi ini tidak akan terselesaikan tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Sunda Ariana, M.Pd., MM selaku Rektor Universitas Bina Darma Palembang.
2. Prof. Hj. Isnawijayani, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Desy Misnawati, S.Sos., M.I.Kom sebagai Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan, bimbingan serta motivasi dan dukungan sehingga penulis dapat melaksanakan skripsi ini dengan baik.
4. Dwi Maharani, M.I.Kom sebagai pemimbing yang telah membimbing serta memberikan arahan dalam penelitian ini.
5. Dr. Ir. Hj. Ratu Mutialela Caropeboka, M.Si sebagai dosen Fakultas Ilmu Komunikasi.
6. H. Hardiansyah, M.Si sebagai dosen Fakultas Ilmu Komunikasi.
7. Rahma Santhi Zinaida, S.Si., M.I.Kom sebagai dosen Fakultas Ilmu Komunikasi.

8. Pimpinan dan Staff Karyawan PT. Pegadaian (Persero) Palembang sebagai subjek dalam penelitian ini.
9. Semua pihak yang telah banyak membantu dan memberikan dukungan dalam menyelesaikan penelitian ini, yang tidak dapat peneliti sebutkan namanya satu per satu.

Penulis menyadari bahwa dalam proposal penelitian ini tentu tidak lepas dari kekurangan. Penulis berharap proposal penelitian untuk memenuhi syarat mengajukan skripsi program strata satu (S1) ini memberikan manfaat bagi kita semua khususnya bagi penulis.

Palembang, September 2019

Monica Wulandari
NIM: 151910017

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Perumusan Masalah	8
1.4. Tujuan Penelitian	9
1.5. Manfaat Penelitian	9
1.6. Ruang Lingkup Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Kajian Litratur.....	10
2.2. Kerangka Teoritis.....	12
2.3. Kerangka Konseptual	15
2.3.1. Komunikasi	15
2.3.1.1. Pengertian Komunikasi.....	15
2.3.1.2. Fungsi Komunikasi.....	17
2.3.1.3. Tingkatan Komunikasi	19
2.3.1.4. Unsur Komunikasi.....	20
2.3.2. Model Komunikasi	23
2.3.3. Public Relation	23
2.3.3.1. Pengertian Public Relation.....	23
2.3.3.2. Tugas Public Relation.....	24
2.3.3.3. Tujuan Public Relation	25
2.3.4. Kepercayaan Konsumen	27
2.3.4.1. Pengertian Kepercayaan	27
2.3.4.2. Kepercayaan Konsumen	28
2.4. Strategi <i>Public Relation</i>	30
2.5. Kerangka Pemikiran.....	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1. Metode Penelitian	35
3.2. Objek dan Subjek Penelitian.....	35
3.2.1. Objek Penelitian	35
3.2.2. Subjek Penelitian.....	36
3.3. Metode Pengumpulan Data	36
3.3.1. Sumber Data.....	36

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.4. Metode Pengelolaan Data.....	38
3.5. Teknik Pengujian Keabsahan Data	39
3.6. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....	39
3.6.1. Lokasi Penelitian	39
3.6.2. Jadwal Penelitian.....	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1. Hasil Penelitian	41
4.2. Peran Public Relation PT. Pegadaian Kota Palembang dalam Menarik Pelanggan.....	48
4.3. Pembahasan	62
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	69
5.2. Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
2.1. Penelitian Terdahulu.....	11
3.1. Subjek Penelitian.....	36
3.2. Jadwal Penelitian.....	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
2.1. Unsur-Unsur Komunikasi.....	20
2.2. Unsur-Unsur dalam Komunikasi	22
2.3. Model Aristoteles	23
2.4. Kerangka Pemikiran	34