



**IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* GRAPARI TELKOMSEL  
DIMASA PANDEMI**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada *Customer Service Representative* GraPARI Telkomsel  
Mall Kota Kasablanka Tahun 2021)

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communication*

Disusun oleh:

**Damayanti Fadilla**

**44319110023**

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2021**



**IMPLEMENTASI *PERSONAL SELLING* GRAPARI TELKOMSEL  
DIMASA PANDEMI**

(Studi Deskriptif Kualitatif pada *Customer Service Representative* GraPARI  
Telkomsel Mall Kota Kasablanka Tahun 2021)

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)  
Komunikasi Bidang Studi *Marketing Communications*

Disusun Oleh:

**Damayanti Fadilla**

**44319110023**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

**2021**



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

**LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Judul : Implementasi *Personal Selling* GraPARI Telkomsel Dimasa  
Pandemi (Studi Deskriptif Kualitatif pada *Customer Service  
Representative* GraPARI Telkomsel Mall Kota Kasablanka  
Tahun 2021)  
Nama : Damayanti Fadilla  
NIM : 44319110023  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 25 September 2021

Mengetahui,

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Pembimbing

(M. Taufiq Hidayat, M.IKom)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

## **LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Implementasi *Personal Selling* GraPARI Telkomsel Dimasa  
Pandemi (Studi Deskriptif Kualitatif pada *Customer Service  
Representative* GraPARI Telkomsel Mall Kota Kasablanka  
Tahun 2021)  
Nama : Damayanti Fadilla  
NIM : 44319110023  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 25 September 2021

Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Advertising  
& Marketing Communication

(M. Taufiq Hidayat, M.IKom)

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA**

## **LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI**

Judul : Implementasi *Personal Selling* GraPARI Telkomsel Dimasa Pandemi (Studi Deskriptif Kualitatif pada *Customer Service Representative* GraPARI Telkomsel Mall Kota Kasablanka Tahun 2021)  
Nama : Melisa  
NIM : 44316110029  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Marketing Communication & Advertising*

Jakarta, 25 September 2021

Ketua Sidang,

**Dr. Farid Hamid, M.Si**

(  )

Penguji Ahli,

**Berliani Ardha, M.Si**

(  )

Pembimbing,

**M. Taufiq Hidayat, M.IKom**

(  )

	<b>SURAT PERNYATAAN MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA</b>	<b>Q</b>
---	--	----------

No. Dokumen	15.4.03.01	Distribusi	All
Tgl. Efektif	1 MEI 2014		

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Damayanti Fadilla

NIM : 44319110023

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul :

**Implementasi *Personal Selling* GraPARI Telkomsel Dimasa Pandemi**

**Studi Deskriptif Kualitatif pada *Customer Service Representative* GraPARI  
Telkomsel Mall Kota Kasablanka Tahun 2021**

Adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 25 September 2021

Yang membuat pernyataan,

  
 Damayanti Fadilla

**Mengetahui**

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Advertising  
& Marketing Communication

  
 (M. Taufiq Hidayat, M.Ikom)

  
 (Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed.)



Universitas Mercu buana Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*  
Damayanti Fadilla  
44319110023

Implementasi *Personal Selling* Grapari Telkomsel di Masa Pandemi.  
Bibliografi: 5 Bab 143 Halamn + 4 Lampiran + 22 Buku + 4 Internet

### ABSTRAK

Promosi memiliki peran penting dalam menentukan sebuah keberhasilan pemasaran. Cara promosi dapat dilakukan melalui berbagai strategi, salah satunya yaitu strategi *personal selling* oleh *marketing* terhadap calon konsumen. Penelitian ini dilakukan agar mengetahui bagaimana implementasi strategi *personal selling* yang dilakukan oleh *customer service GraPari Telkomsel* untuk meningkatkan *brand awareness* masyarakat di masa pandemi tahun 2020.

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus dengan pendekatan kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam studi kasus ini adalah menggunakan data primer melalui wawancara mendalam dengan narasumber terkait, dan data sekunder dalam bentuk studi kepustakaan, dokumentasi, serta observasi non partisipan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa implementasi strategi penjualan personal grapari telkomsel untuk meningkatkan kesadaran merek dalam masa pandemi dilakukan melalui kegiatan penjualan personal pelayanan pelanggannya.

Dari hasil penelitian ini, peneliti menyarankan perlunya peningkatan training terutama dalam meyakinkan konsumen, pendekatan konsumen, dan training dalam penyampaian *product knowledge* yang dimiliki.

**Kata kunci:** *Strategi Promosi, Personal selling, Produk Telkomsel*



Universitas Mercu buana Fakultas Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication*  
Damayanti Fadilla  
44319110023

Implementation of Telkomsel's Grapari Personal Selling During the Pandemic.  
Bibliography : 5 Chapter 143 Pages + 4 Enclosure + 22 Book + 4 Internet

### ***ABSTRACT***

*Promotion has an important role in determining a marketing success. Promotion can be done through various strategies, one of which is a personal selling strategy by marketing to potential customers. This research was conducted to find out how the implementation of the personal selling strategy carried out by Telkomsel GraPari customer service to increase public brand awareness during the 2020 pandemic.*

*This research uses a case study method with a qualitative approach. The data collection technique used in this case study is to use primary data through in-depth interviews with relevant sources, and secondary data in the form of literature study, documentation, and non-participant observation.*

*The results showed that the implementation of Telkomsel's personal grapari sales strategy to increase brand awareness during the pandemic was carried out through personal sales activities for customer service.*

*From the results of this study, the researcher it is necessary to increase training, especially in convincing consumers, consumer approaches, and training in delivering product knowledge.*

**Keywords: Promotion Strategy, Personal selling, Telkomsel Products**



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur atas kehadirat-Nya, yang telah melimpahkan berkat dan karunia kepada kami, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul Implementasi *Personal Selling* GraPARI Telkomsel Dimasa Pandemi (Studi Deskriptif Kualitatif pada *Customer Service Representative* GraPARI Telkomsel Mall Kota Kasablanka Tahun 2021) sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana (S1) pada Program Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak M Taufiq Hidayat, M.Ikom selaku dosen pembimbing skripsi yang telah berkenan memberikan tambahan ilmu dan solusi pada setiap permasalahan atas kesulitan dalam penulisan tugas akhir skripsi ini.
2. Ibu Elly Yulawati, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana .
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed. selaku Ketua Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana
5. Ibu Dewi Sad Tanti, M.I.kom, dan Bapak Andri Budiwidodo S.Si, M.I.kom, selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir Program Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana.
6. Ibu Berliani Ardha, M.Si dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan agar hasil penelitian ini menjadi lebih baik lagi.
7. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana yang telah memberikan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

8. Kedua orang tua, ayahanda tercinta Dedi Pergiana dan ibunda tersayang Tuti Hartati atas segala support yang diberikan.
9. Segenap keluarga dan sahabat yang telah menyemangati dan membantu penyelesaian skripsi ini.
10. PT Telkomsel yang telah memberikan izin kepada peneliti untuk melakukan riset dan seluruh narasumber yang telah bersedia diwawancarai dalam penelitian di tugas akhir skripsi ini.
11. Seluruh teman-teman di Bidang Studi *Advertising & Marketing Communication* Universitas Mercu Buana khususnya teman seperjuangan Alifa dan Nasya yang selalu membantu dan memotivasi penyelesaian penelitian ini.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan tugas akhir skripsi ini masih dari jauh dari kesempurnaan baik materi maupun cara penulisannya. Namun demikian, penulis telah berupaya dengan segala kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karenanya, penulis dengan rendah hati menerima masukan, saran dan usul guna penyempurnaan makalah ini. Akhirnya penulis berharap semoga tugas akhir skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca semua pihak khususnya bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, 2 Oktober 2021

Penyusun

Damayanti Fadilla

## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	v
ABSTRAK.....	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis.....	9
1.4.2 Manfaat Praktis.....	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis.....	18
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	18
2.2.2. <i>Integrated Marketing Communication</i> .....	21
2.2.3. Komunikasi Antar Pribadi.....	26
2.2.4. Promosi.....	28
2.2.5 <i>Personal Selling</i> (penjualan personal).....	30
2.2.6 Strategi <i>Personal Selling</i> .....	40
2.2.7 Tahapan <i>Personal Selling</i> .....	42
BAB III.....	45
METODOLOGI PENELITIAN.....	45
3.1 Paradigma Penelitian.....	45
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Subjek Penelitian.....	47
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	49
3.4.1 Data Primer.....	49

3.4.2 Data Sekunder .....	51
3.5 Teknik Analisa Data.....	52
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	53
BAB IV .....	55
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	55
4.1. Gambaran Umum.....	55
4.1.2. Membangun Layanan Pelanggan GraPARI.....	57
4.2. Hasil Penelitian .....	67
4.2.1. Strategi <i>Personal Selling Customer Service</i> di GraPARI Telkomsel Mall Kota Kasablanka di masa Pandemi.....	68
4.2.2. <i>Personal Selling Customer Service</i> di GraPARI Telkomsel Mall Kota Kasablanka pada masa Pandemi .....	81
4.3. Pembahasan.....	91
BAB V.....	109
PENUTUP.....	109
1.1 Kesimpulan .....	109
1.2 Saran.....	110
1.2.1 Saran Akademis .....	110
1.2.2 Saran Praktis.....	111
DAFTAR PUSTAKA .....	113
LAMPIRAN 1 .....	115
LAMPIRAN 2.....	117
LAMPIRAN 3 .....	119
LAMPIRAN 4.....	136
CURRICULUM VITAE .....	137



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Suasana Layanan di GraPARI.....	2
Gambar 1. 2 Jumlah pengguna operator berdasarkan provider di Indonesia.....	4
Gambar 2. 1 Program Komunikasi Pemasaran .....	26
Gambar 4. 1 Logo Perusahaan .....	60
Gambar 4. 2 Nilai Perusahaan The Telkom <i>Way</i> .....	61
Gambar 4. 3 Struktur Organisasi.....	64
Gambar 4. 4 GraPARI Telkomsel Mall Kota Kasablanka.....	70
Gambar 4. 5 Pencarian Grapari melalui <i>website</i> .....	80
Gambar 4. 6 Briefing pagi para staff Grapari Kokas .....	82
Gambar 4. 7 Visualisasi Aktivitas Pengunjung di Grapari Kokas.....	83
Gambar 4. 8 <i>Dashboard Customer Service</i> .....	85
Gambar 4. 9 Kegiatan pelayanan <i>customer service</i> di Grapari Kokas.....	90

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....	13
Tabel 3. 1 Informan Penelitian.....	47
Tabel 4. 1 Tahapan Implementasi Strategi <i>Personal Selling</i> .....	101
Tabel 4. 2 Perbandingan Kegiatan <i>Personal Selling</i> di Grapari Telkomsel Kokas...	105

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA