



**KOMUNIKASI TELEMARKEETING DALAM MEMBANGUN
KEPERCAYAAN CALON PELANGGAN
PT INDOLIFE PENSIONTAMA CABANG
TANGERANG**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DISUSUN OLEH :

ELHAM PRASETYO

44214110084

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Elham Prasetyo

NIM : 44214110084

Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: **KOMUNIKASI TELEMARKETING DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN CALON PELANGGAN PT INDOLIFE PENSIONTAMA CABANG TANGERANG** Adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbernya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Demikianlah surat ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 22 Februari 2020



Elham Prasetyo

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **KOMUNIKASI TELEMARKETING DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN CALON PELANGGAN PT INDOLIFE PENSIONTAMA CABANG TANGERANG**

Nama : Elham Prasetyo

NIM : 44214110084

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Jakarta, 22 Februari 2020

Mengetahui,
Pembimbing



(Yuliawati M.IKom)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **KOMUNIKASI TELEMARKETING DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN CALON PELANGGAN PT INDOLIFE PENSIONTAMA CABANG TANGERANG**

Nama : Elham Prasetyo


NIM : 44214110084

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 22 Februari 2020

Ketua Sidang,
Suryaning Hayati M.M, M.IKom




(.....)

Penguji Ahli,
Drs. Hadi Surantio M.Si



(.....)

Pembimbing,
Yuliawati, M.IKom



(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **KOMUNIKASI TELEMARKETING DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN CALON PELANGGAN PT INDOLIFE PENSIONTAMA CABANG TANGERANG**

Nama : Elham Prasetyo

NIM : 44214110084

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 22 Februari 2020

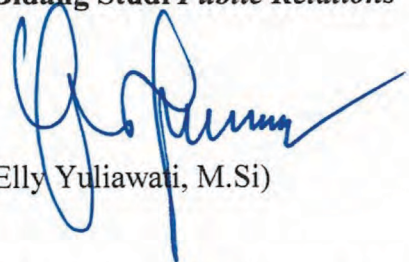
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing



(Yuliawati, M.IKom)

Ketua Bidang Studi *Public Relations*

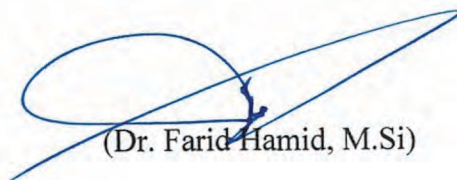


(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir ini dengan judul “KOMUNIKASI TELEMARKETING DALAM MEMBANGUN KEPERCAYAAN CALON PELANGGAN PT INDOLIFE PENSIONTAMA CABANG TANGERANG”. Laporan tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mengerjakan skripsi pada program Strata-1 Jurusan Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.

Dalam penyusunan dan penulisan tugas akhir skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis dengan senang hati menyampaikan terima kasih kepada yang terhormat :

1. Ibu Yuliawati, M.Ikom sebagai dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, bimbingan, dukungan dan keikhlasan hati demi terwujudnya proposal skripsi ini.
2. Bapak Ponco Budi Sulisty, M.Comn, Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak dan Ibu Dosen yang mengajar di Fakultas Komunikasi Bidang Studi Public Relations yang memberikan banyak ilmu dan dukungan kepada peneliti selama proses perkuliahan dan penyusunan tugas akhir.

4. Bapak Slamet Sisnyoto dan Ibu Suparmi tercinta, atas semua kasih sayang, dukungan moril maupun materil serta doa yang selalu menyertai penulis hingga bisa menempuh pendidikan Sarjana.
5. Adik-adik tercinta Enggar Nurcahyo dan Erdyan Fawwas Septiaryo atas dukungan dan semangat yang diberikan kepada penulis.
6. Sahabat-sahabatku tercinta seangkatan Mbak Desi Dwijayanti, Sherly Anggreani, Yunita Ratnasari, Rezy Arrika yang memberikan banyak cerita selama perkuliahan.
7. Dan semua pihak yang telah membantu sehingga karya tulis ilmiah ini bisa selesai.

Semoga segala kebaikan dan pertolongan semuanya mendapatkan berkah dari Allah SWT. Akhir kata peneliti mohon maaf apabila masih banyak kekurangan dalam penyusunan karya tulis ilmiah ini. Semoga karya tulis ilmiah ini dapat bermanfaat bagi semua pihak yang memerlukan. Aamiin.

Jakarta, 13 Februari 2020

Elham Prasetyo

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA	i
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG SKRIPSI	ii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Fokus Penelitian	6
1.3 Identifikasi Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian	7
1.5 Manfaat Penelitian	7
1.5.1 Manfaat Akademis	8
1.5.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi.....	14
2.2.1 Definisi Komunikasi	14
2.2.2 Fungsi Komunikasi	18
2.2.3 Tiga Konseptualisasi Komunikasi.....	18
2.2.4 Komunikasi Verbal	20
2.2.5 Komunikasi Lisan	21
2.2.6 Aktivitas Komunikasi.....	21
2.3 Komunikasi Antarpribadi.....	22
2.4 Komunikasi Organisasi	24
2.5 Public Relation.....	25
2.5.1 Definisi Public Relations.....	25
2.5.2 Fungsi dan Peran PR	25
2.6 Komunikasi Persuasif	26

2.7 Telemarketing	28
2.7.1 Pengertian Telemarketing	28
2.7.2 Konsep Telemarketing	29
2.7.3 Jenis Telemarketing.....	30
2.7.3.1 Inbound Telemarketing	30
2.7.3.2 Outbound Telemarketing.....	30
2.7.4 Indikator Telemarketing.....	31
2.8 Definisi Sikap.....	32
2.9 Kepercayaan.....	32
2.10 Pelanggan/Nasabah	34
2.10.1 Pelanggan Internal.....	34
2.10.2 Pelanggan Eksternal	35
2.11 <i>Customer Relation</i> (Hubungan Pelanggan).....	35
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian.....	38
3.2 Tipe Penelitian	39
3.3 Metode Penelitian	39
3.4 Subyek Penelitian.....	40
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	41
3.5.1 Data Primer	42
3.5.2 Data Skunder	42
3.6 Teknik Analisa Data.....	42
3.7 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	44
BAB IV HASIL PENELITIAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan	47
4.1.1 Latar Belakang Perusahaan.....	47
4.1.2 Visi dan Misi Perusahaan.....	48
4.1.3 Struktur Perusahaan	49
4.1.4 Logo Perusahaan	52
4.1.5 Penghargaan Perusahaan.....	52
4.1.6 Produk Indolife.....	53

4.2 Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Bentuk Kegiatan Telemarketing PT Indolife	58
4.2.2 Hambatan Kegiatan Telemarketing PT Indolife	62
4.2.3 Isi Pesan Komunikasi Dalam Proses Pengenalan Produk Indolife ...	66
4.2.4 Media Komunikasi Telemarketing PT Indolife	71
4.2.5 Aktivitas Telemarketing Untuk Mendapatkan Pelanggan	73
4.2.6 Kepercayaan Pelanggan Terhadap Indolife	76
4.3 Pembahasan	80
4.3.1 Bentuk Kegiatan Telemarketing PT Indolife	80
4.3.2 Hambatan Kegiatan Telemarketing PT Indolife	84
4.3.3 Isi Pesan Komunikasi Dalam Proses Pengenalan Produk Indolife ...	87
4.3.4 Media Komunikasi Telemarketing PT Indolife	87
4.3.5 Aktivitas Telemarketing Untuk Mendapatkan Pelanggan	88
4.3.6 Kepercayaan Pelanggan Terhadap Indolife	89
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran.....	93
5.2.1 Saran Akademis.....	93
5.2.2 Saran Praktis.....	93
DAFTAR PUSTAKA	95
LAMPIRAN	