



**KOMUNIKASI INTERPERSONAL ACCOUNT OFFICER
PT. PERMODALAN NASIONAL MADANI (PNM)
MEKAAR CENGKARENG 1 JAKARTA BARAT
DALAM MENJAGA LOYALITAS NASABAH**

SKRIPSI

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**
Wilda Maulida
44217120063

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA
2025**

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wilda Maulida
NIM : 44217120063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Interpersonal Account Officer PT.
Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar
Cengkareng 1 Jakarta Barat Dalam Menjaga
Loyalitas Nasabah.

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 26 Februari 2025

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Wilda Maulida

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Wilda Maulida
NIM : 44217120063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Interpersonal Account Officer PT.
Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar
Cengkareng 1 Jakarta Barat Dalam Menjaga
Loyalitas Nasabah.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M. Si (
NIDN : 0330077301
Ketua Penguji : Melly Ridaryanthi, M.Soc. Sc, Ph.D (
NIDN : 0324128202
Penguji Ahli : Engga Probi Endri, SI.Kom., M.A. (
NIDN : 0317089402

Jakarta, 27 Februari 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M. Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wilda Maulida
NIM : 44217120063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Interpersonal Account Officer PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Cengkareng 1 Jakarta Barat Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 26 Februari 2025

Yang menyatakan,



(Wilda Maulida)

ABSTRAK

Nama : Wilda Maulida
Nim : 44217120063
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Komunikasi Interpersonal Account Officer PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Cengkareng 1 Jakarta Barat
Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah
Pembimbing : Irmulansati Tomohardjo, S. H, M.Si

Persaingan yang ketat tentu mendorong setiap perusahaan untuk semakin memperhatikan kualitas dan kredibilitas perusahaan, apalagi dengan semakin tumbuh kembangnya kompetitor dibidang serupa. PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) sebagai perusahaan penyedia jasa keuangan kepada pelaku usaha UMKM yang ada di Indonesia khususnya di jakarta ini perlu memperhatikan setiap langkah dan rencana komunikasi yang akan dihadapi dengan nasabah.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan studi kasus. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dokumentasi, dan ikut serta merasakan kejadian dilapangan. Untuk informan dalam penelitian ini menggunakan tiga informan internal dan tiga informan eksternal.

Hasil penelitian menemukan beberapa komunikasi yang tidak tersampaikan karena berpengaruh pada respon negative nasabah. Komunikasi interpersonal face to face lebih efektif dilakukan, media perantara whatsapp dapat menjadi pendukung komunikasi antara AO dengan Nasabah.

PNM Mekaar Cengkareng berkomitment untuk terus melakukan perbaikan terhadap kualitas pelayanan karena loyalitas nasabah sangat penting. Produk yang ditawarkan dan kegiatan yang diberikan oleh PNM mampu mempertahankan loyalitas nasabah dalam melakukan pembelian berulang di PNM Mekaar Cengkareng 1 Jakarta Barat.

Kata Kunci: Komunikasi, Komunikasi Interpersonal, Loyalitas Pelanggan

ABSTRACT

Name : Wilda Maulida
Nim : 44217120063
Study Program : Communication Science
Title of Thesis Report : *Interpersonal Communication of Account Officer PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Cengkareng 1 West Jakarta in Maintaining Customer Loyalty*
Supervisor : Irmulansati Tomohardjo, S. H, M.Si

Tight competition certainly encourages every company to pay more attention to the quality and credibility of the company, especially with the increasing growth of competitors in similar fields. PNM as a financial services provider that distributes financing to MSME business actors in Indonesia, especially in Jakarta, needs to pay attention to every step and communication plan that will be faced with customers.

This study uses a qualitative approach method with a case study. Data collection techniques with interviews, observations, documentation, and participating in experiencing events in the field. For informants in this study using three internal informants and three external informants.

The results of the study found several communications that were not conveyed because they affected negative customer responses. Interpersonal face to face communication is more effective, WhatsApp media can be a communication supporter between AO and Customers.

PNM Mekaar Cengkareng is committed to continuing to improve the quality of service because customer loyalty is very important. The products offered and activities provided by PNM are able to maintain customer loyalty in making repeat purchases at PNM Mekaar Cengkareng 1 West Jakarta. Keywords: Communication, Interpersonal Communication, Customer Loyalty.

Keywords: Communication, Interpersonal Communication, Customer

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, berkat rahmat, hidayah dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “Komunikasi Interpersonal Account Officer PT. Permodalan Nasional Madani (PNM) Mekaar Cengkareng 1 Jakarta Barat Dalam Menjaga Loyalitas Nasabah.” sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Penyusunan skripsi ini menjadi salah satu syarat bagi penulis dalam mencapai gelar sarjana (S-1) jurusan Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari sempurna dan memiliki banyak kekurangan dikarenakan oleh segala keterbatasan dan kemampuan yang penulis miliki. Namun, penulis berusaha menyajikan skripsi ini dengan sebaik-baiknya agar dapat bermanfaat bagi berbagai pihak. Untuk itu, penulis sangat menerima segala kritik dan saran yang membangun dalam perbaikan skripsi ini. Pada kesempatan ini dengan ketulusan yang paling dalam, penulis mengucapkan terima kasih yang begitu besar kepada:

1. Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan dan memberi masukan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
4. Seluruh Dosen Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi dan staff Universitas Mercu Buana, yang telah banyak memberikan pengetahuan pada penulis selama menempuh studi Pendidikan S1.

5. Kedua Orang tua dan suami tersayang yang senantiasa memberikan dukungan material dan semangat serta motivasi tiada henti hingga penulis dapat menyelesaikan studinya sampai sarjana.
6. Pihak PT. Permodalan Nasional Madani pada Unit Mekaar Cengkareng 1 beserta nasabah PNM yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang saya perlukan.
7. Rekan dan sahabat penulis, yang selalu memberi inspirasi untuk terus melangkah maju kedepan, menjadi tempat bertukar pikiran dan menjadi support system penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

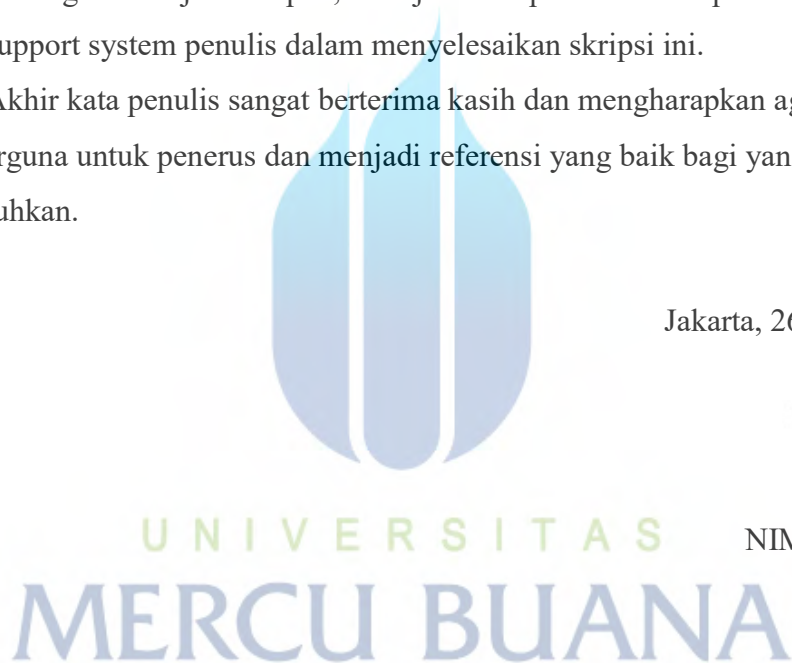
Akhir kata penulis sangat berterima kasih dan mengharapkan agar skripsi ini dapat berguna untuk penerus dan menjadi referensi yang baik bagi yang membutuhkan.

Jakarta, 26 Februari 2025



Wilda Maulida

NIM 44217120063



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Akademis.....	8
1.4.2 Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Penelitian Terdahulu	10
2.2 Kerangka Teori	18
2.2.1 Pengertian Komunikasi	18
2.2.2 Komunikasi Interpersonal	26
2.2.3 Loyalitas Pelanggan	36
2.3 Kerangka Pemikiran.....	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42

3.2	Metode Penelitian	43
3.3	Subjek Penelitian	44
3.4	Teknik Pengumpulan Data.....	46
3.4.1	Data Primer	46
3.4.2	Data Skunder.....	47
3.5	Teknik Analisa Data	48
3.6	Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	51
4.1.1	Profil Perusahaan	51
4.1.2	Struktur Organisasi PNM Mekaar Unit Cengkareng 1	54
4.1.3	Produk PT. PNM	55
4.2	Deskripsi Informan Penelitian	56
4.3	Hasil Penelitian	58
4.3.1	Pesan Yang Disampaikan Dan Penerapannya	60
4.3.2	Keterbukaan Dan Empaty	64
4.3.3	Mengubah Sudut Pandang	69
4.3.4	Loyalitas Nasabah	72
4.4	Pembahasan	79
BAB V PENUTUP.....		84
5.1	Kesimpulan	84
5.2	Saran	85
5.2.1	Saran Akademis	85
5.2.2	Saran Praktis	85
DAFTAR PUSTAKA.....		87
LAMPIRAN.....		92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Keluhan Nasabah di Sosial Media	3
Gambar 1.2 Keluhan Nasabah di Sosial Media	4
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran.....	41
Gambar 4.1 Logo PNM Mekaar.....	51



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kantor Unit PNM Mekaar Wilayah Jakarta Barat	2
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.2 Struktur Organisasi	55
Table 4.3 Pemetaan Penerapan Dimensi Komunikasi Interpersonal.	75
Table 4.4 Pemetaan Media Komunikasi Interpersonal.	78



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Pedoman Wawancara	92
Lampiran 2 Transkrip Hasil Wawancara.....	95
Lampiran 3 Pedoman Observasi	108
Lampiran 4 Kunjungan Penelitian..	110
Lampiran 5 Surat Permohonan Wawancara.....	111
Lampiran 6 Ucapan Terimakasih	112
Lampiran 7 CV.....	113
Lampiran 8 Pernyataan Similarity Check.	114

