



UNIVERSITAS NASIONAL

***MARKETING PUBLIC RELATIONS PERUSAHAAN
PROPERTY DALAM MEMPERSUASI CALON PEMBELI
RUMAH CLUSTER SEDERHANA YOVIE
(Studi Pada PT. Kafani Jaya Property di Jakarta)***

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana

Ilmu komunikasi (S.IKOM)

Najla Athifah

203516516122

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
JAKARTA**

2024



UNIVERSITAS NASIONAL

***MARKETING PUBLIC RELATIONS PROPERTY COMPANIES
IN PERSUADING PROSPECTIVE BUYERS OF YOVIE SIMPLE
CLUSTER HOUSES***

(Study at PT. Kafani Jaya Property In Jakarta)

THESIS

Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor
Degree in Communication Science (S.Ikom)

Najla Athifah

203516516122

***FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES STUDY
PROGRAM OF COMMUNICATION SCIENCE***

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Najla Athifah

NPM : 203516516122

Judul Skripsi : *Marketing Public Relations Perusahaan Property Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster sederhana (Studi Pada PT. Kafani Jaya Property di Jakarta).*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan – bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Demikian Pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 23 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



10000
METERAL TEMPEL
35899AKX841094616

Najla Athifah



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS NASIONAL
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Najla Athifah

NPM : 203516516122

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Marketing Public Relations Perusahaan Property Dalam
Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster Sederhana
Yovie (Studi Pada PT. Kafani Jaya Property di Jakarta)

Diajukan untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh
gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan
Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Disetujui untuk disahkan,

Jakarta, 28 Februari 2024

UNIVERSITAS NASIONAL

Dosen Pembimbing

Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.

Dekan

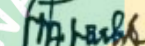
Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

HALAMAN PENGESAHAN DEWAN PENGUJI


HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :
Nama : Najla Athifah
NPM : 203516516122
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : *Marketing Public Relations Perusahaan Property Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster Sederhana Yovie (Studi Pada PT. Kafani Jaya Property)*

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana (S.Ikom) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Ketua Sidang : Prof. Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si ()

Penguji Sidang 1 : Drs. Adi Prakosa, M.Si ()

Penguji Sidang 2 : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si ()

Ditetapkan di : *Jakarta*

Tanggal : *28 Februari 2024*



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIC
JAKARTA

FORMULIR 4

PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Najla Athifah
Nomor Induk Mahasiswa : 203516516122
Jurusan : Public Relations
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Marketing Public Relations Perusahaan Property Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster Sederhana Yovie (Studi Pada PT. Kafani Jaya Property di Jakarta)

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 20 Februari 2024, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 28 Februari 2024

Ketua Sidang: Prof. Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si.

Penguji I: Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Penguji II: Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur ditunjukkan kepada Allah SWT karena Rahmat dan karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “***Marketing Public Relations Perusahaan Property Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster Sederhana (Studi Pada PT. Kafani Jaya Property Di Jakarta)***”. Skripsi ditujukan sebagai salah satu syarat akademik untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom) pada jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

Tanpa adanya bantuan serta dukungan dari berbagai pihak, proses penyusunan skripsi ini tidak akan berjalan lancar dan sesuai rencana, tanpa bantuan serta dukungan dari pada semua pihak yang telah membantu selama penulis melakukan proses penulisan skripsi ini, pencapaian ini tidak akan terwujud. Selanjutnya ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada pihak – pihak di bawah ini:

1. **Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A.** Selaku Rektor Universitas Nasional.
2. **Dr. Erna ermawati Chotim, S.Sos., M.Si.** Selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Univeritas Nasional.
3. **Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si.** Selaku Wakil Dekan bidang Administrasi Akademik dan Keuangan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.
4. **Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.A.P.** Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Kerjasama, dan Sumber Daya Manusia Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.
5. **Djujur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si** dan **Nursatyo S.Sos., M.Si.** Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Sekretaris program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Nasional.
6. **Dr. Anita Rosana, B.A., M.A.** Selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis sebagai Mahasiswa selama 3,5 Tahun.

7. **Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si.** Selaku Dosen Pembimbing skripsi saya, yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu, motivasi, dan juga semangat dalam pengerjaan skripsi ini. Terima kasih sebanyak – banyaknya saya ucapkan kepada Ibunda Lely karena sudah membantu dan memberikan masukan berupa ilmu, motivasi dan semangat selama proses bimbingan di Tengah kesibukan beliau. Tanpa adanya ilmu pengetahuan dan semangat dari beliau, saya tidak yakin skripsi ini akan selesai dengan baik dan tepat waktu.
8. **Dr. Dwi Kartikawati, M.Si.** Selaku Ketua Sidang Seminar Proposal yang telah menyempatkan waktu senggang beliau untuk menghadiri sidang penelitian dan telah membantu dalam menguji penelitian yang dilakukan.
9. **Prof. Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si** dan **Drs. Adi Prakosa, M.Si.** Selaku Ketua Sidang Skripsi dan Penguji 1 yang telah menyempatkan waktu senggang beliau untuk menghadiri sidang penelitian dan telah membantu dalam menguji penelitian yang dilakukan.
10. Seluruh staff dan dosen Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama peneliti berkuliah di Universitas Nasional. Peneliti sangat berterima kasih atas tahun – tahun penuh ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi penulis terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
11. Orang Tua penulis, Ibu **Atun Trusanti** dan Bapak **Hilmi** yang telah memberikan dukungan, semangat, dan doa serta motivasi saya untuk kelancaran bagi penulis sehingga proses penulisan skripsi ini dapat berjalan dengan lancar dan dapat diselesaikan tepat waktu.
12. Kepada **Syahid Hamzah Robbani** terima kasih selalu mendukung, memberikan doa dan semangat serta selalu menjadi support system terbaik dan juga untuk sahabat saya **Rahmawati, Lutfiana Pratiwi** dan **Putri Auliana** serta teman – teman angkatan saya di Universitas Nasional, saya ucapkan terima kasih banyak karena telah membantu dalam penelitian ini.

13. Seluruh Informan yang terlibat dalam penelitian ini, saya mengucapkan terima kasih karena sudah meluangkan waktunya ditengah jadwal kegiatan yang padat dan memberikan informasi yang sangat berguna untuk penelitian ini.

Semoga skripsi yang telah penulis tulis ini senantiasa dapat memberikan manfaat pengetahuan dan ilmu – ilmu mengenai topik yang telah peneliti bahas bagi para pembaca dan juga dapat menjadi referensi untuk penelitian yang akan datang.



Jakarta, Januari 2024

A handwritten signature in black ink, appearing to read "Najla Athifah".

Najla Athifah

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Nasional, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Najla Athifah
Nomor Pokok Mahasiswa : 203516516122
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Nasional **hak bebas royalti noneksklusif** (*non-exclusive royalty-free right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Marketing Public Relations Perusahaan Property Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster Sederhana Yovie (Studi Pada PT. Kafani Jaya Property di Jakarta).

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas royalti noneksklusif ini Universitas Nasional berhak menyimpan, mengahlimedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir 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 : 24 januari 2024

Yang menyatakan



(Najla Athifah)

ABSTRAK

Nama : Najla Athifah
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : *Marketing Public Relations* Perusahaan *Property* Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah *Cluster* Sederhana Yovie (Studi Pada PT. Kafani Jaya *Property* Di Jakarta)
Pembimbing : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si

Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisis bagaimanakah *Marketing Public Relations* Perusahaan *Property* Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah *Cluster* Sederhana Yovie Pada PT. Kafani Jaya *Property* di Jakarta. Dengan menggunakan teori komunikasi persuasif menurut Larson yang terdiri dari premis **rasional dan emosional**. Menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan interpretatif. Hasil penelitian menunjukkan adanya premis secara **rasional** dari mempersuasi calon pembeli ditunjukkan dengan pihak perusahaan melakukan pendekatan dengan mengajak calon pembeli mendiskusikan produk yang mereka jual diluar kantor dan mengajak calon pembeli melihat langsung lokasi perumahan serta calon pembeli juga bisa mendesain sendiri konsep rumah yang diinginkan, memberikan informasi mengenai kualitas konstruksi dengan harga yang sangat terjangkau dan premis secara **emosional** dapat dilihat dari cara perusahaan memperlakukan calon pembeli dengan memberikan informasi yang sangat detail tentang perumahan dan memberikan bonus seperti hiasan atau lampu taman untuk rumah saat pembeli melakukan pembelian, cara itu yang membuat pembeli merasa perusahaan sangat memperhatikan keinginan pembeli dan dapat menggugah simpati serta empati calon pembeli. Adanya segmentasi geografis dan demografis yang dapat menentukan produk yang mereka jual ditunjukkan untuk siapa, *targeting* menggunakan strategi Penetapan Sasaran Terkonsentrasi dan *positioning* yang membuat calon pembeli selalu mengingat perusahaan tersebut. Dengan demikian penelitian ini dapat disimpulkan Komunikasi Persuasif yang dilakukan oleh perusahaan telah memenuhi teori dari Komunikasi Persuasif menurut Larson dan konsep STP (*Segmentation, Targeting, Positioning*) yang digunakan oleh perusahaan juga berjalan dengan baik.

Kata Kunci: Pemasaran, Komunikasi Persuasif, Calon Pembeli



ABSTRACT

Name : Najla Athifah
Study Program : Ilmu Komunikasi
Title : *Marketing Public Relations Of Property Companies in Persuading Prospective Buyers Of Yovie's Simple Cluster Homes (Study At PT. Kafani Jaya Property In Jakarta)*
Counsellor : Prof. Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si

*The aim of this research is to find out and analyze how Marketing Public Relations of Property Companies Persuades Prospective Buyers of Yovie Simple Cluster Homes at PT. Kafani Jaya Property in Jakarta. By using the theory of persuasive communication according to Larson which consists of **rational and emotional** premises. Using qualitative methods with an interpretive approach. The research results show that there is a **rational** premise for persuading prospective buyers, demonstrated by the company taking an approach by inviting prospective buyers to discuss the products they sell outside the office and inviting prospective buyers to see the housing location directly and prospective buyers can also design their own desired house concept, provide information regarding quality construction at very affordable prices and an **emotional** premise can be seen from the way the company treats prospective buyers by providing very detailed information about housing and providing bonuses such as decorations or garden lights for the house when buyers make purchases, this is the way that makes buyers feel The company really pays attention to buyers' desires and can arouse sympathy and empathy for potential buyers. There is geographic and demographic segmentation that can determine who the products they sell are intended for, targeting uses a Concentrated Target Determination strategy and positioning that makes potential buyers always remember the company. Thus, this research can be concluded that the Persuasive Communication carried out by the company has fulfilled the theory of Persuasive Communication according to Larson and the STP (Segmentation, Targeting, Positioning) concept used by the company is also working well.*

Keywords: Marketing, Persuasive Communication, Potential Buyers

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL

Error! Bookmark not defined.

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

iError! Bookmark not defined.

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

iiError! Bookmark not defined.

FORMULIR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI v

KATA PENGANTAR vi

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS

AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS ix

ABSTRAK x

ABSTRACT xi

DAFTAR ISI xii

DAFTAR TABEL xiv

DAFTAR GAMBAR xv

DAFTAR LAMPIRAN xvi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1 Latar Belakang Masalah
 **Erro**

r! Bookmark not defined.

1.2 Rumusan Masalah
 **Erro**

r! Bookmark not defined.

1.3 Tujuan Penelitian
 **Erro**

r! Bookmark not defined.

1.4 Manfaat Penelitian
 **Erro**

r! Bookmark not defined.

1.4.1 Manfaat Teoritis
 **Erro**

r! Bookmark not defined.

1.4.2 Manfaat Praktis
 **Erro**

r! Bookmark not defined.

1.5 Sistematika Penulisan
 **Erro**

r! Bookmark not defined.

BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

Error! Bookmark not defined.

2.1 Penelitian Terdahulu
 **Erro**

r! Bookmark not defined.

2.2	Teori	Yang	Digunakan	
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
2.2.1	Teori	Komunikasi	Persuasi	Larson
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
2.2.2	STP	(Segmentation,	Targeting,	Positioning)
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
2.2.3		Public		Relations
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
2.2.4		Media		Sosial
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
2.2.5		Perilaku		Konsumen
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
2.3		Kerangka		Pemikiran
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
2.4	Model		Kerangka	Pemikiran
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
BAB III	METODOLOGI PENELITIAN			35
3.1		Paradigma		Penelitian
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
3.2	Metode Penelitian			35
3.3	Pendekatan Penelitian			36
3.4	Teknik		Pengumpulan	Data
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
3.5		Informan		Penelitian
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
3.6	Teknik		Analisis	Data
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
3.7	Teknik	Pemeriksaan	Keabsahan	Data
				Erro
	r! Bookmark not defined.			
3.7.1	Derajat kepercayaan (<i>credibility</i>)			43
3.7.2	Keterlibatan (<i>transferability</i>)			43
3.7.3	Kebergantungan (<i>dependability</i>)			43
3.7.4	kepastian (<i>comfermability</i>)			44
3.8	Jadwal Penelitian			44

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Error! Bookmark not defined.

4.1	Deskripsi	Wilayah	Penelitian
		 Erro

r! Bookmark not defined.

4.1.1	Profil PT. Kafani Jaya Property.....	46
4.1.2	Visi Misi Perusahaan.....	46
4.1.3	Struktur Organisasi.....	47
4.1.4	Logo Perusahaan.....	48

4.2	Profil	Informan	Penelitian
		 Erro

r! Bookmark not defined.

4.2.1	Informan Pokok.....	49
4.2.2	Informan Kunci.....	50

4.3 Penyajian Data Hasil Penelitian: *Marketing Public Relations* Perusahaan *Property* Dalam Mempersuasi Calon Pembeli Rumah Cluster Sederhana

..... **Erro**

r! Bookmark not defined.

4.3.1	Komunikasi Persuasif Berdasarkan Premis Rasional Erro
-------	--	-------------------

r! Bookmark not defined.

4.3.2	Komunikasi Persuasif Berdasarkan Premis Emosional...	61
-------	--	----

4.4		Pembahasan
	 Erro

r! Bookmark not defined.

4.5	Konfigurasi	Model	Hasil	Penelitian
			 Erro

r! Bookmark not defined.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Error! Bookmark not defined.

5.1	Kesimpulan.....	87
5.2	Saran.....	88

DAFTAR REFERENSI

Error! Bookmark not defined.

LAMPIRAN.....	92
---------------	----



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.8 Jadwal Penelitian.....	44



DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.6 Skema Model Analisis Data Miles dan Huberman	42
Gambar 4.1.4 Logo Perusahaan Kafani Jaya Property	48
Gambar 4.4.1 Instagram Kafani Jaya <i>Property</i>	77
Gambar 4.4.2 Youtube Kafani Jaya <i>Property</i>	77
Gambar 4.4.3 Tiktok Kafani Jaya <i>Property</i>	78
Gambar 4.4.4 Desain Rumah Kafani Jaya <i>Property</i>	79



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Catatan Lapangan (Field Notes)	92
Lampiran 2 Transkrip Pertanyaan Wawancara Informan Pokok	93
Lampiran 3 Transkrip Pertanyaan Wawancara Informan Kunci	94
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Informan Pokok 1	95
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Informan Pokok 2	98
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Informan Kunci 1	100
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Informan Kunci 2	102
Lampiran 8 Dokumentasi Wawancara	104
Lampiran 9 Daftar Riwayat Hidup Penulis	105
Lampiran 10 Data SKPI (Surat Keterangan Pendamping Ijazah).....	106
Lampiran 11 Hasil Turnitin.....	107
Lampiran 12 Laporan Bimbingan APPSTA	108
Lampiran 13 Surat Penugasan Pembimbing Skripsi	109

