

DAFTAR PUSTAKA

Cangara, Hafied. 2014. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Irawan, Handi. 2005. *Customer Satisfaction*, Yogyakarta: BPFE.

Jefkins, F. *Public Relations*. (Jakarta: Erlangga, 2003)

[M. Anang Firmansyah](#). 2020. *Komunikasi Pemasaran*. Pasuruan: Qiara Utama Nusa Putra. 2012 “*Metode Kualitatif Pendidikan*”. Jakarta: Raja Grafindo persada, 2012

Soemanagara, Kennedy. 2006. *Marketing Communication Taktik dan Strategi*. Jakarta: PT Buana Populer kelompok Gramedia.

Soemirat, S., & Ardianto, E. 2012. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: Rosda.

Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, cet 16

Ariyanti, Efi Dwi. 2011. *Pengaruh Keragaman Produk Dan Pelayanan Terhadap Citra Perusahaan Pada Swalayan Anea Jaya Bola*. Skripsi: Dipublikasikan (Online). Semarang: Fakultas Ekonomi

<https://www.antam.com/id/about>

<https://www.neliti.com/id/publications/178560/strategi-media-relations-pt-antam-persero-tbk-sebagai-upaya-pengelolaan-citra#id-section-content>



LAMPIRAN

LAMPIRAN I : Formulir Konsultasi Pembimbing



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR KONSULTASI PEMBIMBING SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Syindy Figandiana
NPM : 183112351650163
Program Studi / Konsentrasi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Komunikasi Antara Perusahaan & Pelanggan
Dalam Program Customer Exhibition (Studi Pada
PT.ANTAM UBPP LOGAM MULIA)

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
1.	2/04/2022	Materi terkait judul, rumusan masalah, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan	
2.	5/04/2022	Materi terkait teori yang relevan dan kerangka berfikir penelitian	
3.	7/04/2022	Mengoreksi skripsi mulai dari Bab 1 - Bab 3	
4.	27/04/2022	Revisi skripsi Bab 1 - Bab 3	
5.	7/04/2022	Pengumpulan data wawancara	
6.	7/07/2022	Menyusun Bab 4 dan Bab 5	
7.	27/07/2022	Revisi Bab 4, dan Bab 5	
8.	8/08/2022	Konsultasi hasil revisi akhir Bab 1 - Bab 5	

Jakarta, 10 Agustus 2022

Ketua Program Studi,

Drs. Adi Prakosa, M.Si.

LAMPIRAN II : SURAT KETERSEDIAAN PEMBIMBING



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 81, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

Jakarta, 13 Mei 2022

Nomor : 376/WD/V/2022
Lamp : 1 (satu) Berkas
Hal : **Kesediaan Pembimbing Skripsi**

Kepada Yth : Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si
Dosen Prodi Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Nasional
Di Jakarta

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, Meminta Kesediaan Bapak/Ibu untuk membimbing Skripsi yang disusun oleh :

Nama : Syindy Figandiana
NPM : 183112351650163
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : **Komunikasi Antar Perusahaan & Pelanggan Dalam Program Customer Exhibition (Studi Pada PT. Antam UB PP Logam Mulia**

Kesediaan Bapak/Ibu memberikan bimbingan secara intensif sangat kami harapkan. Diminta Bapak/Ibu memberikan jawaban segera dengan memberikan tanda tangan di bawah ini dan untuk menghitung beban tugas, diminta segera mengembalikannya kepada Pimpinan Fakultas melalui Sekretariat.

Demikian, terima kasih.

Bersedia/Tidak Bersedia*
Sebagai Pembimbing.

Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si

*coret yang tidak perlu



Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

LAMPIRAN III : SURAT TUGAS



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
TERAKREDITASI BAN-PT

Jl. Sawo Manila No. 61, Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta Selatan 12520
Telp. (021) 70737624, 7806700 Ext.146, Fax. 7802718-7802719
Homepage : <http://www.unas.ac.id> Email : info@unas.ac.id

SURAT TUGAS

No. 376/WD/V/2022

Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional menugaskan kepada Dosen berikut ini :

Nama : Dr. Dra. Lely Arrianie, M.Si
NIP/NIDN : 0002046601
Pangkat Akademik : Lektor Kepala
Unit Kerja : FISIP Universitas Nasional

Untuk dapat bertindak sebagai Pembimbing Skripsi pada Semester Genap Tahun Akademik 2021/2022 atas nama mahasiswa :

Nama : Syindy Figandiana
NPM : 183112351650163
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Proposal Skripsi : *Komunikasi Antar Perusahaan & Pelanggan Dalam Program Customer Exhibition (Studi Pada PT. Antam UB PP Logam Mulia*

Dengan ketentuan sebagai berikut :

- Jangka waktu penulisan skripsi adalah tiga sampai enam bulan.
- Memberikan bimbingan secara teratur delapan kali konsultasi dengan mengisi formulir 1 secara lengkap.
- Penulisan skripsi mengikuti pedoman sebagaimana tercantum dalam buku pedoman penulisan dan Ujian Skripsi yang dikeluarkan oleh Fakultas.

Demikian surat tugas ini dibuat untuk dapat dilaksanakan sebagaimana mestinya sesuai dengan aturan yang berlaku.

Jakarta, 13 Mei 2022

Wakil Dekan,

Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si.

LAMPIRAN IV : TRANSKRIP WAWANCARA

Transkrip Wawancara Informan Kunci 1

Narasumber : Bapak Agung adrianto
Jabatan : Staff Marketing Communication
Waktu : Jumat, 7 Juni 2022
Tempat : Exhibition Butik Graha Dipta

Keterangan :
P : Peneliti
N : Narasumber

P : Strategi apa yang cocok untuk meningkatkan minat konsumen di pameran ?

N : menurut pribadi kayaknya di era digital ini udah cukup cocok dengan kita melakukan promosi digital terutama di social media, kemudian kalo ternyata ada budget lebih yang disiapkan oleh perusahaan untuk mengiklan itu bisa di terrapin kaya billboard atau iklan di radio atau iklan digital .

P : Berapa lama pameran yang dijalankan?

N : Kalo dipameran itu kita sampai saat ini , berarti kita ngomongin perusahaan ya, diperusahaan tempat saya bekerja sementara masih di pusat pemberlanjaan, kayak Mall gitu di Indonesia, kenapa di Mall? Karena kayaknya orang pasti ke Mall , kemudian kalo tadi ngomongin jam operasional. Kita mengikuti jadwal operasional Mall, kalo Mall bukan jam 10.00 kita buka jam 10.00. dan karena ada system yang digunakan untuk pembayaran dan keterbatasan waktu. Jadi ada waktu yang tidak mengikuti waktu Mall, tapi mengikuti waktu system pembayaran. Jadi kira kira dari jam 10.00 pagi sampai jam 18.00.

P : Bagaimana cara membangun komunikasi antara perusahaan dengan customer?

N : Untuk di Antam sendiri baik di butik maupun di pameran kita tidak ada perbedaan untuk melayani customer baik yang baru maupun yang lama dan semua harus mengikuti SOP. Dan yang pastinya kita harus ramah kepada customer yang datang, dan selalu menyapa serta tersenyum agar membangun mood yang baik antara karyawan dan customer. Dan yang pastinya customer service kami akan memberikan informasi harga terkini emas.

P : Bagaimana perusahaan dapat memenuhi kebutuhan informasi dari para konsumen?

N : Memang sebenarnya sebagian masyarakat/customer udah melek dengan social media, Antam Logam Mulia selalu memberitahu mengenai pameran di instagram, informasi pameran dimana, kapan dan sampai kapan selalu kita informasikan namun terkadang customer itu masih bingung tata cara pembelian di pameran sehingga dari kami pastinya dari CRM memberikan prosedurnya, dan kita juga ada konten konten, tatacara ataupun alur pembelian di pameran itu bisa di cek di youtubanya antam logammulia. Intinya kami selalu berusaha seoptimal mungkin ya dalam memberikan informasi dan membantu para konsumen hingga pada akhirnya mereka menentukan akan melakukan pembelian sesuai kebutuhannya.

Biasanya kita ke customer itu lebih ke melayani dengan baik, menjawab pertanyaan customer dengan jelas, memberikan solusi dari masalah yang di

hadapi customer perihal pembelian maupun penjualan, pelayanan bisa secara langsung, melalui telepon, ataupun komen dan pesan di Instagram.

P : Apakah perusahaan melayani konsumen dengan berbeda-beda?

N : tentunya kami harus bersikap adil ya ke semua konsumen, tidak membedakan mana konsumen baru atau yang lama. semuanya sama, hal ini menghindari ketidaknyamanan pada konsumen, takutnya mereka merasa dibedakan. mangkanya kami bersikap adil sebagaimana harusnya. meskipun ada yang membeli dengan nominal yang besar, itu kita juga perlakukan sama ya. jadi tidak melihat dari nominal pembeliannya. semua sama.

P : Bagaimana strategi perusahaan dalam menentukan titik lokasi pameran?

N : Gimana strategi perusahaan dalam menentukan titik lokasi pameran? Dan apa saja yang menjadi pertimbangan lokasi? Kalo strateginya pasti yang pertama ad akita mencari Mall atau pusat perbelanjaan yang memang traffic nya tinggi, kedua kita punya histori dulu yang kita pernah pameran disana yang penjualannya banyak, itu bisa jadi tolak ukur semetara 2 itu saja yang bisa di share karena secara umum sudah bisa menggambarkan strategi yang kita lakukan.

Transkrip Wawancara Informan Kunci 2

Narasumber : Bapak Dalinta
Jabatan : Staff Marketing Communication
Waktu : Jumat, 7 Juni 2022
Tempat : Exhibition Butik Graha Dipta

Keterangan :
P : Peneliti
N : Narasumber

P : Bagaimana cara perusahaan/karyawan dalam menginformasikan produk kepada konsumennya?

N : Biasanya kita jelaskan dulu apa keuntungan dari berinvestasi emas Antam, karena investasi emas Antam investasi jangka Panjang 2-4 tahun kita dapat keuntungan, tahan inflasi/ mudah untuk dicairkan/ dijual kemudian juga kita jelasin keuntungan berinvestasi emas.

P : Berapa lama pameran ini di laksanakan? dan durasi nya berapa lama?

N : Jadi kalo untuk estimasi berapa lama pameran itu tentunya tidak bisa satu minggu ataupun 2 minggu menjadi momen khususnya tapi yang pertama itu dilihat dari intensitas pengunjung Mall jadi dasar kita berapa lama ni untuk menentukan jadwal pameran tersebut. Kedua pastinya kan Kerjasama dengan pihak Mallnya ataupun tempat tersebut.

P : Bagaimana perusahaan memperlakukan konsumen? apakah ada perbedaan pelayanan karena nominal pembelian?

N : benar menang untuk konsumen yang meskipun melakukan pembelian dalam nominal yang besar, kami tidak akan membedakannya dengan konsumen yang melakukan transaksi dengan nominal kecil. karena kami ingin menyamaratakan seluruh konsumen agar tidak ada yang berkecil hati, baik dari segi antrian, transaksi, dll kami bersikap sama kepada semuanya, tidak membedakan.

P : Bagaimana jika lokasi di booth tidak sesuai yang di harapkan? komunikasi seperti apa yang akan dibangun jika menghadapi situasi seperti ini?

N : Yang pertama harus aktif, dan kalo dirasa kondisi pameran sepi kita bisa membuat kondisi booth terasa ramai dengan cara kita flyring, jadi dengan brosur brosur yang ada kita sebar aja tidak usah malu, tidak usah sungkan kaerana menurut saya sebagai tim CRM itu yang menjadi membangun hubungan ke customer terkait dia mau membeli atau tidak itu urusan belakangan yang penting dia notice ada pameran, produknya apa udah kita kasih brosur seperti itu, lalu pastinya dari tim inti melakukan facebook ads, google ads, indtagram ads, untuk mempromosikan ada pameran di titik ini. Selanjutnya dari mulut ke mulut kemudian dari social media dan flyering tadi itu sangat cocok. Semakin kita banyak menyebarkan brosur di titik titik maki nada potensi orang untuk membeli di booth kita minimal datang bertanya tanya. Sehingga minatnya ada.

kemudian untuk penjelasan mengenai pembelian biasanya kita menjelaskan dulu untuk bagaimana caranya membeli produk langsung di tempat secara OTS silahkan bapak ibu siapkan dokumen wajib ktp dan npwp jika ada dan menyampaikan selalu untuk transfer, untuk pembayaran itu tidak bisa

menggunakan cash, setelah itu bisa datang ke CS kami akan di input data jika memang belum pernah transaksi, setelah nanti sudah sesuai dengan transaksinya pembelian yang berapa, gramasinya, dan lanjut silahkan membayar dengan no VA yang diberikan oleh CS, kalo sudah silahkan nanti verifikasi lagi pembayaran di kasir, nanti akan diberikan juga faktur pembelian . kalo sudah selesai baru pengambilan barang. Memang tipe customer berbeda beda dipameran ada ibu bapak bahkan anak muda jadi tinggal level kesabaran kita menjelaskan. minat belinya juga beragam pastinya, jadi kami harus bisa memenuhi apa yang mereka cari dan inginkan, agar mereka juga tidak kecewa pada pelayanan kami



Transkrip Wawancara Informan Pelengkap 1

Narasumber : Ibu Dita

Jabatan : Customer PT Antam UBPP Logam Mulia

Waktu : Jumat, 7 Juni 2022

Tempat : Exhibition Butik Graha Dipta

Keterangan :
P : Peneliti
N : Narasumber

P : Dimana ibu menemukan informasi pameran?

N : saya kebetulan mengikuti instagramnya PT Antam jadi saya selalu mengetahui informasi pameran yang terjadi saat ini dimana dimananya

P : Sudah berapa kali ikut dan membeli di pameran?

N : kalo untuk beli dipameran si baru beberapa dan saya lupa sudah berapa kali beli dipameran .karena kadang saya beli di websitenya

P : Apakah informasi yang diberikan oleh karyawan di pameran cukup jelas?

N : Se jauh ini karyawan antam cukup ramah dan jelas jika saya menanyakan informasi terkait emas ataupun investasi jangka Panjang, kemudian karyawannya jg memberitahu tata cara pembayarannya seperti apa, dan diarahkan step selanjutnya kemana.

P : Penyampaian pesan / informasi seperti apa yang karyawan sampaikan kepada ibu pada saat membeli?

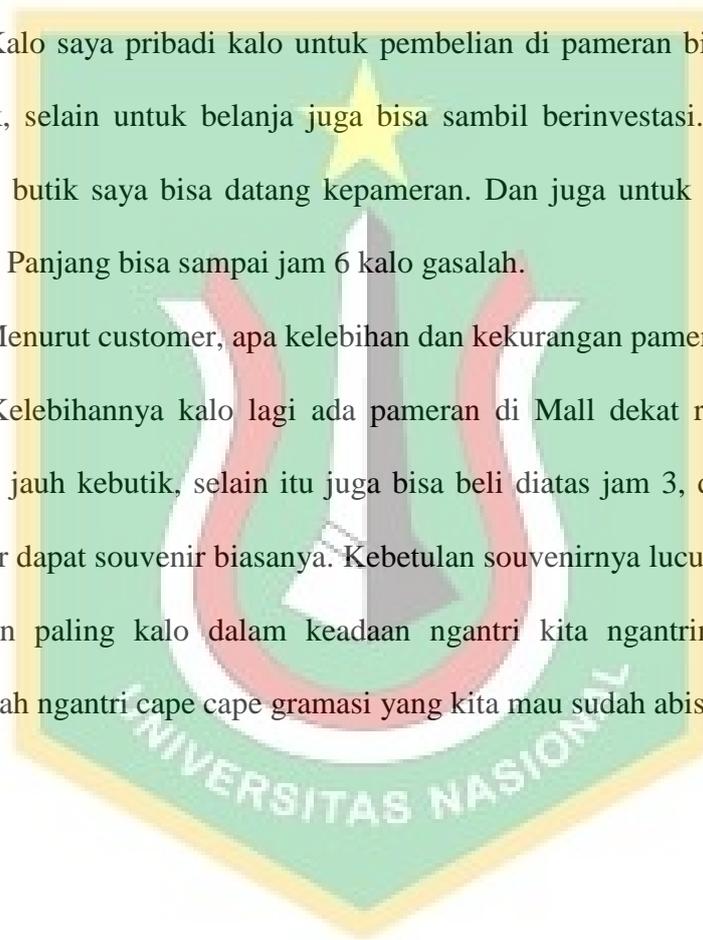
N : biasanya kalo saya datang ke pameran langsung disambut sama CS nya kemudian ditanyakan ada yang bisa dibantu, kemudian biasanya langsung di sodorkan harga emas pada saat itu, kemudian biasanya CS menawarkan untuk pembukaan salah satu program Antam yaitu pembukaan Brankas

P : Apa yang menarik customer untuk membeli di pameran ?

N : Kalo saya pribadi kalo untuk pembelian di pameran bisa sambil ngajak jalan anak, selain untuk belanja juga bisa sambil berinvestasi. Jadi kalo engga sempat ke butik saya bisa datang ke pameran. Dan juga untuk waktu pembelian agak lebih Panjang bisa sampai jam 6 kalo gasalah.

P : Menurut customer, apa kelebihan dan kekurangan pameran?

N : Kelebihannya kalo lagi ada pameran di Mall dekat rumah jadi engga perlu jauh jauh ke butik, selain itu juga bisa beli diatas jam 3, dan kalo kita beli diatas 10gr dapat souvenir biasanya. Kebetulan souvenirnya lucu lucu. Kalo untuk kekurangan paling kalo dalam keadaan ngantri kita ngantrinya berdiri. Dan kadang udah ngantri cape cape gramasi yang kita mau sudah abis.



LAMPIRAN V : DOKUMENTASI WAWANCARA

1. Dokumentasi Informan Kunci 1



Agung adrianto - Staff Marketing Communication

Jumat, 7 Juni 2022

Exhibition Butik Graha Dipta

2. Dokumentasi Informan Kunci 2



Bapak Dalinta - Staff Marketing Communication

Jumat, 7 Juni 2022

Exhibition Butik Graha Dipta

3. Dokumentasi Informan Pokok 1



Ibu Dita - Customer PT Antam UBPP Logam Mulia

Jumat, 7 Juni 2022

Exhibition Butik Graha Dipta

LAMPIRAN VI : *Field Note* (Catatan Lapangan)

Pada jumat 7 juni 2022 tepat pukul 10.00 datang tepat di pameran Exhibition Butik Graha Dipta. Ketika *booth* pameran dibuka, penulis menemui Bapak Agung adrianto selaku marketing communication PT Antam UBPP Logam Mulia Penulis mengobrol langsung tentang bagaimana cara karyawan dalam menawarkan hingga melakukan penjualan kepada para konsumennya, hingga apa saja kendala yang terjadi selama berinteraksi dengan konsumen. keadaan *booth* secara perlahan mulai ramai namun tidak menghalangi kegiatan yang berlangsung. Kemudian dilanjutkan dengan foto bersama guna menjadi dokumentasi penelitian ini. Dan kemudian penulis melakukan observasi disekitaran booth

Selanjutnya di hari yang sama, pada pukul 12.00 peneliti Pada jam ini booth terlihat lebih ramai dibanding jam-jam sebelumnya. Tetapi meskipun demikian, proses kegiatan transaksi tetap bisa berjalan kondusif dan lancar. Bapak dalinta juga sangat komunikatif selama menjawab pertanyaan yang diajukan oleh peneliti. Selanjutnya peneliti melakukan foto bersama dan melakukan observasi di sekitaran *booth*.

Penulis menemukan Customer antam yaitu Ibu Dita, Setelah berbincang sedikit dengan ibu dita, peneliti mulai mengajukan beberapa pertanyaan terkait penelitian. Ibu dita sangat antusias menjawab setiap pertanyaan yang diajukan. Selanjutnya peneliti melakukan foto bersama dengan narasumber. Ibu dita menyempatkan hadir ke booth

Antam di sela-sela kesibukannya, alhasil ibu dita tidak memiliki waktu banyak untuk melakukan wawancara. Tetapi meskipun begitu ibu dita sudah memenuhi dan menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti.

Tidak hanya ibu dita namun masih banyak customer yang berdatangan tidak semua melakukan transaksi, juga customer banyak yang hanya menanyakan perihal keunggulan produk kepada tim yang ada di booth Antam. Dan peneliti menghampiri customer untuk saling bertukar informasi dan mengobrol perihal investasi.



LAMPIRAN VII

Daftar Riwayat Hidup Penulis



Data Pribadi :

Nama : Syindy Figandiana
NPM : 183112351650163
Tempat, Tanggal Lahir : Jakarta, 10 Mei 1999
Alamat : Jl jatipadang utara rt 009/02 kelurahan jatipadang,
pasar minggu, jakarta selatan. 12540
Email : figandianasyindy@gmail.com
Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Kewarganegaraan : Indonesia

Pendidikan Formal :

1. SDN 06 Jatipadang
2. SMP Negeri 227 Jakarta
3. SMA Negeri 47 Jakarta
4. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Nasional – Jakarta Selatan

tahap 1

ORIGINALITY REPORT

25%
SIMILARITY INDEX

25%
INTERNET SOURCES

8%
PUBLICATIONS

%
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



1	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	3%
2	eprints.ums.ac.id Internet Source	2%
3	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1%
4	logammulia.com Internet Source	1%
5	meti2911.staff.gunadarma.ac.id Internet Source	1%
6	lib.unnes.ac.id Internet Source	1%
7	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1%
8	www.researchgate.net Internet Source	1%
9	repository.radenfatah.ac.id Internet Source	1%