



UNIVERSITAS NASIONAL

STRATEGI KOMUNIKASI SPG PT SREYAA SEWU INDONESIA
DALAM MENJUAL PRODUK AYAM NANAS

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S.I.Kom)

RIN OCTAVIANI
213516416589

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
AGUSTUS, 2025



UNIVERSITAS NASIONAL

COMMUNICATION STRATEGY OF SPG AT PT SREYAA SEWU
INDONESIA IN SELLING PINEAPPLE CHICKEN PRODUCTS
THESIS

Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor's Degree of
Communication Science

RIN OCTAVIANI
213516416589

COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES
AGUST, 2025



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Rin Octaviani

NPM : 213516416589

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Public Relations*

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Sreyaa Sewu Indonesia
Dalam Mengatasi Dampak Penolakan Performa
Penjualan Ayam Nanas

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

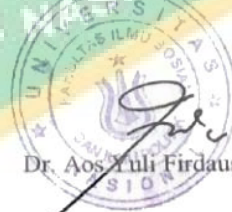
Disahkan

Jakarta, 6 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Drs. Ambia B. Boestam

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dr. Aoi Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Rin Octaviani
NPM : 213516416589
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Public Relations*
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi PT. Sreyaa Sewu Indonesia
Dalam Mengatasi Dampak Penolakan Performa
Penjualan Ayam Nanas
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 diujikan

Jakarta, 6 Agustus 2025

Dosen Pembimbing

Dr. Drs. Ambia B. Boestam

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos.M.Si

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi/Tesis/Disertasi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.



HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Rin Octaviani

NPM : 213516416589

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi SPG PT. Sreyaa Sewu Indonesia Dalam Menjual Produk Ayam Nanas

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

Ketua Sidang : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Penguji I : Dra. Masnah, M.Si.

Penguji 2 / Pembimbing : Dr. Drs. Ambia B. Boestam, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : Agustus 2025



ABSTRAK

Nama : Rin Octaviani
NPM : 213516416589
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi SPG PT Sreyaa Sewu Indonesia Dalam Menjual Produk Ayam Nanas
Dosen Pembimbing : Dr. Drs. Ambia B. Boestam. M.Si

Penelitian ini berjudul "Strategi Komunikasi PT. Sreyaa Sewu Indonesia dalam Mengatasi Dampak Penolakan Performa Penjualan Ayam Nanas", dengan Tujuan penelitian yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi yang diterapkan oleh PT. Sreyaa Sewu Indonesia dalam merespons penolakan pasar terhadap performa penjualan produk ayam nanas. Metodologi penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif dengan sumber data melalui wawancara yang didukung oleh observasi dan dokumentasi. Teori utama yang digunakan adalah teori Komunikasi Antar Pribadi beserta serta tahap dalam hubungan interpersonal, yang digunakan sebagai pendekatan bagaimana pendekatan dalam proses penanganan dampak penolakan performa penjualan ayam nanas tersebut. Teori utama tersebut menekankan pada interaksi langsung, empatik, dan terbuka antara pihak manajemen, tim pemasaran atau SPG dengan konsumen atau mitra bisnis, guna membangun kembali kepercayaan dan citra produk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Sreyaa Sewu Indonesia menerapkan strategi komunikasi yang bersifat terbuka, dan persuasif, seperti membangun dialog langsung dengan konsumen dan calon konsumen, melakukan pendekatan personal dan juga memperkuat pelatihan internal tim pemasaran atau SPG agar mampu menyampaikan pesan yang konsisten dan meyakinkan serta mampu memengaruhinya untuk membeli produk ayam nanas. Dalam penelitian juga menunjukkan bahwa Strategi komunikasi interpersonal terbukti efektif dalam meredam dampak negatif dari penolakan calon konsumen, Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang terencana dan berkelanjutan serta konsisten dalam penyampaian pesan dapat memulihkan citra yang positif dan membangun kepercayaan terhadap produk ayam nanas. penguatan keterampilan komunikasi SPG untuk mendukung pencapaian target penjualan.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, PT. Sreyaa Sewu Indonesia, Komunikasi Antar Pribadi, Mengatasi Penolakan calon konsumen,

ABSTRACT

Name : Rin Octaviani
NPM : 213516416589
Title : Communication Strategy of SPG PT Sreyaa Sewu Indonesia
in Selling Pineapple Chicken Products
Supervisor : Dr. Drs. Ambia B. Boestam. M.Si

This research is entitled "Communication Strategy of PT. Sreyaa Sewu Indonesia in Overcoming the Impact of Rejection on the Sales Performance of Pineapple Chicken." The purpose of this study is to identify the communication strategies implemented by PT. Sreyaa Sewu Indonesia in responding to market rejection towards the sales performance of its pineapple chicken product. The research employs a qualitative descriptive approach, with data collected through interviews supported by observation and documentation. The main theoretical framework used is Interpersonal Communication Theory and the stages of interpersonal relationships, which serve as a lens for analyzing how the company addresses the rejection issue. This theory emphasizes direct, empathetic, and open interaction between management, marketing teams or SPGs, and consumers or business partners to rebuild trust and improve product image. The findings reveal that PT. Sreyaa Sewu Indonesia applies an open and persuasive communication strategy, such as direct dialogue with consumers and potential buyers, personal approaches, and internal training reinforcement for marketing teams or SPGs to ensure consistent and convincing message delivery that can influence purchasing decisions. The study also shows that interpersonal communication strategies are effective in mitigating the negative impact of consumer rejection. It concludes that well-planned, continuous, and consistent interpersonal communication can restore a positive product image and build consumer trust. Strengthening the communication skills of SPGs is essential to support sales targets.

Kata kunci: Communication Strategy, PT. Sreyaa Sewu Indonesia, qualitative descriptive, Interpersonal Communication, Overcoming the impact of Consumer Rejection.

KATA PENGANTAR

Segala puji kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia- Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan *Proposal* skripsi yang berjudul “ **Strategi Komunikasi SPG PT Sreyaa Sewu Indonesia Dalam Menjual Produk Ayam Nanas** “ sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan skripsi sarjana Ilmu Komunikasi.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis sepenuhnya menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari do'a, dukungan, semangat, serta bimbingan dari berbagai pihak, baik bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-beasarnya kepada semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi ini hingga selesai, terutama kepada yang saya hormat

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Ibu Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
4. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
5. Ibu Cyntia Dewi Anggraini, S.Ikom., M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
6. Bapak Dr. Drs. Ambia B. Boestam atas bimbingan, dukungan, selaku dosen pembimbing.
7. Almh Bu Rina. Ibu yang selalu penulis rindukan dan cintai, semoga ibu melihat putri kecil ibu dari tempat terbaik di sisi-Nya. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai wujud bukti cinta dan

kasih kepada ibu. Andai waktu mengizinkan, penulis ingin memeluk dan menyampaikan rasa rindu, terima kasih, serta permohonan maaf. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada ibu.

8. Kepada orang tua tercinta, Pak Rivai Sulaiman. Kakak Nova, Kakak Tama, Kakak Andri, Kakak Opi, Mba Dest, dan Kakak Rara, Fila, Nabila yang telah memberikan do'a, dukungan, dan kasih sayang kepada penulis sehingga dapat menempuh perkuliahan dengan baik sampai penyusunan skripsi.
9. Segenap Dosen dan staff Universitas Nasional, terutama Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan ilmu kepada penulis selama masa kegiatan perkuliahan di Universitas Nasional.
10. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Rivana Maulana Rivai. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, waktu, menemani, serta merawat penulis saat keadaan sakit, menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan menyakinkan penulis pantang menyerah hingga penyusunan skripsi jni terselesaikan.
11. Kepada sahabat penulis, terkhusus Andini, Ghina, Widhya, Karin, Suci yang selalu sedia menjadi tempat saya bekeluh kesah dan selalu memberikan dukungan. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita hidup penulis.

Akhir kata, penulis berharap semoga Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu hingga selesainya skripsi ini.

Jakarta, 6 Agustus 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN SAMPUL	ii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB 2	12
Kajian Pustaka	12
2.1 Penelitian Terdahulu	12
2.2 Teori Utama	20
2.2.1 Teori Komunikasi Interpersonal	20
2.2.2 Ciri - Ciri Komunikasi Interpersonal	23
2.2.3 Tujuan Komunikasi Interpersonal	26
2.2.4 Tahap-tahap hubungan Interpersonal	29
2.2.5 Karakteristik Komunikasi Interpersonal	32
2.2.6 Tujuan dan Fungsi Komunikasi Interpersonal	34
2.2.7 Komponen atau Elemen dari Komunikasi Interpersonal	37

2.3	Konsep Penelitian	38
2.3.1	Strategi Komunikasi	38
2.3.2	Penolakan	40
2.3.3	Retorika	42
2.3.4	Bauran Komunikasi Pemasaran	47
2.3	Kerangka Pemikiran	55
BAB 3		56
	METODOLOGI PENELITIAN	56
3.1	Paradigma Penelitian	56
3.2	Pendekatan Penelitian	56
3.3	Penentuan Informan	57
3.4	Teknik Keabsahan Data	58
3.5	Teknik Analisis Data	59
3.5.1	Lokasi	60
3.5.2	Waktu	60
3.6	Informan	61
3.7	Teknik Pengumpulan Data	62
1.	Wawancara Mendalam	62
2.	Observasi	63
3.	Dokumentasi	64
BAB 4		66
	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	66
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	66
4.1.1	Struktur Perusahaan PT. Sreeya Sewu Indonesia	67
4.1.2	Produk PT. Sreeya Sewu Indonesia	72
4.1.3	Profil Responden	72
4.2	Identifikasi Masalah Penolakan Ayam Nanas	73
4.2.1	Penolakan Berbasis Harga sebagai Barrier Utama Konsumen	73
4.2.2	Skeptisisme Produk dan Resistensi terhadap Inovasi	74
4.2.3	Inertia Konsumsi dan Resistensi Perubahan Kebiasaan	75
4.2.4	<i>Knowledge Gap</i> dan Dampaknya terhadap Penolakan Konsumen	76
4.2.5	Tekanan Kompetitif dan Dampak Penolakan Konsumen	77
4.2.6	Barrier Psikologis dan Emosional dalam Penolakan Konsumen	78

4.2.7 Kegagalan Komunikasi dan Dampaknya terhadap Penolakan	79
4.2.8 Pola Penolakan yang Berdasarkan Segmentasi Konsumen	79
4.3 Analisis Hasil Penelitian	81
4.3.1 Strategi Komunikasi Penawaran Produk oleh SPG	81
4.3.2 Pendekatan Interpersonal (3S)	85
4.3.3 Teknik Edukasi Produk	86
4.3.4 Retorika dalam Respon terhadap Penolakan.....	89
4.4 Dampak Penolakan pada Performa Penjualan	92
4.5 Komunikasi Persuasi SPG.....	93
4.6 Rekomendasi Strategi Komunikasi	96
4.7 Hasil Pembahasan	97
BAB 5	99
KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran	100
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	107
NASIONAL FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK.....	122



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2 Product Ayam Nanas1.....	9
-------------------------------------	---



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penjualan Produk Unggulan 1.....	5
Tabel 2.1 Data Penelitian terdahulu 1.....	15
Tabel 3.1 Waktu Penelitian 1.....	38
Tabel 3.2 Rencana Informan Penelitian 1.....	62

