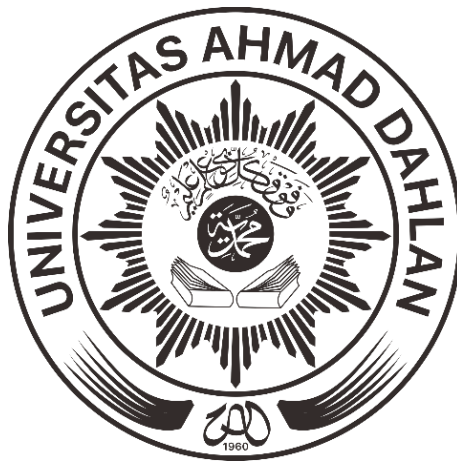


KOMUNIKASI PEMASARAN PROPERTI PADA PT. SURYA NUANSA

JAYA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

SKRIPSI

Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan



Disusun Oleh:

ANDHIKA SARAH DWI ANJASWATI

2000030011

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS SASTRA BUDAYA DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS AHMAD DAHLAN

2024

PERSETUJUAN

**KOMUNIKASI PEMASARAN PROPERTI PADA PT. SURYA NUANSA
JAYA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI

**Diajukan Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu Syarat
Untuk Meraih Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu
Komunikasi Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi
Universitas Ahmad Dahlan**

Oleh:

ANDHIKA SARAH DWI ANJASWATI

2000030011

Telah Disetujui Oleh:

**Dosen Pembimbing Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan dan dinyatakan
telah memenuhi syarat untuk diujikan**

Pembimbing



Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si.

NIPM. 197901022012021111078525

PENGESAHAN

**KOMUNIKASI PEMASARAN PROPERTI PADA PT. SURYA NUANSA
JAYA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN**

SKRIPSI



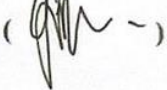
Oleh:

ANDHIKA SARAH DWI ANJASWATI

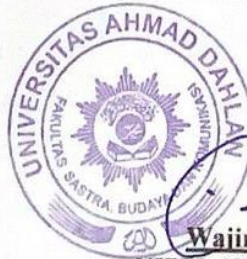
2000030011

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Skripsi Pada 10 Juni 2024 dan telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas, Sastra Budaya dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan

SUSUNAN PANITIA UJIAN SKRIPSI :

1. Ketua : Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si. ()
2. Penguji 1 : Nunik Hariyanti, S.I.Kom., M.A. ()
3. Penguji 2 : Gibbran Pratisara, S.Sn., M.Sn ()

Yogyakarta, 10 Juni 2024
Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Sastra, Budaya, dan Komunikasi



Wajiran, S.S., M.A., Ph.D.
NIPM. 197912182003091110900733

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andhika Sarah Dwi Anjaswati

NIM : 2000030011

Email : sarahdhika9@gmail.com

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN PROPERTI PADA PT. SURYA
NUANSA JAYA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya ajukan sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.Kom) merupakan hasil pekerjaan saya sendiri, bukan karya yang sudah diajukan di perguruan tinggi lain kecuali bagian-bagian tertentu yang saya kutip sebagai acuan dengan tata cara dan etika penulisan karya ilmiah, bilamana dikemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan dengan sebenar-benarnya.

Yogyakarta, 10 Juni 2024

Mengetahui,

Kepala Program Studi



Fitrinanda An Nur, S. I. Kom., M.A.

NIPM. 199306052018100111311335

Yang Menyatakan,



Andhika Sarah Dwi Anjaswati

NIM. 2000030011

PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andhika Sarah Dwi Anjaswati

NIM : 2000030011

Email : sarahdhika9@gmail.com

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

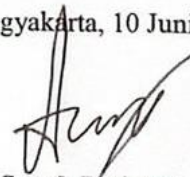
Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN PROPERTI PADA PT. SURYA
NUANSA JAYA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Hasil karya yang saya sertakan adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan di Universitas Ahmad Dahlan maupun instansi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan gagasan, rumusan dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya merupakan revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui pembimbing.
4. Hasil karya saya tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasi oranglain, kecuali digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Ahmad Dahlan.

Yogyakarta, 10 Juni 2024



Andhika Sarah Dwi Anjaswati
NIM. 2000030011

PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andhika Sarah Dwi Anjaswati

NIM : 2000030011

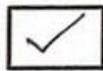
Email : sarahdhika9@gmail.com

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Sastra, Budaya, dan Komunikasi

Judul Skripsi : KOMUNIKASI PEMASARAN PROPERTI PADA PT. SURYA
NUANSA JAYA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN

Dengan ini saya menyatakan menyerahkan hak sepenuhnya kepada pusat sumber belajar Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan untuk menyimpan, mengatur akses, serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut:



Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repository Perpustakaan Universitas Ahmad Dahlan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Mengetahui,

Yogyakarta, 10 Juni 2024

Dosen Pembimbing



Dr. Ardivanto Wardhana, S.Sos., M.Si.

NIPM. 197901022012021111078525



Andhika Sarah Dwi Anjaswati

NIM. 2000030011

MOTTO

“Dan bersabarlah kamu. Sesungguhnya Janji Allah adalah benar.”

(Q.S Ar-Rum 30 : 60)

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.

Sesungguhnya bersama kesulitan itu ada kemudahan.”

(Q.S Al-Insyirah 94 : 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Ayah, Ibu, Kakak, dan Adik saya Semoga skripsi ini dapat menjadi awal yang baik untuk keberhasilan di masa depan dan membanggakan keluarga yang selalu mendukung saya tanpa henti.

Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan yang telah membantu dan membimbing penulis dalam proses pembelajaran.

Teman-teman seperjuangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan yang sudah menemani dan menjadi rumah penulis selama menuntut ilmu disini.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Segala puji dan syukur kita panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga kita masih diberikan kesempatan untuk memenuhi tugas dan kewajiban kita. Sholawat serta salam kita curahkan kepada Nabi Muhammad SAW.

Skripsi dengan judul “KOMUNIKASI PEMASARAN PROPERTI PADA PT. SURYA NUANSA JAYA DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN” ini merupakan syarat untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.

Dalam menyelesaikan penelitian skripsi tersebut, tentunya peneliti tidak dapat melakukan penelitian ini tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu, dalam kesempatan ini peneliti menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT atas limpahan seluruh rahmat, hidayah dan karunia-Nya sehingga penelitiahn ini dapat berjalan dengan lancar.
2. Prof. Dr. Muchlas, Selaku Rektor Universitas Ahmad Dahlan.
3. Wajiran. S. S., M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas, Sastra, Budaya, dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
4. Fitrinanda An Nur, S. I.Kom., M.A. Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
5. Dr. Ardiyanto Wardhana, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing yang selalu memberikan bimbingan, arahan dan semangat dalam menyelesaikan skripsi ini.

6. Staff Tata Usaha Fakultas Sastra Budaya dan Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
7. Sri Suryatun selaku *owner* PT. Surya Nuansa Jaya yang telah memberikan izin dan membantu dalam proses penelitian skripsi ini.
8. Gita selaku tim *sales marketing* PT. Surya Nuansa Jaya yang telah banyak membantu dalam penyusunan skripsi ini.
9. Bapak/Ibu Dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ahmad Dahlan.
10. Cinta pertama penulis, Almarhum Bapak. Terima kasih atas segala pelajaran hidup yang telah diberikan kepada penulis. Penulis yakin, Bapak akan bangga melihat pencapaian anak perempuan kedua mu ini dari surga. Semoga Allah SWT menempatkan Bapak di Surga terbaik-Nya. Amin.. Al-Fatihah
11. Ayah dan Ibu, terima kasih atas segala kasih sayang, kerja keras, dukungan, dan doa yang tiada henti. Doa-doa kalian adalah sumber kekuatan yang selalu mengiringi perjalanan penulis. Tanpa bimbingan, pengorbanan, dan cinta kasih yang tak ternilai dari kalian, penulis tidak akan pernah mencapai titik ini.
12. Kakak dan Adik penulis yang selalu mengingatkan penulis untuk tetap berjuang dan tidak menyerah. Kehadiran kalian adalah menjadi salah satu motivasi bagi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
13. Teman-teman seperjuangan mahasiswa Ilmu Komunikasi UAD angkatan 2020 yang sudah menjadi keluarga di tanah perantauan.
14. Kepada pemilik tiga angkat terakhir dari NIM 079. Terima kasih karena sudah bersedia menemani dan mendukung penulis hingga saat ini.

15. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang membantu telah menyelesaikan penulisan skripsi ini.
16. Dan yang terakhir, untuk diri saya sendiri Terima kasih banyak Setiap malam yang terjaga, setiap kesalahan yang diperbaiki, dan setiap doa serta usaha yang dilakukan tidaklah sia-sia. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini, terima kasih tetap memilih berusaha dan merayakan dirimu sendiri sampai di titik ini, walau sering putus asa atas apa yang diusahakan dan belum berhasil, namun terima kasih tetap menjadi manusia yang selalu mau berusaha dan tidak lelah mencoba. Berbahagialah selalu dimanapun berada, Sarah. Apapun kurang dan lebih mu mari merayakan sendiri.

Yogyakarta, 10 Juni 2024



Andhika Sarah Dwi Anjawati

DAFTAR ISI

PERSETUJUAN	i
PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN.....	iii
PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
ABSTRACT	xv
ABSTRAK	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Fokus Penelitian	6

F. Kajian Pustaka	6
G. Kerangka Pemikiran.....	25
H. Metode Penelitian.....	26
BAB II DESKRIPSI UMUM.....	32
A. Profil PT. Surya Nuansa Jaya	32
B. Visi dan Misi PT. Surya Nuansa Jaya	34
C. Logo PT. Surya Nuansa Jaya.....	35
D. Struktur Organisasi PT. Surya Nuansa Jaya	35
E. Identitas PT. Surya Nuansa Jaya	37
F. Media Sosial.....	38
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN.....	40
A. Hasil	40
B. Pembahasan.....	65
BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN	81
A. Kesimpulan	81
B. Saran.....	83
DAFTAR PUSTAKA	84
LAMPIRAN	88

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 1. 2 Daftar Narasumber Wawancara	29

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 List Penjualan Perumahan Griya Sutera.....	2
Gambar 1. 2 Kerangka Berpikir	25
Gambar 2. 1 Logo PT. Surya Nuansa Jaya	35
Gambar 2. 2 Struktur Organisasi Perusahaan	35
Gambar 2. 3 Kantor PT. Surya Nuansa Jaya.....	37
Gambar 2. 4 Screenshot Instagram Nuansa Property.....	38
Gambar 2. 5 Screenshot situs web Nuansa Property.....	39
Gambar 2. 6 Screenshot akun TikTok Nuansa Property	39
Gambar 3. 1 Produk Perumahan Griya Sutera Balaraja.....	43
Gambar 3. 2 Harga Rumah Tipe FLPP	46
Gambar 3. 3 Harga Rumah Tipe Semi Cluster	48
Gambar 3. 4 Proses Pembelian Properti.....	59
Gambar 3. 5 Sebar Brosur Ke Calon Konsumen	71
Gambar 3. 6 Promosi dengan konten video di Instagram	72
Gambar 3. 7 Open Table di Mini Market.....	72
Gambar 3. 8 Kegiatan mentoring untuk karyawan Nuansa	73
Gambar 3. 9 Survei Lokasi Unit Dengan Karyawan.....	75
Gambar 3. 10 Rumah Contoh Griya Sutera Balaraja.....	76
Gambar 3. 11 Brosur Rumah Griya Sutera Balaraja.....	77
Gambar 3. 12 Kegiatan bersama antara karyawan dan konsumen.....	78

ABSTRACT

In the last decade, Indonesia's property industry has experienced rapid growth, evidenced by the proliferation of new housing and affordable apartments. However, economic uncertainty often hinders property purchase decisions, leading to a decline in demand and sales. On the other hand, technological advancements and the use of social media present significant opportunities for property developers to reach a broader audience and enhance consumer experiences. PT. Surya Nuansa Jaya is a property agency striving to leverage technology and marketing communication strategies to boost its sales amid the competitive property business environment.

This research aims to analyze how PT. Surya Nuansa Jaya utilizes marketing communication as a tool to increase sales. The study employs the marketing mix theory, which encompasses the 9P components. A qualitative approach is used, with in-depth interviews, observations, and document analysis as data collection methods.

The results show that PT. Surya Nuansa Jaya has implemented various effective marketing communication strategies to maintain customer loyalty by utilizing the 9P framework: product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, public relations, and power. PT. Surya Nuansa Jaya actively conducts promotions and property exhibitions to attract potential buyers' interest. This research is expected to provide insights for other companies in the property industry on the importance of good marketing communication to sustain and increase property sales.

Keywords: Marketing Mix, Sales, Property

ABSTRAK

Pada dekade terakhir, industri properti Indonesia telah berkembang dengan sangat cepat. Banyak tanda-tanda di masyarakat, seperti banyaknya perumahan baru dan apartemen dengan harga yang lebih murah. Namun, ketidakpastian ekonomi seringkali menghambat keputusan pembelian properti, yang berdampak pada penurunan permintaan dan penjualan. Disisi lain, kemajuan teknologi dan penggunaan media sosial memberikan peluang yang besar terhadap pengembang properti untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dan meningkatkan pengalaman konsumen. PT. Surya Nuansa Jaya adalah salah satu perusahaan agen properti yang berusaha memanfaatkan teknologi dan strategi komunikasi pemasaran untuk meningkatkan penjualannya di tengah persaingan bisnis properti yang ketat.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana PT. Surya Nuansa Jaya menggunakan komunikasi pemasaran sebagai alat untuk meningkatkan penjualan. Penelitian ini menggunakan teori bauran pemasaran atau *marketing mix* yang memiliki komponen 9P. Pendekatan kualitatif digunakan dalam penelitian ini, dengan wawancara mendalam, observasi, dan analisis dokumen sebagai metode pengumpulan data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT. Surya Nuansa Jaya telah menerapkan berbagai strategi komunikasi pemasaran yang efektif dalam mempertahankan loyalitas konsumen dengan menggunakan 9P yaitu *product, price, place, promotion, people, process, physical evidence, public relations, power*. PT. Surya Nuansa Jaya aktif dalam mengadakan promosi dan pameran-pameran properti untuk menarik minat keputusan pembelian calon konsumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi perusahaan lain dalam industri properti mengenai pentingnya komunikasi pemasaran yang baik untuk mempertahankan dan meningkatkan penjualan properti.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Penjualan, Properti