

**Strategi Komunikasi Persuasif Customer Service BCA Untuk  
Meningkatkan Minat Beli Produk Tahapan Berjangka  
(PT Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Rawamangun)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Bakrie Untuk Memenuhi  
Sebagian Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**

**Oleh :**

**NABILLAH WIBOWO**

**NIM : 1201003091**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS BAKRIE**

**2024**

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

**Tugas Akhir ini adalah hasil karya sendiri, dan  
Semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk  
Telah saya nyatakan dengan benar.**

**Nama : Nabillah Wibowo**

**NIM : 1201003091**

**Tanda Tangan :**



**Tanggal : 31 Agustus 2024**

## HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Nabillah Wibowo

NIM : 1201003091


Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Persuasif Customer Service BCA Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Tahapan Berjangka (PT Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Rawamangun)

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

### DEWAN PENGUJI

Pembimbing : RR. Roosita Cindrakasih, SH, M.Ikom. (  )

Penguji 1 : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si. (  )

Penguji 2 : Ken Ayuthaya Purnama, S.Ikom., M.I.Kom (  )

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 31 Agustus 2024

## KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan rahmat dan hidayah - Nya kepada penulis serta tidak lupa juga Shalawat beriring salam penulis tujukan kepada Nabi Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Komunikasi Persuasif Untuk Meningkatkan Minat Nasabah Pada Produk Tahapan Berjangka (Studi Kasus di Pt Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Rawamangun)”**

Terwujudnya skripsi ini tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, maupun pemikiran. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa, yang memberikan segala rezeki kepada penulis berupa Kesehatan, kebahagiaan, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis dalam setiap kegiatan yang peneliti lakukan.
2. Keluarga peneliti, ayahanda tercinta ( Heru Wibowo), Ibunda tersayang (Rusmala Herawati), serta adik-adik kandung yang sangat penulis banggakan (M Fadhillah Wibowo dan M Raihan Wibowo) yang tidak henti-hentinya memberikan dukungan serta nasehat kepada penulis dalam bentuk apapun dan tidak pernah lupa untuk selalu memberikan semangat dan harapan sehingga penulis termotivasi untuk menggapai segala cita-citanya terutama dalam menjalankan kuliah dengan baik dan dapat memperoleh hasil yang terbaik.
3. Ibu RR. Roosita Cindrakasih, Sh, M.ikom, selaku dosen pembimbing yang sudah memberikan masukan, ilmu, waktu, serta arahnya untuk membimbing penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
4. Ibu Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana selaku Rektor Universitas Bakrie.
5. Ibu Ajenk Ningga Citra, S.sos., M.Si selaku dosen pembahas I pada saat Seminar Proposal. Saran serta arahan dari Ibu Ajenk sangat membantu peneliti saat menyelesaikan skripsi.
6. Ibu Ken Ayuthaya Purnama, S.Ikom., M.I.Kom selaku dosen penguji saat Sidang Skripsi. Terimakasih atas saran dan arahan dari Ibu Ken yang sangat membantu peneliti saat menyelesaikan skripsi.

7. Bapak Dion Wardyono, S.E., M.S.M selaku dosen pembimbing akademik peneliti selama berkuliah di Universitas bakrie
8. Ibu Amalliah, M.Ikom , selaku dosen triangulator yang membantu saya dalam memberikan arahan pada penulisan skripsi.
9. Seluruh Staff Dosen pengajar dan Biro Akademik Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial (Ilmu Komunikasi) Universitas Bakrie yang telah banyak memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama masa studi.
10. Terima kasih kepada diri sendiri karena sudah mampu bertahan sejauh ini menyelesaikan perkuliahan sambil bekerja. Terima kasih sudah bertahan, terima kasih sudah kuat, terima kasih untuk tidak memilih menyerah, terima kasih sudah menjadi versi terbaikmu disaat duniamu tidak baik-baik saja.
11. Peneliti ucapkan terima kasih juga kepada supervisor penulis selama bekerja, Ibu Octavia Lestari, Ibu Estherlina Angela, Bapak Ade Hermawan, Ibu Tri Widiastuti dan Ibu Hesti Mandayati yang selalu memberikan informasi terkait penelitian dan juga semangat kepada penulis dalam penyusunan skripsi.
12. Rekan kerja penulis, terima kasih kepada Atilla Praditia yang sudah selalu memberikan semangat kepada penulis, meyakinkan penulis bahwa penulis bisa melewati ini semua.
13. Teman-teman Geng Arisan, terima kasih kepada Kak Shidik Kautsar dan Laurentius Jeremmy yang sudah membantu penulis dalam pengarahan penulisan skripsi yang baik dan benar. Terima kasih kepada M Dandy Saputra yang sudah banyak memberi bantuan serta dukungan kepada penulis.
14. Teman-Teman SD penulis, terima kasih kepada Aisyah Maharani, Livia Kurniyati dan Veliya Caroline yang selalu mendengar segala keluh kesah penulis.
15. Teman kampus penulis, terima kasih kepada Intan Budiati, Kharisma, Joseph Bagus Saputra dan Nabila Syifa yang menjadi teman selama perkuliahan selama ini, membantu dan mendengarkan satu sama lain, serta berjuang bersama.
16. Informan terkait, terima kasih kepada Nia Veronica, Daniel Albert Meha Marbun, Atilla Praditia, Yusril Septiana, dan Raymond Frist Hia. Muhammad Farhan Fadillah, Nahadi Bakdomah, dan Lucia Oktavia yang telah berkontribusi untuk memberikan jawaban terhadap penelitian peneliti.
17. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, namun telah memberikan kontribusi dalam penyelesaian skripsi ini, peneliti ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa dalam penyelesaian penelitian skripsi ini masih banyak kekurangan. Maka dari itu, kritik serta saran yang membangun sangat penulis harapkan untuk perbaikan di masa mendatang nantinya. Diharapkan semoga skripsi ini dapat memberi manfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan bahan sumbangsih bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi. Di akhir kata, penulis berharap agar skripsi yang di teliti oleh penulis dapat bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan.

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN**  
**PUBLIKASI TUGAS AKHIR (SKRIPSI) UNTUK**  
**KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini, saya mahasiswa Universitas Bakrie :

Nama : Nabillah Wibowo

NIM : 1201003091

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Bakrie tugas akhir (skripsi) saya yang berjudul :

**Strategi Komunikasi Persuasif Customer Service BCA Untuk Meningkatkan Minat Beli Produk Tahapan Berjangka (PT Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Rawamangun)**

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan demikian saya memberikan kepada Perpustakaan Universitas Bakrie hak untuk menyimpan, mengalihkan dalam bentuk media lain, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data, mendistribusikan secara terbatas, dan mempublikasikannya di Internet atau media lain untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya maupun memberikan royalti kepada saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Jakarta

Pada tanggal : 31 Agustus 2024

Yang menyatakan,



Nabillah Wibowo

**Strategi Komunikasi Persuasif Customer Service Untuk Meningkatkan  
Minat Beli Nasabah Pada Produk Tahapan Berjangka  
(Pt Bank Central Asia Tbk Cabang KCU Rawamangun)**

Nabillah Wibowo

---

**ABSTRAK**

Penelitian ini membahas strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh customer service PT Bank Central Asia Tbk (BCA) Cabang KCU Rawamangun untuk meningkatkan minat beli produk tahapan berjangka. Masalah utama yang diidentifikasi adalah rendahnya tingkat minat beli nasabah terhadap produk ini, meskipun produk tahapan berjangka memiliki potensi investasi yang menarik. Fenomena ini menunjukkan adanya kesenjangan antara penawaran produk dan respons nasabah yang perlu diatasi melalui komunikasi yang lebih efektif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis strategi komunikasi persuasif yang digunakan oleh customer service BCA dalam mempromosikan produk tahapan berjangka dan untuk mengevaluasi dampaknya terhadap minat beli nasabah. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam dan analisis dokumen yang berkaitan dengan materi komunikasi yang disampaikan oleh customer service. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi persuasif yang diterapkan meliputi penyampaian informasi yang jelas dan mendetail, pendekatan personal yang menekankan manfaat produk, serta penggunaan teknik persuasi yang menghubungkan produk dengan kebutuhan dan tujuan finansial nasabah. Temuan ini mengindikasikan bahwa komunikasi persuasif yang efektif dapat meningkatkan minat beli nasabah terhadap produk tahapan berjangka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi BCA dalam merumuskan strategi komunikasi yang lebih baik serta memberikan kontribusi bagi pengembangan teori komunikasi persuasif dalam konteks perbankan.

**Kata kunci: komunikasi persuasif, customer service, minat beli, produk Tahapan Berjangka, PT Bank Central Asia Tbk**



*Customer Service Persuasive Communication Strategy to Increase Customer  
Purchase Interest in Tahapan Berjangka Products*

*(PT Bank Central Asia Tbk KCU Rawamangun Branch)*

*Nabillah Wibowo*

---

**ABSTRACT**

*This study discusses the persuasive communication strategy implemented by customer service of PT Bank Central Asia Tbk (BCA) KCU Rawamangun Branch to increase interest in buying term deposit products. The main problem identified is the low level of customer interest in buying this product, even though term deposit products have attractive investment potential. This phenomenon indicates a gap between product offerings and customer responses that needs to be addressed through more effective communication. The purpose of this study is to analyze the persuasive communication strategy used by BCA customer service in promoting term deposit products and to evaluate its impact on customer interest in buying. The research method used is a qualitative approach with in-depth interview techniques and document analysis related to the communication material delivered by customer service. The results of the study indicate that the persuasive communication strategy implemented includes delivering clear and detailed information, a personal approach that emphasizes product benefits, and the use of persuasive techniques that connect the product with the customer's financial needs and goals. These findings indicate that effective persuasive communication can increase customer interest in term deposit products. This study is expected to provide insight for BCA in formulating better communication strategies and contributing to the development of persuasive communication theory in the banking context*

*.Keywords: persuasive communication, customer service, purchase interest, Tahapan Berjangka product, PT Bank Central Asia Tbk*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>PUBLIKASI TUGAS AKHIR (SKRIPSI) UNTUK.....</b>	<b>vii</b>
<b>KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 Latar Belakang.....</b>	<b>1</b>
<b>1.2 Rumusan Masalah .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Tujuan Penelitian.....</b>	<b>18</b>
<b>1.4 Manfaat Penelitian.....</b>	<b>19</b>
<b>1. Manfaat Teoritis.....</b>	<b>19</b>
<b>2. Manfaat Praktis .....</b>	<b>20</b>
<b>BAB II .....</b>	<b>21</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1 Konsep Yang Relevan.....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.1 Komunikasi Persuasif .....</b>	<b>21</b>
<b>2.1.2 Komunikasi Pemasaran.....</b>	<b>25</b>
<b>2.1.3 Minat Beli .....</b>	<b>30</b>
<b>2.2 Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan .....</b>	<b>32</b>
<b>2.3 Model Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>36</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>37</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>37</b>
<b>3.1 Desain dan Pendekatan .....</b>	<b>37</b>
<b>3.1.1 Metode Penelitian.....</b>	<b>37</b>
<b>3.2 Objek dan Subyek Penelitian.....</b>	<b>37</b>
<b>3.3 Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>38</b>
<b>3.4 Analisis Data.....</b>	<b>39</b>
<b>3.5 Triangulasi Data.....</b>	<b>40</b>
<b>3.6 Operasionalisasi Konsep atau Isu.....</b>	<b>41</b>

<b>BAB IV .....</b>	<b>43</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....</b>	<b>43</b>
<b>4.1.2 Informan .....</b>	<b>55</b>
<b>4.2 Penyajian Data .....</b>	<b>56</b>
<b>4.2.1 Karakteristik komunikator.....</b>	<b>58</b>
<b>4.2.3 Media Komunikasi.....</b>	<b>64</b>
<b>4.3 Pembahasan dan Diskusi.....</b>	<b>68</b>
<b>4.3.1 Karakteristik Komunikator .....</b>	<b>68</b>
<b>4.3.3 Media Komunikasi.....</b>	<b>69</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>71</b>
<b>SIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>71</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>71</b>
<b>5.2 Kendala dan Keterbatasan Penelitian.....</b>	<b>72</b>
<b>5.3 Saran .....</b>	<b>72</b>
<b>5.3.1 Saran Teoritis .....</b>	<b>72</b>
<b>5.3.2 Saran Praktis.....</b>	<b>73</b>
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>74</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>78</b>
<b>DOKUMENTASI.....</b>	<b>99</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1 Global 10 by Brand Strenght Index.....</b>	<b>iv</b>
<b>Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran.....</b>	<b>4</b>
<b>Gambar 4.1 Logo BCA.....</b>	<b>ix0</b>
<b>Gambar 4.2 Struktur Organisasi .....</b>	<b>62</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.2 Tabel Penelitian Terdahulu.....</b>	<b>40</b>
<b>Tabel 3.6.1 Tabel Operasionalisasi Konsep atau Isu .....</b>	<b>8</b>
<b>Tabel 4.1 Pemegang Saham PT Bank Central Asia Tbk (BCA) .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 4.2 Data Informan Customer Service.....</b>	<b>64</b>
<b>Tabel 4.3 Data Informan Nasabah .....</b>	<b>64</b>