

**Pengalaman Komunikasi Berasa Penjual Mobil Listrik BYD Dalam
Personal Selling**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi**



Rayvent Christopher Chandra

1191003043

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS BAKRIE

JAKARTA

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah Hasil dan Karya serta semua sumber baik yang diikuti maupun dirujuk telah dinyatakan benar milik saya sendiri

Nama: Rayvent Christopher Chandra

NIM:1191003043

Tanda Tangan :

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Rayvent Christopher Chandra', written over a faint circular stamp.

Pada Tanggal : 30 Agustus 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama :Rayvent Christopher Chandra

NIM : 1191003043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial


Judul : **Pengalaman Komunikasi Berasa Penjual Mobil Listrik BYD Dalam Personal Selling**

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 : Bambang Sukma Wijaya, S.Sos., M.Si., DR. ()

Penguji 1 : Rizky Hafiz Chaniago, M.Phil., Ph.D. ()

Penguji 2 : Dr. Mochammad Kresna Noer, S.sos., M.Si. ()

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 30 Agustus 2024

UCAPAN TERIMAKASIH

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir yang berjudul “**Pengalaman Komunikasi Berasa Penjual Mobil Listrik BYD Dalam Personal Selling**” dengan baik dan tepat waktu. Tugas akhir ini disusun untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie.

Dalam prosesnya penyusunan tugas akhir ini, penulis mendapatkan banyak pengalaman penting, tantangan, dan ilmu baru yang sangat bermanfaat juga dapat menjadi bekal untuk penulis dalam dunia kerja nanti, serta menjadi momentum untuk menambah relasi yang bisa bermanfaat bagi penulis di kemudian hari. Penulis menyadari tanpa bantuan banyak pihak, penulis akan kesulitan melaksanakan proses penyusunan tugas akhir ini. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah mendukung penulis selama proses penyusunan tugas akhir hingga selesai, di antaranya penulis ingin menyampaikan banyak terima kasih kepada:

1. **Tuhan yang Maha ESA**

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa, atas segala rahmat dan karunia yang diberikan. Penulis selalu diberikan jalan yang terbaik, sehingga dalam menempuh pendidikan di Universitas Bakrie, penulis diberikan kekuatan, kesehatan fisik maupun batin. Sehingga penulis bisa menyelesaikan tugas akhir dengan baik.

2. **Orang Tua dan Kakak**

Rasa Terimakasih penulis sampaikan kepada orang tua, serta kakak yang terus memberikan dukungan dalam doa, kasih sayang serta semangat yang melancarkan penulis dalam pengerjaan tugas akhir ini. Terimakasih kepada Kaka penulis, Shannon Chandra yang selalu memberikan dukungan kepada penulis untuk tidak menyerah dan menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik dan tuntas. Besar harapan penulis akan membahagiakan kedua orang tua tercinta.

3. **Dr. Bambang Sukma Wijaya, S, Sos., M. Si**

Terimakasih banyak kepada Pak Bambang selaku Dosen pembimbing skripsi peneliti. Terimakasih sebesar-besarnya atas bantuan yang diberikan serta meluangkan waktu dalam membantu Peneliti untuk menyelesaikan skripsi tugas akhir ini dengan Baik dan Totalitas. Besar harapan peneliti atas bantuan yang diberikan, peneliti berharap Pak Bambang diberkati oleh Tuhan baik rejeki maupun tubuh yang sehat.

4. **Dosen Ilmu Komunikasi**

Terimakasih penulis ucapkan kepada para Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Bakrie. Terutama Bu Surhayanti, Selaku Kaprodi Ilmu Komunikasi, Dosen Pembimbing akademik

saya yakin Pak Bambang Sukma Wijaya atas bimbingan yang diberikan selama saya berkuliah di Universitas Bakrie. Bu Prima selaku dosen pembimbing magang saya atas arahan dan masukan yang diberikan penulis bisa menyelesaikan laporan magang dengan baik. Pak Dion selaku triangulator saya dalam penelitian ini, Pak Rizky selaku penguji dalam penelitian ini dan terimakasih kepada seluruh dosen yang tidak bisa saya sampaikan satu persatu

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai Civitas Akademik Universitas Bakrie, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rayvent Christopher Chandra

NIM : 1191003043

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial

Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*non-exclusive royalty-fee rights*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“Pengalaman Komunikasi Berasa Penjual Mobil Listrik BYD Dalam Personal Selling”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti No Eksklusif ini, Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/ pencipta dan sebgai Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya,

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 30 Agustus 2024

Yang Menyatakan,



Rayvent Christopher Chandra

Pengalaman Komunikasi Berasa Penjual Mobil Listrik BYD Dalam Personal Selling

RAYVENT CHRISTOPHER CHANDRA

ABSTRAK

Demi mengurangi penggunaan minyak fosil yang mengakibatkan naiknya pemanasan global, para ilmuwan mulai membuat berbagai macam mobil dengan menggunakan aliran listrik sebagai bahan bakar kendaraan. BYD menjadi salah satu produk mobil listrik yang berhasil menjadi mobil listrik nomor satu di dunia, hingga menggeser Tesla dalam waktu cepat. Ini tentu menarik perhatian peneliti, sehingga melalui penelitian ini yang berjudul “Pengalaman Komunikasi Berasa Penjual Mobil Listrik BYD Dalam Personal Selling”, peneliti bermaksud mengetahui tingkat awareness penjual atau sales terkait mengenai pentingnya menerapkan komunikasi berasa dalam berbagai dimensinya saat melakukan personal selling mobil merek BYD. Melalui metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi, peneliti berhasil menemukan bahwa para sales ternyata sering melakukan penjualan dengan mengandalkan strategi komunikasi berasa secara keberasaan indrawi, emosional, rasional, relevansional, benefesial dan keberasaan sosial.

Kata Kunci: Komunikasi Berasa, Personal Selling, Sales Mobil Listrik, BYD

Communication Experience From BYD Electric Car Salesperson In Personal Selling

RAYVENT CHRISTOPHER CHANDRA

ABSTRACT

In order to reduce the use of fossil fuels that cause global warming, scientists have started making various types of cars using electricity as fuel for vehicles. BYD is one of the electric car products that has succeeded in becoming the number one electric car in the world, to the point of quickly replacing Tesla. This certainly attracts the attention of researchers, so through this study entitled "Implementation of Experience Communication in Personal Selling of BYD Electric Cars", the researcher intends to find out the level of awareness of sellers or sales regarding the importance of implementing experience communication with its various dimensions when applying personal selling of BYD cars. Through a qualitative research method with a phenomenology approach, the researcher managed to find that sales of BYD brand often make sales by relying on experience communication strategies in each dimension, which are sensory, emotional, rational, relevant, beneficial and social

Keywords: Experience Communication, Personal Selling, Electric Car Sales, BYD

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	I
HALAMAN PENGESAHAN	i
UCAPAN TERIMAKASIH	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR BAGAN	xii
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
1.4.1. Manfaat Teoritis	9
1.4.2. Manfaat Praktis	10
BAB II	11
2.1. Konsep yang relevan	11
2.1.1. Personal Selling	11
2.1.2. Komunikasi Berasa	12
2.1.3. Pengalaman Fenomenologi	14
2.2. Penelitian Sebelumnya dan Pernyataan Kebaruan	14
2.3. Kerangka Pemikiran	19
BAB III	20
3.1. Desain dan Pendekatan	20
3.2. Subject Penelitian	20

3.3.	Pengumpulan Data	20
3.4.	Analisis Data	21
3.5.	Triangulasi	21
3.6.	Operasional konsep	22
BAB IV	26
4.1.	Gambaran Konteks Penelitian	26
4.1.1.	Profil Mobil Listrik BYD	27
4.1.2.	Gambaran Profil Subject Penelitian	28
4.2.	Penyajian Data	31
4.2.1.	Pengalaman Komunikasi Personal Selling Penjual Mobil BYD dalam menciptakan Keberasaan Emosional	31
4.2.2.	Pengalaman Komunikasi Personal Selling Penjual Mobil BYD dalam menciptakan Keberasaan Sensorial	33
4.2.3	Pengalaman Komunikasi Personal Selling Penjual Mobil BYD dalam menciptakan Keberasaan Rasional	36
4.2.4.	Pengalaman Komunikasi Personal Selling Penjual Mobil BYD dalam menciptakan Keberasaan Relevansional	38
4.2.5.	Pengalaman Komunikasi Personal Selling Penjual Mobil BYD dalam menciptakan Keberasaan Benefisial.	41
4.2.6.	Pengalaman Komunikasi Personal Selling Penjual Mobil BYD dalam menciptakan Keberasaan Sosial.	43
4.2.7.	Hasil Triangulasi Sumber	45
4.2.7.a.	Subject Pendukung	45
4.2.7.b.	Subject Pembanding	47
4.3.	Pembahasan dan Diskusi	51
4.3.1.	Kemampuan Sales BYD dalam menghadirkan komunikasi berasa tanpa menggunakan brosur	51
4.3.2.	Kemampuan Sales BYD menjual produk pre-order tanpa memberikan diskon.	54
4.3.3.	Kehebatan baterai BYD yang menjadi fokus utama pemasaran daripada penampilan mobil listrik itu sendiri.	57
BAB V	62
5.1.	Simpulan	62

5.2. Saran	63
5.3. Keterbatasan Penelitian	63
DAFTAR PUSTAKA.....	64
LAMPIRAN WAWANCARA	66

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 1 Gas Rumah Kaca Tahun 2024	1
Gambar 1 2 China Kuasai 62 Persen Pasar Mobil Listrik Global	3
Gambar 1 3 Kelebihan dan Kekurangan Personal Selling	4
Gambar 1 4 Langkah-Langkah Personal Selling.....	6
Gambar 1 5 Seorang Penjual Menjelaskan Produk dengan membuat suatu pengalaman secara langsung	8
<u>Gambar 2 1 Model Komunikasi Berasa.....</u>	14
<u>Gambar 4 1 Logo Brand BYD.....</u>	27
<u>Gambar 4 2 BYD Menjual Terbanyak dibandingkan tesla pada tahun 2021-2023</u>	28
<u>Gambar 4 3 Informan, Arisma Nurjana, 28 Tahun Sales BYD.....</u>	29
<u>Gambar 4 4 Informan, Anwar Puadi, 23 Tahun, Sales Mobil Listrik BYD</u>	29
<u>Gambar 4 5 Informan, Aditya Ramadhan, 38 Tahun, Kepala Cabang BYD Kalimantan</u>	30
<u>Gambar 4 6 Pameran IIMS.....</u>	32
<u>Gambar 4 7 Test Drive Risma Bersama Konsumen</u>	34
<u>Gambar 4 8 Perbedaan Baterai BYD dan Merek Lain.....</u>	36
<u>Gambar 4 9 Mobil Listrik Bebas Ganjil-Genap</u>	39
<u>Gambar 4 10 Perbandingan Mobil Listrik VS Bensin</u>	41
<u>Gambar 4 11 Pameran BYD IIMS 2024</u>	45
<u>Gambar 4 12 Bapak Dion Wardyono, S.E., M.S.M.,.....</u>	46
<u>Gambar 4 13 Pak Ken dan Anwar Puadi Sales BYD</u>	48
<u>Gambar 4 14 Subject Pembanding Pak Glen Martin.....</u>	49
<u>Gambar 4 15 Bu Rini, Arisma Dan Pak Aditya</u>	50
<u>Gambar 4 16 Chasis dan Letak Batre Mobil BYD</u>	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2 1 Penelitian Sebelumnya	18
Tabel 3 1 Operasional Konsep/Isu	25
Tabel 4 1 Informasi Informan	30

DAFTAR BAGAN

Bagan 2 1 Kerangka Pemikiran..... 19