

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *HYPNOTIC SELLING*
(STUDI KASUS PEMASARAN PERUMAHAN KEDATON HOMES
SEMARANG)**



Pracelia Ongko Wijaya
18.M1.0103

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

LAPORAN SKRIPSI

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *HYPNOTIC SELLING*
(STUDI KASUS PEMASARAN PERUMAHAN KEDATON HOMES
SEMARANG)**

Diajukan kepada Fakultas Hukum dan Komunikasi guna memenuhi salah satu syarat
untuk memperoleh gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi



Pracelia Ongko Wijaya
18.M1.0103

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS HUKUM DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA
SEMARANG**

2022

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Praelia Ongko Wijaya
NIM : 18.M1.0103
Progdi/ Konsentrasi : Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir dengan judul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *HYPNOTIC SELLING* (STUDI KASUS PEMASARAN PERUMAHAN KEDATON HOMES SEMARANG) tersebut bebas plagiasi. Akan tetapi bila terbukti melakukan plagiasi maka bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Semarang, 12 Juli 2022

Yang memberi pernyataan,



Praelia Ongko Wijaya

18.M1.0103

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi:

**STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN HYPNOTIC SELLING
(STUDI KASUS PEMASARAN PERUMAHAN KEDATON HOMES SEMARANG)**

Disusun oleh :

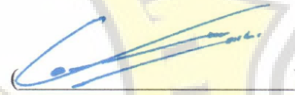
Nama : Pracelia Ongko Wijaya

NIM : 18.M1.0103

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji
pada tanggal : Selasa, 12 Juli 2022

Dosen Penguji :

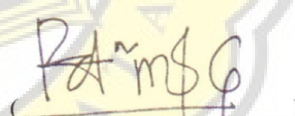
1 Drs. St. Hardiyarso M. Hum.



2 Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom.



3 Rotumiari Pasaribu, S.S., M.I.Kom.



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
untuk memperoleh gelar sarjana Strata I Ilmu Komunikasi

Pada tanggal :

Kamis, 21 Juli 2022



Dr. Marcella Elwina Simandjuntak, SH. CN. M.Hum
Dekan Fakultas Hukum dan Komunikasi
Universitas Katolik Soegijapranata
Semarang

**HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK
KEPENTINGAN AKADEMIS**

Yang bertanda tangan di bawah ini:

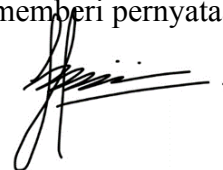
Nama : Praelia Ongko Wijaya
Program Studi : Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Hukum dan Komunikasi
Jenis Karya : Laporan Skripsi

Menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Semarang Hak Bebas Royalti Non Eksklusif atas karya ilmiah yang berjudul STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN *HYPNOTIC SELLING* (STUDI KASUS PEMASARAN PERUMAHAN KEDATON HOMES SEMARANG) beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan hak bebas Royalti Non Eksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihkan media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan tugas akhir ini selamat tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang, 12 Juli 2022

Yang memberi pernyataan,



Praelia Ongko Wijaya

18.M1.0103

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan kepada Thian Kong yang Maha Esa, Yang Suci Kong Co San Qing Tao Zu dan Yang Mulia Makco Kwan Shi Yin Phu Sa yang telah memberikan rahmat kesehatan dan kemakmuran selama proses pengerjaan skripsi ini sehingga penulis dalam menyelesaikan skripsi dengan judul “Strategi Komunikasi Pemasaran *Hypnotic Selling* (Studi Kasus pada Perumahan Kedaton Homes, BSB)”. Penyusunan skripsi ini dibuat guna mencapai gelar sarjana strata-1 dalam Ilmu Komunikasi. Skripsi ini berhasil dibuat atas dukungan moril, material bahkan kekuatan rahmat oleh beberapa pihak yang pantas penulis ucapkan terimakasih dan rasa hormat yang tinggi kepada:

1. Thian Kong Yang Maha Esa atas rahmat berkat berlimpah yang dianugerahkan kepada penulis selama pembuatan skripsi ini.
2. Yang Suci Kong Co San Qing Tao Zu atas atas rahmat kemakmuran dan kesejahteraan yang dianugerahkan selama pembuatan skripsi ini.
3. Yang Mulia Makco Kwan Shi Yin Phu Sa atas rahmat kesehatan dan penghiburan dikala pengerjaan skripsi ini.
4. Kedua orangtua dan keluarga yang selalu mendukung baik secara moril dan material selama penulis kuliah di Unika Soegijapranata hingga dapat menyelesaikan skripsi untuk mendapatkan gelar strata S1 Ilmu Komunikasi

5. Dosen pembimbing 1 Bapak Drs. St. Hardiyarso M. Hum dan dosen pembimbing 2 Ibu Bernadeta Lenny Setyowati, S.S., M.I.Kom. atas segala kesempatan dan kepeduliannya dalam proses selama pengerjaan skripsi ini.
6. Dosen penguji Ibu Roturniar Pasaribu, S.S., M.I.Kom. atas kesempatannya memberikan penilaian untuk hasil pengerjaan skripsi penulis ini.
7. Seluruh dosen dan staff pengajar di program studi Ilmu Komunikasi Unika Soegijapranata atas kesempatan dan kepeduliannya selama penulis melakukan kegiatan kuliah hingga akhirnya mencapai gelar strata S1 Ilmu Komunikasi.
8. Para informan dalam penelitian ini selaku sales marketing di perumahan Kedaton Homes yaitu Bapak Adhitya, Bapak Lisson, Ibu Putri dan Ibu Zuna atas waktu, kesempatan dan kepeduliannya kepada penulis selama proses observasi dan wawancara dalam penelitian.
9. Sahabat dan teman seperjuangan yaitu Nita, Joshua TW, Vina, Fellycia, Gamas Yohana dan Lauren atas dukungan yang terus berlimpah kepada penulis.
10. Seluruh pihak yang turut serta membantu dan mendukung penulis dalam proses kuliah di Unika Soegijapranata hingga akhirnya mendapatkan gelar strata S1 Ilmu Komunikasi

Akhir kata, penulis berharap semoga berkat dan kasih berlimpah menaungi semua pihak yang telah membantu selama ini. Semoga skripsi ini akhirnya berguna dan bermanfaat bagi penelitian selanjutnya.

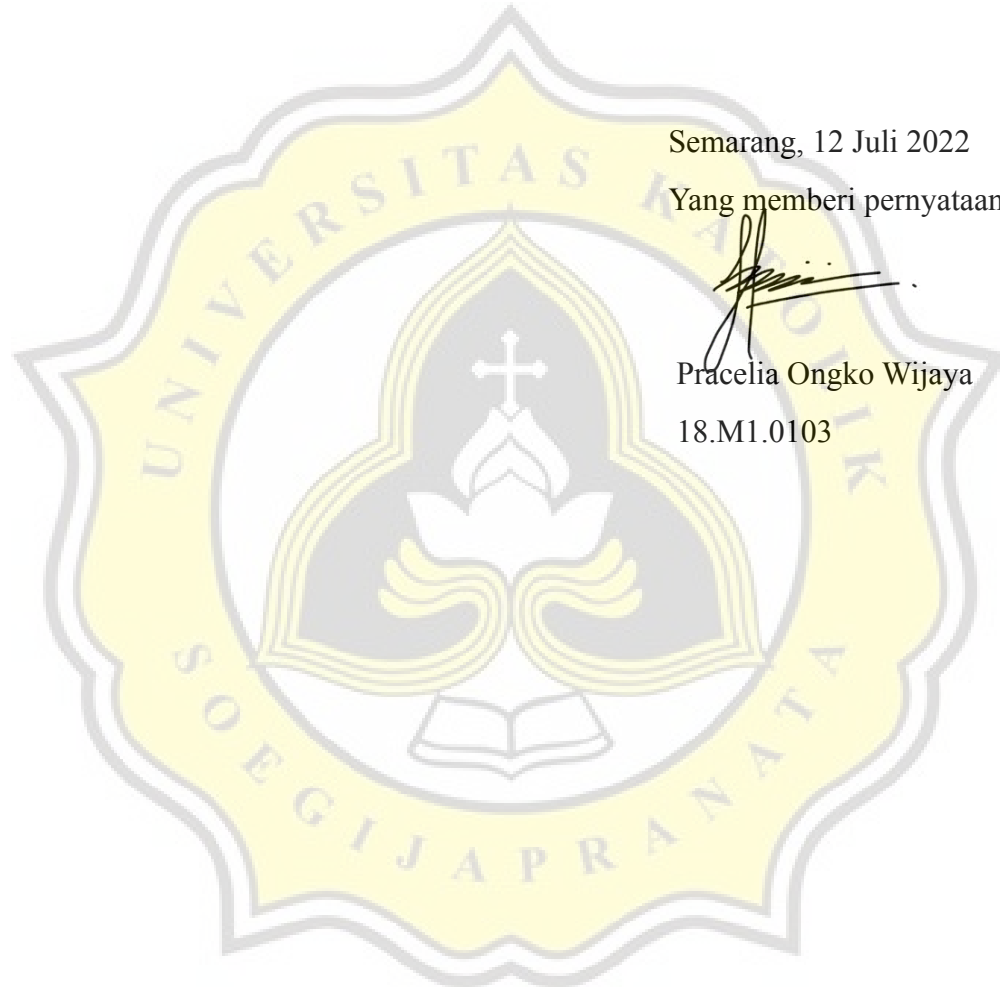
Semarang, 12 Juli 2022

Yang memberi pernyataan,



Pracelia Ongko Wijaya

18.M1.0103



ABSTRAK

Komunikasi pemasaran merupakan proses antara perusahaan dengan konsumen disertai dengan pertukaran timbal balik yang saling menguntungkan antara kedua pihak yaitu perusahaan mendapat nilai jual seperti laba atau pendapatan dan konsumen mendapatkan kebutuhan barang yang diinginkan. Dalam penerapannya, komunikasi pemasaran membutuhkan strategi komunikasi sugestif untuk mencapai tujuan pemasaran yang menguntungkan. Dalam menerapkan strategi komunikasi sugestif, diperlukan peran seseorang atau komunikator yang dapat menyampaikan, menginformasikan dan memberi arahan kepada konsumen yaitu *sales marketing*. *Sales marketing* adalah mereka yang berperan penting bagi perusahaan melalui peran berkomunikasi yang mereka lakukan kepada konsumen yang ditemui. Penelitian ini berfokus pada *sales marketing* yang bekerja di salah satu perusahaan dengan produk perumahan di kawasan BSB City. Dalam penelitian ini, *sales marketing* di perumahan Kedaton Homes BSB City ini menjadi subjek penelitian sebagai informan yang berjumlah empat (4) orang dengan 2 orang informan *sales marketing* yang sudah bekerja selama satu tahun dan 2 orang informan *sales marketing* yang sudah bekerja selama kurang dari enam bulan. Salah satu strategi pemasaran sugestif yang diterapkan oleh *sales marketing* di perumahan Kedaton Homes adalah *hypnotic-selling*. *Hypnotic selling* merupakan salah satu strategi komunikasi sugestif yang memiliki seni berbicara dan menyampaikan sesuatu secara mempesona kepada para konsumen yang ditemui. Penelitian mengenai *hypnotic-selling* ini bertujuan untuk mengetahui penerapan strategi komunikasi *hypnotic selling* pada pemasaran di perumahan Kedaton Homes. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kualitatif dengan data analisis berdasarkan wawancara, observasi dan dokumentasi untuk mendapatkan keabsahan dan kejelasan data. Penelitian ini menggunakan teori dari Willy Wong (2010) dalam bukunya dengan judul '*hypnosis for selling*'. Hasil dalam penelitian menunjukkan bahwa penerapan strategi komunikasi *hypnotic selling* yang diterapkan oleh *sales marketing* di perumahan Kedaton Homes memiliki kesamaan hasil sesuai dengan teori yang disampaikan oleh Willy Wong dengan beberapa poin yang diurutkan seperti penerapan sugestif awal, sugestif lanjutan dan sugestif akhir berupa *closing* yang mempengaruhi target pemasaran di setiap bulannya.

Kata kunci: Strategi komunikasi pemasaran, *Hypnotic selling*, NLP (*Neuro Language Programming*), *Sales promotion*, Komunikasi sugestif.

ABSTRACT

Marketing communication is a process between the company and the consumers by a mutually beneficial reciprocal exchange between both two parties in which the company gets a selling value such as profit or income and consumers get the desired goods needs. In its application, marketing communication requires a suggestive communication strategy to get profitable marketing goals. In implementing a suggestive communication strategy, it is necessary to have someone or communicator who can convey, inform, and provide the information needed to consumers, namely sales marketing. Sales marketing are those who play an important role for the company through the role they communicate to consumers they meet. This research focused on sales marketing who works in a housing products company in the BSB City area. In this study, sales marketing at the Kedaton Homes, BSB City housing became the subject of research as informants totalling four (4) people with two sales marketing who had worked for one year and 2 sales marketing who had worked for less than six months. One of the suggestive marketing strategies implemented by sales marketing in Kedaton Homes is hypnotic selling. Hypnotic selling is one of the suggestive communication strategies with the art of speaking and conveying something enchantingly to the consumers. This research on hypnotic selling aims to determine the application of hypnotic selling communication strategies to marketing in Kedaton Homes. The research method used is a qualitative research method with data analysis based on interviews, observations and documentation to obtain the validity and clarity of the data. This study used the theory of Willy Wong (2010) in his book entitled 'hypnosis for selling'. The results in this study indicated that the application of the hypnotic selling communication strategy applied by sales marketing at Kedaton Homes had similar results in accordance with the theory presented by Willy Wong with several points sorted such as the application of initial suggestive selling, advance suggestive selling and final suggestive in the form of closing which affect the target marketing every months.

Keywords: Marketing communication strategy, *Hypnotic selling*, NLP (*Neuro Language Programming*), *Sales promotion*, Suggestive communication.

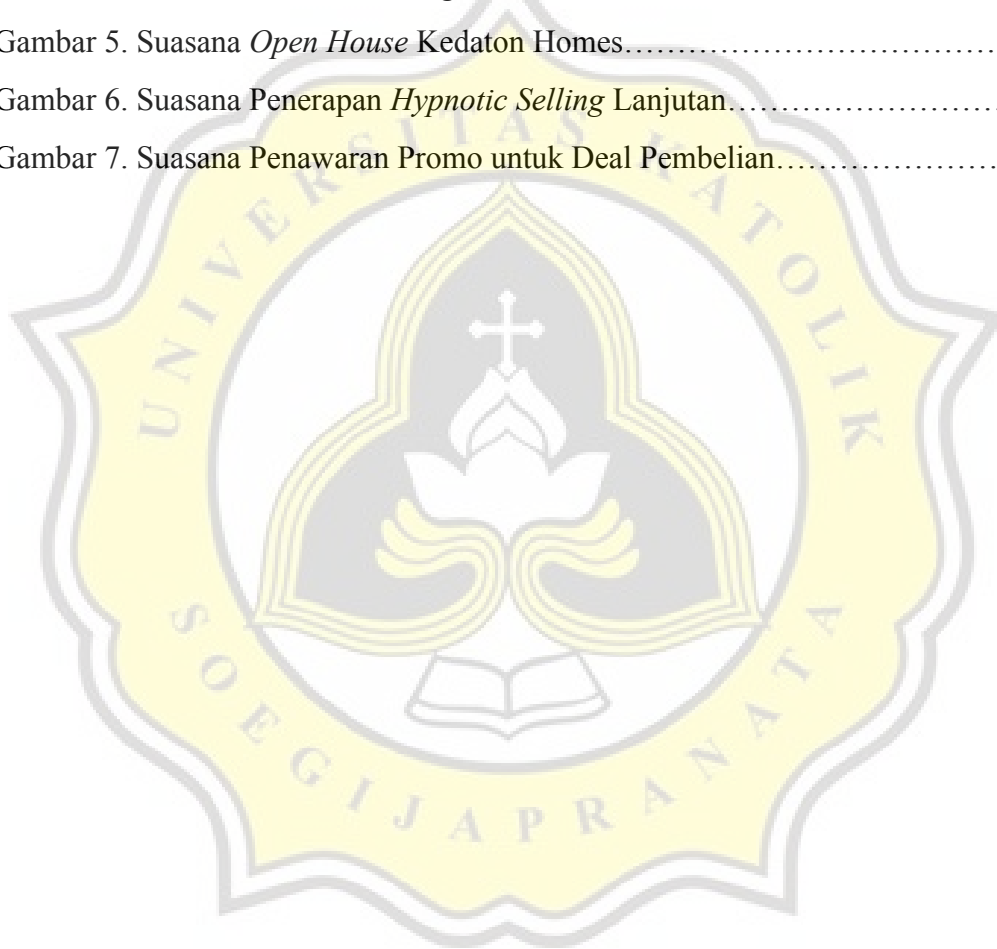
DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	
KATA PENGANTAR	
ABSTRAK	
ABSTRACT	
DAFTAR ISI	
DAFTAR GAMBAR	
DAFTAR LAMPIRAN	
DAFTAR GRAFIK	
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
1.5 Lokasi dan Tatakala Penelitian.....	6
1.6 Sistematika Penulisan Laporan Akhir.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Strategi Komunikasi.....	13
2.3 Komunikasi Pemasaran.....	14
2.4 <i>Hypnotic Selling</i>	15
2.4.1 Pengertian <i>Hypnotic Selling</i>	15
2.4.2 Model Komunikasi <i>Hypnotic Selling</i>	16
2.4.3 Pola Komunikasi Pemasaran <i>Hypnotic Selling</i>	17

2.5	Penerapan <i>Closing</i> dengan Strategi Komunikasi <i>Hypnotic Selling</i>	19
2.6	Kerangka Berpikir.....	22
BAB III METODE PENELITIAN.....		
3.1	Metode Riset.....	23
3.2	Jenis dan Sumber Data.....	23
3.3	Teknik Pengumpulan dan Pencatatan Data.....	24
3.4	Teknik Analisis dan Interpretasi Data.....	25
3.5	Penarikan Kesimpulan.....	26
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		
4.1	Deskripsi Objek Penelitian.....	27
4.2	Sumber Data.....	28
4.3	Lokasi Perusahaan.....	29
4.4	Deskripsi Data.....	29
4.5	Penerapan <i>Hypnotic Selling</i> Langkah Awal.....	30
4.6	Penerapan <i>Hypnotic Selling</i> Sugesti Lanjutan.....	36
4.7	Penerapan <i>Hypnotic Selling</i> Tingkat Akhir Untuk <i>Closing</i>	42
4.8	Percakapan <i>Hypnotic Selling</i> yang Diterapkan oleh <i>Sales Marketing</i>	49
4.9	Data Jangka Waktu Penerapan <i>Hypnotic Selling</i>	55
4.10	Konfirmasi Penelitian dengan Teori.....	57
BAB V KESIMPULAN & SARAN.....		
LAMPIRAN.....		
	A. Pertanyaan Wawancara.....	63
	B. Hasil Wawancara Singkat.....	65
	C. Transkrip Wawancara.....	69
	D. Grafik Hasil Penjualan <i>Sales Marketing</i>	75
	E. Lampiran Dokumentasi.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....		
		79

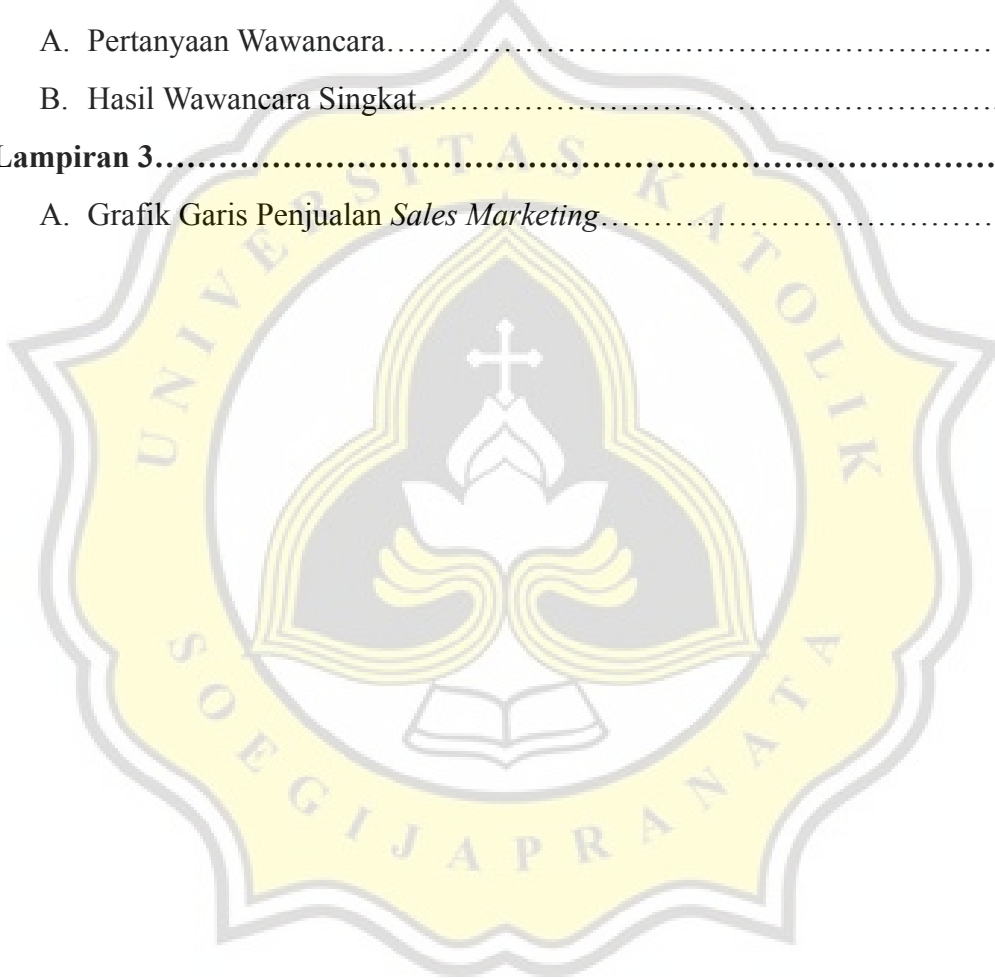
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Bagan Komunikasi Sugesti.....	18
Gambar 2. Bagan Kerangka Berpikir.....	22
Gambar 3. Potret Perumahan Kedaton Homes, BSB.....	28
Gambar 4. Suasana Pertemuan dengan Konsumen.....	68
Gambar 5. Suasana <i>Open House</i> Kedaton Homes.....	69
Gambar 6. Suasana Penerapan <i>Hypnotic Selling</i> Lanjutan.....	70
Gambar 7. Suasana Penawaran Promo untuk Deal Pembelian.....	71



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	
A. Tatakala Penelitian.....	6
Lampiran 2	
A. Pertanyaan Wawancara.....	61
B. Hasil Wawancara Singkat.....	62
Lampiran 3	
A. Grafik Garis Penjualan <i>Sales Marketing</i>	64



DAFTAR GRAFIK

Grafik 1. Grafik Omzet Yang di Dapat Oleh Sales Marketing Kedaton Homes.....64

