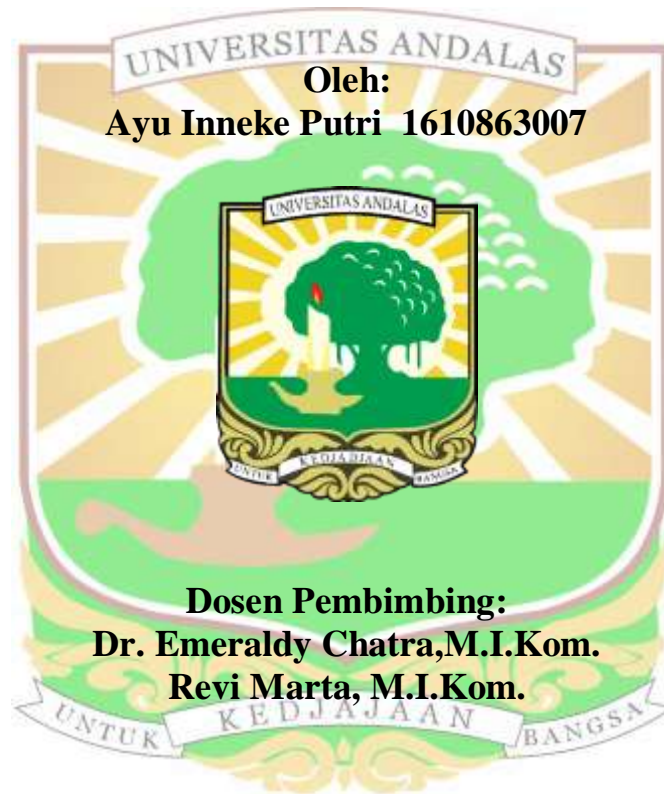


**Makna dalam Kegiatan Promosi Gadai Emas Divisi *Public Relations* PT
Pegadaian (Persero) Area Padang**

Skripsi

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu
Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Andalas



**Dosen Pembimbing:
Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom.
Revi Marta, M.I.Kom.**

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Andalas

2021

ABSTRAK

Makna dalam Kegiatan Promosi Gadai Emas Divisi *Public Relations* PT Pegadaian (Persero) Area Padang

Oleh:

Ayu Inneke Putri

1610863007

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui makna atau esensi dari kegiatan *Public Relations* dalam melakukan promosi gadai emas pada PT Pegadaian (Persero) Area Padang, dengan cara mengetahui pengalaman, dan konsep yang digunakan *Public Relations*, sehingga mendapatkan makna dari kegiatan *Public Relations*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Subjek penelitian adalah Deputi Bisnis dan *Public Relations* PT Pegadaian (Persero) Area Padang. Teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah reduksi fenomenologis dari Husserl yaitu reduksi epoche, reduksi eidetik, reduksi transendental. Teknik keabsahan data menggunakan reflektivitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Pegadaian (Persero) Area Padang melakukan proses generasi melalui segmennya yaitu dari kaum ibu-ibu menjadi kaum *millenials* dalam pemakaian produknya, karena PT Pegadaian (Persero) Area Padang menyesuaikan dengan kebutuhan masyarakat. Selain itu PT Pegadaian (Persero) Area Padang juga berusaha untuk memajukan kualitasnya dalam bekerja, sehingga bisa mengubah mindset masyarakat untuk memandang perusahaan lebih baik. Awalnya PT Pegadaian (Persero) Area Padang perusahaan gadai, dan bertransformasi menjadi perusahaan pembiayaan.

Kata Kunci : *Public Relations*, Kegiatan, PT Pegadaian (Persero) Area PADang.



ABSTRAK

Makna dalam Kegiatan Promosi Gadai Emas divisi *Public Relations* PT Pegadaian (Persero) Area Padang

Oleh:

Ayu Inneke Putri

1610863007

This study aims to determine the meaning of Public Relations activities in promoting gold pawning at PT Pegadaian (Persero) Padang Area. by knowing the experience, and the concepts used in Public Relations, to get the meaning from Public Relations activities. The research uses qualitative research methods of constructivism paradigm with the phenomenological approach. The subjects of this research are Deputy of Business and Public Relations of PT Pegadaian (Persero) Area Padang. Data was obtained by conducting observation, interview, and documentation techniques. The data was analysed by three steps of phenomenology reduction of Husserl's, namely epoche reduction, eidetic reduction, transcendental reduction. The data validity technique used was reflexivity. The result of the research shows that PT Pegadaian (Persero) Area Padang generates in its segment form, from mothers to millennials in attracting product enthusiasts, because it adapts to the needs of society. In addition, PT Pegadaian (Persero) Area Padang also advances its quality in work, so that it can change the mindset of the community to view a more modern company, which was originally a pawn company, and transformed into a gold savings financing company.

Key words : Public Relations, activities, PT Pegadaian (Persero) Area Padang.

