

**KOMUNIKASI PERSUASIF *SALES PROMOTION GIRLS* PADA
PERANANNYA SEBAGAI *BRAND PRESENTER***

(Studi Deskriptif Kualitatif pada *Brand Presenter* PT HMS Kota Padang)

SKRIPSI

Oleh:

Dini Qamatopa

1210862027



Pembimbing:

1. Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

2. M.A Dalmenda, M.Si

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ANDALAS

PADANG

2016

ABSTRAK

KOMUNIKASI PERSUASIF SALES PROMOTION GIRLS PADA PERANANNYA SEBAGAI BRAND PRESENTER (Studi Deskriptif Kualitatif pada *Brand Presenter* PT HMS Kota Padang)

Oleh:

Dini Qamatopa

1210862027

Pembimbing:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

M.A. Dalmenda, M.Si

Brand Presenter merupakan istilah khusus yang digunakan untuk *Sales Promotion Girls* pada PT HMS. *Brand Presenter* memiliki strategi dan langkah tersendiri dalam pekerjaannya menghadapi konsumen yang telah diatur oleh PT HMS. Selain itu PT HMS juga memiliki keberadaan *Key Brand Message* pada setiap produk yang harus disampaikan oleh *Brand Presenter* kepada konsumen sehingga *Brand Presenter* tidak hanya menawarkan, tetapi juga menyampaikan keunggulan produk yang dibawanya. Posisi *Brand Presenter* sebagai pihak yang berhadapan langsung dengan konsumen juga membuat mereka memegang beberapa peranan penting bagi perusahaan.

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses komunikasi persuasif *Brand Presenter* PT HMS Kota Padang dan untuk mendeskripsikan peran *Brand Presenter* bagi PT HMS Kota Padang. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data diperoleh melalui wawancara dengan *Brand Presenter* dan pihak-pihak yang membawahi *Brand Presenter*, observasi, dan studi dokumentasi. Komunikasi *Brand Presenter* kemudian dideskripsikan melalui model Braddock dengan tujuh komponen komunikasi yaitu komunikator, pesan, saluran, komunikan, situasi, tujuan, dan efek.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi *Brand Presenter* dalam pekerjaannya menerapkan salah satu teknik komunikasi persuasif yaitu teknik tataan. Selain itu *Brand Presenter* juga mempertimbangkan berbagai situasi di lapangan dan menentukan segmentasi sebelum menemui konsumen agar komunikasi yang mereka lakukan dapat berjalan dengan efektif. Peran *Brand Presenter* sendiri bagi PT HMS Kota Padang adalah untuk meningkatkan kesadaran masyarakat terhadap produk HMS, membangun *Brand Image* positif, dan membangun *costumer database* untuk mengukur penawaran pesaing.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, *Brand Presenter*, Peran *Brand Presenter*

ABSTRACT

PERSUASIVE COMMUNICATION OF SALES PROMOTION GIRLS ON THEIR ROLE AS A BRAND PRESENTER

(Qualitative Descriptive Study on Brand Presenter PT HMS Kota Padang)

By:

Dini Qamatopa

1210862027

Supervisor:

Dr. Emeraldy Chatra, M.I.Kom

M.A. Dalmenda, M.Si

Brand Presenter is a specific term used to Sales Promotion Girls at PT HMS. Brand Presenter has their own strategies and methods in their work dealing with customers which have been arranged by PT HMS. In addition, PT HMS also has the presence of Key Brand Message on every product that must be delivered by Brand Presenter Presenter to consumers so they not only offer, but also explain the excellence of products that they present. Brand Presenter position as the person who deal directly with consumers also makes them have some important role for the company.

This study aimed to describe communication process of Brand Presenter PT HMS Padang and to describe the role of Brand Presenter for PT HMS Padang. The method used is qualitative with descriptive approach. Data was obtained through interviews with Brand Presenter and Brand Presenter's supervisor, observation and documentation. Communications of Brand Presenter described through a Braddock model with seven communication component that is a communicator, message, channel, communicant, situation, goals, and effects.

The results showed that Brand Presenter communication at their work used one of persuasive communication techniques called technique of arrangement. Besides, Brand Presenter also consider the situation of the area and determine the segmentation before they meet consumers so they could reach an effective communication. Brand Presenter role for the PT HMS of Padang is to raise public awareness of HMS products, build positive brand image and build customer databases to measure the competitor's offer.

Keywords: Persuasive Communication, Brand Presenter, Role of Brand Presenter