

ABSTRAK

Ayu Hastuti NPM 1951007 “Pola Komunikasi Sales Canvasser IM3/Indosat Pada PT. Multi Media Selular Baturaja Dalam Memberikan Pelayanan Pada Konsumen Kota Baturaja.” Skripsi S1 Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Baturaja. Dibawah bimbingan Dra. Umi Rahmawati, M.S.I sebagai pembimbing I dan Septiana Wulandari, M.I.Kom sebagai pembimbing II.

Pola Komunikasi merupakan hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan tersebut dapat dipahami. Pendekatan yang digunakan pola komunikasi sales canvasser IM3/Indosat dalam memberikan pelayanan. Adapun teori yang digunakan dalam menganalisa data yakni dengan teori *Komunikasi Persuasif*. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan menggunakan metode kualitatif yakni menggunakan wawancara mendalam kepada informan guna mendapat data-data yang valid (sah). Hasil penelitian menyimpulkan bahwa pola komunikasi pelayanan dalam mempengaruhi pelanggan di PT. Multi Media Selular dimulai dengan mengenalkan promo terbaru dari Indosat melalui penyampaian verbal yang merupakan langkah awal suksesnya sebuah komunikasi. Dalam hal ini informasi yang disampaikan melalui Sales Canvasser di PT. Multi Media Selular harus mampu mempengaruhi atau meyakinkan masyarakat Baturaja sehingga muncul rasa yakin masyarakat untuk menggunakan produk Indosat. Kesimpulan dari penelitian ini adalah pola komunikasi yang disampaikan oleh Sales Canvasser Indosat baik secara verbal maupun non verbal telah memiliki peningkatan pelayanan pelanggan. Dengan demikian disampaikan, agar pola komunikasi tetap terjaga dengan baik dan lebih ditingkatkan.

Kata Kunci: Sales Canvasser, pola komunikasi, pelayanan

ABSTRACT

Ayu Hastuti NPM 1951007 “IM3/Indosat Sales Canvasser Communication Model at PT. Multi Media Selular Baturaja in Providing Services to the Consumers of Baturaja City.” Undergraduate Thesis, Communication Science Departement, Faculty of Social and Political Sciences, Baturaja University. Under the guidance from Dra. Umi Rahmawati, M.S.I as the supervisor I and Septiana Wulandari, M.I.Kom as the supervisor II.

Communication Model is a relationship between two or more people in sending and receiving messages in the right way, so the message can be understood by each other. The approach used is IM3/Indosat sales canvasser communication pattern in providing services. The theory that used in analyzing the data is Theory of Persuasive Communication. In this research, the analyzer used descriptive research by using qualitative methods, which using in-deeply interviews with interviewee to obtain the valid data. The results of research obtained that the process of service communication models in influencing customers at PT. Cellular Multi Media begins by introducing the latest promo from Indosat, so that it triggers verbal which is the first step to the succeeded of communication. In this case, the information submitted through the Sales. Canvasser at PT. Cellular Multi Media must be able to influence or convince the people of Baturaja so that people feel confident about using Indosat products. The summary of this research is pattern of communication that implied by indosat's sales canvasser which verbal and nonverbal has development at customer service. so that conveyed, communication patterns are maintained properly

Keywords: Sales Canvasser, communication model, service