## Abstrak

**Maliya,** B06208014, 2012. Komunikasi Persuasif BUSER Yellow pages PT. Infomedia Nusantara.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Produk Yellow Pages, Calon Pelanggan.

Persoalan yang dikaji dalam skripsi ini yaitu: 1. Bagaimana proses komunikasi persuasif BUSER *Yellow Pages* terhadap calon pelanggan. 2. Bagaimana pola komunikasi persuasif BUSER *Yellow Pages* terhadap calon pelanggan.

Untuk mengungkap persoalan tersebut secara menyeluruh dan mendalam, peneliti menggunakan metode pendekatan kualitatif yaitu data yang dihasilkan berupa kata-kata tertulis, atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Dari hasil penelitian ini, ditemukan bahwa (1). proses komunikasi persuasif BUSER *yellow pages* terhadap calon pelanggan terjadi secara langsung, dengan memberikan penjelasan-penjelasan yang bisa mempengaruhi calon pelanggan. Pesan yang di samapaikan tersebut bersifat persuasif tanpa adanya paksaan. Ada kalanya, pesan yang disampaikan oleh BUSER *yellow pages,* dipelajari dan di respon berdasarkan pemikirannya sendiri, dan adakalanya, respoan tersebut terjadi karena beberapa faktor seperti lingkungan, keluarga, dan lain-lain, yang dapat mempengaruhi perubahan sikapnya sesuai dengan apa yang BUSER *yellow pages,* kehendaki. (2). Komunikasi yang dilakukan oleh BUSER *yellow pages* terjadi secara langsung *(face to face)* dengan menggunakan pola komunikasi asertif. Dimana saat menyampaikan pesannya kepada calon pelanggan, BUSER *yellow pages* menyampaikannya hingga calon pelanggan benar-benar paham, dan saat komunikasi berlangsung, BUSER *yellow pages* juga selalu bersikap ramah, sehingga tidak tampak ada wajah tersinggung atau kurang enak pada calon pelanggan.




digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id