





*senior ecout*, dan lima anggota. Masing-masing unit dibawah naungan manager yang berbeda. Untuk bagian Timur dibawah naungan manager Achmad Priambodo, dan bagian Barat dibawah naungan manager Yoseph Floribertus. *Senior ecout* dibagian Barat adalah Ibu Gita, dan *Senior ecout* dibagian Timur adalah Bapak Oky.

Perubahan kanvas sales terjadi setiap akhir tahun di bulan Desember, berdasarkan hasil kerjanya. Yakni, mencapai kurang lebih 220 net/ Rp.22.000.000 dengan istilah goal. Jika seorang BUSER mendapatkan lebih dari *goal*, sampai mencapai Rp. 50.000.000, maka setiap BUSER *yellow pages* akan mendapatkan TIP (*Trevel Insentive program*). Dengan begitu, BUSER *yellow pages* akan dapat termotivasi dalam mencari calon pelanggan. Agar proses komunikasi yang BUSER *yellow pages* lakukan bisa menjadi persuasif

Pada umumnya, komunikasi yang dilakukan oleh BUSER *yellow pages* terjadi secara langsung, diawali dengan persiapan sebelum mencari data, kemudian pencarian data calon pelanggan, menghubungi calon pelanggan untuk mengajak bertemu, mencari informasi tentang calon pelanggan dan produknya, bertemu secara langsung dengan calon pelanggan, serta memahami pesan-pesan yang telah calon pelanggan sampaikan. Disinilah proses persuasif terjadi, ketika BUSER mulai mencari dan menawarkan produk *yellow pages* kepada calon pelanggan. Dalam proses komunikasi tersebut, terbentuk pola komunikasi antara BUSER *yellow pages* dengan calon pelanggan. Dengan demikian









*pages* terlebih dahulu mengidentifikasi calon pelanggan tersebut, agar pesan yang disampaikan bisa menjadi persuasif. Dengan demikian, minat calon pelanggan bisa terpengaruhi, karena sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan. Pada akhirnya, keinginan calon pelanggan untuk memasang iklan di *yellow pages* dapat diperoleh dengan tindakan persetujuan akan tawaran BUSER *yellow pages*, untuk memasang iklan di *yellow pages*.

**a. Keberhasilan BUSER *yellow pages* dalam mempengaruhi calon pelanggan**

Seorang BUSER dikatakan berhasil mempengaruhi calon pelanggan, jika ada respon positif dari calon pelanggan, yakni berupa persetujuan. Persetujuan itu terjadi karena adanya persamaan pesan yang diterima oleh calon pelanggan dengan pesan yang di sampaikan oleh BUSER. Adakalanya persetujuan itu terjadi, karena calon pelanggan termotivasi dari apa yang telah pesaingnya alami setelah memasang iklan di *yellow pages*. Sikap persetujuan dari calon pelanggan dapat di ketahui ketika calon pelanggan sudah mulai menanyakan harga, discount, bahkan cara pembayaran.

Hasil temuan peneliti mengatakan bahwa pola komunikasi BUSER *yellow pages* terhadap calon pelanggan terjadi secara langsung, tanpa adanya unsur paksaan, dan sesuai dengan pola pikir persuasif yakni dengan memberikan keuntungan yang

sesuai/dibutuhkan oleh *customer*. Pola komunikasi persuasif yang dilakukan oleh BUSER *yellow pages* kepada calon pelanggan mendapatkan *feed back* positif dari *customer*, sesuai dengan pembentukan citra yang baik oleh BUSER *yellow pages*.

## **B. Konfirmasi Temuan dengan Teori**

Pola komunikasi persuasif BUSER *yellow pages* dalam mempengaruhi dan mengubah sikap calon pelanggan untuk menarik minat belinya telah dipersiapkan secara matang. Yakni, mulai dari persiapan tahap awal hingga persiapan sebelum bertemu dengan pelanggan, sampai dengan ketika menghadapi pelanggan dengan berbagai macam karakter dan keinginan. Pola komunikasi persuasif BUSER *yellow pages* terhadap calon pelanggan, dipengaruhi oleh proses komunikasi persuasif yang ada di dalamnya. Hal inilah yang menjadi bahasan pada komunikasi persuasif BUSER *yellow pages*.

BUSER *yellow pages* dengan proses komunikasi yang dilakukannya untuk dapat mempengaruhi dan mengubah sikap serta minat beli calon pelanggan, terjadi secara langsung (*face to face*), yang dilakukan agar BUSER bisa mengetahui respon dari calon pelanggan secara langsung pula. Keberhasilan dari komunikasi persuasif yang terjadi antara BUSER *yellow pages* dan calon pelanggan, dapat dilihat dari sikap persetujuan yang di ekspresikan oleh calon pelanggan, hingga pada ungkapan setuju dan *closing*. Perubahan sikap calon pelanggan ke arah persetujuan ini, di



akibatkan oleh rangsangan atau dorongan yang dilakukan oleh BUSER *yellow pages* kepada calon pelanggan, dengan pesan persuasif yang di persiapkan sebelum proses komunikasi dengan calon pelanggan berlangsung. Kemudian, pesan tersebut dianalisis atau dipelajari terlebih dahulu oleh calon pelanggan. Jika calon pelanggan benar-benar mengerti dengan isi pesan yang disampaikan oleh BUSER *yellow pages*, dan pesan tersebut sesuai dengan tujuan dan kebutuhannya, maka calon pelanggan akan memberikan efek yang positif berupa persetujuan. Sedangkan jika pesan yang BUSER *yellow pages* sampaikan tidak sesuai dengan tujuan dan kebutuhannya, maka calon pelanggan akan memberikan efek negatif berupa penolakan. Oleh karena itu, BUSER *yellow pages* berusaha semaksimal mungkin mempersiapkan dan mengemas pesan sebaik mungkin dengan cara mengidentifikasi calon pelanggan terlebih dahulu, agar pesan yang disampainya sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan, sehingga calon pelanggan memberikan efek positif dalam komunikasinya. Seperti dampak kognitif, yakni pesan yang disampaikan oleh BUSER *yellow pages* ditujukan kepada pikiran calon pelanggan, dengan tujuan mengubah pikiran calon pelanggan. Kemudian dampak afektif, dengan tujuan calon pelanggan bukan hanya tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu. Dan dampak behavioral, yakni mengubah perilaku tindakan calon pelanggan sampai pada keputusan yang sesuai dengan tujuan BUSER *yellow pages*, dengan tanpa adanya unsur paksaan. Hal ini sesuai dengan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*).

Pola komunikasi yang terjadi antara BUSER *yellow pages* dengan calon pelanggan adalah secara *face to face* (langsung), sekalipun terkadang bermedia (Hp). Dengan perencanaan yang sebelumnya telah disiapkan. Yang mana, pola komunikasi seperti ini biasanya disebut dengan pola komunikasi linier. Komunikasi yang dilakukan oleh BUSER *yellow pages* juga berbentuk asertif, karena BUSER *yellow pages* mampu menyampaikan pesannya kepada calon pelanggan dengan begitu lugas, sehingga calon pelanggan benar-benar paham, namun tidak melukai atau menyinggung secara verbal (ucapan) maupun non verbal (sikap, tingkah laku, dan perbuatan). Dalam pola komunikasi yang dilakukan oleh BUSER *yellow pages* saat proses komunikasi berlangsung, BUSER berusaha untuk memaksimalkan hal-hal yang diinginkan oleh calon pelanggan, dan meminimalkan aspek-aspek yang tidak disukainya, serta melakukan pertahanan diri, yaitu dengan penghilangan ancaman, katarsis, dan membantu calon pelanggan memperoleh wawasan. Hal ini sesuai dengan *teori fungsional*, yang mengatakan bahwa perubahan sikap seseorang tergantung pada kebutuhannya, sehingga BUSER *yellow pages* juga berusaha memberikan keuntungan (benefit) yang sesuai dengan kebutuhan calon pelanggan.