Strategi Komunikasi Persuasif Upline pada Aktivitas Prospek Program 3i-Networks PT. Aj Central Asia Raya

Title	Strategi Komunikasi Persuasif Upline pada Aktivitas Prospek Program 3i-Networks PT. Aj Central Asia Raya
Author Order	2 of 3
Accreditation	5
Abstract	<p>Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Upline program 3i-Networks PT. AJ Central Asia Raya dalam melakukan aktivitas prospek pada nasabah baru. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara dan observasi. Teknik purposive sampling digunakan dalam pemilihan informan. Teknik analisis data dari penelitian ini menggunakan model interaktif yang terdiri dari proses kondensasi data, penyajian, dan verifikasi data. Untuk memastikan validitas data, peneliti menggunakan triangulasi sumber. Hasil menunjukkan bahwa pendekatan langsung menjadi strategi persuasive yang paling menentukan keberhasilan aktivitas prospek karena membangun saling pengertian dan menciptakan efektifitas komunikasi, teknik persuasif yang dilakukan dalam aktivitas prospek ada dua, yakni teknik integerasi dengan menyatukan diri terhadap komunikan, dan teknik tataan untuk membungkus pesan agar mudah diterima, dan sebagai hasil dari proses evaluasi setelah implementasi strategi komunikasi, ditemukan hambatan dalam strategi yang dilakukan yakni ketidakmampuan komunikator dalam memahami komunikan, tidak menguasai product knowledge, dan penggunaan media sosial yang kurang efektif.</p>
Publisher Name	Green Publisher Indonesia
Publish Date	2021-02-19
Publish Year	2021
Doi	DOI: 10.59188/jurnalsosains.v1i1.2
Citation	
Source	Jurnal sosial dan sains
Source Issue	Vol. 1 No. 1 (2021): Jurnal Sosial dan Sains
Source Page	9-16
Url	https://sosains.greenvest.co.id/index.php/sosains/article/view/2/890
Author	Dr SHINTA PRASYANTI, M.A