

REZA PERDANA PUTERA, 09.05.3.11.00080. "INTERPERSONAL COMMUNICATION PROCESS UNDER INFLUENCE CONSUMER marijuana traffickers" TEACHING UNDER COACH MENTORING FARIDA NURUL Rahmawati, SS, M.Si AND Dinara M. JULIJANTI, S.Sos., M.Si

ABSTRACT

At this time, abuse of marijuana is extremely dangerous and has become a problem for society at large and the students as the young people who are expected to become agents of change for society in particular. Drug type cannabis is one of the group of drugs that have an affordable price level when compared with other types of drugs. The purpose of this study was to determine the stage - stage of interpersonal relations in influencing consumer cannabis dealer and knowing the communication that occurs.

This research uses descriptive qualitative method by using a sampling technique that is purposive sampling. While the approach to marijuana dealers and consumers using the techniques of data collection were interviews and observation. Study theory in use in this study is the theory of Interpersonal Communication and Consumer Behavior theory. Results of the study showed stage - stage interpersonal relationships cannabis dealers to consumers differ - depending on the circumstances. Couple through the stages of the contacts listed watched each other for the first time, because of dissatisfaction of interpersonal destruction phase, phase to learn about the involvement of their own - each, stage feeling of familiarity is honest and open, termination stage is to decide ties communicator and communicant. Sedangkan couple two stages through mutual contacts observed for the first time, the involvement of the stage to learn about their own - each, the stage is a feeling of familiarity that honest and open, destruction due to dissatisfaction interpersonal stage, the final stage is to decide bond disconnection communicator and communicant.

Interpersonal communication process marijuana dealer to the consumer is the sender - receiver involving two dealers and consumers alike - understand the use of the same non-verbal message through a channel that is face to face, then dealers and consumers can act as a communicator and communicant.

Keywords: Stages of Interpersonal Communication, Consumer Behaviour, Cannabis dealers, Persuasive Communication.

REZA PERDANA PUTERA, 09.05.3.11.00080. “ PROSES KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGEDAR GANJA DALAM MEMPENGARUHI KONSUMEN “ DIBAWAH BIMBINGAN DOSEN PEMBIMBING FARIDA NURUL RAHMAWATI, S.S.,M.Si DAN DINARA M. JULIJANTI, S.Sos., M.Si

ABSTRAK

Pada saat ini, penyalahgunaan ganja sudah sangat membahayakan dan sudah menjadi permasalahan bagi masyarakat pada umumnya dan mahasiswa sebagai para generasi muda yang diharapkan dapat menjadi *agen of change* untuk masyarakat pada khususnya. Narkoba yang berjenis ganja merupakan salah satu jenis golongan narkoba yang mempunyai tingkat harga yang terjangkau bila dibandingkan dengan jenis narkoba yang lainnya. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tahap – tahap hubungan interpersonal pengedar ganja dalam mempengaruhi konsumen dan mengetahui proses komunikasi yang terjadi

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan teknik pengambilan sample yaitu purpose sampling. Sedangkan pendekatan kepada pengedar ganja dan konsumen menggunakan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi. Kajian teori yang di pakai dalam penelitian ini adalah teori Komunikasi Interpersonal dan teori Perilaku Konsumen.

Hasil dari penelitian menunjukkan tahap – tahap hubungan interpersonal pengedar ganja kepada konsumen berbeda – beda pada situasi dan kondisi. Pasangan satu melalui tahapan kontak yang terdapat saling mengamati untuk pertama kali, tahap perusakan karena ketidakpuasan interpersonal, tahap keterlibatan mempelajari tentang diri mereka masing – masing, tahap keakraban ialah persaan yang jujur dan terbuka, tahap pemutusan adalah memutuskan ikatan komunikator dan komunikan. Sedangkan pasangan dua melalui tahapan kontak yang saling mengamati untuk pertama kali, tahap keterlibatan mempelajari tentang diri mereka masing – masing, tahap keakraban ialah perasaan yang jujur dan terbuka, tahap perusakan karena ketidakpuasan interpersonal, yang terakhir tahap pemutusan adalah memutuskan ikatan komunikator dan komuikan.

Proses komunikasi interpersonal pengedar ganja kepada konsumen adalah pengirim – penerima yang melibatkan dua orang pengedar dan konsumen yang sama – sama memahami menggunakan pesan non verbal yang melalui saluran yaitu tatap muka, lalu pengedar maupun konsumen bisa berperan sebagai komunikator maupun komunikan.

Kata kunci: Tahapan Komunikasi Interpersonal, Perilaku konsumen, Pengedar Ganja, Komunikasi Persuasive.