

ABSTRAK

Dian Humairoh. 170531100066. Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya Universitas Trunojoyo Madura. **Strategi Komunikasi Persuasif Ambani Shop Dalam Menarik Minat Pelanggan Pada Marketplace Shopee.**

Dewasa ini kemajuan internet di Indonesia semakin pesat yang mengubah banyak hal, salah satunya yaitu perubahan perilaku penjual yang awalnya berjualan secara konvensional menjadi berjualan secara *online* dengan memanfaatkan internet dan berbagai *marketplace* yang telah disediakan. Persaingan dalam *marketplace* sangat ketat lantaran pembeli yang ada di *marketplace* lebih banyak daripada pasar konvensional sehingga teknik akan berjualan pada *marketplace* harus ada strategi yang diterapkan agar dapat bersaing dengan penjual lain. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif Ambani Shop dapat menarik minat pelanggan di *marketplace* Shopee. Subjek dari penelitian ini adalah owner Ambani Shop dan pelanggan. Adapun objek penelitian ini adalah penerapan strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh owner Ambani Shop.

Metode pengumpulan data menggunakan wawancara, dokumentasi dan studi kepustakaan. Informan dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling*. Langkah-langkah analisis data yaitu menggunakan teknik Miles dan Huberman. Teknik pemeriksaan keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan dari temuan tentang Strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Ambani Shop ada dua yaitu strategi komunikasi persuasif yang memanfaatkan emosi pelanggan (psikodinamika) dan strategi komunikasi persuasif pengiriman pesan secara berulang. Dalam menjalankan strategi komunikasi persuasif ada tahapan AIDA yang diterapkan oleh owner Ambani Shop untuk menarik minat pelanggan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Persuasif, Ambani Shop, Pelanggan, Marketplace Shopee

ABSTRACT

Dian Humairoh. 170531100066. Communication Studies Program Faculty of Social and Cultural Sciences Trunojoyo University Madura. **Ambani Shop's Persuasive Communcation Strategy In Attracting Customer To The Shopee.**

Today, Internet advances in Indonesian are changing many things, one of which is the change in the behavior of vendors who initially sell their goods to sell online by using the Internet and the various provisions provided. Competition is so intense that the remaining buyers at marketplace are more numerous than conventional markets, and strategy must be implemented in order to compete with other sellers. The purpose of this research is to know ambani shop's persuasive communication strategies can attract customers in the marketplace shopee. The subject of this research is the owner Ambani shop's and a customer. Now this research object is the application of a persuasive communication strategy made by the owner Ambani shop's.

Data collection methods use interviews and documentation. The informant was chosen using an purposive sampling method. The data analysis steps using the miles and hubermans techniques. Data validity testing techniques using source triangulation.

Research shows from the findings of the persuasive communication strategies employed by ambani shop, there are two that are persuasive communication strategies that capitalize on the emotions of customers (psychodynamics) and persuasive communication strategies that repeatedly transmit messages. In carrying out a persuasive communication strategy there is a AIDA passage that is applied by the owner Ambani shop's to attract customers.

Keyword: Persuasive Communication Strategies, Ambani Shop, customers, marketplace Shopee