

ABSTRAK

POLA KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENINGKATKAN LOYALITAS MITRA APLIKASI KIOSBANK CABANG YOGYAKARTA

TAHUN 2020

Bernardo Arya Tanjung
16071170

Melakukan komunikasi persuasif kepada mitra untuk menggunakan aplikasi Kiosbank tentu membutuhkan kerja keras yang ekstra. Aplikasi PPOB pasalnya sudah semakin banyak disediakan oleh para pengembang IT dengan beragam fitur yang mumpuni. Kiosbank dengan serius menjaga pelayanan jasa dan kualitas aplikasinya secara berkala agar meningkatkan kepuasan pengguna yang bertujuan untuk membentuk adanya loyalitas mitra khususnya di wilayah Yogyakarta. Berdasarkan uraian tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana pola komunikasi persuasif dalam meningkatkan loyalitas mitra Aplikasi Kiosbank cabang Yogyakarta?”. Penelitian menggunakan Metode penelitian deskriptif-kualitatif. Metode pengumpulan data menggunakan *interview* (wawancara), observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kualitatif. Pola komunikasi menurut Burgon dan Huffner yaitu Pola komunikasi asertif, Pola komunikasi pasif, dan Pola komunikasi agresif. Hasil penelitian ini diukur dari tiga pola komunikasi yaitu Komunikasi asertif dilakukan Koordinator wilayah saat mempersuasif mitra untuk tetap menggunakan aplikasi Kiosbank serta menjalin komunikasi yang rutin dan memberikan pelayanan yang maksimal kepada mitra, Komunikasi pasif juga sering dialami oleh Koordinator Wilayah tentunya saat memberikan informasi tentang produk kepada mitra melalui Whatasapp maupun *email* tanpa adanya *feedback* (umpan balik). Komunikasi agresif tidak ditemukan dalam mempersuasif mitra Kiosbank karena Koordinator Wilayah selalu menjaga hubungan yang baik dengan mitranya. Dari keseluruhan data yang diperoleh, maka pola komunikasi asertif lebih efisien untuk meningkatkan loyalitas mitra. Karena komunikasi yang dilakukan oleh Koordinator Wilayah dalam mengatasi keluhan mitra dilakukan secara responsif, dan mampu mempersuasif mitra agar tetap tenang dalam situasi yang belum kondusif. Selain itu, pola komunikasi asertif dapat menjadi sarana menyampaikan kritik dan saran yang membangun untuk aplikasi Kiosbank agar kedepannya menjadi lebih baik.

Kata kunci : Kualitatif, Persuasif, Pola komunikasi, PPOB, Yogyakarta

ABSTRACT

PERSUASIVE COMMUNICATION PATTERNS IN INCREASING LOYALTY OF YOGYAKARTA BRANCH KIOSBANK APPLICATION PARTNERS

IN 2020

Bernardo Arya Tanjung

16071170

Persuasive communication with partners to use the Kiosbank application certainly requires extra hard work. The PPOB application is increasingly being provided by IT developers with a variety of powerful features. Kiosbank seriously maintains its service and application quality on a regular basis in order to increase user satisfaction which aims to establish partner loyalty, especially in the Yogyakarta area. Based on this description, the formulation of the problem in this study is "How is the persuasive communication pattern in increasing the loyalty of the Yogyakarta branch of Kiosbank Application partners?" This research uses descriptive-qualitative research methods. Methods of data collection using interviews (interviews), observation and documentation. The data analysis technique used in this research is qualitative data analysis. The communication patterns according to Burgon and Huffner are assertive communication patterns, passive communication patterns, and aggression communication patterns. The results of this study are measured from three communication patterns, namely assertive communication carried out by the regional coordinator when persuading partners to continue using the Kiosbank application and establishing regular communication and providing maximum service to partners. partners via Whatasapp or email without any feedback. Communication of aggression is not found in persuading Kiosbank partners because the Regional Coordinators always maintain good relations with their partners. From the overall data obtained, assertive communication patterns are more efficient to increase partner loyalty. Because the communication carried out by the Regional Coordinator in dealing with partner complaints is carried out responsively, and is able to persuade partners to remain calm in situations that are not yet conducive. In addition, assertive communication patterns can be a means of conveying constructive criticism and suggestions for the Kiosbank application so that in the future it will be better.

Keywords: Qualitative, Persuasive, Communication Patterns, PPOB, Yogyakarta