

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF  
DALAM MENINGKATKAN MITRA USAHA  
(Studi pada Perusahaan Herba Penawar Alwahida Indonesia  
Cabang Bukittinggi)**

**SKRIPSI**

*Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Sebagai Salah Satu  
Syarat untuk Mendapatkan Gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada Jurusan  
Komunikasi dan Penyiaran Islam*



**UIN IMAM BONJOL  
PADANG**

*Oleh:*

**SEPJEKI ISWANDI**

**1512010050**

**JURUSAN KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
IMAM BONJOL PADANG**

**1440 H/2019 M**

## PERSETUJUAN PEMBIMBING

Skripsi dengan judul “Teknik Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Mitra Usaha (Studi pada Perusahaan Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Bukittinggi)” yang disusun oleh Saudara **SEPJEKI ISWANDI** NIM : 1512010050 telah memenuhi persyaratan ilmiah dan dapat disetujui untuk ke sidang *Munaqasyah*

Padang, 08 Agustus 2019

Pembimbing I



Dra Her Hawati MA  
NIP : 196803151996032002

Pembimbing II



Dr Mulyanti Syas M. Si  
NIP : 197208062005012003

## ABSTRAK

SEPJEKI ISWANDI, 1512010050, Teknik Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Mitra Usaha (Studi pada Perusahaan Herba Penawar Alwahida Indonesia Cabang Bukittinggi), Skripsi : Komunikasi dan Penyiran Islam. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, UIN Imam Bonjol Padang, 2019.

Permasalahan yang terjadi di BC HNI-HPAI Bukittinggi yaitu sejak tahun 2012 sampai saat ini masih ada konsumen yang masih belum yakin untuk mengkonsumsi produk HNI-HPAI, salah satu penyebabnya adalah kurangnya pengetahuan konsumen tentang apa itu HNI-HPAI dan apa saja produknya. Selain itu ada juga konsumen yang sudah mengetahui akan tetapi tidak adanya keinginan dari konsumen tersebut untuk memberi tahu kepada orang lain.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi apa saja teknik komunikasi persuasif yang digunakan untuk meningkatkan mitra usaha, untuk mendeskripsikan apa saja hambatan atau kendala dalam pelaksanaan komunikasi persuasif dalam meningkatkan jumlah mitra yang bergabung dengan HPAI, dan untuk menjelaskan upaya apa saja yang dilakukan untuk mengatasi hambatan-hambatan dalam pelaksanaan komunikasi persuasif untuk meningkatkan jumlah mitra yang bergabung dengan HPAI.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif merupakan suatu metode penelitian dengan minat dan mengamati fakta-fakta yang ada di lapangan secara nyata yang kemudian dijadikan sebagai data untuk penelitian.

Penelitian ini menemukan bahwa BC HNI-HPAI Bukittinggi menerapkan teknik komunikasi persuasif ini kedalam tujuh teknik dalam meningkatkan mitra usaha yaitu teknik integritas, teknik ganjaran, teknik tataan, the yes respon technique, putting it up to you, don't ask if ask which dan teknik reassurance. Kendala dalam pelaksanaan komunikasi persuasif dalam meningkatkan mitra usaha di BC HNI-HPAI Bukittinggi yaitu disebabkan karena hambatan dari komunikator (sumber), hambatan dari komunikan (audien), dan hambatan dari prasangka. Upaya yang dilakukan untuk mengatasi hambatan komunikasi pada komunikator adalah dengan cara melakukan kegiatan seminar bagi para agen, menjadi pembelajar yang cepat, dan tidak fokus hanya pada satu calon mitra. Hambatan pada komunikan diatasi dengan melakukan gesit (gemar silaturahmi), dan mengajak calon mitra mengikuti Kuliah Herbal Thibunnabawi. Hambatan prasangka diatasi dengan mengajak calon mitra mengkonsumsi produk HNI-HPAI terlebih dahulu, sebelum menjadi mitra.