

POLA KOMUNIKASI SALES PROMOTION GIRL (SPG) DALAM PEMASARAN PRODUK ROKOK DI LAMPUNG

(Studi SPG rokok Djarum DSO B. Lampung dan SPG rokok Djarum DSO Kota Bumi)

Diah Rizkia Astari / 0856031017
Jurusan Ilmu Komunikasi
Nenk_diah13@yahoo.com

ABSTRAK

Sales Promotion Girl (SPG) bisa dikatakan sebagai ujung tombak dan komunikator dari sebuah perusahaan dalam bidang perdagangan suatu produk, salah satunya adalah perusahaan rokok djarum. Hubungan komunikasi SPG rokok dengan konsumen sendiri dibentuk agar konsumen merasa tertarik dengan apa yang ditawarkan oleh perusahaan rokok. Dalam hal ini para SPG adalah sebagai komunikator dan menjadi *brand* dari produk perusahaan rokok tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu, bagaimana proses komunikasi SPG dan pola komunikasi SPG dalam pemasaran produk rokok dilampung, dan perbedaan pola komunikasi antara SPG DSO Bandar Lampung dan SPG DSO Kota Bumi. Dan mempunyai tujuan penelitian untuk mengetahui proses komunikasi SPG dan pola komunikasi dalam pemasaran produk rokok dilampung, serta perbedaan pola komunikasi SPG DSO Bandar Lampung dan Kota Bumi. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kualitatif. Penelitian ini berlokasi di perusahaan PT. Djarum cabang Kota Bandar Lampung dan Kota Bumi.

Hasil penelitian yaitu pola komunikasi SPG rokok Djarum di DSO Bandar Lampung dan DSO Kota Bumi saat melakukan pemasaran produk rokok yang mereka pasarkan ditemukan adanya penggunaan komunikasi non verbal yaitu dengan member senyuman kepada konsumen serta menawarkan dengan menunjukan sebuah rokoknya. Dari fenomena tersebut ditemukanlah beberapa pola komunikasi dalam pemasaran produk rokok yang SPG lakukan, dimana masing-masing pola tersebut adalah Pola Komunikasi Rantai, Pola Komunikasi Wajik, Pola Segitiga Siku-siku, Pola Komunikasi L, dan Pola Komunikasi Pita.

Diharapkan bagi para SPG-SPG rokok Djarum DSO Bandar Lampung dan Kota Bumi agar lebih dapat kreatif dalam berkomunikasi dan berpersuasi kepada konsumen mereka, dan memperkuat kinerja mereka agar mencapai target yang diinginkan oleh perusahaan rokok Djarum tersebut.

Kata kunci: Pola Komunikasi, SPG rokok Djarum, Lampung