

**PROSES PENGIRIMAN PESAN PERSUASIF DALAM
PROMOSI GRAND BATANG CITY OLEH
KEMENTERIAN INVESTASI MELALUI *EVENT*
INDONESIA INVESTMENT WEBINAR SERIES 2021
DALAM MENJARING PELUANG INVESTASI DI
INDONESIA**

Skripsi

Oleh :

Shania Mawardini Priliswari

201810415320



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2022

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Proses Pengiriman Pesan Persuasif Dalam Promosi Grand Batang City Oleh Kementerian Investasi Melalui *Event* Indonesia Investment Webinar Series 2021 Dalam Menjaring Peluang Investasi di Indonesia

Nama Mahasiswa : Shania Mawardini Priliswari

Nomer Pokok Mahasiswa : 201810415320

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Januari 2022

Jakarta, 02 Februari 2022

MENYETUJUI

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II

Imaddudin S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN : 0310068902

Fadli M. Athalarik S.I.Kom., M.I.Kom.

NIDN: 0327119701

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Proses Pengiriman Pesan Persuasif Dalam Promosi Grand Batang City Oleh Kementerian Investasi Melalui *Event* Indonesia Investment Webinar Series 2021 Dalam Menjaring Peluang Investasi di Indonesia.

Nama Mahasiswa : Shania Mawardini Priliswari

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415320

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 19 Januari 2022

Jakarta, 02 Februari 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Ratna Puspita, S.Sos., M.Si

NIDN : 0329088305

Penguji I : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom

NIDN : 0310068902

Penguji II : Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si

NIDN : 0319059501

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Wa Ode Sitti Nurhaliza S.I.Kom., M.I.Kom

NIP 1904409

Dr. Aan Widdo, S.I.Kom., M.I.Kom

NIP 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi saya yang berjudul **Proses Pengiriman Pesan Persuasif Dalam Promosi Grand Batang City Oleh Kementerian Investasi Melalui Event Indonesia Investment Webinar Series 2021 Dalam Menjaring Peluang Investasi di Indonesia** adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak ada materi yang ditulis oleh orang lain kecuali hasil pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dan sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam penulisan karya ini, maka saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk meminjam Skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasinya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 02 Februari 2022



Shania Mawardini Priliwari

201810415320

ABSTRAK

Shania Mawardini Priliswari 201810415320. Proses Pengiriman Pesan Persuasif Dalam Kegiatan Promosi Grand Batang City Oleh Kementerian Investasi Melalui *Event* Indonesia Investment Webinar Series 2021 Dalam Menjaring Peluang Investasi Di Indonesia.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui proses pengiriman pesan persuasif dalam kegiatan promosi Grand Batang City oleh Kementerian Investasi melalui *event* Indonesia Investment Webinar Series 2021. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan subjek penelitian yang terdiri dari tim divisi promosi Kementerian Investasi, tim Grand Batang City dan tim teknis. Pengumpulan data didapat melalui wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan secara *online* dan *offline*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa bagaimana proses pengiriman pesan persuasif yang dilakukan dalam *event* Indonesia Investment Webinar Series 2021 dikatakan berhasil jika dilihat dari bagaimana respon calon investor saat menerima pesan persuasif yang sudah disampaikan. Pesan persuasif disampaikan dengan maksud untuk memengaruhi, mengajak dan membujuk dari sisi rasional dan emosional calon investor dengan bahasa baik verbal atau non verbal agar pesan persuasif dapat tersampaikan dengan baik. Walaupun terdapat kendala karena waktu pelaksanaannya acara yang mepet namun tim dapat berhasil menyelesaikan penyelenggaraan *event* Indonesia Investment Webinar Series 2021 dengan baik.

Kata kunci : Event, Webinar, Promosi, Komunikasi persuasif, Pesan Persuasif, Proses pesan persuasif

ABSTRACT

Shania Mawardini Priliswari 201810415320. *The Process of Sending Persuasive Messages in Grand Batang City Promotional Activities by the Ministry of Investment Through the 2021 Indonesia Investment Webinar Series Event in Seizing Investment Opportunities in Indonesia.*

This study was conducted to determine the process of sending persuasive messages in the promotion activities of Grand Batang City by the Ministry of Investment through the Indonesia Investment Webinar Series 2021 event. The method used in this study is a qualitative method with research subjects consisting of the Ministry of Investment promotion division team, Grand Batang team City and the technical team. Data collection was obtained through interviews, observations and documentation conducted online and offline. The results of this study show that how the process of sending persuasive messages carried out in the Indonesia Investment Webinar Series 2021 event is said to be successful when viewed from how potential investors respond when receiving persuasive messages that have been delivered. Persuasive messages are conveyed with the intention of influencing, inviting and persuading from the rational and emotional side of potential investors with both verbal and non-verbal language so that persuasive messages can be conveyed properly. Although there were obstacles due to the tight timing of the event, the team was able to successfully complete the Indonesia Investment Webinar Series 2021 event well.

Keywords: *Event, Webinars, Promotions, Persuasive Communication, Persuasive Messages, Persuasive Message Process*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat ALLAH SWT, Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Tidak lupa juga penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga tercinta, terutama ibunda Sumini yang selalu mendukung, memberikan semangat dan doa yang tiada henti.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa dalam proses skripsi ini, peneliti banyak mendapatkan banyak sekali masukan. Untuk itu, dengan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu di antaranya:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs., H. Bambang Karsono, S.H M.M, selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Ibu Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Ratna Puspita, S.Sos., M.Si, selaku Dosen Seminar Proposal dan Penguji 1.
5. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos, M.I.Kom, selaku Dosen Penguji II.
6. Bapak Imaddudin S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Pembimbing I Penulisan Skripsi.
7. Bapak Fadli M Athalarik S.I.Kom., M.I.Kom, selaku Pembimbing II Penulisan Skripsi.
8. Lkv selaku sahabat sejiwa yang selalu memberikan dukungan dan menjadi tempat berkeluh kesah.
9. Serta semua pihak yang telah membantu, yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu

Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna dan masih banyak terdapat kekurangan yang disebabkan karena keterbatasan pengetahuan, pengalaman dan kemampuan penulis. Akan tetapi penulis akan memberikan yang terbaik dan berusaha dengan sebaik-baiknya dengan seluruh kemampuan yang ada.

Oleh karena itu penulis sangat mengharapkan saran dan kritik dari para pembaca yang dapat membangun penulis agar bisa menjadi lebih baik lagi, akhir kata penulis berharap agar skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan pembaca umumnya, sehingga dapat menambah pengetahuan dan informasi bagi pembaca.



Jakarta, 02 Februari 2022

Penulis

(Shania Mawardini Priliswari)

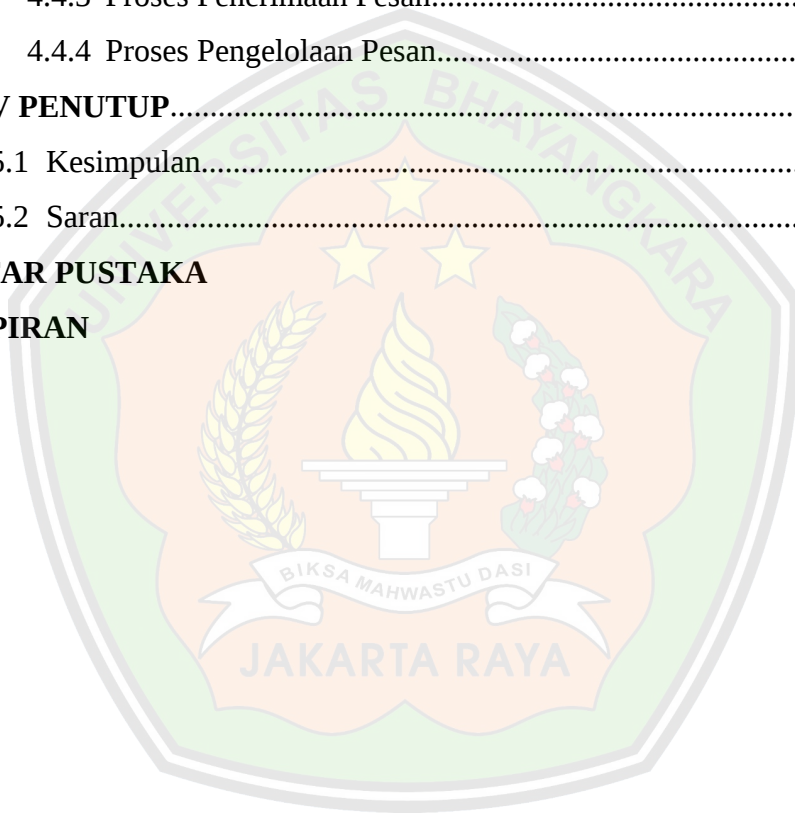
201810415320

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	7
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	8
1.5.1 Kegunaan Teoritis.....	8
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Kerangka Konsep	15
2.2.1 Promosi.....	15
2.2.1.1 Pengertian Promosi.....	15
2.2.1.2 Fungsi Promosi.....	15
2.2.1.3 Media Promosi.....	16
2.2.2 Komunikasi Persuasif.....	17
2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Persuasif.....	17

2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Persuasif.....	17
2.2.2.3 Model Komunikasi Persuasif.....	18
2.2.2.4 Pesan Komunikasi Persuasif.....	19
2.2.3 <i>Event</i>	21
2.2.3.1 Pengertian <i>Event</i>	21
2.2.3.2 Karakteristik <i>Event</i>	21
2.2.4 Webinar.....	22
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	25
3.1 Jenis Penelitian.....	25
3.2 Metode Penelitian.....	26
3.3 Subjek Penelitian.....	27
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	28
3.5 Teknis Analisa Data.....	29
3.6 Triangulasi Data.....	31
3.7 Waktu dan Tempat Penelitian.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	33
4.1 Gambaran Umum Kementerian Investasi. Grand Batang City, Geget Gigit Advertising.....	33
4.1.1 Profile Kementerian Investasi.....	33
4.1.1.1 Visi-Misi Kementerian Investasi.....	34
4.1.2 Profile Grand Batang City.....	35
4.1.2.1 Visi Misi Grand Batang City.....	37
4.1.2.2 Produk Grand Batang City.....	37
4.1.2.3 Media Promosi Grand Batang City.....	48
4.1.3 Profile Geget Gigit Advertising.....	39
4.2 Profile Informan.....	40
4.2.1 Informan 1.....	41
4.2.2 Infroman 2.....	42
4.2.3 Informan 3.....	43
4.3 Hasil Penelitian	44

4.3.1 Membentuk Pesan.....	44
4.3.2 Mengirim Pesan.....	45
4.3.3 Menerima Pesan.....	46
4.3.4 Mengelola Pesan.....	47
4.4 Pembahasan	48
4.4.1 Proses Pembentukan Pesan.....	49
4.4.2 Proses Pengiriman Pesan.....	53
4.4.3 Proses Penerimaan Pesan.....	60
4.4.4 Proses Pengelolaan Pesan.....	64
BAB V PENUTUP.....	68
5.1 Kesimpulan.....	68
5.2 Saran.....	69
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 4.1 Logo Kementerian Investasi	33
Gambar 4.2 Logo Grand Batang City.....	35
Gambar 4.3 Logo Geget Gigit Advertising.....	39
Gambar 4.4 Profile Whatsapp Infoman I	41
Gambar 4.5 Profile Zoom Informan II	42
Gambar 4.6 Profile Whatapp Informan III.....	43
Gambar 4.7 Proses Pembentukan Pesan Persuasif Awal Oleh Divisi Promosi Kementerian Investasi.....	50
Gambar 4.8 Proses Pembentukan Pesan Persuasif Awal Oleh Tim Grand Batang City.....	51
Gambar 4.9 Proses Pembentukan Pesan Persuasif Awal Oleh Tim Teknis.....	52
Gambar 5.1 Proses Pengiriman Pesan Persuasif Secara Rasional Oleh Tim Divisi Promosi Kementerian Investasi.....	54
Gambar 5.2 Proses Pengiriman Pesan Persuasif Secara Emosional Oleh Tim Divisi Promosi Kementerian Investasi.....	55
Gambar 5.3 Proses Pengiriman Pesan Persuasif Secara Rasional Oleh Tim Grand Batang City.....	56
Gambar 5.4 Proses Pengiriman Pesan Persuasif Secara Emosional Oleh Tim Grand Batang City.....	57
Gambar 5.5 Proses Pengiriman Pesan Persuasif Secara Rasional Oleh Tim Teknis.....	58
Gambar 5.6 Proses Pengiriman Pesan Persuasif Secara Emosional Oleh Tim Teknis.....	59
Gambar 5.7 Proses Penerimaan Pesan Melalui forum Q&A.....	61
Gambar 5.8 Proses Penerimaan Pesan Melalui forum One-One Meeting.....	62
Gambar 5.9 Proses Penerimaan Pesan Melalui forum Kolom Komentar.....	62
Gambar 6.1 Proses Testimoni Calon Investor.....	63

Gambar 6.2 Proses Pengelolaan Pesan Persuasif.....64

Gambar 6.3 Proses Pengelolaan Pesan Persuasif dan Pemberian Feedback.....65



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1: Curriculum Vitae

Lampiran 2: Kartu Bimbingan Skripsi I

Lampiran 3: Kartu Bimbingan Skripsi II

Lampiran 4: Form Perbaikan Sidang Skripsi

Lampiran 5: Form Surat Perjanjian Penyerahan Materi Sidang Skripsi

Lampiran 6: Transkrip Pertanyaan Wawancara

Lampiran 7: Transkrip Wawancara

Lampiran 8: Reduksi Data

Lampiran 9: Selective Coding

Lampiran 10: Field Note



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Tabel Jurnal Terdahulu 1.....	9
Tabel 3.1 Linimasa Observasi Penelitian	32
Tabel 4.1 Profil Informan.....	40

