

**IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PERSUASIF
DALAM *UPSELLING* PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN
DI BIOSKOP CINEPOLIS PALEMBANG ICON**



Diajukan Guna Melengkapi Salah Satu Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana
(Strata I) Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sumatera Selatan

Disusun Oleh:

AGUNG APRI WIJAYA KUSUMA

(20702010074)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS SUMATERA SELATAN
2024**

PENGESAHAN

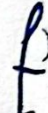
Skripsi dengan judul "Implementasi komunikasi persuasif dalam *upselling* produk makanan dan minuman di bioskop cinepolis palembang icon" oleh "Agung Apri Wijaya Kusuma" telah dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Selatan.

Ujian Dilaksanakan Pada**Hari** : Jumat**Tanggal** : 12 Juli 2024**Tempat** : Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi**TIM PENGUJI**


1. Intan Putri, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0210019203

Ketua ()

2. Dendi, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0226019202

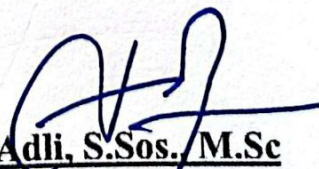
Penguji 1 ()

3. Rito Fardiansyah, S.I.Kom., M.I.Kom
NIDN. 0230078201

Penguji 2 ()

Mengetahui,

Palembang, 12 Juli 2024

**Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Sumatera Selatan****Ketua
Program Studi Ilmu Komunikasi**
Agus Srimudin, S.Pd.I., M.I.Kom
NIDN. 0201088002
Adli, S.Sos./M.Sc
NIDN. 0210039002

IMPLEMENTASI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM UPSELLING PRODUK MAKANAN DAN MINUMAN DI CINEPOLIS PALEMBANG ICON

Agung apri wijaya kusuma
University of south sumatra
Agungapriwijaya260420@gmail.com

ABSTRACT

This study examines the application of persuasive communication principles in an effort to increase sales of food and beverage products at Cinepolis Palembang Icon cinema. Through observation and interviews with sales officers and consumers, it was found that the most effective upselling strategies are bundling products with attractive price offers, as well as the use of persuasive language tailored to consumer preferences. In addition, attractive visuals and strategic product placement also play an important role in encouraging consumers to make additional purchases. The results of this study show that effective persuasive communication can increase the value of consumer perception of the products offered, as well as increase consumer loyalty to cinemas. The implication of this study is that it is important for cinema businesses to continue to develop persuasive communication strategies that are innovative and relevant to consumer needs.

Keywords : Communication Persuasif, Upselling

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji penerapan prinsip-prinsip komunikasi persuasif dalam upaya meningkatkan penjualan produk makanan dan minuman di bioskop Cinepolis Palembang Icon. Melalui observasi dan wawancara dengan petugas penjualan dan konsumen, ditemukan bahwa strategi upselling yang paling efektif adalah bundling produk dengan penawaran harga menarik, serta penggunaan bahasa persuasif yang disesuaikan dengan preferensi konsumen. Selain itu, visual yang menarik dan penempatan produk yang strategis juga berperan penting dalam mendorong konsumen untuk melakukan pembelian tambahan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif yang efektif dapat meningkatkan nilai persepsi konsumen terhadap produk yang ditawarkan, serta meningkatkan loyalitas konsumen terhadap bioskop. Implikasi dari penelitian ini adalah pentingnya bagi bisnis bioskop untuk terus mengembangkan strategi komunikasi persuasif yang inovatif dan relevan dengan kebutuhan konsumen.

Kata Kunci : Komunikasi Persuasif, Upselling