

ABSTRACT

Siregar, Sri Handayani. Registration Number : 8136111055. Gender's Persuasion in the Sales Promotion Communication. Thesis. English Applied Linguistics Study Program, Postgraduate School, State University of Medan. 2017.

The objectives of this study were (1) to describe the ways of male and female promoters, and (2) to elaborate the reason for the male and female to persuade buyers in the sales promotion in Medan. The samples were from transcriptions of promoters' persuasion utterances on persuading buyers in of four males and four females in the sales promotion Medan. This research conducted by applying descriptive qualitative research. The instruments of this research are observation and interview. The data collected were the persuasion utterances used by male and female promoters to persuade buyers in the sales promotion. The data of this research were analyzed by using theory of gender's characteristics. There were 133 utterances of male promoters and 117 persuasion utterances of female promoters. The findings showed that (1) the male and female promoters used to combine the both ways (male ways and female ways) to persuade buyers in the sales promotion communication. Male promoters mostly used the male ways than female ways to show his confidence. Whereas female promoters also used male ways than female ways in almost tend to imitate male persuasion in order to defend her status, (2) from the interviewing to the promoters, the reason why male promoters used the way they are mostly because of to giving factual while for female promoters mostly to negotiate closeness and intimacy.

ABSTRAK

Siregar, Sri Handayani. NomorRegistrasi: 8136111055. Persuasi Pria dan Wanita di dalam Komunikasi Promosi Penjualan. Tesis. Jurusan Linguistik Terapan Bahasa Inggris, Program Pascasarjana, Universitas Negeri Medan. 2017.

Tujuan dari penelitian ini adalah (1) untuk menjelaskan cara promoter pria dan wanita, dan (2) untuk menjelaskan alasan promoter laki-laki dan perempuan dalam membujuk pembeli dalam promosi penjualan di Medan. Sampel dalam penelitian ini adalah transkrip dari ujaran-ujaran persuasi dari promoter dalam membujuk pembeli yaitu 4 pria dan 4 wanita dalam promosi penjualan Medan. Penelitian ini dilakukan dengan menerapkan penelitian deskriptif kualitatif. Instrumen dari penelitian ini adalah observasi dan interview. Data dalam penelitian ini adalah ujaran persuasi yang digunakan oleh promoter pria dan wanita dalam membujuk pembeli dalam promosi penjualan. Data dari penelitian ini dianalisa menggunakan teori karakteristik pria dan wanita. Ada 133 ujaran persuasi pria dan 117 ujaran persuasi promoter wanita. Promoter pria paling banyak menggunakan karakteristik pria dari pada karakteristik wanita. Untuk menunjukkan kenyamanannya. Sementara promoter wanita juga hamper sama menggunakan karakteristik pria dari pada karakteristik wanita kebanyakan untuk meniru cara promoter pria dalam menunjukkan statusnya, (2) dari interview kepada para promoter, alasan kenapa promoter pria menggunakan cara mereka kebanyakan dikarenakan untuk memberikan informasi factual sementara bagi promoter wanita kebanyakan untuk negosiasi kedekatan dan keakraban.