

TUGAS AKHIR KARYA ILMIAH
POLA KOMUNIKASI EFEKTIF *USHER* DAN *SPG*
DALAM BERINTERAKSI DENGAN PENGUNJUNG
EVENT



SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Terapan dalam Program Studi Hubungan Masyarakat dan Komunikasi
Digital

ADE PUTRI NUR AMELIA

1408521048

PROGRAM STUDI D-IV HUMAS DAN KOMUNIKASI DIGITAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

LEMBAR ORISINALITAS



Intelligentia - Dignitas

PROGRAM STUDI D-IV HUMAS DAN KOMUNIKASI DIGITAL

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUKUM

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2025

Dengan ini peneliti menyatakan bahwa Tugas Akhir Karya Ilmiah dengan judul POLA KOMUNIKASI EFEKTIF *USHER* DAN *SPG* DALAM BERINTERAKSI DENGAN PENGUNJUNG EVENT, adalah benar-benar hasil karya tulis pribadi dan telah mengikuti aturan sebagaimana yang tertera pada pedoman penulisan karya ilmiah. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam Tugas Akhir Karya Ilmiah ini maka peneliti sanggup untuk menerima dan menjalankan sanksi yang telah ditentukan.

Jakarta, 25 Juli 2025



Ade Putri Nur Amelia

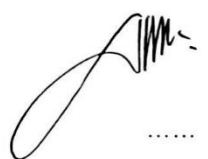
NIM.1408521048

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab/ Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum



TIM PENGUJI

No.	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1.	Ketua Sidang		
	<u>Wina Puspita Sari, S.Sos., M.Si</u> NIP. 197709102008122002		24-01-2025
2.	Penguji Ahli		
	<u>Muria Putriana, S.A.P., M.Pd</u> NIDN. 8985090024		24-07-2025
3.	Sekretaris		
	<u>Qoryna Noer Seyma El Farabi, S.I.Kom., M.Si</u> NIP. 199506262024062001		24-07-2025
4.	Dosen Pembimbing		
	<u>Asep Soegiarto, S.IK., M.Si</u> NIP. 198104042009121004		24-07-2025

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Allah SWT, atas berkat rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Ilmiah yang berjudul **“Pola Komunikasi Efektif Usher dan SPG dalam Berinteraksi dengan Pengunjung Event”** dengan baik dan sesuai pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas Akhir Karya Ilmiah ini adalah salah satu syarat yang ditujukan untuk meraih gelar Sarjana Terapan di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Program Studi D4 Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital. Dalam menyelesaikan laporan ini, peneliti menyadari bahwa laporan ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, pada kesempatan ini peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Komarudin, M.Si, selaku Rektor Universitas Negeri Jakarta
2. Firdaus Wajdi, M.A., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta
3. Asep Soegiarto, M.Si, sebagai Koordinator Program Studi D4 Hubungan Masyarakat Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum Universitas Negeri Jakarta
4. Asep Soegiarto, M.Si, sebagai dosen pembimbing Tugas Akhir Karya Ilmiah Semester 122 yang selalu mendukung segala kegiatan peneliti dan membimbing peneliti dengan baik.
5. Seluruh Dosen Program Studi D4 Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta. Yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan selama penulis menempuh perkuliahan dari semester satu hingga semester delapan.
6. Seluruh pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini, yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Jakarta, 25 Juli 2025



Ade Putri Nur Amelia

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademik Universitas Negeri Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Ade Putri Nur Amelia

Nim 1408521048

Program Studi : Sarjana Terapan Hubungan Masyarakat dan Komunikasi Digital

Fakultas : Ilmu Sosial dan Hukum

Judul Karya : Pola Komunikasi Efektif *Usher* dan *SPG* dalam Berinteraksi dengan Pengunjung Event.

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Negeri Jakarta Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

(Pola Komunikasi Efektif *Usher* dan *SPG* dalam Berinteraksi dengan Pengunjung Event)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Jakarta, 25 Juli 2025

Yang menyatakan,



Ade Putri Nur Amelia

ADE PUTRI NUR AMELIA (1408521048), Pola Komunikasi Efektif *Usher* dan *SPG* dalam Berinteraksi dengan Pengunjung Event, Tugas Karya Ilmiah, 2025 ; 138 halaman; 18 lampiran; 5 Buku: 2016-2024, 21 Jurnal, 3 Situs.

ABSTRAK

Usher dan Sales Promotion Girl (*SPG*) merupakan dua tenaga kerja lapangan yang sama-sama berperan penting dalam menjembatani interaksi antara brand dan pengunjung event. Meskipun sering disamakan, keduanya memiliki pendekatan komunikasi yang berbeda sesuai dengan fungsi dan ruang lingkup tugas masing-masing. Masalah utama dalam penelitian ini adalah kurangnya pemahaman mengenai implementasi komunikasi efektif yang dilakukan oleh *Usher* dan *SPG* dalam menjalin interaksi yang berkualitas dengan audiens di lapangan. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi yang efektif diterapkan oleh *Usher* dan *SPG* saat berinteraksi dengan pengunjung event. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi efektif yang merujuk pada tujuh dimensi komunikasi menurut Cutlip dan Center, yaitu credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channels, serta capability of the audience. Ketujuh dimensi tersebut digunakan untuk menganalisis perilaku komunikasi *Usher* dan *SPG* dalam menyampaikan pesan secara verbal maupun nonverbal di berbagai situasi kerja.

Metode penelitian ini adalah kualitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik penelitian informan menggunakan purposive sampling dan teknik analisis data berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Serta teknik kalibrasi keabsahan data menggunakan triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Usher* menonjolkan kredibilitas melalui penampilan visual dan gesture yang mencerminkan profesionalisme brand, serta menyampaikan pesan secara ringkas dan informatif. Di sisi lain, *SPG* lebih mengandalkan komunikasi verbal yang persuasif, didukung pemahaman mendalam terhadap produk dan promo yang ditawarkan. Kedua tenaga kerja ini sama-sama beradaptasi dengan lingkungan kerja seperti kondisi ramai atau sepi, indoor maupun outdoor, serta karakteristik pengunjung untuk mencapai efektivitas komunikasi.

Kesimpulannya, komunikasi efektif *Usher* dan *SPG* terbentuk melalui kombinasi kredibilitas, pemahaman konteks, dan kemampuan menyesuaikan saluran serta gaya penyampaian pesan dengan audiens. Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pelatihan komunikasi yang menyeluruh agar praktik di lapangan sesuai dengan prinsip komunikasi efektif. Dengan demikian, perusahaan perlu memahami perbedaan fungsi komunikasi masing-masing tenaga kerja untuk memaksimalkan kualitas interaksi mereka dengan audiens.

Kata Kunci: Event, Komunikasi Efektif, *SPG*, *Usher*.

ADE PUTRI NUR AMELIA (1408521048), ANALYSIS OF PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGIES BETWEEN USHER AND SPG PROFESSIONS Scientific Paper, 2025 ; 138 Pages; 18 Appendices; 5 Books: 2016-2024, 21 Journals, 3 Website.

ABSTRACT

Ushers and Sales Promotion Girls (*SPGs*) are two field workers who both play a crucial role in bridging interactions between brands and event attendees. Although often equated, they have distinct communication approaches based on their respective functions and scopes. The primary issue in this research is the lack of understanding regarding the implementation of effective communication by *ushers* and *SPGs* in establishing quality interactions with audiences in the field. Therefore, this study was conducted to explore how *ushers* and *SPGs* implement effective communication when interacting with event attendees.

This study utilizes the theory of effective communication, which refers to the seven dimensions of communication according to Cutlip and Center: credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, channels, and audience capability. These seven dimensions are used to analyze the communication behavior of *ushers* and *SPGs* in conveying messages verbally and nonverbally in various work situations.

This research method is qualitative, with data collection techniques using observation, interviews, and documentation. Data analysis techniques include data reduction, data presentation, and drawing conclusions. Data validity was also calibrated using source triangulation.

The research results show that *ushers* emphasize credibility through visual appearance and gestures that reflect brand professionalism, while conveying messages concisely and informatively. Meanwhile, sales promotion marketers rely more on persuasive verbal communication, supported by a deep understanding of the products and promotions offered. Both workers adapt to work environments, such as busy or quiet, indoor or outdoor conditions, and customer characteristics, to achieve effective communication.

In conclusion, effective communication between *ushers* and sales promotion marketers is achieved through a combination of credibility, understanding context, and the ability to adapt channels and messaging styles to suit the audience. This research also highlights the importance of comprehensive communication training to ensure that practices align with the principles of effective communication. Therefore, companies need to understand the different communication functions of each worker to maximize the quality of their interactions with audiences.

Keywords: Event, Effective Communication, *SPG*, *Usher*.

DAFTAR ISI

LEMBAR ORISINALITAS	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	3
1.3 Batasan Masalah.....	3
1.4 Tujuan Penelitian.....	3
1.5 Manfaat Penelitian.....	3
1.5.1 Manfaat Akademis.....	3
1.5.2 Manfaat Praktis.....	3
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN.....	5
II.1 Deskripsi Konseptual	5
II.1.1 Komunikasi Efektif	5
II.1.2 Usher	7
II.1.3 Sales Promotion Girl (SPG)	9
II.1.4 Pengunjung	11
II.1.5 Event.....	12
II.2 Penelitian yang Relevan.....	14
II.3 Keterkaitan Antar Konsep.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
III.1 Pendekatan dan Metode Penelitian	22
III.2 Tempat dan Waktu Penelitian.....	23
III.3 Subjek Penelitian	24

III.3.1 Informan Penelitian.....	25
III.4 Teknik Pengumpulan Data.....	26
III.5 Teknik Analisis Data.....	28
III.6 Teknik Kalibrasi Keabsahan Data.....	29
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	31
IV.1 Hasil Analisis Penelitian.....	31
IV.1.1 Observasi.....	31
IV.1.2 Hasil Wawancara	32
IV.2 Pembahasan Hasil Penelitian.....	69
IV.3 Uji Triangulasi	71
IV.3.1 Triangulasi Sumber.....	71
BAB V PENUTUP.....	90
V.1 Kesimpulan	90
V.2 Saran	90
DAFTAR PUSTAKA.....	91
LAMPIRAN	93
DAFTAR RIWAYAT HIDUP.....	138



DAFTAR TABEL

Tabel II.1 Perbandingan dengan Penelitian Mendahulu.....	14
Tabel III.1 Waktu Penelitian	23
Tabel III.2 Profil Informan.....	25
Tabel IV.1 Triangulasi Sumber	71



DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Katagori <i>Event</i>	13
Gambar II.2 Keterkaitan Antar Konsep	21



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Formulir Bimbingan TA	93
Lampiran 2 Profil Informan	95
Lampiran 3 Transkrip Wawancara Dengan Informan Shagita Dinda Ramandani	99
Lampiran 4 Transkrip Wawancara Dengan Indorman Alisa Sandra Fauziah	103
Lampiran 5 Transkrip Wawancara Dengan Indorman Rino Hikmal Marsyehan	106
Lampiran 6 Transkrip Wawancara Dengan Indorman Raina Astrid Andini	109
Lampiran 7 Transkrip Wawancara Dengan Informan Ridwan Hasni	113
Lampiran 8 Transkrip Wawancara Dengan Key Informan Deffarel Raditya Pratama	120
Lampiran 9 Transkrip Wawancara Dengan Key Informan Afina	126
Lampiran 10 Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Shagita Dinda Ramandani	132
Lampiran 11 Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Alisa Sandra Fauziah	132
Lampiran 12 Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Rino Hikmal Marsyehan	133
Lampiran 13 Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Raina Astrid Andini	133
Lampiran 14 Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Ridwan Hasni	134
Lampiran 15 Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Deffarel Raditya Pratama	134
Lampiran 16 Dokumentasi Setelah Wawancara Dengan Afina	135
Lampiran 17 Dokumentasi Kegiatan <i>Usher</i>	136
Lampiran 18 Dokumentasi Kegiatan <i>SPG</i>	137