

**KOMUNIKASI PERSUASIF ANGGOTA KOMUNITAS
BEAUTY COLLAB.ID UNTUK MEMPEROLEH
ENDORSEMENT (IKLAN) DI INSTAGRAM**

SKRIPSI

Oleh :
Kamilah
201610415176



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Proposal Skripsi : Komunikasi Persuasif Anggota Komunitas
Beauty Collab.id Untuk Memperoleh
Endorsement (Iklan) di Instagram

Nama Mahasiswa : Kamilah

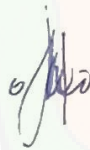
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415176

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Agustus 2020

Jakarta, 14 Agustus 2020
MENYETUJUI

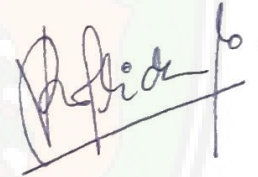
Pembimbing I



Metha Madonna S.Sos, M.I.Kom

NID. 041407023

Pembimbing II



Tri Alida Apriliana, S.IP., M.I.Kom

NID. 041908053

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Proposal Skripsi : Komunikasi Persuasif Anggota Komunitas Beauty Collab.id Untuk Memperoleh Endorsement (Iklan) di Instagram
Nama Mahasiswa : Kamilah
Nomor Pokok Mahasiswa : 201610415176
Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Agustus 2020


Jakarta, 14 Agustus 2020
MENGESAHKAN,

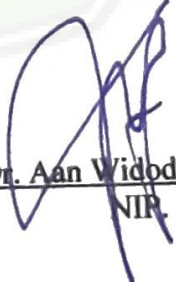
Ketua Tim Penguji : Drs. Nasaruddin Siregar, M.Si
NID. 040503007
Penguji I : Metha Madonna S.Sos, M.I.Kom
NID. 041407023
Penguji II : Aryadillah S.Sos.I.,MM.,M.I.Kom
NID. 0041605033

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi


Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1904409


Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa

Proposal Skripsi yang berjudul **Komunikasi Persuasif Anggota Komunitas Beauty Collab.id Untuk Memperoleh *Endorsement* di Instagram**, ini adalah benar merupakan hasil skripsi saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah ditulis secara jelas sesuai dengan kaidah penelitian karya ilmiah.

Apabila dikemudian hari mungkin ditemukan adanya kecurangan dalam skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digunakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Agustus 2020

Yang membuat pernyataan,

METERAI
TEMPEL
8F5CAAHF634020834

6000
ENAM RIBU RUPIAH

Kamilah

NPM. 201610415176

ABSTRAK

Komunitas Beauty Collab.id merupakan komunitas mikro *beauty influencer*, yang awalnya terdiri dari orang-orang pecinta *makeup*, seiring berkembangnya fungsi sosial media, sebagai tempat yang mewadahi kreatifitas seseorang, anggota komunitas Beauty Collab.id memanfaatkan sebagai tempat berbagi ilmu, kretaitas, dan keahlian pada bidang kecantikan di sosial media instagram. Sehingga memiliki tujuan tertentu, yaitu untuk memperoleh *endorsement* (iklan).

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui bagaimana upaya-upaya seorang *beauty influencer* untuk memperoleh *endorsement* (iklan) di instagram. Dalam penelitian ini digunakan konsep komunikasi persuasif menurut Perloff, dengan menggunakan jenis penelitian Kualitatif. Kemudian menggunakan teknik wawancara, dimana peneliti sudah menyiapkan daftar pertanyaan sehingga proses wawancara kemungkinan akan mengalami pengembangan tergantung kondisi yang ada.

Dari penelitian yg telah dilakukan, penulis mendapatkan hasil, bahwa gambaran dari aktivitas komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *beauty influencer* dalam anggota komunitas Beauty Collab.id melalui elemen-elemen menurut Perloff. Dengan membuat konten kecantikan secara kreatif dan kredibel di instagram, merupakan upaya yang akan mempersuasi publik dan pihak *brand* kecantikan, kemudian *beauty influencer* melanjutkan dengan upaya-upaya yang dapat menarik perhatian *brand*, seperti membuat konten secara kreatif, pesan verbal dan non verbal yang jelas dan menarik, sehingga *beauty influencer* dapat memperoleh tawaran *endorsement* (iklan) di instagram.

Kata kunci : Komunitas, *Beauty Influencer*, Konten, *Endorsemet*



ABSTRACT

The Beauty Collab.id community is a beauty influencer micro community , which initially consists of people who love makeup , along with the development of social media functions , as a place to accommodate one's creativity , members of the Beauty Collab.id community use it as a place to share knowledge , creativity , and expertise on the field beauty on social media Instagram . So that it has a specific goal , namely to get an endorsement (advertisement) .

This research was conducted to find out how the efforts of a beauty influencer to get endorsements (advertisements) on Instagram . In this study, the concept of persuasive communication is used according to Perloff , using qualitative research type . Then using the interview technique , where the researcher has prepared a list of questions so that the interview process is likely to experience development depending on existing conditions. From research in tian which has been done, the pen ulis get the result , that the description of the activities of communication persuasive performed by beauty influencers in the member communities Beauty Collab.id through elements according to Perloff . By making the content of beauty is a creative and credible in instagram , an effort that will persuade the public and the brand of beauty , then beauty influencers continue with efforts that can attract pehatian brand , such as making the content in a creative , messaging verbal and non-verbal are clear and interesting , so beauty influencers can obtain bid endorsement (ads) on instagram .

Keywords: Community , Beauty Influencer , Content , endorsment



KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb.

Puji serta syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis. Rasa terima kasih yang besar juga dituturkan bagi kedua orang tua dan keluarga yang telah memberikan dukungan serta doa yang tiada hentinya bagi penulis. Begitu juga kepada para informan yang telah membantu jalannya penelitian ini.

Skripsi penelitian ini dilakukan sebagai bagian dari keseluruhan penelitian bagi mahasiswa untuk memenuhi syarat kelulusan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Komunikasi Persuasif Anggota Komunitas Beauty Collab.id Untuk Memperoleh *Endorsement* (iklan) di Instagram. Dalam penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak dukungan serta arahan dari berbagai pihak oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak yang telah membantu dalam menyusun penelitian ini, diantaranya :

1. Irjen Pol. (Purn) Dr.,Drs., H. Bambang Karsono, SH., MM., selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya
2. Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Wa Ode Sitti Nurhaliza, S.I.Kom, M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Metha Madonna S.Sos, M.I.Kom selaku Pembimbing I dalam penyusunan penelitian ini
5. Trialida Apriliana, S.IP.,M.I.Kom selaku Pembimbing II dalam penyusunan penelitian ini
6. Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik
7. Keluarga yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian penelitian ini.

8. Teman-teman Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2016 yang selalu memberikan dukungan selama penyusunan penelitian ini.
9. Dan para keluarga besar Fikom 8A3 2016

Penulis menyadari bahwa masih banyak sekali kekurangan dalam skripsi ini baik dari teknik penyajiannya dan isi materi yang diberikan, mengingat kurangnya pengetahuan dan pengalaman penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun.

Wassalamualaikum Wr. Wb



Jakarta, 14 Agustus 2020

Kamilah

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Identifikasi Masalah.....	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kerangka Konsep.....	11

2.2.1 Komunikasi Persuasif	11
2.2.2 <i>Attitude</i> Komunikasi Persuasif	14
2.2.3 Ciri atau Atribut Komunikator Persuasif	17
2.2.5 Peran Komunikator dalam Komunikasi Persuasif	17
2.2.6 Karakteristik Komunikator dalam Komunikasi Persuasif	20
2.2.7 Pesan dalam Komunikasi Persuasif	24
2.2.8 Instagram	28
2.2.9 Youtube	29
2.2.8 Digital Influencer Instagram	31
2.2.9 Engagement	33
2.3 Kerangka Pemikiran.....	35
BAB III METODELOGI PENELITIAN	37
3.1 Jenis Penelitian	37
3.2 Fokus Penelitian	37
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	37
3.4 Teknik Pemilihan Informan	38
3.5 Teknik Pengumpulan Data	40
3.6 Teknik Analisi Data	41
BAB VI HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Objek Penelitian	41
4.2 Penyajian Data	45
4.2.1 Strategi Mempengaruhi Pihak Brand Melalui Konten	45
4.2.2 Beauty influencer sebagai Komunikator	61
4.2.3 Upaya Penyampaian Konten Beauty Influencer	70
4.2.4 Komunitas Sebagai Sarana Persuasi	76

4.3 Hasil Penelitian	78
----------------------------	----

BAB V PENUTUP 89

5.2 Kesimpulan	89
----------------------	----

5.3 Saran	90
-----------------	----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

DAFTAR TABEL.....	v
2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Tabel Matric	34





DAFTAR GAMBAR

Halaman

DAFTAR GAMBAR	iv
1.1 Gambar Komentar Saling Support Instagram dan Saling Support Youtube	3
1.2 Rules POD Instagram.....	4
1.3 Rules POD Youtube.....	4
1.4 Project Review dan Kegiatan Posting Review Di Instagram	5
3.1 Gambar Video Kecantikan Anis Yunia Akbar 1 Januari	39
3.2 Gambar Video Kecantikan Anis Yunia Akbar 3 Januari	39
3.3 Total Engagement Rate Instagram Anisa Yunia Akbar	41
4.1 Konten Review Produk @Iryanajayaputri	48
4.2 Review Produk Dan Before After Pemakaian Produk @Kaniaarda.....	49
4.3 Konten Tutorial Makeup @Sandrarestutif	51
4.4 Hasil dari upaya komponen pertama dan kedua pada konten tutorial makeup @sandrarestutif	52
4.5 Konten Makeup @Anisyuniakbar	53
4.6 Foto Hasil Makeup Karakter @Iryanajayaputri	54
4.7 Konten Dan Engagament @Dittamakeup	55
4.8 Konten Foto Dan Feedback @Dittamakeup.....	56
4.9 Konten Verbal Dan Non Verbal @Pikahdyti & @Shantygus.....	58
4.10 Isi Konten Ketujuh Narasumber	60
4.11 Konten @Sandrarestutif Yang Berkaitan Dan Tidak Berkaitan Dengan Karakteristik Persuasif Perloff.....	62
4.12 Konten Yang Memebrikan Unsur Expertise	64

4.13 Review Jujur Produk Frozen Collagen.....	65
4.14 Review Produk Masker Melalui Konten Video Milik @Dittamakeup.....	66
4.15 Review Produk Skin Care @Pikahdyti	67
4.16 Konten Hiburan Dan Konten Informatif @Anisyuniakbar	71
4.17 Konten Yang Menyentuh Perasaan (<i>Emotional Appeal</i>)	72
4.18 Pesan Verbal @Shantygus.....	73
4.19 Konten <i>Non Verbal</i> @Dittamakeup	74
4.20 Konten <i>Non Verbal</i> @Sandrarestitutif	75
4.21 Rules Pod Instagram	77
4.22 Project Komunitas Beauty Collab.Id.....	78
4.23 Caption Unggahan @Dittamakeup	79
4.24 Konten Interaktif.....	81
4.25 Konten Video Yang Mengandung <i>Emotional Appeal</i>	82
4.26 Konten Yang Memberikan Pesan <i>Non Verbal</i>	82
4.27 Rules POD Instagram.....	83
4.28 Project Komunitas Beauty Collab.Id.....	83
4.29 @Sandrarestitutif Terpilih Menerima <i>Endorsement</i>	84
4.30 Foto Event Launching Produk Purbasari.....	85
4.31 Foto Endorsement @Pikahdyti	86
4.32 Video Endorse Produk Lipstick Raiku @Iryanajayaputri.....	86
4.33 Video Endorse Produk Hair Mask	87
4.34 Foto Endorse Lipstick	87





2.1 DAFTAR BAGAN

DAFTAR BAGAN.....	vi
2.1 Bagan Kerangka Pemikiran	35

