KOMUNIKASI ANTARA *HOST* DAN *VIEWER* UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI DETALASE *AGENCY*

SKRIPSI

Oleh:

Yuliana Aulia Putri

202110415236

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

KOMUNIKASI ANTARA HOST DAN VIEWER UNTUK MEMBANGUN KEPERCAYAAN KONSUMEN DI DETALASE *AGENCY*

SKRIPSI

Oleh:

Yuliana Aulia Putri

202110415236

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	:	Komunikasi Antara *Host* dan *Viewer* Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen di Detalase *Agency*
Nama Mahasiswa	:	Yuliana Aulia Putri
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415236
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	07 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si

NIDN. 0312079501

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	:	Komunikasi Antara *Host* dan *Viewer* Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen di Detalase *Agency*
Nama Mahasiswa	:	Yuliana Aulia Putri
Nomor Pokok Mahasiswa	:	202110415236
Program Studi/Fakultas	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	:	07 Februari 2025

Jakarta, 17 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	:	Dr. Rina Sovianti, S.I.P., M.I.Kom NIDN. 0301047107	.....
Penguji	:	Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si NIDN.0312079501	.....
Sekretaris Penguji	:	Fadli Muhammad Athalarik, S.I.Kom., M.I.Kom NIDN.0327119701	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si.	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul **Komunikasi Antara *Host* dan *Viewer* Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen di Detalase *Agency*** ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan kerya ilmiah.

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

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

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

Jakarta, 17 Februari 2025

Yang membuat pernyataan,



Yuliana Aulia Putri

202110415236

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

ABSTRAK

Yuliana Aulia Putri, 202110415236. Komunikasi Antara *Host* dan *Viewer* Untuk Membangun Kepercayaan Konsumen di Detalase *Agency.*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi persuasif antara *Host* dan *Viewer* untuk membangun kepercayaan konsumen di Detalase *Agency* dengan menghubungkan konsep teknik komunikasi persuasif dan kepercayaan konsumen. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, dengan desain penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil dalam penelitian ini adalah komunikasi persuasif yang dilakukan *host live streaming* Detalase *Agency* dapat membangun kepercayaan konsumen. Selain itu, Detalase *Agency* juga menggunakan 7 teknik komunikasi persuasif dari Willian S.Howell yaitu *Putting it up to you, transfer, Bandwagon technique, Say it with flowers, Don't ask if, ask which, The swap technique,* dan *Reassurance.* Hasil penelitian dan pembahasan 7 teknik yang digunakan tersebut ternyata dapat membangun kepercayaan konsumen dan hal tersebut didapatkan dari adanya keselarasan jawaban hasil penelitian dengan *host, viewer* dan PIC *live streaming* Detalase *Agency* yang dilakukan dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Secara keseluruhan teknik-teknik ini juga meningkatkan efektivitas komunikasi persuasif dan memperkuat hubungan *viewer* dan *host.* Serta menciptakan, pengalaman yang lebih memuaskan dan juga mendorong loyalitas *viewer* dalam membeli suatu produk yang ditawarkan. Penelitian ini mendapatkan, pendekatan secara emosional dengan *viewer* dan interaktifnya *host* dalam membangun komunikasi dengan *viewer* dapat membangun kepercayaan dari konsumen di platform *live streaming* TikTok *Shop.* Selanjutnya, penelitian ini dapat dikembangkan dengan menggunakan teori, metode, dan juga konsep yang berbeda mengenai bagaimana membangun kepercayaan konsumen.

Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Teknik Komunikasi Persuasif, Interaksi Antara *Host* dan *Viewer,* Kepercayaan Konsumen, Detalase *Agency*

ABSTRACT

Yuliana Aulia Putri, 202110415236. *Communication between Host and Viewer to Build Consumer Trust at Detalase Agency.*

This research aims to find out the persuasive communication between Host and Viewer to build consumer trust at Detalase Agency by connecting the concepts of persuasive communication techniques and consumer trust. This research uses a qualitative approach, with a descriptive qualitative research design. This research uses data collection techniques in the form of interviews, observation and documentation. The results in this study are persuasive communication carried out by Detalase Agency live streaming hosts can build consumer trust. In addition, Detalase Agency also uses 7 persuasive communication techniques from Willian S.Howell, namely Putting it up to you, transfer, Bandwagon technique, Say it with flowers, Don't ask if, ask which, The swap technique, and Reassurance. From the results of the research and discussion of the 7 techniques used, it turns out that it can build consumer trust and this is obtained from the alignment of the answers to the research results with host, viewers and PIC of Detalase Agency live streaming conducted by interview, observation and documentation. Overall, these techniques also increase the effectiveness of persuasive communication and strengthen viewer and host relationships. As well as creating, a more satisfying experience and also encouraging viewer loyalty in buying a product offered. This research also found that, an emotional approach with viewers and interactive hosts in building communication with viewers can build trust from consumers on the TikTok Shop live streaming platform. Furthermore, this research can be developed using different theories, methods, and concepts on how to build consumer trust.

Keywords: *Persuasive Communication, Persuasive Communication Techniques, Interaction Between Host and Viewer, Consumer Trust, Detalase Agency*

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas Karunia dan Rahmah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul **"Komunikasi antara *Host* dan *Viewer* untuk Membangun Kepercayaan Konsumen di Detalase *Agency*"**. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang kesarjanaan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Dalam penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Penulis mengucapkan Terimakasih sebesar-besarnya kepada keluarga tercinta yaitu Ayahanda Muhaimin dan Ibunda Kadar Budi Asih serta tidak lupa dengan kakak penulis yaitu Fauziah dan Tedy yang senantiasa mendoakan, menemani serta memberikan dukungan moral, material kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini. Selain itu, penulis juga ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Irjen. Pol (Purn). Prof. Dr. Drs Bambang Karsono S.H., M.M.. Ph.D., D.Crim (Honoris Causa) selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangara Jakarta Raya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan pengerjaan skripsi ini di semester ganjil.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si, selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan pengerjaan skripsi ini di semester ganjil.

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4. Ibu Fina Zahra, S.Sn., M.A selaku dosen Pembimbing akademik, yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan pengerjaan skripsi ini di semester ganjil.
5. Ibu Annisa Eka Syafrina, S.I.Kom., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi yang telah senantiasa meluangkan waktu, memberikan arahan, kritik dan masukan yang berharga dalam penyusunan skripsi ini.
6. Bapak/Ibu Dosen dan segenap sivitas akademika Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya, yang telah membimbing saya dengan memberikan ilmu selama masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini.
7. Umairoh, Avita Mei Hansari, Dinda Qutratu'Ain, Ervina Agustiana, Nanda Siti Nurhaliza, Nina Fitria, Maitri Aprilyanti, Syakira Rizka Maulida, selaku teman-teman baik penulis yang selalu memberikan semangat dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tanpa adanya bantuan dari semua pihak di atas, penyusunan skripsi tidak akan berjalan dengan baik. Penulis juga menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, dengan senang hati penulis berharap mendapatkan saran dan kritik yang membangun demi kebaikan dan kesempurnaan sehingga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak.

Jakarta, 17 Februari 2025

Penulis,

Yuliana Aulia Putri

NPM. 202110415236

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

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 xiv
DAFTAR LAMPIRAN xv
BAB I PENDAHULUAN 1
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 8
1.3 Pertanyaan Penelitian 8
1.4 Tujuan Penelitian 8
1.5 Manfaat Penelitian 8
1.5.1 Manfaat Teoretis 9
1.5.2 Manfaat Praktis 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 10
2.1 Penelitian Terdahulu 10
2.2 Tinjauan Konseptual 17
2.2.1 Komunikasi 17
2.2.2 Komunikasi Persuasif 18
2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Persuasif 18
2.2.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif 18
2.2.2.3 Teknik-Teknik Komunikasi Persuasif 19

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.2.3 Interaksi antara *Host* dan *Viewer* 22
2.2.3.1 Interaksi Sosial 22
2.2.3.2 Faktor-faktor yang mendasari Interaksi Sosial 22
2.2.3.3 Ciri-ciri Interaksi Sosial 23
2.2.3.4 Interaksi antara *Host* dan *Viewer* 23
2.2.4 Kepercayaan 24
2.2.4.1 Indikator Kepercayaan 25
2.2.5 Konsumen 26
2.2.5.1 Perilaku Pembelian Konsumen Daring 26
2.2.6 TikTok 27
2.2.6.1 *Live Streaming* TikTok 28
2.3 Kerangka Berpikir 29
BAB III METODE PENELITIAN 31
3.1 Pendekatan Penelitian 31
3.2 Desain Penelitian 32
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 32
3.3.1 Subjek Penelitian 32
3.3.2 Objek Penelitian 34
3.4 Teknik Pengumpulan Data 34
3.5 Teknik Analisis Data 36
3.6 Keabsahan Data 37
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian 38
3.7.1 Tempat Penelitian 38
3.7.2 Waktu Penelitian 38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 40
4.1 Hasil Penelitian 40
4.1.1 Gambaran Umum Detalase *Agency* 40
4.1.2 Layanan Utama Detalase *Agency* 42
4.1.3 Informan Penelitian 46
4.1.4 Komunikasi Persuasif Untuk Menarik Perhatian *Viewer* 48
4.1.5 Teknik Komunikasi Persuasif *Host Live Streaming* 50

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

4.1.6 Interaksi Antara *Host* dan *Viewer* 57
4.1.7 Strategi Detalase *Agency* dalam *Live Streaming* 62
4.1.8 Kepercayaan Konsumen 67
4.2 Pembahasan 78
BAB V PENUTUP 90
5.1 Kesimpulan 90
5.2 Saran 91
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Situs Belanja Online tahun 2023 1
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 10
Tabel 3. 1 Kriteria Informan Penelitian..... 33
Tabel 3. 2 Waktu Penelitian..... 39
Tabel 4. 1 Hasil Temuan Wawancara..... 74
Tabel 4. 2 Hasil Observasi..... 86

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Fitur TikTok Shop dan Live Shopping 3
Gambar 1. 2 Ruangan dan Peralatan *Live Streaming* 6
Gambar 1. 3 Brand yang berkolaborasi dengan Detalase *Agency* 7
Gambar 1. 4 Kisah Sukses Detalase *Agency* 7
Gambar 4. 1 Logo Detalase Agency 40
Gambar 4. 2 Layanan Live Streaming 43
Gambar 4. 3 Layanan Video Production 43
Gambar 4. 4 Layanan MCN 44
Gambar 4. 5 Layanan KOL & *Affiliate Marketing* 45
Gambar 4. 6 Dokumentasi Observasi Sebagai Pengamat 49
Gambar 4. 7 Dokumentasi Observasi 22 November 2024 53
Gambar 4. 8 *Host* Melakukan *Tap-tap* Layar Pada *Live Streaming* 65
Gambar 4. 9 Tampilan *Live Streaming* dilayar *Handphone* 68
Gambar 4. 10 Dokumentasi Observasi 15 November 2024 71

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2. 1 Kerangka Berpikir..... 29

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Mahasiswa

Lampiran 2. Surat Pengantar

Lampiran 3. Pedoman Wawancara

Lampiran 4. Transkrip Wawancara

Lampiran 5. Open, Axial, Selective Coding dan Hasil Observasi

Lampiran 6. Dokumentasi Wawancara

Lampiran 7. Kartu Konsultasi Skripsi

Lampiran 8. Form Perbaikan Sidang Skripsi

Komunikasi Antara.., Yuliana Aulia Putri, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025