# KOMUNIKASI PERSUASIF *BEAUTY ADVISOR* POND'S DI PASAR TEGAL DANAS, CIKARANG PUSAT

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Mutiara Maulidah**

**202110415052**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

**2025**

# KOMUNIKASI PERSUASIF *BEAUTY ADVISOR* POND'S DI PASAR TEGAL DANAS, CIKARANG PUSAT

**SKRIPSI**

**Oleh:**

**Mutiara Maulidah**

**202110415052**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA**

# LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

| | |
|---|---|
| Judul Skripsi | : Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Pond's Di Pasar Tegal Danas, Cikarang Pusat |
| Nama Mahasiswa | : Mutiara Maulidah |
| Nomor Pokok Mahasiswa | : 202110415052 |
| Program Studi/Fakultas | : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi |
| Tanggal Lulus Ujian Skripsi | : 06 Februari 2025 |

Jakarta, 17 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

**Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M. IR**

NIDN. 0312077903



Komunikasi Persuasif.., Mutiara Maulidah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# LEMBAR PENGESAHAN

| | |
|---|---|
| Judul Skripsi | : Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Pond's Di Pasar Tegal Danas Cikarang Pusat |
| Nama Mahasiswa | : Mutiara Maulidah |
| Nomor Pokok Mahasiswa | : 202110415052 |
| Program Studi/Fakultas | : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi |
| Tanggal Lulus Ujian Skripsi | : 06 Februari 2025 |

Jakarta, 17 Februari 2025

MENGESAHKAN,

Ketua Penguji : Dr. Dra. Hamida Syari Harahap, M.Si .....
NIDN. 311046803

Penguji : Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M. IR .....
NIDN: 0312077903

Sekretaris Penguji : Imaddudin, S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par .....
NIDN: 0310068902

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si
NIP. 2203551

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 1908425



Komunikasi Persuasif.., Mutiara Maulidah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul "Komunikasi Persuasif *Beauty Advisor* Pond's Di Toko Tiara Kosmetik" ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang dituls oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya 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,




Mutiara Maulidah

202110415052

# ABSTRAK

**Mutiara Maulidah. 202110415052.** ***Komunikasi Persuasif Beauty Advisor Pond's Di Pasar Tegal Danas, Cikarang Pusat***

*Komunikasi persuasif merupakan proses komunikasi antar individu. Hal tersebut terjadi dimana komunikator menggunakan simbol-simbol untuk mempengaruhi pikiran si penerima atau informasi. Komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Beauty Advisor Pond's di Toko Tiara Kosmetik dengan menggunakan strategi komunikasi persuasif yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi konsumen dalam pemilihan produk yang telah direkomendasikan oleh Beauty Advisor terhadap produk Pond's. Strategi yang digunakan oleh beauty advisor dalam merekomendasikan produk yaitu analisis konsumen, pengetahuan produk yang mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Beauty Advisor Pond's di Toko Tiara Kosmetik Pasar Tegal Danas, dalam merekomendasikan produk Skincare kepada konsumen. Pendekatan penelitian ini menggunakan metode kulitatif deskriptif dnegan teknik pengumpulan data berupa observasi, wawancara, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif dipengaruhi oleh beberapa indikator, yaitu kredibilitas sumber, pengaruh lingkungan, pesan yang disampaikan secara langsung serta kesinambungan pesan. Beauty Advisor berperan penting dalam membangun kepercayan konsumen melalui strategi komunikasi yang efektif, seperti menyesuaikan kebutuhan konsumen dengan produk yang direkomendasikan. Dengan demikian, komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Beauty Advisor mampu meningkatkan Keputusan pembelan produk Pond's di Tengah persaingan persaingan pasar yang ketat.*

***Kata kunci: Komunikasi persuasif, Beauty Advisor Pond's, Rekomendasi Produk***

# *ABSTRACT*

**Mutiara Maulidah. 202110415052. *Communication Persuasive Beauty Advisor Pond's In The Tegal Danas Market.***

*Persuasive communication is the process of communication between individuals. It occurs when the communicator uses symbols to influence the thoughts of the recipient or the information. Persuasive communication carried out by Beauty Advisor Pond's at the Tiara Cosmetics Store using persuasive communication strategies which aim to influence consumers in choosing products that have been recommended by the Beauty Advisor in to product Pond's. The strategy used by beauty advisors in recommending products is consumer analysis, in-depth product knowledge. This study aims to understand the persuasive communication process employed by Pond's Beauty Advisors at Tiara Cosmetics Store, Tegal Danas Market, in recommending skincare products to customers. The research uses a qualitative descriptive method with data collection techniques including observation, interviews, and documentation. The findings reveal that the success of persuasive communication is influenced by factors such as source credibility, environmental influence, direct and straightforward messaging, and communication consistency. Beauty Advisors play a vital role in building customer trust through effective communication strategies, such as aligning customer needs with recommended products. Thus, the persuasive communication conducted by Beauty Advisors effectively enhances purchasing decisions for Pond's products amidst intense market competition.*

***Keywords: Communication Persuasive, Beauty Advisor Pond's, Product Recommendations***

# KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang maha Esa atas Karunia dan Rahmah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang Skripsi di Fakultas Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Banyak kendala yang dihadapi oleh penulis dalam rangka penyusunan skripsi ini, tetapi berkat bantuan berbagai pihak maka Skripsi ini selesai pada waktunya. Untuk itu penulis dengan tulus menyampaikan terima kasih kepada kedua pintu surgaku, alm ayah dan almh ibu, betapa berat rasanya ditinggalkan sedari sejak kecil, meskipun tidak sempat menemani setiap langkah tumbuh dan perjalanan pendidikan peneliti, namun keberadaan alm ayah dan almh ibu akan selalu terasa dalam hati peneliti, memberikan semangat serta kekuatan hingga penulis masih mampu bertahan di keadaan apapun hingga saat ini.

Dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaian ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim, (Honoris Causa) Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, MA., M.Ed., Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si Selaku Kepala Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Dr. Diah Ayu Permatasari, ST, S.IP, M.IR selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan saran dan masukan kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik.
5. Kepada teman-teman Busy geng (Amanda, Dini Aulia, Gaby Esther, Nur Afiyah, Putri Nur) yang telah membantu, memberikan dukungan penuh dan menemani penulis selama menyelesaikan penulisan Skripsi.
6. Kepada Andini Putri Larasati, Hasna Tsurayya, Inesha Maharani, Ni Made Anggraini, Marchella. Terima kasih atas dukungan penuh, serta support yang diberikan kepada peneliti.



Komunikasi Persuasif.., Mutiara Maulidah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

7. Kepada teman-teman yang telah bersedia membantu peneliti, meluangkan waktunya di sela-sela kesibukan dan membantu peneliti dalam mendukung proses penyusunan. Tanpa bantuan kalian skripsi ini tidak akan selesai tepat pada waktunya.
8. Semua pihak yang tidak dapat peneliti tulis secara rinci satu per satu dan telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini.
9. Kepada Lagu-lagu CAS, terima kasih telah menemani selama mengerjakan skripsi peneliti.

Peneliti menyadari akan kekurangan dalam penyusunan Skripsi, sehingga peneliti menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Agar hasil penyusunan Skripsi mencapai dalam kesempurnaan dan bisa menjadi referensi bagi pembaca khususnya untuk mahasiswa yang hendak melaksanakan skripsi. Demikian peneliti sampaikan. Semoga skripsi ini bermanfaat, peneliti mengucapkan terimakasih.

Jakarta, 17 Februari 2025



Mutiara Maulidah
202110415052



Komunikasi Persuasif.., Mutiara Maulidah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**LEMBAR PERSETUJUAN** ..... **ii**
**LEMBAR PENGESAHAN** ..... **iii**
**LEMBAR PERNYATAAN** ..... **iv**
**ABSTRAK** ..... **v**
***ABSTRACT*** ..... **vi**
**KATA PENGANTAR** ..... **vii**
**DAFTAR ISI** ..... **ix**
**DAFTAR TABEL** ..... **xi**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xii**
**DAFTAR BAGAN** ..... **xiii**
**DAFTAR LAMPIRAN** ..... **xiv**

**BAB I PENDAHULUAN** ..... 1
1.1 Latar belakang ..... 1
1.2 Fokus Penelitian ..... 9
1.3 Pertanyaan Penelitian ..... 10
1.4 Tujuan Penelitian ..... 10
1.5 Manfaat Penelitian ..... 10
1.5.1 Manfaat Teoretis ..... 10
1.5.2 Manfaat Praktis ..... 10

**BAB II TINJAUAN PUSTAKA** ..... 11
2.1 Penelitian Terdahulu ..... 12
2.2 Tinjauan Konseptual ..... 17
2.2.1 Komunikasi ..... 17
2.2.2 Komunikasi Persuasif ..... 18
2.2.3 Indikator Komunikasi Persuasif ..... 20
2.2.4 Proses Komunikasi Persuasif ..... 22
2.2.5 Hambatan Komunikasi Persuasif ..... 26
2.2.6 Unsur-Unsur Komunikasi Persuasif ..... 27
2.2.7 *Beauty Advisor* ..... 29
2.3 Kerangka Berpikir ..... 32

**BAB III METODE PENELITIAN** ..... 34
3.1 Pendekatan Penelitian ..... 34
3.2 Desain Penelitian ..... 34
3.3 Subjek dan Objek Penelitian ..... 35
3.3.1 Subjek Penelitian ..... 35
3.3.2 Objek Penelitian ..... 35
3.4 Teknik Pengumpulan Data ..... 35
3.5 Teknik Analisis Data ..... 38
3.6 Keabsahan Data ..... 38
3.7 Tempat dan Waktu Penelitian ..... 40

**BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN ..... 42**
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian ..... 42
4.2 Hasil Penelitian ..... 50
4.2.1 *Beauty Advisor* dalam merekomendasikan produk ..... 51
4.2.2 Kompetitor Produk *Skincare* ..... 53
4.2.3 Peran *Beauty Advisor* Dalam Menentukan Produk ..... 55
4.2.4 Pengelolaan Komunikasi kepada Konsumen ..... 56
4.3 Pembahasan ..... 56

**BAB V PENUTUP ..... 69**
5.1 Kesimpulan ..... 69
5.2 Saran ..... 70

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**



Komunikasi Persuasif.., Mutiara Maulidah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 4.1 Gambaran Toko Tiara Kosmetik

Tabel 4.2 Omzet Penjualan *Skincare* Pond's di Toko Tiara Kosmetik

Tabel 4.3 Tabel Informan Penelitian

Tabel 4.4 Pembahasan Indikator Komunikasi Persuasif

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Produk Kategori Kecantikan Ponds Unilever

Gambar 1.2 Data Produk Ponds Unilever

Gambar 4.1 Produk Pond’s

Gambar 4.2 Gedung 1 dan Gedung 2 Pasar tegal Danas

Gambar 4.3 Banner Toko Tiara Kosmetik

Gambar 4.4 Produk Penjualan Toko Tiara Kosmetik

Gambar 4.5 Media Komunikasi Gambar Produk Pond’s

Gambar 4.6 Penyampaian Porduk Pond’s dengan Customer

# DAFTAR BAGAN

Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran

# DAFTAR LAMPIRAN

1. Biodata Mahasiswa
2. Surat Pengantar Skripsi
3. Pedoman Wawancara
4. Transkip Wawancara
5. Reduksi Data
6. Dokumentasi
7. Kartu Konsultasi Skripsi
8. Kartu Perbaikan Sidang Skripsi



Komunikasi Persuasif.., Mutiara Maulidah, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025