

**KOMUNIKASI PERSUASIF ANTARA *CHAPSTER SALON PLUS-PLUS*
DI DAERAH SETURAN KABUPATEN SLEMAN YOGYAKARTA
DENGAN PELANGGAN TAHUN 2016**

*(Persuasive Communication Between Chapster of salon plus-plus In Seturan
District Sleman Yogyakarta With Customers 2016)*

SKRIPSI

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi
Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh :

Gugus Agam Satria

20120530093

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

2017

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Gugus Agam Satria

NIM : 20120530093

Program Studi : Ilmu Komunikasi UMY

Konsentrasi : Advertising

Universitas : Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Menerangkan bahwa skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan benar. Apabila dikemudian hari karya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain maka saya bersedia dicabut gelar kesarjanaannya.

Yogyakarta, 17 Agustus 2017

Penulis,

Gugus Agam Satria

MOTTO

**NOTHING
IS
IMPOSSIBLE**

Ig: @agamsatria_

HALAMAN PERSEMBAHAN

- Terimakasih kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayahNya yang telah memberikan kesehatan, kemudahan dan kelancaran dalam penulisan ini.
- Terimakasih kepada Junjungan besar Nabi Muhammad SAW yang telah memberikan teladan sehingga semua umat Muslim berbondong-bondong mengikuti jejakmu.
- Terimakasih kepada Bapak tertanggung atas dukungan yang tak terhingga. Terimakasih sebanyak-banyaknya, Skripsi ini saya persembahkan kepada bapak Muslim Pakeh.
- Terimakasih Ibunda terkasih atas semangat dan doa yang selalu diberikan, Skripsi ini saya persembahkan kepada Ibu Conny Rohaya Anapu.
- Terimakasih kepada keluarga besar Muslim dan Anapu, Skripsi ini juga saya persembahkan untuk keluarga besar tercinta.
- Terimakasih juga kepada Kaka ku tersayang Jumria Sriwahyuni dan Adik tercantik saya Nurmala Hayati.
- Terimakasih Taranoate Star, Ajid, Azrul, Trivandy, Eki, Hendra, Adi, Chan, Kiki, Bento, Imin, Ikar, Zelo, Umar, Koda, Iin, Jamil, Coch Acoi, Mas Dimas, Mas Sidra, Bos Ijal dan Bos Umar, Tenggo. Sukses selalu team terbaik semoa bisa main baren lagi dan juara lagi.
- Terimakasih kepada teman bakubawa, Aimar, Adit, Balo, Eno, Ko, Haris, Culen, Ijal, Kifli, Amir, Adli, Imat, Dayan, Icha, semoga baku bawa terus lah.
- Terimakasih kepada orang yang selalu ada dan selalu membantu, Maharani Permata Ridwan. Semoga jodoh yah “Amin”, I LOVE YOU.

- Terimakasih Rumah Cinta, Acen, Icam, Agil, Eboy, Adit, Teta, Lek Slem, Angga, Ipeh, Tiwul, Erna, Kiram, Kecil, Jojoe, Ten Agoes, lisong, Heri, Riri, Mamon, Cepi, Nisa, Mamake, Sandro, Yoga, Dita dan lain-lain. See you on top guys!
- Terimakasih Rumah Kite sebagai tempat merawak. Makaseh ye Edo dan Bayi Yahya, Ncol, Mbot. Jangan lupa meroket yes !!
- Tarimakasih Kontrakan Nangka. Yudit, Eki, Dangke dan Angga, Indav. Jangan lupa tong pecerita yang mengalahkan segalanya!!
- Terimakasih kepada semua Dosen Ilmu Komunikasi dan Pak Jono, Pak Mur, Mbak Siti.
- Terimakasih teman-teman dari Advertising maupun teman-teman Ilmu Komunikasi 2012.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. WB.

Puji dan syukur kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT, yang Maha pengasih lagi Maha penyayang yang selalu memberikan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua sehingga kebaikan senantiasa bersama kita. Penulis merasa bersyukur atas kelancaran yang telah di berikan oleh Allah SWT yang dimana atas kehendakNya skripsi ini dapat selesai dengan lancar. Tak lupa shalawat serta salam kita panjatkan kepada junjungan besar Nabi Muhammad SAW atas teladan yang telah diberikan. Semoga kita semua menjadi orang yang beruntung yang menerima syafaat dari beliau kelak.

Penulis melakukan penelitian ini guna memenuhi syarat gelar S-1 Ilmu Komunikasi. Adapaun judul dalam penelitian ini “**Komunikasi Persuasif Antara Chapster Salon Plus-Plus Di Daerah Seturan Kabupaten Sleman Yogyakarta Dengan Pelanggan Tahun 2016**”. Peneliti sangat menyadari bahwa skripsi ini tidak akan tersusun dengan baik tanpa adanya bantuan dari pihak-pihak terkait. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan banyak terimakasih kepada :

- Bapak Haryadi Arief Nur Rasyid, S.IP, M.Sc., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. selaku dosen Pembimbing yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian
- Ibu Sovia Sitta Sari, S.IP., M.Si, dan Erwan Sudiwijaya, S.Sos., MBA. selaku Dosen Penguji Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktu untuk menguji dan memberi saran kepada penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
- Seluruh Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya. Semoga dapat menjadi berkah dan berguna bagi masyarakat, negara, dan agama.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itu peneliti mengharapkan kritik dan sarannya guna menjadikan skripsi ini menjadi lebih baik lagi. Selain itu penulis mengharapkan hasil penelitian ini dapat bermanfaat serta memberikan pengetahuan bagi pembaca.

Yogyakarta, 17 Agustus 2017

Gugus Agam Satria

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
MOTTO	iv
KATA PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL DAN GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Penelitian	9
D. Manfaat Penelitian	9
E. Kajian Teori	10
1. Pengertian Komunikasi Persuasif	10
2. Teknik Komunikasi Persuasif	14
3. Efektivitas Komunikasi Persuasif	16
4. Hambatan Komunikasi Persuasif	19
F. Metodologi Penelitian	21

1. Jenis Penelitian	21
2. Informan	23
3. Teknik Pengumpulan Data	24
a. Observasi	24
b. Wawancara	27
c. Dokumentasi	28
4. Lokasi Penelitian	29
5. Teknik Analisa Data	29
I. Pengumpulan Data	30
II. Reduksi Data	30
III. Penyajian Data	30
IV. Menarik Kesimpulan	31
6. Uji Validitas Data	32

BAB II PROFIL

A. Profil <i>Salon</i>	34
B. Profil <i>Chapster</i>	35
C. Profil Pelanggan	39
D. Penelitian Terdahulu	40

BAB III SAJIAN DATA DAN PEMBAHASAN

A. Sajian Data	43
1. Teknik Menarik Perhatian	44
2. Bentuk Iming-Iming	51

3. Media Perantara Apa Saja yang digunakan	55
4. Menggunakan Bahasa Isyarat	61
5. Memunculkan Hasrat	65
6. Hambatan yang ditemukan pada Saat melakukan Transaksi	68
7. Cara Mengatasi Hambatan	71
8. Kriteria Calon Pelanggan yang Menjadi Sasaran	73
9. Komunikasi Persuasif yang digunakan Untuk Menarik Calon Pelanggan	78
B. Pembahasan	82
1. Komunikasi Persuasif <i>Chapster Salon Plus-Plus</i>	85
2. Teknik Komunikasi Persuasif <i>Chapster Salon Plus-Plus</i>	96
3. Efektifitas Komunikasi Persuasif	100
4. Hambatan Komunikasi Persuasif	103

BAB IV PENUTUP

A. Kesimpulan	109
B. Saran	110

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL DAN GAMBAR

Tabel I Bentuk Komunikasi Persuasif <i>Chapster</i>	85
---	----