

## ABSTRAK

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK**  
**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**  
**KONSENTRASI ADVERTISING**

**GUGUS AGAM SATRIA**  
**20120530093**

**Komunikasi Persuasif Antara *Chapster salon plus-plus* Di Daerah Seturan Kabupaten Sleman Yogyakarta Dengan Pelanggan**

**Tahun Skripsi : 2016 + 111 hal + 1 bagang + 1 tabel**

**Daftar Pustaka : 14 buku + 2 skripsi + 4 website**

Studi ini berusaha menganalisis tentang komunikasi persuasif *chapster salon plus-plus* dalam menaraik perhatian calon pelanggan di kawasan Seturan kabupaten Sleman, Yogyakarta. Adapun hal yang melatar belakangi penelitian ini yaitu gaya persuasif mereka yang unik dan berbeda dengan gaya persuasif PSK pada umumnya. Dari kedua informan yang diteliti gaya persuasifnya ada yang memiliki kesamaan dan perbedaan dalam menggunakan komunikasi persuasif, menurut ilmu adalah sebuah kewajiban bagi mereka. Adapun jika mereka ingin mendapatkan banyak uang, pemilihan jalan disesuaikan dengan aturan dan norma agama yang ada. Kedua informan yang kami pilih memiliki permasalahan yang berbeda tapi memiliki kesamaan alasan sehingga mereka terjun ke dunia prostitusi, beberapa penyebabnya adalah sosial dan ekonomi. Studi ini menggunakan beberapa referensi seperti Onong, Uchjana, Jalaludin Rahmat, Nasution, Suciati yang berisi mengenai pengertian dan konsep tentang komunikasi persuasif, proses komunikasi persiasif, strategi komunikasi persuasif, dan teknik komunikasi persuasif. Adapun informan dalam penelitian ini adalah para chapster salon plus-plus yang hidup dalam tekanan ekonomi dan sosial. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan komunikasi persuasif *chapster salon plus-plus* yang terjadi dengan pelanggan dan para calon pelanggan. Metodologi yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang mengandalakan sumber dari wawancara mendalam dengan informan, observasi pada obyek penelitian dan dokumentasi. Isi dari studi ini berupa uraian data dan analisis kritis penulis berdasarkan hasil pengamatan dan data yang diperoleh. Kesimpulan dari studi ini menunjukkan bahwa gaya komunikasi persuasif mereka memiliki gaya tersendiri dalam merayu para calon pelanggannya.

**Kata Kunci : Komunikasi persuasif + *Chapster salon plus-plus* + pelanggan**

## **ABSTRACT**

**UNIVERSITY OF MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**  
**FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE**  
**DEPARTMENT OF COMMUNICATION STUDIES**  
**CONCENTRATION OF ADVERTISING**

**GUGUS AGAM SATRIA**

**20120530093**

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

***Year of Thesis: 2016 + 111 pages + 1 bagang + 1 table***

***References : 14 books + 2 thesis + 4 websites***

*This study seeks to analyze the persuasive communication of chapster salon plus-plus in order to attract the attention of prospective customers in Seturan area of Sleman district, Yogyakarta. As for the background of this research is their unique persuasive style and different from the style of persuasive prostitute in general. Of the two informants who studied the persuasive style there are those who share similarities and differences in using persuasive communication, according to science is an obligation for them. As for if they want to earn a lot of money, the selection of roads is adjusted to the existing religious rules and norms. The two informants we chose had different problems but have a common reasons that they enter the world of prostitution, some of which were social and economic. This study uses several references such as Onong, Uchjana, Jalaludin Rahmat, Nasution, Suciati which contains the understanding and concepts of persuasive communication, persuasive communication process, persuasive communication strategy, and persuasive communication techniques. The informants in this study are the chapsters of salon plus-plus who live in economic and social pressures. The purpose of this study was to describe the persuasive communication of chapster salon plus-plus that occurred with customers and potential customers. The methodology used is qualitative descriptive which relies on sources of in-depth interviews with informants, observations on research objects and documentation. The contents of this study in the form of data descriptions and critical analysis of the author berdasarakan observations and data obtained. The conclusions of this study show that their persuasive style of communication has its own style in seducing prospective customers.*

***Keywords: Persuasive Communication persuasife + Chapster plus-plus salon + customer***