

## **ABSTRAK**

### **KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MENARIK PERHATIAN KONSUMEN MILENIAL DI ERTO'S BEAUTY CLINIC JAKARTA**

(Studi Deskriptif Kualitatif Dalam Menarik Perhatian Konsumen Milenial Di  
Erto's Beauty Clinic Jakarta)

**YAYUK NOVIANI**

**15071033**

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Penelitian ini dilatarbelakangi permasalahan *skin care* yang pada perkembangan zaman saat ini dapat diperoleh oleh konsumen melalui berbagai jenis kosmetik dan *skin care* dalam banyaknya variasi merek untuk perawatan kulit. Penilaian bentuk serta norma-norma kecantikan berubah sesuai dengan tuntutan zaman dan dipengaruhi oleh pertumbuhan teknologi, jenis-jenis kosmetik yang tersedia, dan teknik perawatan kecantikan. Banyaknya persaingan dibidang sejenis membuat setiap perusahaan *skin care* harus mampu membangun inovasi baru untuk mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini berfokus pada studi komunikator pada objek yang diteliti yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses dan bentuk komunikasi persuasif yang dilakukan Erto's Beauty Clinic Jakarta dalam menarik perhatian konsumen milenial.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui proses dan bentuk komunikasi persuasif yang diterapkan oleh Erto's Beauty Clinic. Metode yang digunakan adalah studi deskriptif kualitatif, yaitu mendeskripsikan setiap tahapan dalam sebuah proses komunikasi persuasif. Kerangka konsep penelitian menggunakan perspektif Onong U Effendy dengan dimensi yang dikaji terkait strategi komunikasi persuasif dan teknik-teknik komunikasi persuasif.

Penelitian dilakukan penulis dengan menggunakan strategi komunikasi persuasif *the meaning construction* sebagai evaluasi serta upaya langkah awal yang dilakukan Erto's Beauty Clinic dalam menarik perhatian konsumen milenial. Strategi ini dianggap paling penting sebagai salah satu cara yang digunakan dalam menarik perhatian konsumen milenial. Teknik komunikasi persuasif yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red-hearing* dilakukan bentuk komunikasi persuasif Erto's Beauty Clinic untuk menarik perhatian konsumen milenial.

Kata kunci: strategi persuasif, teknik persuasif, konsumen milenial

## **ABSTRACT**

### **PERSUASIVE COMMUNICATION IN ATTRACTING MILENIAL CONSUMER AT ERTO'S BEAUTY CLINIC JAKARTA**

*(Descriptive Qualitative Study in Attracting Millennial Consumer at Erto's  
Beauty Clinic Jakarta)*

**YAYUK NOVIANI**

**15071033**

*Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta*

*This research is based on in the current millenary era that costumers has extensive access to various types/brands of cosmetics and skin care in the market. The consumer paradigm at the beauty standards rapidly change overtime and it is influenced by technology, types of cosmetics available in the market, and advanced beauty treatment techniques. Excessive competition among the skincare producer drive the company to be increasingly competitive and force them to innovate to hold up their businesses. This research focuses on the communicator (under the object) that aims to find out the process and develop persuasive communication carried out by Erto's Beauty Clinic Jakarta in attracting millennial consumers.*

*The purpose of this study is to determine the process and form of persuasive communication resolved by Erto's Beauty Clinic. The method used is a descriptive qualitative study, which describes each stage in a persuasive communication process. The conceptual framework of the study uses the perspective of Onong U Effendy (with the dimensions studied) related to persuasive communication strategies and persuasive communication techniques.*

*This analysis use the persuasive communication strategy "the meaning construction" as an evaluation along with the initial steps performed by Erto's Beauty Clinic in entice the attention of millennial consumers. This strategy is considered the most high-ranking as one of the methods used in attracting the market attention of millennial consumers. Persuasive communication techniques which are association techniques, integration techniques, rewards techniques, setup techniques, and red-herring techniques carried out by Erto's Beauty Clinic to captivate millennial consumers' attention.*

*Keywords: persuasive strategies, persuasive techniques, millennial consumers*