

## ANALISIS KOMUNIKASI VIDEO TUTORIAL MAKE UP BEAUTY

VLOGGER INDIRA KALISTHA

Reni Nur Fadila<sup>1</sup>, Suryati<sup>2</sup>, Manalullaili<sup>3, 1</sup>

email :reninurfadila1699@gmail.com

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Indira Kalistha saat memberikan tutorial *make up* di youtube-nya. Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan analisis semiotika Roland Barthes yang dikenal dengan “*two order of signification*”, mencakup denotasi dan konotasi. Dalam penelitian ini menggunakan teori teknik komunikasi persuasif yang dikutip dari buku *Dinamika Komunikasi* karya Onong Uchjana Effendy yang menjadi teori utama pembedah masalah. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kelima teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Indira Kalistha dalam video yang berjudul *Make Up Remaja Ibu Kota Under 100k! Auto Cakep Dan No Cut No Edit Make Up Tutorial Lebaran Dibawah 100 Ribu*, yaitu teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik *red hearing*.

**Kata Kunci:** Komunikasi Persuasif, Tutorial *Make Up*, Semiotika Roland Barthes.

**Abstract**

This study aims to determine the persuasive communication techniques used by Indira Kalistha when giving make-up tutorials on her Youtube. This study uses a qualitative approach with Roland Barthes's semiotic analysis known as the “two orders of signification”, including denotation and connotation. In this study using the theory of persuasive communication techniques quoted from the book on communication Dynamics by Onong Uchjana Effendy which is the main theory of problem solving. The results of this study indicate that there are five persuasive communication techniques used by Indira Kalistha in the video entitled *Make Up For Teenagers in the capital city under 100k! instantly beautiful and no cut no edit make up tutorials for lebaran under 100k*, namely association techniques, integration techniques, reward techniques, setting technique and red hearing technique.

**Keywords:** Persuasive Communication, Make-Up Tutorials, Semiotics Of Roland Barthes.

---

<sup>1, 2, 3</sup> UIN Raden Fatah Palembang

## PENDAHULUAN

Dengan seiring berkembangnya zaman dan pesatnya kemajuan teknologi komunikasi antar manusia dapat dilakukan dengan berbagai alat dan sarana, salah satunya sarana untuk menyampaikan pesan atau opini. Media sosial merupakan salah satu media cyber yang perkembangannya sejalan dengan perkembangan teknologi informasi terutama internet. Media sosial tidak hanya dapat memberikan informasi yang bisa diakses oleh khalayak tetapi juga dapat digunakan untuk memproduksi konten mengenai kemampuan seseorang, mulai dari kemampuan kecakapan, maupun suatu keahlian dan kemudian menyebarkannya.

Pengguna media massa semakin banyak sesuai dengan kebutuhan khalayak untuk memberikan hiburan dan informasi, selain itu media massa merupakan kebutuhan primer bagi sebagian khalayak terutama bagi mereka yang tinggal di kota-kota besar dan dalam kehidupan sehari-hari mereka tidak bisa lepas dari media massa, seperti media televisi dan internet. Karena media massa juga menjadi salah satu alat utama dalam melakukan komunikasi.

Media sosial adalah media yang menggunakan internet yang memungkinkan penggunaannya untuk memperkenalkan dirinya, melakukan interaksi, berbagi informasi, berkomunikasi dan memulai pertemanan sosial secara virtual (Nasrullah, 2021). Semakin berkembangnya zaman seperti saat ini pengguna media sosial di Indonesia semakin banyak. Mulai dari remaja, orang dewasa, bahkan anak-anak sekalipun sudah mulai banyak menggunakan media sosial.

Youtube merupakan salah satu media sosial yang banyak diakses atau sedang populer ditengah masyarakat saat ini, youtube ialah situs web video sharing (berbagai video) yang memungkinkan pengguna untuk mengakses, melihat dan membagi konten. Menurut perusahaan penelitian Internet Hitwise, pangsa pasar youtube adalah 43% pada Mei 2006. Pada 9 Oktober 2006, diumumkan bahwa Google telah membeli youtube seharga \$1,65 miliar (Liliweri, 2015).

*Beauty vlogger* adalah seseorang yang membuat sebuah video mengenai kecantikan yang kemudian diunggah melalui media sosial seperti youtube. Isi dari video ini biasanya mengenai tutorial *make up*, *review* alat *make up*, cara berpakaian, gaya hidup dan semacamnya. Sebagai seorang konten kreator yang memiliki penggemar tentu saja apa yang dilakukannya akan ditonton oleh banyak orang. Hal ini menjadikan seorang konten kreator *beauty vlogger* menjadi panutan bagi sebagian wanita yang ingin belajar menggunakan *make up*, dan hal ini juga dapat mempengaruhi wanita dalam cara penggunaan *make up* yang ditorialkan oleh konten kreator *beauty vlogger*.

Dari banyaknya *beauty vlogger*, peneliti memilih salah satu *beauty vlogger* dari banyaknya konten kreator youtube yakni Indira Kalista, mengenai video tutorial *make up*-nya yang diunggah melalui youtube. Indira kalista sudah memulai channelnya sejak tahun 2015 lalu, dan saat ini telah memiliki *subscribers* lebih dari 3 juta di youtube. Indira dikenal ceplas ceplos dalam berbicara yang menggunakan aksan betawi saat membuat konten. Berbagai macam tutorial *make up*, *review* produk *make up*, hingga membuat *challenge* sudah dia unggah melalui akun youtub-nya, dan semua video yang diunggahnya telah mendapat *viewers* yang cukup banyak. Peneliti mengambil salah satu video tutorial *make up* untuk dijadikan bahan penelitian ini.

Komunikasi yang bertujuan menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap, dan merubah tingkah laku atau mengambil tindakan, tujuan dari komunikasi tersebut yakni untuk membujuk (bersifat persuasif). Jadi jika dalam proses komunikasi bertujuan untuk perubahan sikap dan menggerakkan tindakan maka disebut komunikasi persuasif (Hendri, 2019). Dalam buku berjudul *Dinamika Komunikasi Karya Effendy* dijelaskan bahwa terdapat lima teknik komunikasi persuasif antara lain teknik asosiasi, teknik integrasi, ganjaran, *red-herring*, dan tataan. Dalam penyampaian tutorial *make up*, Indira Kalistha tentunya dalam pengkomunikasiannya dapat memberikan informasi atau mempengaruhi penontonnya terutama bagi wanita dalam penggunaan *make up*, apalagi saat ini *make up* merupakan suatu hal yang perlu dipakai setiap keluar rumah terutama

bagi anak remaja di zaman milenial saat ini. Sehingga yang tadinya tidak bisa menggunakan *make up* lama kelamaan mulai bisa menggunakan *make up* melalui video tutorial *make up* yang ditutorialkan oleh Indira melalui kanal youtube-nya, salah satu video tutorial *make up* milik Indira yaitu video dengan judul *Make Up Remaja Ibu Kota Under 100k! Auto Cakep Dan No Cut No Edit Make Up Tutorial Lebaran Dibawah 100 Ribu*.

Barthes berpendapat bahwa bahasa adalah sistem tanda yang mencerminkan asumsi masyarakat tertentu pada waktu tertentu. Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama adalah hubungan antara *signifier* dan *signified* dalam tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yang berarti makna paling nyata dari tanda. Konotasi yaitu istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan makna tahap kedua. Konotasi memiliki makna subjektif atau setidaknya intersubjektif. Sedangkan, denotasi adalah apa yang menggambarkan tanda dalam suatu objek (Sobur, 2018).

Jadi pada konsep Roland Barthes, ciri konotatif tidak hanya memiliki arti bonus tetapi pula memiliki kedua bagian ciri denotatif yang melandasi keberadaannya. Dan inilah sumbangan Barthes untuk penyempurnaan semiology Saussure, yang menyudahi pada penandaan dalam tataran denotatif. Video tutorial *make up* yang diunggah Indira akan menjadikan bahan pembelajaran bagi wanita yang ingin mempelajari cara pemakaian *make up*. Namun seorang konten creator harus memiliki keterampilan dalam berkomunikasi sehingga penyampaiannya dapat dengan mudah dimengerti oleh viewersnya. Maka dari itu, peneliti ingin meneliti bagaimana teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Indira Kalistha selama menyampaikan tutorial *make up*-nya.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan tinjauan pustaka yang berhubungan dengan penelitian, digunakan sebagai referensi dari penyusunan penelitian. Beberapa tinjauan yang peneliti gunakan, diantaranya sebagai berikut:

Pertama, skripsi yang berjudul “Komunikasi Persuasif dalam Pembelajaran Pada Film Sokola Rimba (Analisis Semiotika Roland Barthes). Yang ditulis oleh

Isma'iyah Sholichati mahasiswa UIN Sunan Ampel Surabaya tahun 2018. Penelitian ini membahas mengenai penanda dan pertanda komunikasi persuasif dalam pembelajaran pada film Sokola Rimba. Penanda komunikasi persuasif berupa penggunaan benda-benda dilingkungan sekitar mereka. Sementara itu, dalam Sokola Rimba pertanda komunikasi persuasif adalah siswa lebih mudah memahami dan menyadari kesan tidak membosankan dan menyenangkan yang diberikan oleh guru. Makna konotasi Film Sokola Rimba adalah mengandung interaksi yang dinamis antara satu siswa dengan siswa lainnya yang dikatakan efektif dalam pembelajaran. Lalu makna denotasi dari Film Sokola Rimba berkisah tentang pembentukan sikap melalui komunikasi persuasive dalam pembelajaran, yang dapat membangkitkan motivasi belajar siswa.

Persamaan dari penelitian terdahulu dengan penelitian ini adalah keduanya membahas mengenai komunikasi persuasif dan penggunaan jenis penelitian semiotika Roland Barthes. Dan perbedaannya adalah terdapat pada objek yang diangkat, objek dalam penelitian ini yaitu penyampaian video tutorial make up beauty vlogger Indira Kalistha untuk mempengaruhi wanita dalam penggunaan make up, sedangkan objek penelitian terdahulu ialah mengenai pembelajaran dalam Film Sokola Rimba untuk memberikan motivasi kepada anak didiknya.

Kedua, skripsi dengan judul “Komunikasi Persuasif (Analisis Isi Pesan Bukalapak “Bayar Pajak Kendaraan Lebih Cepat Lewat E-Samsat Bukajabar”)” ditulis oleh Hafiz Fadillah mahasiswa Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta pada tahun 2019. Hasil penelitian ini adalah dari segi dimensi konsep, iklan buka lapak kuat pada dimensi eksplisit-implisit, membuat masyarakat yang menonton iklan tersebut bisa langsung menyimpulkan makna yang ada pada iklan tersebut. Dilihat dari segi recency-primacy rendah, karena tidak mengandung pesan dua sisi menurut kedua coder.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah keduanya membahas mengenai komunikasi persuasif. Dan perbedaannya adalah jika penelitian terdahulu objek penelitian yang digunakan ialah makna dari iklan

bukalapak “bayar pajak kendala lebih cepat lewat e-samsat bukajabar”, sedangkan objek penelitian ini ialah makna pada video tutorial make up beauty vlogger Indira Kalistha.

Ketiga, skripsi dengan judul “ Komunikasi Persuasif dalam Penyampaian Pesan Dakwah pada Channel Youtube Caknun.com”. yang ditulis oleh Rokhmad Joko Santoso mahasiswa UIN Sunan Kalijaga pada tahun 2020. Hasil penelitian ini adalah channel youtube CakNun.com menggunakan lima teknik komunikasi persuasive yang ampuh saat menyampaikan dakwah dalam konten videonya. Teknik komunikasi yang paling sering dipakai Caknun untuk mengirimkan pesan dengan menyatukan diri komunikator dengan komunikan, sehingga penyampaian pesan adalah dengan menghubungkan suatu media dengan media, sehingga penyampaian pesan yang sesuai dan pesan serta ajakan dari media tersebut lebih mudah diterima.

Persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian sekarang adalah keduanya membahas persoalan teknik komunikasi persuasif pada konten-konten dalam videonya. Sedangkan perbedaannya adalah pada objek penelitian di mana peneliti terdahulu membahas mengenai penyampaian pesan dakwah pada channel youtube CakNun.com, sedangkan penelitian ini membahas mengenai penyampaian tutorial make up oleh beauty vlogger Indira Kalistha melalui channel youtube-nya.

Edwin P. Bettinghaus Dalam bukunya *Persuasive Communication* (1973), Edwin P. Bettinghaus mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai berikut: in order to be persuasive in nature, a communication must involve a conscious attempt by individuals to change the behavior through the transmission of some message. Ia memfokuskan pada proses komunikasi yang dapat menggugah kesadaran penerima pesan. Dalam artinya, agar bersifat persuasif, komunikasi harus berisi upaya untuk menggerakkan seseorang dalam pesan yang disampaikannya, agar seseorang yang menjadi penerima pesanya tergerak untuk merubah perilaku atau tindakan.

Dalam komunikasi persuasif, memiliki banyak kriteria yang mengarahkan bahwa komunikasi sudah memenuhi persyaratan persuasif sehingga pesan yang disampaikan bisa tersampaikan dengan maksimal dan pada akhirnya dapat merubah sikap dan perilaku seseorang dengan maksimal.

Edwin P. Bettinghaus Dalam bukunya *Persuasive Communication* (1973), Edwin P. Bettinghaus mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai berikut: in order to be persuasive in nature, a communication must involve a conscious attempt by individuals to change the behavior through the transmission of some message. Ia memfokuskan pada proses komunikasi yang dapat menggugah kesadaran penerima pesan. Dalam artinya, agar bersifat persuasif, komunikasi harus berisi upaya untuk menggerakkan seseorang dalam pesan yang disampainya, agar seseorang yang menjadi penerima pesanya tergerak untuk merubah perilaku atau tindakan.

Dalam komunikasi persuasif, memiliki banyak kriteria yang mengarahkan bahwa komunikasi sudah memenuhi persyaratan persuasif sehingga pesan yang disampaikan bisa tersampaikan dengan maksimal dan pada akhirnya dapat merubah sikap dan perilaku seseorang dengan maksimal.

Roland Barthes dikenal sebagai pemikir structural yang mempraktikan model linguistic dan semiology Saussure. Ia juga merupakan intelektual dan kritikus sastra yang berasal dari Prancis yang ternama eksponen structural penerapan. Barthes dikenal sebagai tokoh yang berperan sentral dalam strukturalisme tahun 1960-an dan 70-an. Ia berpendapat bahwa bahasa adalah sistem tanda yang mencerminkan asumsi masyarakat tertentu pada waktu tertentu. Barthes menjelaskan bahwa signifikasi tahap pertama adalah hubungan antara signifier dan signified dalam tanda terhadap realitas eksternal. Barthes menyebutnya sebagai denotasi, yang berarti makna paling nyata dari tanda. Konotasi yaitu istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan makna tahap kedua. Konotasi memiliki makna subjektif atau setidaknya intersubjektif. Sedangkan, denotasi adalah apa yang menggambarkan tanda dalam suatu objek.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kualitatif yang bersifat deskriptif analisis, yaitu penelitian yang memberikan gambaran secara obyektif, yang berfokus untuk mendeskripsikan tutorial make up video youtube Indira Kalistha. penelitian ini menggunakan metode analisis semiotika. Semiotika digunakan untuk menafsirkan makna pesan tertulis maupun yang tidak tertulis dari komunikator kepada komunikan.

Dalam penelitian ini data akan dianalisa menggunakan urutan makna dua tingkat Roland Barthes. Mencakup denotasi (makna sebenarnya) dan konotasi (kultural dan personal).peneliti akan melakukan pengamatan terhadap video tutorial *make up* pada akun youtube Indira Kalistha. Kemudian, akan dipilih *scene-scene* video berdasarkan muatan edukasi tutorial *make up*. Lalu peneliti akan mengambil data (video) yang ada dan mulai menganalisis sesuai dengan teori yang telah dijelaskan sebelumnya. Dan pada tahap akhir setelah melakukan analisis, peneliti akan mengklasifikasikan *scene-scene* tersebut pada ke-5 Teknik Komunikasi Persuasif. Dalam proses signifikasi ini, pertama-tama peneliti akan menentukan penanda dan petanda untuk mencari makna denotasi.

**Table 1. Peta Tanda Roland Barthes**

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
<i>Conotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	<i>Conotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
<i>Conotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	




## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan observasi pada video tutorial *make up* di channel youtube Indira Kalistha mengenai teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Indira, dengan menggunakan analisis data yaitu analisis semiotika Roland Barthes. Di mana dalam teori analisis Roland Barthes dijelaskan bahwa signifikasi tahap pertama merupakan hubungan antara signifier (ekspresi) dan signified (content) di dalam sebuah tanda terhadap realitas eksternal. Itu yang disebut Barthes sebagai denotasi yaitu makna paling nyata dari tanda (*sign*). Konotasi ialah istilah yang digunakan Barthes untuk menunjukkan signifikasi tahap kedua.


Berikut di bawah ini akan ditampilkan beberapa *scene* atau gambar pada video berjudul *Make Up Remaja Ibu Kota Under 100k!! Auto Cakep dan No Cut No Edit Make Up Tutorial Lebaran 100 Ribu!* di channel youtube Indira Kalistha, terhadap analisis teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh Indira.

**Table 2. Analisis *scene* video berjudul *Make Up Remaja Ibu Kota Under 100k!! Auto Cakep* menit (4:00-4:25)**

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<p><b>Gambar 1. Menit (4:03)</b>  <b>Indira menjelaskan pentingnya makan sayur.</b></p>  <p><b>Sumber: Youtube</b>  <b>Indira:</b> “ Kalau kita gak mau perawatan</p>	<p>Dengan ekspresi tersenyum dan semangat sambil sedikit mengangkat kedua tangannya Indira menjelaskan bahwa makan banyak sayuran itu penting bagi tubuh.</p>

itu kita harus makan banyak sayur, itu penting banget untuk tubuh kita”.	
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
Indira memberikan penjelasan bahwa sayur itu bagus bagi tubuh dan menyarankan penonton untuk banyak mengonsumsi sayur-sayuran agar kulit menjadi sehat dan tidak mudah berjerawat.	
<i>Conotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	<i>Conotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
Indira mengatakan bahwa Makan banyak sayuran itu sangat bagus bagi tubuh kita.	Indira memberi tahu jika sayuran sangat penting untuk tubuh.
<i>Conotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	
Indira menjelaskan dengan memakan banyak sayuran membuat tubuh menjadi sehat terutama bagi kulit, hal itu juga membuat kulit wajah menjadi tidak mudah berjerawat.	

**Tabel 3. Analisis *scene* video berjudul *Make Up Remaja Ibu Kota Under 100K!* Auto Cakep menit (20:40-20:52)**

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<p><b>Gambar 2. Menit (20:49)</b> Indira menjelaskan <i>trend make up natural</i> remaja sekarang.</p>  <p style="text-align: center;"><b>Sumber: Youtube</b></p> <p>Indira: “ Oke kita tinggal kebagian</p>	<p>Indira menjelaskan kepada penonton dengan wajah tersenyum dan sambil menatap kamera, jika saat ini sedang trend menggunakan <i>make up</i> yang natural.</p> <p>Dengan menampilkan tulisan <i>make up</i>-nya natural simple, dibagian bawah kiri video.</p>

lipsticknya. Ini kan kalau misalkan remaja itukan kalau kita lihat di Instagram di tiktok itu <i>make up</i> -nya natural dan simple aja kaya aku sekarang ini”.	
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
Indira menjelaskan <i>trend make up</i> natural dan simple remaja saat ini di media sosial. Jadi, dalam tutorial kali ini Indira sengaja membuat tutorial <i>make up</i> simple dan natural seperti yang sedang trend dikalangan anak remaja saat ini.	
<i>Conotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	<i>Conotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
Indira mengatakan jika melihat dari media sosial saat ini anak remaja lebih suka memakai <i>make up</i> yang natural dan simple.	Dengan tatapan menghadap ke kamera seolah sedang ngobrol langsung dengan penontonya, Indira memberi tahu <i>trend make up</i> remaja di media sosial.
<i>Conotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	
Menurut Indira jika melihat dari media sosial seperti <i>Instagram</i> dan <i>Tiktok</i> saat ini, justru anak remaja lebih suka memakai <i>make up</i> yang natural dan simple.	

**Tabel 4. Analisis scene video berjudul *Make Up Remaja Ibu Kota Under 100K!Auto Cakep* menit (20:53-21:54)**

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<b>Gambar 3. Menit (21:04) Indira Mengombre Lip Cream Dengan Lip Tint.</b>	Indira terlihat sedang memakai lip cream dibagian bibir luarnya, karena indira akan mengombre lipsticknya.



**Sumber: Youtube**

**Indira:** “Nah untuk bagian lipstiknya aku tetap mau ombre. Jadi pertama aku bakal pakai warna santuy dulu, masih tetap dari lipstiknya madam gie ini fokus diluar nutupin bibir-bibir item aku ini, dikit aja jangan terlalu banyak yang penting nutupin. Udah kaya gini dibagian dalam aku bakal pakai liptint, karena remaja zaman sekarang sering pakai liptint. Ini merk implora harganya murah meriah banget, ini warna 01 vampire blood.”

kemudiandilanjutkan Indira akan memakai lip tint dibagian bibir tengahnya.

*Denotative Sign* (Tanda Denotatif)

Indira mengombre lip cream dengan liptint yang dia punya, dimulai dengan mengaplikasikan lip cream sebagai dasarnya untuk menutupi bibir hitam kemudian dilanjutkan dengan memakai liptint dibagian bibir tengah agar menghasilkan warna bibir yang cantik.

*Conotative Signifier* (Penanda Konotatif)


*Conotative Signified* (Petanda Konotatif)

Indira mengatakan ingin mengombre lipsticknya, masih dengan produk madam gie Indira memakai lip cream dari madam gie dibagian pinggirnya untuk menutupi bibir hitamnya dan

Dengan rapi Indira memakai lip cream dari madam gie untuk bagian bibir pinggirnya dan dilanjutkan dengan liptint dibagian bibir tengahnya.

akan dilanjutkan dengan liptint implora dibagian tengah bibir. Indira juga menjelaskan bahwa liptint banyak digemari anak remaja saat ini.	
<i>Conotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	
Agar mendapatkan hasil yang natural, Indira mengaplikasikan lipstick dengan cara mengombrenya dengan menggabungkan lipcream dari madam gie dan liptint dari implora.	

**Table 5. Analisis scene video berjudul *No Cut No Edit Make Up Tutorial* Lebaran Dibawah 100 Ribu menit (1:32-1:54)**

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<p><b>Gambar 4. Menit (1:47)</b>  <b>Indira Menjelaskan Skincare Bagus Digunakan Sebelum Ber-Make Up.</b></p>  <p style="text-align: center;"><b>Sumber: Youtube</b></p> <p><b>Indira:</b> “ Jadi yang pertama ini aku udah pakai skincare. Kalian kalau misalkan suka pakai primer boleh pakai primer tapi karna aku lebih suka pakai skincare aja jadi aku pakai skincare terus pakai sunscreen ditunggu sekitar setengah sampai 1 jam supaya skincarenya menyerap,</p>	<p>Sambil menatap ke kamera dan memegang pipinya seolah berbicara langsung dengan penonton Indira menjelaskan bahwa dia telah memakai skincare sebelumnya dan Indira juga menjelaskan kegunaan memakai skincare sebelum memakai <i>make up</i>.</p>

jadi nanti dia gak bikin <i>make up</i> kita tergeser-geser justru malah bantu <i>make up</i> kita jadi lebih tahan lama”.	
<i>Denotative Sign</i> (Tanda Denotatif)	
Indira menjelaskan bahwa skincare bagus untuk dipakai sebelum menggunakan <i>make up</i> . Jadi, bagi yang akan memakai <i>make up</i> disarankan untuk memakai skincare terlebih dahulu, karena hal itu dapat membuat <i>make up</i> yang dipakai menjadi tahan lama dan tidak mudah geser-geser.	
<i>Conotative Signifier</i> (Penanda Konotatif)	<i>Conotative Signified</i> (Petanda Konotatif)
Indira mengatakan kepada penonton bahwasannya memakai skincare sebelum menggunakan <i>make up</i> itu bagus karena akan membuat <i>make up</i> tidak tergeser-geser dan tahan lama, namun harus ditunggu setengah sampai 1 jam terlebih dahulu sebelum akhirnya memakai <i>make up</i> .	Indira seolah menunjukkan kedekatannya dengan penonton dengan cara berbicara sambil menatap ke kamera saat akan memulai memberikan tutorial <i>make up</i> -nya.
<i>Conotative Sign</i> (Tanda Konotatif)	
Indira memberikan penjelasan bahwa skincare bagus digunakan sebelum memakai <i>make up</i> , karena dengan menggunakan skincare sebelum memakai <i>make up</i> hal tersebut akan membantu <i>make up</i> tidak mudah geser-geser dan tahan lama.	

**Tabel 6. Analisis scene video berjudul *No Cut No Edit Make Up Tutorial Lebaran Dibawah 100 Ribu menit (10:58-11:23)***

<i>Signifier</i> (Penanda)	<i>Signified</i> (Petanda)
<b>Gambar 5. Menit (11:18)</b>	Indira menunjuk warna-warna

**Indira Merekomendasikan Warna Highlighter Yang Cocok Dikulit.**



**Sumber: Youtube**

**Indira:** “Trus aku mau pakai *highlighter* kebetulan dia juga punya warna yang bisa dipakai sebagai *highlighter*. Kalau kalian kulitnya agak lebih *tan* kalian bisa pakai yang *gold* ini, dan kalau kalian misal kulitnya agak sedikit *pale* kalian bisa pakai yang paling bawah ini”.

dari *highlighter*, sambil memberikan rekomendasi warna mana yang cocok untuk warna kulit kita.

*Denotative Sign* (Tanda Denotatif)

Indira melanjutkan dengan memakai *highlighter* dan Indira menunjukkan warna *highlighter* yang cocok bagi setiap kulit, warna *highlighter* lebih baik disesuaikan dengan warna kulit masing-masing yaitu Indira merekomendasikan untuk warna kulit lebih *tan* bisa memakai *highlighter* dengan warna *gold* dan untuk warna kulit sedikit *pale* bisa memakai *highlighter* dengan warna *rose gold*.

*Conotative Signifier* (Penanda Konotatif)

*Conotative Signified* (Petanda Konotatif)

Indira mengatakan setelah memakai *blush on* boleh memakai primer, namun Indira memilih untuk tidak memakai karena lebih fokus ke *make*

Indira menunjukan warna-warna *highlighter* yang cocok bagi kulit lebih *tan* dan sedikit *pale*, kemudian Indira

<p><i>up</i> yang cerah. Dan Indira juga memberikan rekomendasi untuk warna <i>highlighter</i> yang cocok untuk kulit yang lebih <i>tan</i> dan sedikit <i>pale</i>.</p>	<p>mengaplikasikan <i>highlighter</i>-nya di pipi bagian atas.</p>
<p><i>Conotative Sign</i> (Tanda Konotatif)</p>	
<p>Indira memberikan saran bagi yang memiliki warna kulit lebih <i>tan</i> bisa pakai <i>highlighter</i> berwarna <i>gold</i> dan untuk kulit yang sedikit <i>pale</i> bisa pakai warna <i>rose gold</i> seperti yang akan dipakainya.</p>	

## PEMBAHASAN

Berdasarkan dari hasil analisis isi video yang berjudul *Make Up Remaja Ibu Kota Under 100K!!Auto Cakep dan No Cut No Edit Make Up Tutorial Lebaran Di Bawah 100 Ribu!* Di channel youtube milik Indira Kalistha terhadap analisis teknik komunikasi persuasif. Maka dapat dikatakan bahwa Indira telah menggunakan kelima teknik komunikasi persuasif selama menyampaikan tutorial *make up*-nya.

1. teknik icing (tataan) ialah upaya penyusunan pesan komunikasi sedemikian rupa agar enak didengar sehingga orang lain cenderung termotivasi untuk mengikuti saran pesan yang disampaikan. Penggunaan teknik tataan tersebut diperlihatkan oleh Indira selama proses konten berlangsung, terlihat disetiap penyampaian tutorial *make up*-nya Indira menggunakan kalimat yang tersusun dengan baik, sehingga penonton dapat dengan mudah menangkap dan mengikuti tutorial *make up* yang telah disampaikan oleh Indira.
2. teknik asosiasi ialah teknik komunikasi dengan cara menumpangkan pada suatu peristiwa yang sedang *trend* atau peristiwa yang sedang terjadi, sehingga membuat komunikan tertarik dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator. Penggunaan teknik asosiasi ini terlihat Indira menjelaskan sengaja memberikan tutorial *make up* sesuai yang sedang *trend* dikalangan anak muda saat ini.



3. teknik integrasi ialah teknik dalam menyatukan diri komunikator dengan komunikandalam arti penyatuan diri secara komunikatif atau memiliki arti kebersamaan tidak hanya kepentingan komunikator tetapi juga kepentingan komunikan. Penyatuan diri ini terlihat Indira beberapa kali menggunakan kata “kita” dalam menyampaikan tutorial *make up*-nya dalam artian Indira ingin menyatukan diri dengan penontonnya. “kita” disini berarti saya dan anda.
4. teknik ganjaran ialah suatu teknik yang digunakan untuk memengaruhi orang lain dengan mengiming-imingi suatu hal yang menguntungkan atau menjanjikan sebuah harapan. Penggunaan teknik ini terlihat saat Indira menyampaikan tutorialnya sesekali ia memberikan masukan kepada penonton cara dalam merawat kulit, cara agar *make up* tahan lama dan alasan mengapa mereka harus mengikuti dan mengenakan produk yang ia pakai.
5. teknik *red hearing*, dalam komunikasi persuasif *red hearing* diartikan sebagai komunikator berusaha untuk memenangkan perdebatan dengan menggunakan argument yang lemah kemudian dialihkan sedikit demi sedikit keaspek yang dikuasainya, syarat untuk melaksanakan teknik ini yaitu seorang komunikator harus menguasai materi yang sedang dibahasnya. Teknik *red hearing* yang digunakan Indira saat memberikan tutorial *make up* sebenarnya terlihat hampir disepanjang videonya, karena *make up* merupakan suatu hal yang telah dikuasainya, hal inilah yang akhirnya membuatnya menjadi seorang *beauty vlogger*.

## KESIMPULAN

Dalam video tutorial *make up* yang berjudul *Make Up Remaja Ibu Kota Under 100K!!Auto Cakep dan No Cut No Edit Make Up Tutorial Lebaran Di Bawah 100 Ribu*, di channel youtube milik Indira Kalistha terhadap analisis teknik komunikasi persuasif. Indira telah menggunakan kelima teknik komunikasi persuasif antara lain : Pertama, teknik asosiasi yang digunakan oleh Indira yaitu dengan memberikan tutorial *make up* yang sedang *trend* saat ini sehingga membuat komunikan atau penonton tertarik dengan tutorial *make up* yang disajikannya. Kedua, teknik integrasi yang digunakan Indira yaitu dengan

menyatukan diri Indira dengan komunikannya yakni dengan menyebut kata “kita” yang memiliki arti saya dan anda saat menyampaikan tutorial make up. Ketiga, teknik ganjaran yang digunakan Indira yaitu dengan memberi iming-iming kepada komunikan saat menyampaikan tutorial *make up* sehingga komunikan atau penonton tertarik untuk mengikuti tutorial darinya. Keempat, teknik tataan yang digunakan Indira yaitu dengan menggunakan kalimat yang tersusun dengan rapi sehingga komunikan dapat dengan mudah untuk memahami apa yang telah disampaikan oleh Indira selama memberikan tutorial make up-nya. Kelima, teknik *red hearing* yang digunakan oleh Indira yaitu menyampaikan tutorial make up sesuai dengan yang telah ia pahami mengenai *make up*, sehingga semua yang telah disampaikannya dapat dipahami dan diterima oleh komunikan atau penonton.

### Saran

1. Melalui penelitian ini, diharapkan kepada para pembaca untuk dapat memahami makna yang terkandung dan makna yang sebenarnya dari sebuah analisis teknik komunikasi persuasif yang digunakan oleh seorang beauty vlogger seperti Indira Kalistha.
2. Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan perbandingan serta bahan pembelajaran bagi peneliti-peneliti yang lainnya yang mengkaji tentang analisis teknik komunikasi persuasif sebagai sumber referensi.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Barthes, Roland. 2016. Elemen-Elemen Semiologi, Terjemahan Kahfi Nazaruddin. Yogyakarta: Jalasutra.
- Dailysia. Indira Kalistha-Biodata, Profil, Fakta, Umur, Agama, Suami, Karir. Diakses pada 23 Agustus 2022, dari <https://www.dailysia.com/biodata-profil-dan-fakta-indira-kalistha/>.
- Effendi, Onong Ucihjana. 2004. Dinamika Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Liliweri, Alo. 2015. Komunikasi Antar-Pribadi. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2021. Manajemen Komunikasi Digital Perencanaan Aktivitas dan Evaluasi. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. 2011. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers.
- Qwords. Berkenalan Dengan 5 Beauty Vlogger Indonesia Inspiratif. Diakses pada 23 Agustus 2022, dari <https://qwords.com/blog/beauty-vlogger/>.
- Sobur, Alex. 2018. Analisis Teks Media Suatu Pengantar Untuk Analisis Wawancara, Analisis Semiotika, dan Analisis Framing. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wibowo, Indiwana Seto Wahyu. 2013. Semiotika Komunikasi Aplikasi Praktis Bagi Penelitian dan Skripsi Komunikasi. Jakarta: MitraWacana Media.