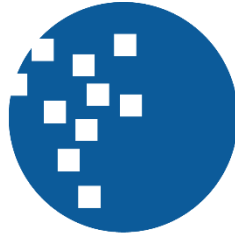


**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *ANIMAL*
COMMUNICATOR DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN
DENGAN PEMILIK HEWAN PELIHARAAN**



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

TERESHA

00000046191

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2024

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *ANIMAL*
COMMUNICATOR DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN
DENGAN PEMILIK HEWAN PELIHARAAN**



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

TERESHA
0000046191

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2024

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Teresha
Nomor Induk Mahasiswa : 00000046191
Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

**“STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *ANIMAL COMMUNICATOR*
DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PEMILIK HEWAN
PELIHARAAN”**

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Mei 2024



(Teresha)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *ANIMAL COMMUNICATOR* DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PEMILIK HEWAN PELIHARAAN

Oleh

Nama : Teresha
NIM : 00000046191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Selasa, 28 Mei 2024
Pukul 13.00 s.d 14.30 dan dinyatakan
LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Mujiono Sandim, M.I.Kom.
NIDN: 0315108802

Dr. Endah Murwani, M.Si.
NIDN: 0327066402

Pembimbing

Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.
NIDN: 0309129202

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si.
NIDN: 034078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Teresha
NIM : 00000046191
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF ANIMAL COMMUNICATOR DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PEMILIK HEWAN PELIHARAAN

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 28 Mei 2024

Yang menyatakan,



(Teresha)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan Rahmat-Nya yang melimpah, sehingga penulisan skripsi dengan judul: **“Strategi Komunikasi Persuasif *Animal Communicator* dalam Membangun Hubungan dengan Pemilik Hewan Peliharaan”** dapat terselesaikan dengan baik dan tepat. Penulis turut bersyukur atas kesehatan dan kekuatan yang senantiasa mengiringi, sehingga penulis dapat menyusun skripsi dari bagian awal sampai akhir.

Adapun penulisan skripsi disusun untuk diajukan waktu sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Sarjana (S1) dalam program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Multimedia Nusantara. Penulis menyadari bahwa segala proses penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan beberapa pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan rasa bersyukur dan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Ninok Leksono, M.A. selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Ir. Andrey Andoko, M.Sc. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Ibu Maria Advenita Gita Elmada, S.I.Kom., M. Si. selaku dosen pembimbing dalam mata kuliah Research Proposal Seminar yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan, bimbingan, dan motivasi kepada penulis hingga skripsi ini dapat selesai tepat waktu.
5. Orang tua dan keluarga yang senantiasa memanjatkan doa, serta memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Ollyvia Yuventia, Grace Riana Zain, Natasha Emily, dan teman-teman lainnya yang selalu siap siaga membantu dan menyemangati penulis ketika mengalami hambatan tertentu selama pengerjaan skripsi.

7. Johanes Rainaldo Agonaran Huller yang sudah memberikan dukungan dari awal sampai akhir, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
8. Diri sendiri yang telah berjuang melewati berbagai hambatan dalam pembuatan skripsi.

Penulis menyadari bahwa skripsi yang disusun ini masih jauh dari kata sempurna. Dengan itu, penulis akan menerima segala kritik dan saran yang membangun serta demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis berharap semoga skripsi ini mampu menjadi pembelajaran, motivasi, dan sumber informasi ke depannya bagi pembaca dan pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya mahasiswa/i Universitas Multimedia Nusantara yang ingin melanjutkan penelitian mengenai proses komunikasi dibidang *Animal Communicator* atau dibidang lainnya.

Tangerang, 12 Mei 2024



(Teresha)

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF *ANIMAL COMMUNICATOR* DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN DENGAN PEMILIK HEWAN PELIHARAAN

Teresha

ABSTRAK

Animal Communicator merupakan sebuah profesi baru yang mendapatkan perhatian akhir-akhir ini melalui media sosial karena mampu mendapatkan kepercayaan pemilik hewan, meskipun menggunakan cara yang kontroversial. Tujuan dari penelitian ini untuk memahami bagaimana strategi komunikasi persuasif yang dilakukan oleh *Animal Communicator* dalam mengenalkan, mempromosikan, dan meyakinkan pemilik hewan dikaji berdasarkan komunikasi pemasaran, pesan persuasif, dan karakteristik komunikator. Penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus melalui pengumpulan data wawancara dan observasi. Hasil temuan menemukan bahwa proses pengenalan *Animal Communicator* terjadi melalui pemanfaatan *word of mouth* dalam menarik perhatian pemilik hewan. Karakteristik komunikator yang menunjukkan *trustworthiness*, *expertise*, *goodwill*, dan *reliable* efektif dalam membangun hubungan secara positif pemilik hewan, serta adanya pembangunan komitmen melalui penyampaian pesan persuasif dengan pendekatan *liking*. Berdasarkan hasil analisis, peneliti melihat adanya kecenderungan *Personal Validation Fallacy* dalam praktik *Animal Communicator* yang mampu mendorong kepercayaan pemilik hewan. Melalui penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan baru mengenai penerapan komunikasi di dalam praktik *Animal Communicator*.

Kata kunci: Komunikasi Pemasaran, Komunikasi Persuasif, *Animal Communicator*, Karakteristik Komunikator yang Efektif

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGIES ON ANIMAL COMMUNICATORS IN BUILDING RELATIONSHIPS WITH PET OWNERS

Teresha

ABSTRACT

Animal Communicator is a new profession that has gained attention recently through social media because it is able to gain the trust of pet owners, despite using controversial methods. The purpose of this study is to understand how the communication persuasive strategy carried out by Animal Communicator in introducing, promoting, and convincing pet owners based on marketing communication, persuasive messages, and communicator characteristics. This research is descriptive qualitative with a case study approach through interview and observation data collection. The results found that the introduction process of Animal Communicator occurs through the utilization of word of mouth in attracting the attention of pet owners. Communicator characteristics that show trustworthiness, expertise, goodwill, and reliability are effective in building positive relationships with pet owners, as well as building commitment through persuasive communication with a liking approach. Based on the analysis, the researcher sees a tendency of Personal Validation Fallacy in the practice of Animal Communicators that can encourage pet owners' trust. This research is expected to provide new knowledge about the application of communication in the practice of Animal Communicator.

Keywords: *Marketing Communication, Persuasive Communication, Animal Communicator, The Characteristics of Effective Communicators*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Pertanyaan Penelitian	7
1.4 Tujuan Penelitian.....	7
1.5 Kegunaan Penelitian.....	7
1.5.1 Kegunaan Akademis	7
1.5.2 Kegunaan Praktis	7
BAB II KERANGKA KONSEP.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu	8
2.2 Teori atau Konsep yang digunakan.....	12
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	12
2.2.2 Komunikasi Persuasif	14
2.2.3 Karakteristik Komunikator yang Efektif.....	16
2.3 Kerangka Pemikiran	23
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	24
3.1 Paradigma Penelitian.....	24
3.2 Jenis dan Sifat Penelitian.....	25

3.3 Metode Penelitian.....	26
3.4 Key Informan dan Informan	27
3.5 Teknik Pengumpulan Data	28
3.6 Keabsahan Data.....	29
3.7 Teknik Analisis Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	32
4.1 Subjek Penelitian.....	32
4.2 Hasil Penelitian	34
4.2.1 Komunikasi Pemasaran pada Praktik <i>Animal Communicator</i>	35
4.2.2 Penggunaan Pesan Persuasif pada Praktik <i>Animal Communicator</i> ...	41
4.2.3 Karakteristik <i>Animal Communicator</i> Sebagai Komunikator dalam Membangun Hubungan dengan Pemilik Hewan	44
4.3 Pembahasan.....	67
4.3.1 <i>Animal Communicator</i> Menggunakan Peran Media Sosial dan Strategi <i>Word of Mouth</i> dalam Memasarkan Jasanya Kepada Pemilik Hewan.....	67
4.3.2 <i>Animal Communicator</i> Melakukan Komunikasi Persuasif dengan Pendekatan <i>Liking</i> untuk Mendorong Perubahan Perilaku Pemilik Hewan	69
4.3.3 <i>Animal Communicator</i> Menunjukkan Karakteristik <i>Trustworthiness</i> dan <i>Goodwill</i> kepada Pemilik Hewan Melalui Bentuk Perhatian Terhadap Hewan Peliharaan.....	71
4.3.4 <i>Animal Communicator</i> Menunjukkan Karakteristik <i>Reliable</i> kepada Pemilik Hewan Melalui Pendekatan secara Suportif dalam Membangun Komitmen	72
4.3.5 <i>Animal Communicator</i> Menunjukkan Karakteristik <i>Expertise</i> Melalui Kemampuan dalam Menyesuaikan Gaya Komunikasi antar Pemilik Hewan.....	74
4.3.6 Adanya Kecendrungan <i>Personal Validation Fallacy</i> dalam Praktik <i>Animal Communicator</i> Melalui Penyampaian Pesan Umum atau Ambigu	75

BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	77
5.1 Simpulan.....	77
5.2 Saran.....	78
5.2.1 Saran Akademis:	78
5.2.2 Saran Praktis:	78
DAFTAR PUSTAKA	79
LAMPIRAN.....	83



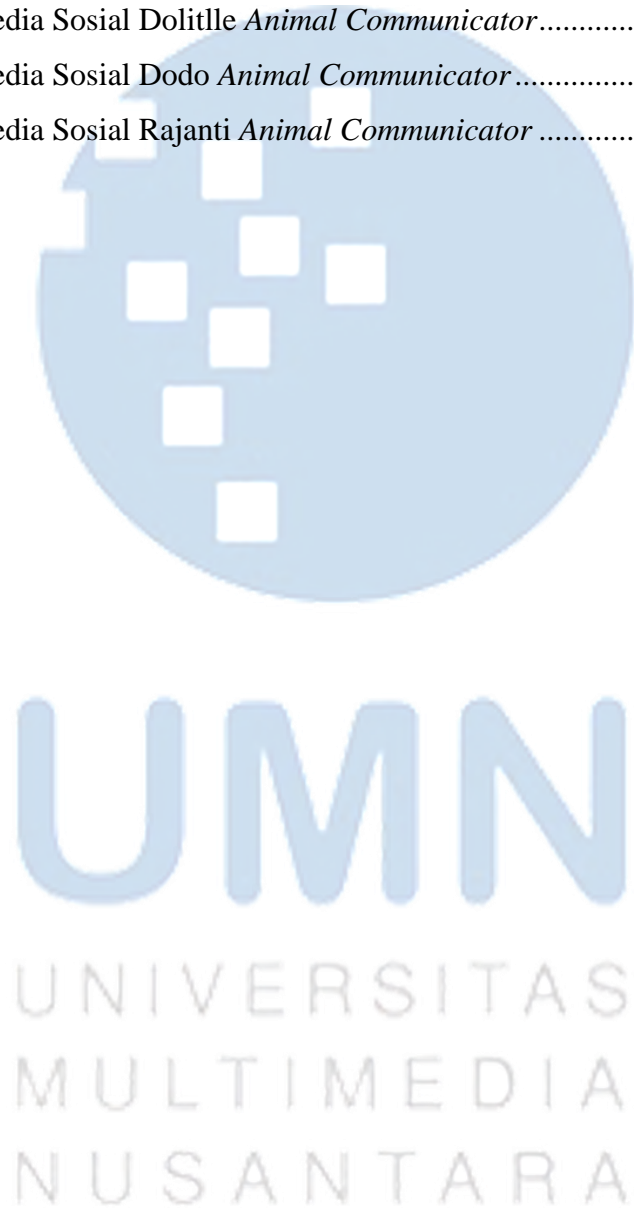
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 4.1 Informasi Pribadi Informan I	32
Tabel 4.2 Informasi Pribadi Informan II	33
Tabel 4.3 Informasi Pribadi Informan III	33
Tabel 4.4 Informasi Pribadi Informan IV	34
Tabel 4.5 Informasi Pribadi Informan V	34
Tabel 4.6 Matriks Hasil Wawancara	59
Tabel 4.7 Matriks Hasil Observasi	64



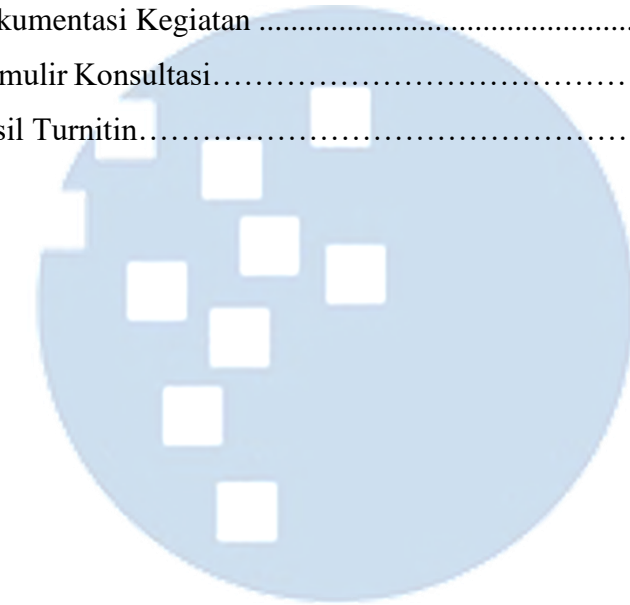
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>Content Creator Animal Communicator</i> di Indonesia	2
Gambar 1.2 Kritik Terhadap Praktik <i>Animal Communicator</i>	3
Gambar 2.1 Alur Penelitian.....	23
Gambar 4.1 Media Sosial Dolittle <i>Animal Communicator</i>	36
Gambar 4.2 Media Sosial Dodo <i>Animal Communicator</i>	38
Gambar 4.3 Media Sosial Rajanti <i>Animal Communicator</i>	39



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. <i>Guideline</i> Wawancara.....	83
Lampiran 2. <i>Guideline</i> Observasi	88
Lampiran 3. Transkrip Wawancara Informan.....	94
Lampiran 4. Dokumentasi Kegiatan	134
Lampiran 5. Formulir Konsultasi.....	137
Lampiran 6. Hasil Turnitin.....	138



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA