



**RETORIKA VIDEO *BLOGGER* RACHEL GODDARD PADA  
VIDEO 18 TIPS KECANTIKAN (*BEAUTY HACKS*)**

**DAN *MAKE UP* UNTUK PEMULA**

**Oleh:**

**Nama : Josephine Gabriella**

**NIM : 65130045**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi *Marketing Communication*



**KWIK KIAN GIE**  
**SCHOOL OF BUSINESS**

**INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**OKTOBER 2017**

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

## PENGESAHAN

### RETORIKA VIDEO *BLOGGER* RACHEL GODDARD PADA VIDEO 18 TIPS KECANTIKAN (*BEAUTY HACKS*) DAN *MAKEUP* UNTUK PEMULA

Diajukan Oleh

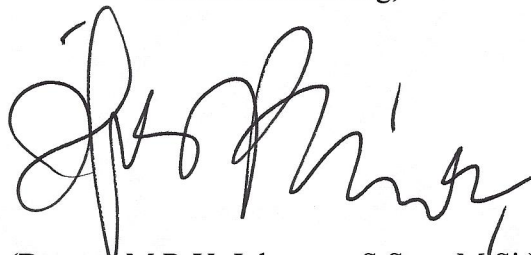
Nama : Josephine Gabriella

NIM: 65130045

Jakarta, 11 Oktober 2017

Disetujui Oleh:

Dosen Pembimbing,



(Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si.)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2017



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## ABSTRAK

Josephine Gabriella / 65130045 / 2017 / Retorika Rachel Goddard pada Video 18 Tips Kecantikan (*Beauty Hacks*) dan *Make Up* untuk Pemula.

Munculnya media baru membuat perkembangan informasi lebih mudah diakses. Masyarakat lebih aktif mengakses berbagai media baru dan dapat memilih media apa yang akan dipergunakan dengan harapan kebutuhan informasi media baru dapat terpenuhi. Saat ini, informasi yang ada dapat diberikan oleh siapa saja dengan menggunakan media-media baru tersebut. Oleh sebab itu, Retorika diperlukan tidak hanya bagi pembicara profesional tetapi penting juga bagi orang-orang yang mempunyai pengaruh dalam media baru tersebut.

Retorika merupakan gaya atau seni berbicara yang dicapai berdasarkan bakat alami dan keterampilan teknis. Seorang pembicara publik wajib menerapkan elemen-elemen retorika agar suatu informasi dapat diterima dengan baik. Kontekstual dari penelitian ini adalah *Public Speaking* dengan teori retorika. Selain itu terdapat juga pengertian-pengertian dari tiga pilar komunikasi persuasif dan kanon retorika.

Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif. Berdasarkan permasalahan yang diteliti, penelitian ini menggunakan teknik deskriptif. Subjek penelitian ini adalah Rachel Goddard yang merupakan salah satu YouTuber dengan pelanggan yang sudah melewati 400.000 dan sekaligus menjadi narasumber dalam penelitian ini. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan observasi partisipasi pasif. Teknik analisis yang digunakan adalah model Miles dan Huberman.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa Rachel Goddard dalam media sosial Youtube mempunyai tujuan untuk mempersuasi khalayak khususnya wanita Indonesia bahwa cantik itu tidak harus terlihat anggun, putih, tinggi, langsing, melainkan mencintai diri sendiri apa adanya tanpa membanding-bandingkan kekurangan diri sendiri dengan orang lain. Rachel menciptakan gaya unik yang menjadi ciri khasnya, yaitu tidak takut terlihat jelek walaupun Rachel membuat tutorial merias wajah yang seharusnya membuat dirinya terlihat anggun. Rachel menerapkan elemen-elemen penting dalam membangun sebuah retorika yang membuat dirinya dianggap sebagai seorang pembicara publik.

Berdasarkan hasil penelitian, kesimpulan dari penelitian ini adalah *Ethos* atau karakter dari Rachel Goddard menyenangkan, ceria, apa adanya, lucu, dan tidak sombong. *Pathos* yang ditimbulkan dari video Rachel dianggap mampu memberikan emosional terhadap setiap orang yang menonton videonya. *Logos* yang digunakan oleh Rachel merupakan hasil pengalaman pribadinya selama menjadi *Make Up Artist*. Kanon Retorika dari Rachel dianggap mampu memberikan suatu hal yang baru. Rachel menguasai topik pembicaraan dengan persiapan yang sudah dilakukannya dan melakukan interpretasi dari sudut pandang pribadinya dengan baik sehingga dapat dimengerti oleh orang yang menonton videonya.

## ABSTRACT

Josephine Gabriella / 65130045 / 2017 / The Rhetoric of Video Blogger Rachel Goddard on Youtube Social Media / Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si.

The emergence of new media makes development of information more accessible. People are more active in accessing various new media and they can choose what media will be used with expectations that the needs of the new media information can be fulfilled. Currently, existing information can be provided by anyone using the new media. Therefore, Rhetoric is needed not only for professional speakers but also for those who have influence in the new media.

Rhetoric is art style of speech achieved base on a natural talent and technical skills. Public speaker is required to apply the elements of rhetoric to make an information to be received well. The theory used in this research are public speaking and rhetoric. In addition, there also some insights from the three rhetorical proof and canons of rhetoric.

The research method used is qualitative. Based on the problems studied, this research uses descriptive technique. The subject of this research is Rachel Goddard who have passed more than 400.000 subscribers on Youtube and also become the resource for this research. The technique of collecting data is using in-depth-interview and observation of passive participation. The data analysis technique used is the model of Miles and Huberman.

The result of the research found that Rachel Goddard in social media on Youtube has a goal to persuade the audience, especially Indonesian women who are already beautiful that a beauty does not have to be elegant, white skin, tall, and slim body. Rachel emphize that woman have to to love herself for what it is and no need to compare herself to others. Rachel creates a unique style that characterizes herself. She should create a tutorial which makes her look elegant and pretty, however she is not afraid to look ugly. Rachel implements thos essential elements in building a rhetoric that makes herself a public speaker.

Based on the research, one can see Rachel Goddard as a cheerful, funny, humble, and genuine individual from the Ethos point of view. The Pathos aspect of Rachel is her ability to elicit emotions to everyone who views her videos. Furthermore, her experience as a make up artist is her appeal to logic, also known as Logos. The canons of rhetoric which Rachel put forth was able to contribute something completely new to the discussion. She mastered the discussion topic due to her preparation beforehand and was able to interpret the discussion well in that way that was understandable by the audience of her video.



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya haturkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan kuasa-Nya saya dapat menyelesaikan penelitian ini dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya. Adapun penulisan skripsi ini dilakukan sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi oleh peneliti guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi konsentrasi *Marketing Communication* dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Namun melalui kesempatan yang diberikan oleh kampus untuk melakukan penelitian, peneliti mendapat banyak pengalaman berarti dan dapat mulai mencoba mengaplikasikan secara langsung konsep-konsep yang telah peneliti dapat selama perkuliahan. Peneliti juga tidak memungkir, banyak bantuan dari berbagai pihak baik berupa waktu, tenaga, maupun pikiran, sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi ini sesuai dengan harapan. Penulis mengucapkan banyak syukur dan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah mendorong dan membimbing penulis, baik tenaga, ide-ide, waktu, maupun pemikiran. Secara khusus peneliti mengucapkan terima kasih dan syukur kepada :

1. Kedua orangtua peneliti, yaitu Bapak Andhyanto Tjandra dan Ibu Agatha Judy H.T yang selalu memberikan doa, dukungan, cinta kasih, dan motivasi yang sangat berarti bagi peneliti.
2. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie sekaligus dosen pembimbing peneliti yaitu Bapak Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si. yang telah banyak memberikan arahan serta meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.
3. Bapak Imam Nuraryo, S.Sos., MA (Comms) selaku dosen wali yang telah dengan sabar memberikan arahan dan dukungan kepada peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.



4. Ibu Siti Meisyaroh, S.Sos, M.Soc.Sc selaku dosen saat mata kuliah Seminar *Marketing Communication* yang telah banyak memberikan gambaran kepada

peneliti, sehingga peneliti memiliki pengetahuan yang cukup untuk diaplikasikan dalam menyusun dan menyelesaikan penelitian ini.

5. Seluruh dosen Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie yang telah mendidik dan membagikan ilmu pengetahuan yang sangat bermanfaat untuk peneliti.

6. Rachel Goddard selaku subjek penelitian yang telah bersedia dan membantu peneliti menjadi narasumber dalam penelitian ini.

7. Teman-teman peneliti yaitu Gerald Andrew, Felix Juanto, Kezia Nelly, Anastasia dan Louis. yang telah membantu peneliti dalam proses pengerjaan penelitian ini.

8. Semua pihak yang selalu mendukung peneliti dalam mengerjakan skripsi yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan penelitian ini, oleh karena itu bimbingan dan arahan dari berbagai pihak yang telah disebutkan diatas sangat membantu peneliti menyelesaikan penelitian ini meski belum terlalu sempurna. Akhir kata, peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan pihak yang membutuhkan serta berkepentingan. Untuk itu, peneliti juga meminta maaf apabila terdapat kesalahan, kekeliruan serta kekurangan lainnya yang ada di dalam penelitian ini.

Jakarta, 12 Agustus 2017  
Peneliti,

(Josephine Gabriella)

# DAFTAR ISI

<b>ABSTRAK</b>	-----	i
<b>ABSTRACT</b>	-----	ii
<b>KATA PENGANTAR</b>	-----	iii
<b>DAFTAR ISI</b>	-----	v
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	-----	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	-----	ix
<b>BAB I. PENDAHULUAN</b>	-----	1
A. Latar Belakang Masalah	-----	1
B. Rumusan Masalah	-----	6
C. Identifikasi Masalah	-----	6
D. Tujuan Penelitian	-----	7
E. Manfaat Penelitian	-----	7
1. Manfaat Akademis	-----	7
2. Manfaat Praktis	-----	7
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA</b>	-----	8
A. Landasan Teoritis	-----	8
1. <i>Public Speaking</i>	-----	8
a. Definisi <i>Public Speaking</i>	-----	8
b. Tren <i>Public Speaking</i>	-----	9
2. Teori Retorika	-----	10

© Hak cipta dimiliki IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie) Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





a. Tiga Pilar Komunikasi Persuasif -----	12
b. Kanon Retorika -----	18
3. Video Blog -----	22
B Penelitian Terdahulu -----	23
C Kerangka Pemikiran -----	26
<b>BAB III. METODE PENELITIAN -----</b>	<b>28</b>
A Subjek Penelitian -----	28
B Desain Penelitian -----	29
C Jenis Data -----	30
1. Data Primer -----	30
2. Data Sekunder -----	30
D Teknik Pengumpulan Data -----	31
1. Wawancara Mendalam -----	31
2. Observasi Partisipasi Aktif -----	32
E. Teknik Analisis Data -----	34
<b>BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN -----</b>	<b>38</b>
A. Gambaran Umum -----	38
1. Video <i>Blogger</i> Rachel Goddard -----	38
2. Tren Video <i>Blog</i> di Indonesia -----	40
3. Profil Informan -----	41
B. Analisis dan Pembahasan -----	42
1. Tiga Pilar Komunikasi Persuasif video <i>Blogger</i> Rachel Goddard dalam Media Sosial Youtube -----	43

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





a. <i>Ethos</i> -----	43
b. <i>Pathos</i> -----	51
c. <i>Logos</i> -----	59
2. Kanon Retorika Rachel Goddard dalam Media Sosial Youtube-----	63
a. <i>Invention</i> -----	63
b. <i>Arrangement</i> -----	67
c. <i>Style</i> -----	70
d. <i>Delivery</i> -----	76
e. <i>Memory</i> -----	78
D Hasil Penelitian-----	80
<b>BAB V. SIMPULAN DAN SARAN</b> -----	<b>81</b>
A Simpulan-----	81
B Saran-----	82
1. Saran Akademis-----	82
2. Saran Praktis-----	82
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> -----	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN</b> -----	<b>88</b>
<b>SURAT KETERANGAN</b>	
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. Kerangka Pemikiran -----	26
Gambar 4.1. Rachel Goddard -----	41
Gambar 4.2. Profil Youtube dan Instagram Rachel Goddard -----	47
Gambar 4.3. New Media Creator of The Year 2017 – BeautyFest Asia -----	48
Gambar 4.4. Penggemar Rachel Goddard (Rachelova Bali) -----	54
Gambar 4.5. Belajar <i>Make Up</i> untuk Pemula-----	55
Gambar 4.6. Belajar <i>Make Up</i> untuk Pemula-----	55
Gambar 4.7. Opini MiawAug terhadap Rachel Goddard -----	57
Gambar 4.8. Komentar pada dua Video Rachel Goddard-----	58
Gambar 4.9. Komentar pada Video 18 Tips Kecantikan ( <i>Beauty Hacks</i> ) -----	59
Gambar 4.10. Belajar <i>Make Up</i> untuk Pemula -----	65
Gambar 4.11. 18 Tips Kecantikan ( <i>Beauty Hacks</i> ) -----	71
Gambar 4.12. Belajar <i>Make Up</i> untuk Pemula -----	73
Gambar 4.13. Komentar pada Video Belajar <i>Make Up</i> untuk Pemula-----	77

© Hakipta Milik BSI KRS (Institusi) dan Informatika Kwik Kian Gie  
 Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. Profil Informan -----	89
LAMPIRAN 2. Pedoman Wawancara -----	90
LAMPIRAN 3. Transkrip Wawancara 1 -----	92
LAMPIRAN 4. Transkrip Wawancara 2 -----	101
LAMPIRAN 5. Transkrip Video 18 Tips Kecantikan ( <i>Beauty Hacks</i> ) -----	106
LAMPIRAN 6. Transkrip Video Belajar <i>Make Up</i> untuk Pemula -----	111

© Hak Cipta Milik IBI KIBS (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.