

GAYA KOMUNIKASI NONVERBAL SELEBGRAM DALAM MENGENALKAN PRODUK ENDORSEMENT

Jessica Indriany Putri

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya

Korespondensi: realjejelew@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to describe how celebrity nonverbal communication styles introduce endorsement products. the concept used in this study is the concept of communication style and nonverbal communication, the research method used is a qualitative research method with a digital ethnographic approach, data collection techniques using online observation techniques and documentation. This observation was carried out on the activity of the Instagram account belonging to @clarissaputri_. The results of this study indicate a nonverbal communication style, namely when Clarissa endorses a nonverbal communication style on her Instagram account using object communication where she does a makeup tutorial and then shows her endorsement product which indirectly she is doing an endorsement.

Keywords: Keywords: nonverbal communication, endorsement, celebrity

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan bagaimana gaya komunikasi nonverbal selebgram dalam mengenalkan produk endorsement. konsep yang dipakai pada penelitian ini ialah konsep gaya komunikasi dan komunikasi nonverbal, metode penelitian yang digunakan ialah metode penelitian kualitatif dengan pendekatan etnografi digital, teknik pengumpulan data menggunakan teknik observasi online dan dokumentasi. Observasi ini dilakukan pada aktivitas akun Instagram milik @clarissaputri_. Hasil penelitian ini menunjukkan sebuah gaya komunikasi nonverbal yaitu saat Clarissa melakukan endorsement dengan gaya komunikasi nonverbal di akun Instagramnya dengan menggunakan komunikasi objek yang dimana ia melakukan tutorial makeup dan lalu menunjukkan produk endorsementnya yang secara tidak langsung ia sedang melakukan endorsement.

Kata Kunci: komunikasi nonverbal, endorsement, selebgram

PENDAHULUAN

Fenomena yang ramai terjadi belakangan ini adalah sebuah komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh selebgram untuk mengenalkan produk endorsementnya, yang dimana adanya gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh selebgram tersebut digunakan untuk mengenalkan produk endorsementnya. Seperti selebgram cantik yang bernama Clarissa Putri, ia melakukan sebuah endorsement dengan menggunakan komunikasi nonverbal, dimana saat itu ia melakukan tutorial makeup dengan menunjukan sebuah

produk makeup, yang secara tidak langsung Clarissa ini sedang mengenalkan produk endorsementnya. Komunikasi nonverbal adalah sebuah komunikasi yang dimana komunikasi itu dilakukan dengan gerakan atau simbol-simbol yang memiliki makna komunikasi.

Menurut Yuli Kurniati (2016), komunikasi nonverbal adalah sebuah isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Deddy Mulyana (2005), komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol yang digunakan dan dipahami suatu komunitas, simbol ini merupakan bentuk paling sederhana dari Bahasa. Menurut Giantiano (2019),

komunikasi nonverbal bisa membantu komunikator untuk menyampaikan sekaligus memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

Dan setiap seorang selebgram pasti memiliki gaya komunikasi nonverbalnya sendiri dalam melakukan endorsement untuk berusaha menarik konsumen untuk membeli produk tersebut. Seperti tadi Clarissa Putri yang melakukan endorsement dengan melakukan tutorial makeup dengan menunjukan produk makeupnya, dari caranya itu melihatkan bahwa ia sedang mengenalkan produk makeupnya kepada para viewers di Instagram. Selebgram sendiri adalah, seseorang yang memiliki pengikut atau *followers* yang banyak, atau seseorang yang terkenal seperti selebriti sehingga para pengguna Instagram pun menjadi pengikutnya.

Menurut John Supriyanto (2018), Selebgram adalah selebriti Instagram yang memiliki ribuan atau jutaan *followers* dan jumlah *following* nya sedikit dibanding *followers* nya. Ada pun **menurut Amir (2017)** Selebgram adalah sebuah individu pengguna Instagram yang memiliki keunikan tersendiri yang akhirnya menarik para pengguna Instagram lain dan menjadi pengikutnya. Dan **menurut Shimp (2003)**, artis instagram atau selebgram ini adalah seorang pendukung iklan atau bintang iklan yang mendukung sebuah produk.

Pada komunikasi nonverbal ini terjadi di dalam Instagram yang dimana para selebgram akan melakukan gaya komunikasi nonverbalnya sendiri, dan setiap selebgram pasti berbeda-beda dalam melakukan proses mengenalkan produk endorsementnya. ada yang melakukannya dengan cara berpura-pura sedang melakukan hal lain seperti sedang duduk atau sedang berjalan sambil menunjukan produk endorsement tersebut, hal ini adalah sebuah wujud dari komunikasi nonverbal. Seperti contoh selebgram yang peneliti ambil yaitu Clarissa Putri, yang dimana ia melakukan tutorial makeup sebagai bentuk mengenalkan

produk endorsementnya dengan menggunakan komunikasi nonverbal. Dan juga ada contoh lainnya seperti selebgram Fadil Jaidi yang dimana ia menggunakan sebuah patung-patung baju yang dimana ia berpura-pura berjualan padahal ia sedang melakukan sebuah endorsement itu juga menggunakan sebuah komunikasi nonverbal. Dan terakhir ada Tante Lala yang dimana ia melakukan sebuah endorsement dengan cara marah-marah sambil mengenalkan produk endorsementnya, dan masih banyak lagi. Terlihat bahwa semua selebgram pasti memiliki cara gaya komunikasinya sendiri dalam mengenalkan produk endorsementnya.

Menurut Hadiano Ego (2017), komunikasi nonverbal adalah sebuah komunikasi dimana pesan yang disampaikan tidak menggunakan kata-kata, misalnya hanya dengan gerakan, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah lalu menggunakan objek seperti pakaian ataupun barang lainnya. **Menurut Charles Darwin**, komunikasi nonverbal menggambarkan arti komunikasi apapun konteksnya.

Gaya komunikasi nonverbal selebgram yang melakukan endorsement dengan cara yang ada diatas tadi, setelah saya observasi ternyata fenomena komunikasi diatas itu terjadi real pada selebgram yang bernama Clarissa Putri. Dimana yang dilakukan oleh Clarissa Putri, ia melakukan komunikasi nonverbal dengan cara membuat video tutorial makeup sambil menunjukan ke kamera produk yang ia pakai, itu secara tidak langsung merupakan bentuk komunikasi nonverbal.

Idealnya dalam melakukan promosi pada ruang digital harus menggunakan komunikasi verbal, karena jika menggunakan komunikasi nonverbal biasanya pesan yang akan disampaikan kepada para penonton tidak tersampaikan dengan baik.

Raihan Amalia (2021), mengatakan bahwa komunikasi nonverbal biasa dilakukan dalam komunikasi secara langsung, sebab

dalam sebuah komunikasi yang menggunakan media digital, komunikasi nonverbal seringkali tidak mungkin dilakukan, karena hal ini akan menyebabkan orang yang menerima pesan tersebut akan salah paham.

Akan tetapi Clarissa Putri ini melakukan promosi pada produk endorsement nya dengan menggunakan komunikasi nonverbal ini, yang dimana tadi ia melakukan tutorial makeup sambil menunjukkan produk makeupnya ke kamera. Dengan melihat fenomena ini, saya sebagai peneliti ingin meneliti komunikasi nonverbal yang Clarissa Putri lakukan.

Dari konteks komunikasi diatas penelitian ini sangat penting untuk dilakukan, karena dengan adanya penelitian tentang komunikasi nonverbal ini membuat para pengguna Instagram atau sebagai pengikut para selebgram saat melihat komunikasi nonverbal yang dilakukan selebgram itu dapat membuat para *viewers* paham apa pesan yang disampaikan oleh selebgram tersebut, karena jika seseorang tidak paham dengan pesan nonverbal yang disampaikan pada komunikator pasti akan terjadi kesalahpahaman.

Dalam penelitian tentang komunikasi nonverbal ini sudah sering dilakukan, ada penelitian dari Ni Luh Wiwik Eka Putri yang berjudul **"Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi Tiktok"**, lalu ada dari Megansari Fatanti dan Wayan Suyadnya yang berjudul **"Analisis Komunikasi Nonverbal Surya Paloh dalam Membangun Citra Politik"**, dan terakhir dari Maisarah yang berjudul **"Aplikasi Komunikasi Nonverbal di dalam Kelas"**, dari penelitian diatas banyak yang menjelaskan tentang komunikasi nonverbal dari berbagai bidang atau tema yang diambil, akan tetapi penelitian saya ini adalah hal baru karena saya akan meneliti **"Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsement"**, dan hal yang baru disini saya akan mengobservasi seorang selebgram yaitu Clarissa Putri.

Bagaimana Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsementnya?

Mendesripsikan tentang Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsement.

TINJAUAN PUSTAKA

Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian tentang komunikasi nonverbal ini sudah sering dilakukan, dan ada berbagai macam tema yang diambil oleh penelitian terdahulu. Penelitian pertama yang dilakukan oleh **Ni Luh Wiwik Eka Putri dengan judul Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi Tiktok**, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal ini adalah sebuah komunikasi untuk menunjukkan suasana hati seseorang. Terlihat dari sumber data atau informan yang di ambil oleh peneliti, dimana Bowo yang memiliki ekspresi wajah yang suka tersenyum menandakan bahwa ia sedang bahagia, dan seperti Zerlinda yang mengkerutkan alisnya sambil mengarahkan telunjuk ke arah kamera yang menandakan bahwa ia ikhlas mencintai seseorang.

Pada penelitian kedua yang dilakukan oleh **Megansari Fatanti dan Wayan Suyadnya dengan judul Analisis Komunikasi Nonverbal Surya Paloh dalam Membangun Citra Politik**, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal ini adalah sebuah bentuk dari penyampaian pesan politik. Terlihat dari sumber data atau informan yang di ambil oleh peneliti, Surya Paloh tidak bisa lepas dari gerakan tubuh atau *gesture* yang selalu mengiringi disetiap pidatonya, dengan adanya gerakan tubuh ini menunjukkan bahwa ia

memiliki keseriusan pada masalah-masalah yang ada pada masyarakat negara.

Pada penelitian ketiga ini yang dilakukan oleh **Maisarah dengan judul Aplikasi Komunikasi Nonverbal di dalam Kelas**, penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi nonverbal ini merupakan komunikasi yang berperan penting dalam proses pengajaran, komunikasi nonverbal ini merupakan komunikasi yang tepat untuk terciptanya komunikasi yang efektif antara guru dan murid.

Dari penelitian terdahulu diatas banyak yang menjelaskan tentang komunikasi nonverbal dari berbagai bidang dan dengan persepsi yang berbeda, akan tetapi penelitian saya ini adalah hal baru, saya menggunakan judul **Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsement**, disini saya akan menunjukan bahwa komunikasi nonverbal ini adalah sebagai bentuk dari dukungan promosi, seperti selebgram sekarang ini yang melakukan endorsement.

Kerangka konsep

Kerangka konsep adalah sebuah rangkuman khusus pada variabel yang akan di ukur oleh sang peneliti. Sesuai dengan judul penelitian saya Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsement, pada kerangka konsep penelitian ini akan menjelaskan sesuai dengan masalah penelitian yang akan dilakukan. Berarti fokus konsep saya disini adalah komunikasi nonverbal.

- **Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi nonverbal adalah sebuah komunikasi yang dimana komunikasi itu dilakukan dengan gerakan atau simbol-simbol yang memiliki makna komunikasi. **Menurut**

Deddy Mulyana (2005), komunikasi nonverbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol yang digunakan dan dipahami suatu komunitas, simbol ini merupakan bentuk paling sederhana dari Bahasa. **Menurut Giantiano (2019)**, komunikasi nonverbal bisa membantu komunikator untuk menyampaikan sekaligus memperkuat pesan yang ingin disampaikan.

- **Jenis-jenis Komunikasi Nonverbal**

Menurut Putu Yuli dari Buku Modulnya komunikasi nonverbal ini juga memiliki jenis-jenis komunikasi nonverbal.

Sentuhan

Sentuhan adalah sebuah pesan nonverbal yang dapat diterima dan dibedakan oleh berbagai emosi yang akan disampaikan oleh orang tersebut melalui sentuhan. Menurut Alma I Smith, bahwa dengan sentuhan dapat menyalurkan berbagai perasaan.

Komunikasi Objek

Dalam penggunaan komunikasi objek ini yang paling sering digunakan adalah penggunaan pakaian, dengan pakaian ini orang akan menilai kita melalui pakaian yang kita pakai, walaupun ini hanya penilaian seseorang terhadap kita dengan menggunakan persepsi.

Kronemik

Kronemik adalah sebuah komunikasi nonverbal yang menggunakan waktu, yang berkaitan sebuah peranan budaya dalam konteks tertentu.

Gerakan Tubuh

Gerakan tubuh memang dikenal sebagai komunikasi nonverbal, ada beberapa bentuk gerakan tubuh yaitu:

- Emblem,
- Ilustrator
- Affect displays

- Regulator
- Adaptor

Proxemik

Proxemik adalah sebuah bahasa ruang yang menggunakan jarak ketika berbicara dengan orang lain, jarak juga menentukan seberapa dekat kita terhadap orang lain. Jarak juga bisa diartikan sebagai suatu hubungan.

Lingkungan

Lingkungan juga bisa digunakan untuk menyampaikan sebuah pesan-pesan tertentu, seperti ruang, penerangan, dan warna

Vokalik

Vokalik adalah sebuah unsur nonverbal dalam sebuah pengucapan, yaitu cara bicara.

• Fungsi Komunikasi Nonverbal

Menurut Mark Knapp (1978) dari buku modul Putu Yuli, bahwa komunikasi nonverbal memiliki fungsi yaitu:

Repeating

Repeating adalah mengulang kembali pesan yang disampaikan dari nonverbal menjadi verbal.

Substituting

Substituting adalah menggantikan lambang-lambang verbal, menjadi simbol-simbol nonverbal.

Contradicing

Contradicing adalah menolak pesan verbal dan juga memberikan sebuah makna lain pada pesan verbal.

Complementing

Complementing adalah melengkapi pesan atau makna nonverbal.

Accenting

Accenting adalah menegaskan pesan verbal.

• Karakteristik Komunikasi Nonverbal

Menurut Putu Yuli dari buku modulnya, komunikasi nonverbal memiliki karakteristik yang bersifat universal yaitu:

- Komunikatif, yaitu sebuah perilaku yang disengaja atau tidak untuk mengkomunikasikan sehingga sebuah pesan yang ada bisa diterima secara sadar.
- Kesamaan Perilaku, yaitu sebuah kesamaan perilaku nonverbal yang ada di 1 orang dengan orang lain.
- Artifaktual, yaitu komunikasi nonverbal juga ada dalam bentuk artefak seperti cara berpakaian.
- Konstektual, yaitu komunikasi nonverbal terjadi dalam suatu konteks.
- Paket, yaitu komunikasi nonverbal ini jika semua bagian tubuh melakukan komunikasi yang memiliki makna, maka harus dilihat dari keseluruhan (paket) dari perilaku tersebut.
- Dapat Dipercaya, yaitu pada komunikasi nonverbal biasanya kita langsung cepat percaya, tetapi di komunikasi nonverbal ini sering terjadi ketidak konsistenan yang akan tampak di bahasa nonverbal yang akan mudah diketahui oleh orang lain.
- Dikendalikan oleh Aturan.

Kerangka Teori

Kerangka teori adalah sebuah rangkuman dari seluruh variabel penelitian, mau variabel yang akan diukur oleh sang peneliti atau pun tidak. dari judul penelitian saya yaitu Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsement, saya akan menguraikan judul penelitian saya melalui kerangka teori ini.

- **Gaya Komunikasi**

Dalam melakukan interaksi kita pasti harus membuat komunikasi yang baik dan nyaman sehingga bentuk pesan yang disampaikan pun dapat diterima, setiap orang pasti memiliki gaya komunikasi tersendiri dengan adanya gaya komunikasi kita dapat menunjukan siapa diri kita dan bagaimana diri kita. Gaya komunikasi adalah sebuah bentuk penyampain kata untuk berinteraksi yang dilakukan oleh seseorang untuk menunjukan dirinya.

Menurut Kirtley dan Weaver dari artikel Wislah (2022), gaya komunikasi adalah sebuah proses komunikasi yang kognitif yang mengakumulasi suatu konten agar dinilai secara makro, setiap gaya komunikasi yang dimiliki seseorang itu adalah bentuk merefleksikan diri bagaimana setiap orang menerima dirinya saat berinteraksi.

- **Komunikasi Nonverbal**

Komunikasi memang tidak bisa terlepas dari semua orang dan tidak memandang umur, komunikasi adalah suatu kebutuhan pokok bagi manusia. Namun tidak semua komunikasi selalu disampaikan dengan kata-kata atau lisan, simbol dan gerakan juga merupakan sebuah komunikasi yaitu komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal adalah sebuah komunikasi yang dimana komunikasi itu dilakukan dengan gerakan atau simbol-simbol yang memiliki makna komunikasi.

Menurut Hadiano Ego (2017), komunikasi nonverbal adalah sebuah komunikasi dimana pesan yang disampaikan tidak menggunakan kata-kata, misalnya hanya dengan gerakan, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah lalu

menggunakan objek seperti pakaian ataupun barang lainnya. **Menurut Charles Darwin**, komunikasi nonverbal menggambarkan arti komunikasi apapun konteksnya.

- **Selebgram**

Artis Instagram atau yang biasa kita sebut sebagai selebgram, dimana yang biasanya sering kita lihat para selebgram melakukan endorsement pada produk-produknya, banyak sekali macam gaya endorsement, setiap selebgram pasti memiliki gaya endorsementnya sendiri ada yang menggunakan komunikasi verbal ataupun nonverbal, seperti itulah kerja para selebgram. Selebgram adalah, seseorang yang memiliki pengikut atau *followers* yang banyak, atau seseorang yang terkenal seperti selebriti sehingga para pengguna Instagram pun menjadi pengikutnya.

Menurut John Supriyanto (2018), Selebgram adalah selebriti Instagram yang memiliki ribuan atau jutaan *followers* dan jumlah *following* nya sedikit dibanding *followers* nya. Ada pun **menurut Amir (2017)** Selebgram adalah sebuah individu pengguna Instagram yang memiliki keunikan tersendiri yang akhirnya menarik para pengguna Instagram lain dan menjadi pengikutnya. Dan **menurut Shimp (2003)**, artis instagram atau selebgram ini adalah seorang pendukung iklan atau bintang iklan yang mendukung sebuah produk.

- **Endorsement**

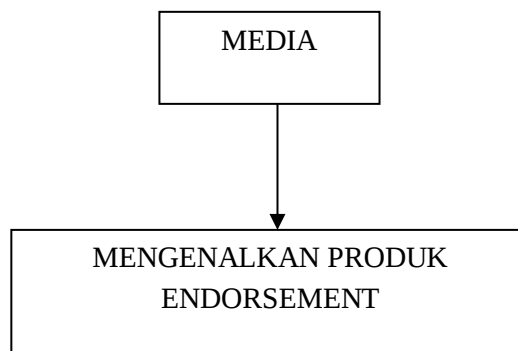
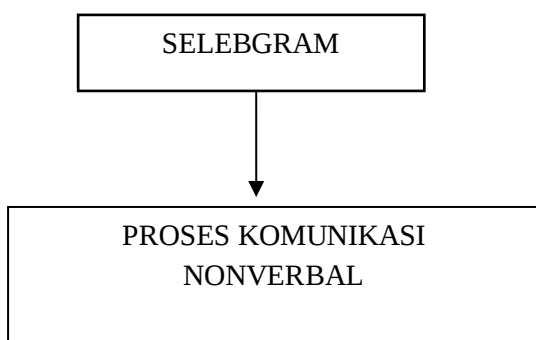
Di dalam dunia Instagram pasti kita sering melihat para selebgram melakukan promosi pada produk yang

mereka kenalkan, para selebgram tersebut melakukan promosi tersebut sebagai bentuk sebuah dukungan pada produk tersebut, promosi pada selebgram ini memiliki istilah yang bernama Endorsement. Endorsement adalah sebuah bentuk promosi pada barang atau pun produk.

Menurut Rumambi (2013) endorsement adalah suatu bentuk promosi dari sebuah perusahaan yang bekerja sama dengan seseorang yang terkenal, promosi tersebut ditujukan pada para pengikut seseorang yang terkenal tersebut.

Kerangka pemikiran adalah sebuah model yang akan menjelaskan keterkaitan antara variabel satu dengan yang lainnya. Dalam penelitian ini sang peneliti akan menunjukan bagan kerangka pemikiran dari judul penelitian Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsement.

Judul penelitian yg diambil adalah Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsement, disini Selebgram Clarissa Putri melakukan Endorsement dengan menggunakan gaya komunikasi nonverbal yang dimana hal ini adalah hal yang tidak biasa. komunikasi nonverbal ini merupakan bentuk dari permasalahan yang akan diteliti oleh peneliti, dengan kerangka pemikiran ini akan memudahkan peneliti dan pembaca dalam memahami penelitian ini.



Bagan kerangka pemikiran.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian pada penelitian Gaya Komunikasi Nonverbal Selebgram dalam Mengenalkan Produk Endorsement ini menggunakan metode kualitatif, pendekatan kualitatif yang digunakan adalah etnografi digital, karena disini peneliti menggali informasi dan mendapatkan data melalui ruang digital. Lalu sumber data yang diperoleh oleh peneliti melalui aplikasi Instagram yang dimana peneliti mengamati gaya komunikasi selebgram Clarissa Putri, dan lokasi peneliti dilakukan di rumah Perumahan Villa Mas Indah, Jalan Kaliabang Tengah, Perwira, Bekasi Utara. Peneliti melakukan penelitian di rumah karena fenomena dan masalah fenomena diangkat melalui perantara telfon genggam yaitu menggunakan aplikasi Instagram, dan waktu penelitian dilakukan pada tanggal Jumat, 15 April 2022 sampai Sabtu, 11 Juni 2022.

Disini teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti hanya dua yaitu menggunakan teknik observasi dan dokumentasi. Pada observasi ini peneliti akan melakukan pengamatan pada selebgram yang bernama Clarissa Putri menggunakan aplikasi Instagram, disini peneliti mengamati gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh Clarissa Putri dalam mengenalkan produk endorsementnya. Dan untuk dokumentasi peneliti akan meng-capture atau mengumpulkan bukti-bukti seperti berupa foto-foto hasil screenshot untuk membuktikan bahwa data-data yang sudah diobservasi tersebut benar adanya. Dan pada teknik analisis data peneliti menggunakan teknik reduksi, yang dimana peneliti melakukan analisis dengan cara penggolongan data dan membuang data yang tidak perlu, sehingga data tersebut memunculkan informasi yang valid dan dapat ditarik kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti, disini peneliti melihat gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh selebgram yang bernama Clarissa Putri. Dimana saat Clarissa melakukan sebuah tutorial makeup untuk acara buka bersama atau *hangout* bersama teman, dan saat Clarissa memakaikan makeupnya ia langsung menunjukan sebuah produk makeup yaitu produk dari brand terkenal yang bernama "Make Over" dan brand "Glaze Skin" dari cara Clarissa menunjukan sebuah produk makeupnya secara tidak langsung ia sedang memperkenalkan sebuah produk yang dimana hal ini biasanya disebut sebagai endorsement.

Dan ini adalah hasil dari dokumentasi yang sudah dikumpulkan oleh peneliti sebagai bukti data yang ada pada observasi diatas, dokumentasi ini berbentuk sebuah foto yaitu melalui screenshot handphone

Gambar 1



Gambar 2



Gambar 4

Gambar 3

Melalui hasil analisis data menggunakan teknik reduksi, peneliti sudah melakukan penggolongan data yang dimana data yang diambil adalah data yang sudah benar, dan membuang data yang tidak perlu. Seperti pada gambar 1, 2, 3, dan 4, dapat dilihat bahwa Clarissa Putri sedang melakukan tutorial makeup dan ia memakaikan makeupnya lalu menunjukkan brand makeup tersebut.

Lalu pada gambar 5, juga terlihat Clarissa Putri menunjukkan produk makeupnya yang sudah selesai ia pakai, disini terlihat bahwa Clarissa Putri ingin mengenalkan produk endorsementnya, dan ingin menyampaikan pesan melalui komunikasi nonverbal dengan menggunakan jenis komunikasi objek tersebut bahwa produk makeup "Make Over" adalah solusi yang tepat untuk digunakan pada saat acara buka bersama.



Gambar 5.



Gambar 7.



Gambar 8.

Gambar 6

Lalu pada gambar 6, 7, 8, dan 9, Clarissa juga sedang melakukan tutorial makeup, yang dimana ia sedang mengaplikasikan produk tersebut ke wajahnya lalu ia menunjukkan produk dari brand "Glaze Skin".



Gambar 9.

Lalu pada gambar 10, setelah Clarissa selesai melakukan tutorial makeup, ia kembali menunjukkan produk dari brand "Glaze Skin" ini. Disini juga terlihat dimana Clarissa mengenalkan produk endorsemenya menggunakan komunikasi objek yang ada pada jenis-jenis komunikasi nonverbal, melalui komunikasi objek tersebut Clarissa



Putri ingin mengenalkan produk endorsemenya, bahwa produk "Glaze Skin" ini sangat bagus dan cocok untuk makeup natural untuk acara *hangout* bersama teman.

Dari hasil dokumentasi yang ada diatas terbukti benar adanya gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh selebgram Clarissa ini dengan cara menunjukkan produk endorsemenya, dan dengan adanya

dokumentasi ini membuktikan bahwa observasi yang telah dilakukan oleh peneliti benar adanya bahwa Clarissa melakukan endorsement dengan menggunakan gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan dengan cara tutorial makeup sambil menunjukkan produk makeupnya.

Dari hasil diatas kita bisa melihat bahwa Clarissa sedang melakukan gaya komunikasi dalam mengenalkan produknya, dimana ia melakukan tutorial makeup dengan menggunakan gaya komunikasi nonverbal yang dimana ia menunjukan produk makeup yang ia pakai yaitu "Make Over" dan "Glaze Skin". Dari fenomena ini dapat dianalisis dengan konsep komunikasi nonverbal, **menurut Hadiano Ego (2017)**, komunikasi nonverbal adalah sebuah komunikasi dimana pesan yang disampaikan tidak menggunakan kata-kata, misalnya hanya dengan gerakan, bahasa tubuh, dan ekspresi wajah lalu menggunakan objek seperti pakaian ataupun barang lainnya, seperti Clarissa ini menggunakan jenis komunikasi objek yang ada pada jenis-jenis komunikasi nonverbal yang dapat kita lihat pada data-data observasi dan dokumentasi, digambar tersebut Clarissa sedang melakukan tutorial makeup dan juga menunjukkan sebuah produk makeupnya dengan dalih ingin mengenalkan produk endorsemenya tanpa menggunakan suara ataupun kata-kata. Dari gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh Clarissa Putri ini terlihat bahwa cara dia mengendorse dengan komunikasi nonverbalnya ini memiliki pesan yang ingin ia sampaikan yaitu ingin mengenalkan betapa bagusnya produk makeup dari "Make Over" dan "Glaze Skin" ini, gaya komunikasi yang ditunjukkan oleh Clarissa ini terbilang cukup efektif, karena dari cara Clarissa menunjukkan produk makeupnya secara tidak langsung orang-orang yang melihatnya akan berfikir ia sedang melakukan endorsement.

KESIMPULAN

Sekarang ini fenomena yang ramai terjadi adalah sebuah bentuk gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh selebgram untuk memperkenalkan produk endorsementnya. Idealnya untuk melakukan endorsement biasanya menggunakan komunikasi verbal agar pesan-pesan yang ingin disampaikan dapat diterima dan dimengerti oleh siapa saja yang melihatnya, akan tetapi selebgram yang bernama Clarissa Putri ini melakukan endorsemet menggunakan komunikasi nonverbal. Di tarik kesimpulan melalui hasil riset bahwa penggunaan gaya komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh Clarissa Putri itu benar adanya, terlihat dari hasil yang ada seperti pada gambar 1 dan gambar 2 yang menunjukkan Clarissa Putri melakukan endorsement menggunakan komunikasi nonverbal dengan jenis yang dipakai ialah komunikasi objek, ini membuktikan bahwa komunikasi nonverbal dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang ingin kita sampaikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, R. Komunikasi Verbal vs Komunikasi Non-verbal (2020)
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Fatanti, M. N. (2018). Olah tubuh politisi dalam bingkai media: Analisis komunikasi non verbal Surya Paloh dalam membangun citra politik. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 26-37.
- Gantiano, H. E. (2019). Analisis Dampak Strategi Komunikasi Non Verbal. *Dharma Duta*, 17(2), 80-95.
- Kurniati, D. P. Y. (2016). Modul Komunikasi verbal dan non verbal. *Univ Udayana Fak Kedokt*.
- Maisarah, M. (2019). Aplikasi Komunikasi Non-Verbal Di Dalam Kelas. *Educate*, 2(2).
- PUJIASTUTI, Y. (2019). *KEPERCAYAAN DIRI SELEBGRAM PADA KOMUNITAS PALVIDGRAM DI KOTA PALEMBANG* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Putri, G. H., & Patria, B. (2018). Pengaruh Endorsement Selebriti Instagram terhadap Minat Beli Remaja Putri. *Gajah Mada Journal of Professional Psychology (GamaJPP)*, 4(1), 33-41.
- Putri, N. L. W. E. (2009). Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi Tiktok. *Widya Duta: Jurnal Ilmiah Ilmu Agama dan Ilmu Sosial Budaya*, 14(1), 11-19.
- Sarosa, S. (2021). *Analisis Data Penelitian Kualitatif*. PT Kanisius.
- Semiawan, C. R. (2010). *Metode penelitian kualitatif*. Grasindo.
- Suharsimi Arikunto, Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik, (Jakarta: Rineka Cipta, 2006) hal 129
- Sukandarrumidi. (2002). Metode Penelitian. Gajah Mada University Press. Jogjakarta.
- Wikatanazal, E., Pardiman, P., & Rizal, M. (2021). Pengaruh Celebrity Endorser Dan Iklan Instagram Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Online Shop Championsteall. Id). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 10(4).
- Wislah. Pengertian Gaya Komunikasi (2022).

