

ABSTRAK

Isni Amelia Erman Fauziyah. Program Studi Sains Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik dan Ilmu Komputer, Universitas Djuanda Personal Karakter Ijonk *Make Up Artist* Pada Penggunaan Jasa Ijonk *Wedding Organizer* Dalam Membangun Minat Pelanggan. Pembimbing I: Desi Hasbiyah, S.Si, M.I.Kom. Pembimbing II: Dr. Agustina M Purnomo, SP.,M.Si.

Wanita dan *make up* di zaman sekarang sudah tak dapat dipisahkan, namun tidak semua wanita mampu berhias dengan baik dan benar, maka dari itu ada keterampilan baru yaitu *make up artist*. *Make up artist* berperan mengubah tampilan wajah dengan menggunakan teknik tertentu. Seorang *make up artist* harus memiliki kepribadian yang baik sehingga mampu menunjang pembangunan minat pelanggan berdasarkan personal character. Tujuan penelitian ini ada dua, pertama untuk mendapatkan gambaran mengenai cara Ijonk *make up artist* membangun minat pelanggan dilihat dari karakter *make up* yang dimiliki kepada pelanggan dan untuk mengetahui *personal character* Ijonk *make up artist* pada penggunaan jasa Ijonk *wedding organizer* dalam membangun minat pelanggan. Pendekatan yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan data primer berupa observasi dan wawancara, sedangkan data sekunder yang digunakan berupa studi dokumentasi. Validasi data dalam penelitian ini menggunakan analisis triangulasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Ijonk menggunakan teknik promosi word of mouth sebagai media utama pemasaran jasanya dan menggunakan media sosial dan media cetak seperti brosur, flyer, portofolio dan album foto sebagai media pendukung dalam pemasaran jasanya. Ijonk digambarkan sebagai *make up artist* yang memiliki personal karakter yang baik, jujur, bertanggung jawab, namun tetap tegas dan tidak suka basa-basi sehingga pelanggan merasa feel free untuk mendiskusikan maupun bernegosiasi banyak hal terkait hari special-nya, hal itulah yang mendukung Ijonk menjadi *make up artist* yang banyak direkomendasikan oleh pelanggan. Karakter *make up* Ijonk yang variatif menjadikan penunjang peningkatan pembangunan minat pelanggan, serta personal karakter dari Ijonk sendiri mempengaruhi tampilan hasil *make up* yang menampilkan keunikan dan keunggulan dari setiap *make up*.

Kata kunci: Personal Karakter, *Make Up Artist*, Minat Penggunaan.

ABSTRACT

Isni Amelia Erman Fauziah. Communication Science Study Program, Faculty of Social Sciences, Political Science and Computer Science, Djuanda University, 2023, Personal Perspective of Make Up Artist Character In Using The Service Of Ijonk Wedding Organizer Build Client Interest , the first tutor: Desi Hasbiyah, S.Si, M.I.Kom. , the second tutor: Dr. Agustina M Purnomo, SP .,M.Si.

Women and make-up in this modern era are inseparable, but not all women are able to decorate properly and correctly, therefore there is a new skill, namely make-up artist. Make up artist dedicate a role in changing the appearance of the face using certain techniques. An make up artist must have a good personality so as be able to support the development of client interests from a personal character perspective. There are two objectives of this research. First, to get an overview of how Ijonk make up artist build customer interest can be seen from the character of the make up they have and to find out the personal character of Ijonk make up artist at use of Ijonk wedding organizer services to build interest customer. The approach to be used in this research is a qualitative approach. This research uses a qualitative descriptive research type. The data collection technique used in this thesis used primary data in the form of observation and interviews, while the secondary data used was in the form of documentation studies. Data validation in this thesis used triangulation analysis. The results of this study indicate that Ijonk uses word of mouth promotion techniques as the main media for marketing his services and uses social media and print media such as brochures, flyers, portofolios and photo albums as supporting media in marketing his services. Ijonk is described as an make up artist who has a good personal character, is honest, responsible, but remains firm and doesn't like small talk so that customers feel free to discuss and negotiate many things related to his special day, that is what supports Ijonk to become an make up artist that is highly recommended by customers. Ijonk's varied make-up character supports the development of customer interest, as well as Ijonk's personal character influences the appearance of make-up results that show the uniqueness and superiority of each make-up.

Keywords : Personal Character, Make Up Artist , Promotion.