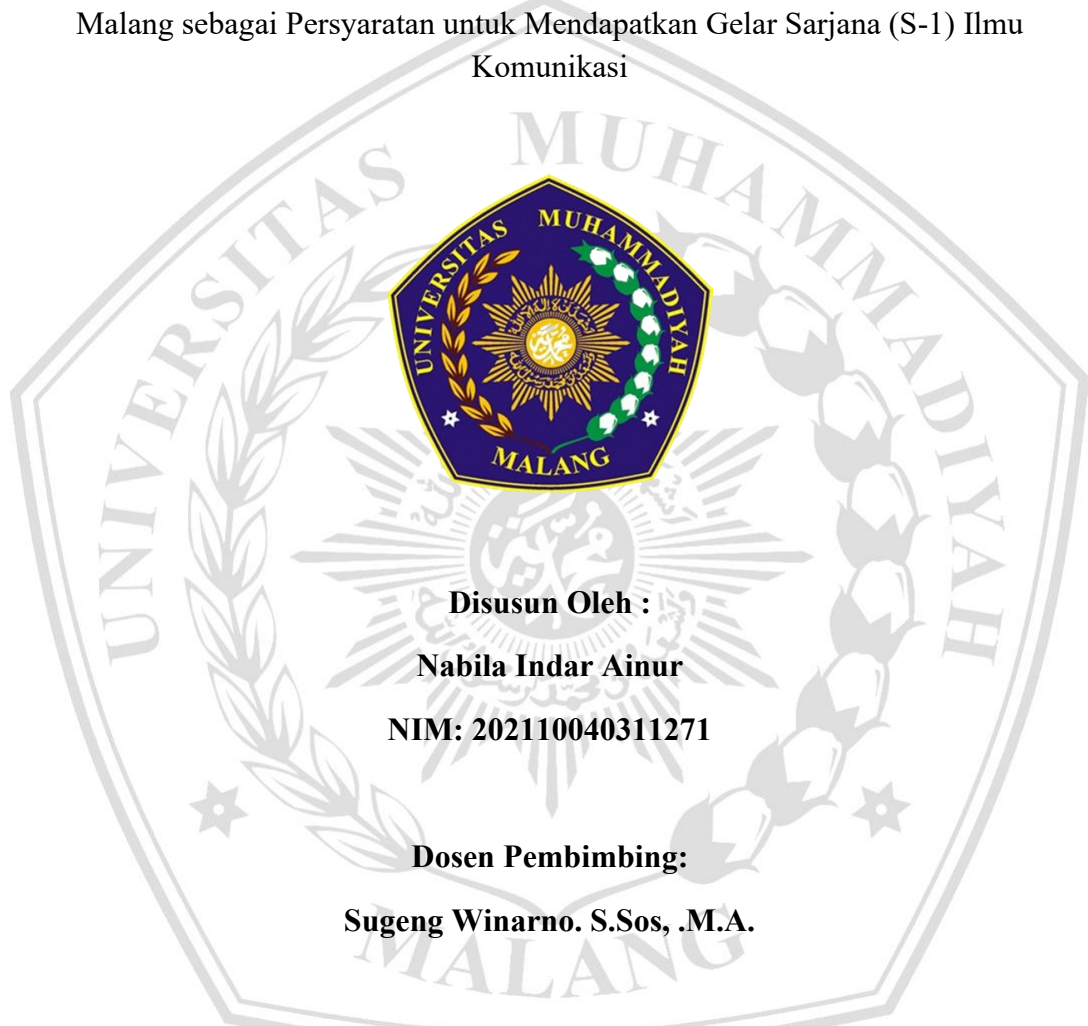


# **Teknik Komunikasi Persuasif dalam Media Sosial TikTok**

(Analisis Isi dalam Konten *Self Love* pada Akun TikTok @aldila.aap)

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah  
Malang sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1) Ilmu  
Komunikasi



**Disusun Oleh :**

**Nabila Indar Ainur**

**NIM: 202110040311271**

**Dosen Pembimbing:**

**Sugeng Winarno. S.Sos, .M.A.**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**MALANG**

**2025**

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## JUDUL SKRIPSI

**TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK  
(Analisis Isi dalam Konten *Self Love* pada Akun TikTok @aldila.aap)**

Diajukan Oleh :

**NABILA INDAR AINUR**  
202110040311271

Telah disetujui  
Rabu, 27 Agustus 2025

Pembimbing I



**Sugeng Winarno, S.Sos., M.A**

Wakil Dekan I



**Nurul Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Nasrullah, M.Si.**

# LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

## SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

**Nabila Indar Ainur**  
**202110040311271**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 27 Agustus 2025  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Budi Suprpto, Ph.D**
2. **Jamroji, M.Comms**
3. **Sugeng Winarno, S.Sos., M.A**

(  )  
(  )  
(  )

Mengetahui  
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**Najamuddin Kharis Rijal, S.IP., M.Hub.Int.**

# LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Nabila Indar Ainur  
NIM : 202110040311271  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK  
(Analisis Isi dalam Konten Self Love pada Akun TikTok @aldila.aap).

Disetujui,  
Pembimbing

Sugeng Winarno, S. Sos, MA

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrudin, S.Sos, M.Si.



Kampus 1  
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 250 (marketing)  
F. +62 341 461 431

Kampus 2  
Jl. Bemburgen Sukesi No. 146 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 521 140 (marketing)  
F. +62 341 541 000

Kampus 3  
Jl. Raya Turgojati No. 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 841 210 (marketing)  
F. +62 341 487 433  
E. web@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Nabila Indar Ainur  
NIM : 202110040311271  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK (Analisis Isi dalam Konten Self Love pada Akun TikTok @aldila.aap).

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

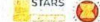
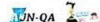
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 09 Juli 2025

1000  
METAL  
82B9AMX481302241

Nabila Indar Ainur



Kampus I  
Jl. Bardsung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Berdungan Sutani No 186 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 145 (Hunting)  
F: +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Tigomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 218 (Hunting)  
F: +62 341 459 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN SIAP UJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.c/ /FISIP-UMM/VIII/2025

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Nabila Indar Ainur
No. Induk Mahasiswa	: 202110040311271
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK (Analisis Isi dalam Konten Self Love pada Akun TikTok @aldila.aap).

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 09 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S. Sos, MA



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VIII/2025

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Nabila Indar Ainur  
NIM : 202110040311271  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 09 Juli 2025

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah M.Si



Kampus I  
Jl. Banteng 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 252 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN  
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:\*)

Oleh:

Nama : Nabila Indar Ainur

NIM : 202110040311271

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 09 Juli 2025

Pembimbing I/Promotor

Sugeng Winarno, S. Sos, MA

NIP. 10399110354

(\*) Coret yang tidak perlu



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 252 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sidam No 158 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 531 140 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tuguomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@um.ac.id

# HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : NABILA INDAR AINUR  
NIM : 2021-271

Hasil Plagiasi: <sup>25/7</sup> <sup>29/7</sup>

BAB I	30	14		
BAB II	13			
BAB III	37	16		

<sup>25/7</sup>

BAB IV	12			
BAB V	1			
BAB VI	13			

Malang, 29 Juli 2025  
Admin Plagiasi Prodi,



M. Dasuki

PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



# BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari Kamis, 03 Juli 2025

Pukul 15.30

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

<b>Nama Peneliti</b>	Nabila Indar Ainur
<b>NIM</b>	202110040311271
<b>Konsentrasi Studi</b>	Jurnalistik
<b>Fakultas</b>	Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
<b>Judul Skripsi</b>	TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK (Analisis Isi dalam Konten Self Love pada Akun TikTok @aldila.aap).

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji

1. Dosen Pembimbing : Sugeng Winarno, S. Sos, MA
2. Dosen Penguji : Budi Suprpto, M.Si., Ph.D

Dan sejumlah 14 Mahasiswa dengan daftar hadir terlampir

Penyajian dinyatakan LULUS/~~BUKTI LULUS~~

Malang, 09 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos., MA

Dosen Penguji

Budi Suprpto, M.Si., Ph.D

Mengetahui,  
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos., M.Si



Kampus I

Jl. Bawendang 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 490 435

Kampus II

Jl. Bendulungan Sutarni No 198 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 490 435  
E: webmaster@umm.ac.id

# DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Nur Indah Azura	202110030411	Ilmu Komunikasi
2	Fany Amelia	202110040311	Ilmu Komunikasi
3	Zahda Aulia Efendi	202110040311	Ilmu Komunikasi
4	Bella Aulia	202110040311	Ilmu Komunikasi
5	Athilah Ramadhani	202110040311	Ilmu Komunikasi
6	Beghawan Ajie P	202110040311	Ilmu Komunikasi
7	Rifki Achmad Nur Gandhi Raditya	202110040311	Ilmu Komunikasi
8	Mazaya Maula	202110040311	Ilmu Komunikasi
9	Santara Diaz Syahrani	202110040311	Ilmu Komunikasi
10	Zahrin Qodrina	202110040311390	Ilmu Komunikasi
11	Della Puspita Syahputri	202110040311153	Ilmu Komunikasi
12	Afra Nur Afifah	202210040311329	Ilmu Komunikasi
13	Raflyanto Akbar S	202110040311057	Ilmu Komunikasi
14	Ummi Kulsum	202110040311293	Ilmu Komunikasi

Malang, 09 Juli 2025

Dosen Pembimbing

Sugeng Winarno, S.Sos, MA



Kampus I  
Jl. Bangsung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Beandungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (Hunting)  
F. +62 341 567 060

Kampus III  
Jl. Raya Tigaparas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Nabila Indar Ainur  
 NIM : 202110040311271  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Judul Penelitian : TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEDIA SOSIAL  
 TIKTOK (Analisis Isi dalam Konten Self Love pada Akun TikTok @aldila.aap)

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Tanda Tangan
24/02/2024	Kelas bimbingan pertama seminar proposal	
17/05/2024	ACC judul penelitian TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEDIA SOSIAL TIKTOK (Analisis Isi dalam Konten Self Love pada Akun TikTok @aldila.aap)	
20/06/2024	ACC BAB I, BAB II	
24/06/2024	ACC BAB III	
25/06/2024	Seminar Proposal	
2/11/2024	Bimbingan pertama setelah seminar proposal	
17/06/2025	ACC BAB IV	
18/06/2025	ACC BAB V	
20/06/2024	ACC BAB I - VI dan Abstrak	
03/07/2025	Seminar Hasil	

Malang, 09 Juli 2025

Dosen Pembimbing,

Sugeng Winarno, S.Sos., MA



Kampus I  
 Jl. Babarsari I Malang, Jawa Timur  
 P +62 341 551 252 (Hunting)  
 F +62 341 468 435

Kampus II  
 Jl. Bembungan Sidarejo No 188 Malang, Jawa Timur  
 P +62 341 551 149 (Hunting)  
 F +62 341 587 069

Kampus III  
 Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
 P +62 341 464 318 (Hunting)  
 F +62 341 503 435  
 E. webmaster@umm.ac.id

# ABSTRAK

## ABSTRAK

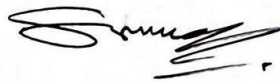
**Nabila Indar Ainur. 202110040311271. Teknik Komunikasi Persuasif dalam Media Sosial TikTok (Analisis Isi dalam Konten Self Love pada Akun TikTok @aldila.aap). Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. 2025.**

Fenomena pemicu konten bertema *self love* di TikTok menggambarkan kebutuhan generasi muda untuk membangun citra diri yang positif dilihat dari tingkat kecemasan atas keraguan masa depan di usia remaja. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana penerapan komunikasi persuasif yang dilakukan oleh akun Tik Tok @aldila.aap pada konten *self love*. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data dokumentasi melalui hasil tangkapan layar pada 14 konten dalam akun TikTok @aldila.aap yang ditentukan berdasarkan kategori tertentu. Analisis ini dilakukan dengan menggunakan konsep teknik komunikasi persuasif milik Onong Uchjana Effendy, yang meliputi teknik asosiasi, teknik integrasi, teknik ganjaran, teknik tataan, dan teknik red herring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa @aldila.aap menerapkan kelima teknik komunikasi persuasif. Teknik asosiasi dan teknik integrasi sering mengaitkan pengalaman pribadi agar terkesan adanya perasaan senasib, lalu teknik ganjaran memberikan penawaran berupa janji, teknik tataan yang sering muncul dalam bentuk dukungan dengan bahasa yang nyaman dan akrab seusia anak muda, sementara teknik red herring cenderung mengalihkan topik utama dengan topik yang dikuasai. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa konten TikTok bertema *self love* pada akun Tik Tok @aldila.aap dalam menerapkan teknik komunikasi persuasif menggunakan kalimat yang disusun dengan matang dan tersusun untuk memperkuat dan meyakinkan audiens pada pesan yang disampaikan agar membangun emosional antara persuader dengan audiens sehingga pesan yang disampaikan bisa diterima dengan baik. Hal ini menunjukkan keberhasilan @aldila.aap sebagai konten kreator dalam penyampaian edukasi terkait *self love* yang ditujukan untuk anak remaja yang mengalami kecemasan dalam penerimaan diri melalui konten akun TikTok.

**Kata Kunci : Teknik Komunikasi Persuasif, Konten Kreator, TikTok, Self Love**

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Sugeng Winarno, S. Sos., MA

Malang, 18 Juni 2025



Nabila Indar Ainur

## KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmanirrohim.

Puji dan Syukur saya panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat dan karunia-Nya, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi saya yang berjudul **Teknik Komunikasi Persuasif dalam Media Sosial TikTok (Analisis Isi dalam Konten *Self Love* pada Akun TikTok @aldila.aap)** sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada program studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, saya ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

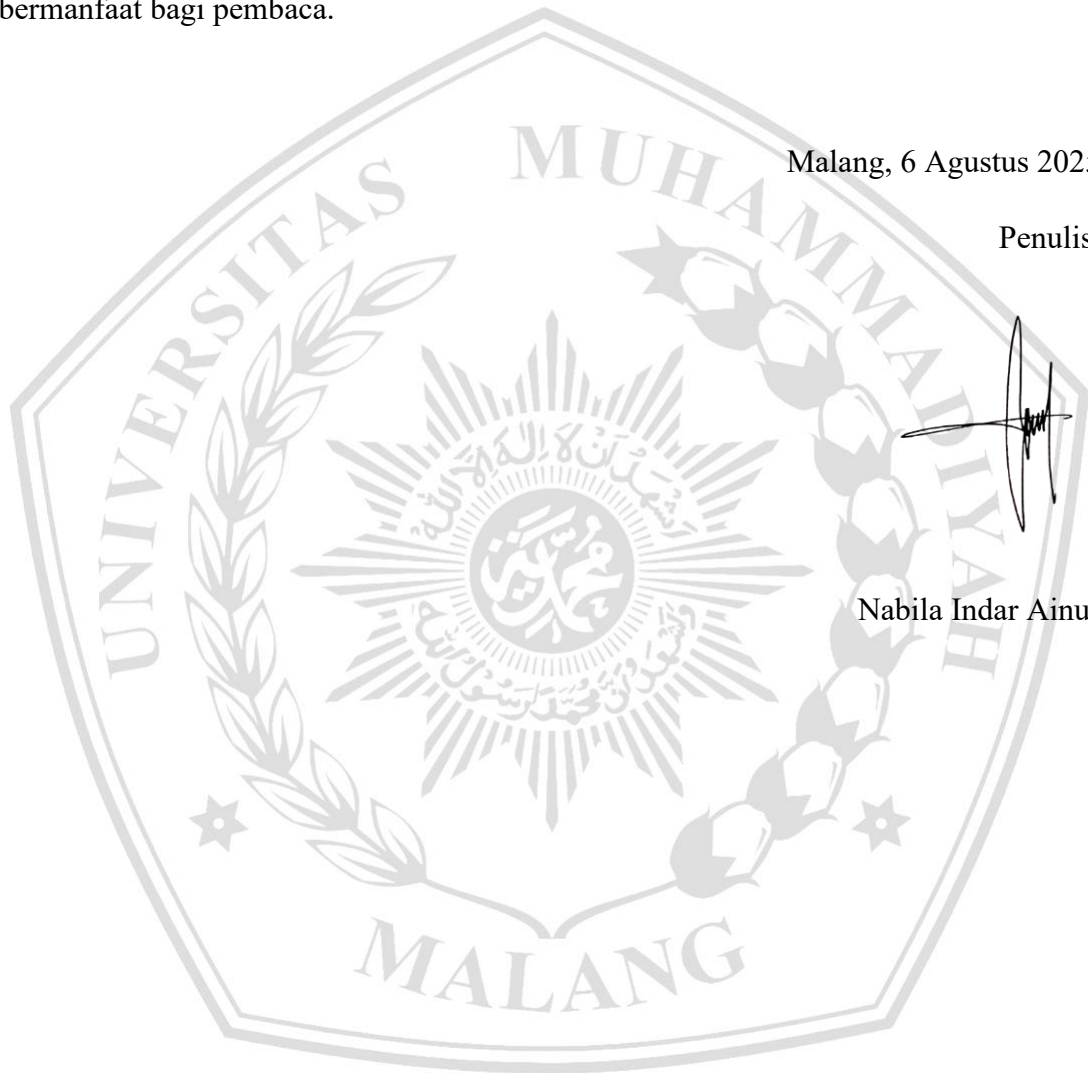
1. Allah SWT atas semua rahmat dan hidayah-Nya yang telah dilimpahkan kepada penulis, karena pertolongan-Nya penulis diberi kekuatan dan kelancaran menyelesaikan skripsi ini sampai akhir. Tanpa ridha-Nya, segala urusan dan kerja keras ini tidak akan mencapai hasil yang diharapkan.
2. Keluarga tercinta, Bapak Ainur Rofik dan Ibu Titik Khotimah selaku orang tua yang telah mendukung secara materi dan moril, tak lupa juga Almarhumah Ibu Astuti Listiana yang memberikan doa menembus langit, serta kakak saya Adelia Fajrina Ainur yang turut memberikan semangat dan doa yang tidak pernah putus untuk membantu saya menyelesaikan studi dan penelitian ini.
3. Kepada diri sendiri, Nabila Indar Ainur yang telah berhasil menyelesaikan seluruh tanggung jawab dan amanah yang diberikan oleh orang tua. Terima kasih telah bertahan dengan tekanan dan permasalahan yang sering menjadi hambatan selama perkuliahan.
4. Bapak Nasrullah, S.Sos. M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
5. Bapak Sugeng Winarno, S.Sos, MA. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia memberikan dukungan, arahan, dan motivasi yang positif sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi saya dengan baik.

6. Seluruh dosen Ilmu Komunikasi yang telah memberikan ilmu dan wawasan yang bermanfaat selama masa perkuliahan.
7. Teruntuk Choi Beomgyu, Boo Seungkwon, dan Kwon Soonyoung, terima kasih karena telah menjadi wujud kehangatan yang tak pernah gagal menghibur dan menguatkan, menjadi panutan untuk tetap berusaha dan bertanggung jawab atas apa yang dikerjakan. Terima kasih karena tanpa sadar ikut menuntun untuk percaya pada setiap proses yang lewat.
8. SEVENTEEN dan TXT, yang telah menjadi sumber semangat dan motivasi, serta memberikan secarik warna warni dalam kehidupan penulis melalui lagu dan lirik yang menjadi teman dalam setiap langkah penulis, setia menemani di setiap waktu yang berjalan. Di tengah lelah dan putus asa, terselip karya-karya penuh makna yang menjadi alasan penulis untuk bertahan menjalani kehidupan sebagai manusia biasa.
9. Kepada teman-teman Jeruk dan Flourish, Fany Amelia, Nur Indah Azura, Triasta Rizky, Santara Diaz, Firda Nita Nindi Sabrina, Zahda Aulia, Dea Putri, dan Mutia Azizah. Terima kasih sudah menjadi teman sekaligus keluarga dan menjadi bagian dari perjalanan penulis dengan memberikan semangat dan solidaritas selama masa perkuliahan.
10. Kepada teman MOA dan CARAT yang tersayang, Cindy Berliana, Vivian Isna, Rifda Fitri, Putri Debby, Zevania, Isyana, Nabila Sepya, Nabila Dianty, dan seluruh anggota MICINOM yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas kesabaran, cinta, pengertian yang selalu diberikan kepada penulis.
11. Teman seperjuangan yang menemani masa perjalanan kuliah penulis, Bella Aulia dan Zahrin Qodrina. Terima kasih telah memberikan banyak support dan menemani penulis dalam susah maupun senang.
12. Semua pihak yang tidak dapat saya sebutkan satu per satu, yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu serta memberikan motivasi dalam penyusunan skripsi ini.

Sebagai penutup, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan sebagai bahan evaluasi di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang media sosial dan kesehatan mental. Semoga karya ini dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan dan bermanfaat bagi pembaca.

Malang, 6 Agustus 2025

Penulis,



Nabila Indar Ainur

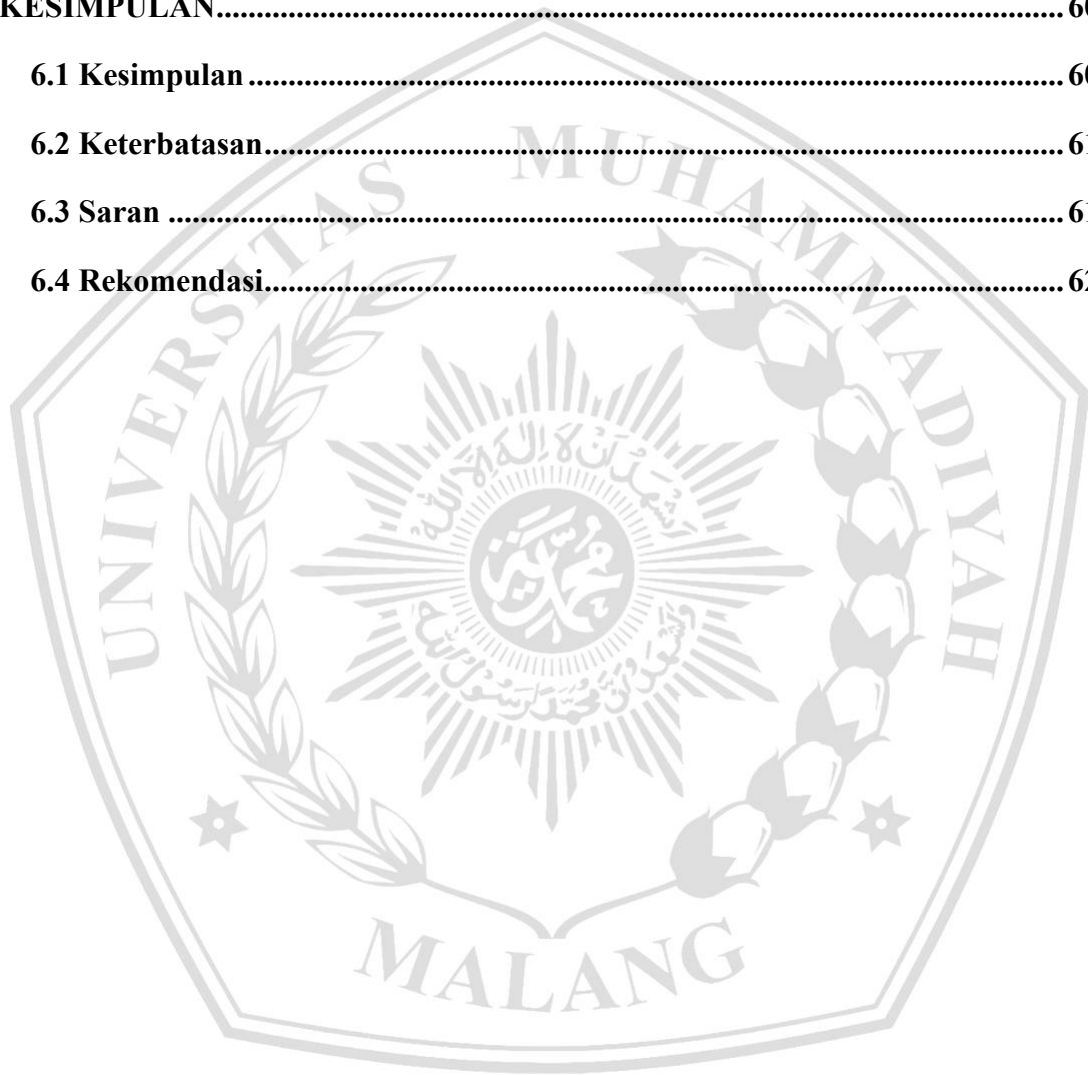
## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....	iv
SURAT PERNYATAAN KARYA ASLI .....	v
SURAT KETERANGAN SIAP UJI.....	vi
SURAT KETERANGAN .....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI .....	viii
HASIL CEK PLAGIASI .....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL .....	xi
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xii
ABSTRAK .....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xxi
DAFTAR TABEL .....	xxi
BAB I.....	xxi
PEDAHULUAN .....	1
1.1    Latar Belakang.....	1
1.2    Rumusan Masalah.....	5
1.3    Tujuan Penelitian .....	5

1.4	Manfaat Penelitian .....	5
a.	Praktis .....	5
b.	Akademis.....	5
<b>BAB II</b>	.....	<b>6</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b>	.....	<b>6</b>
2.1	Komunikasi.....	6
2.1.1	Unsur - Unsur Komunikasi .....	6
2.2	Media Sosial.....	7
2.2.1.	Karakteristik Media Sosial .....	8
2.3	TikTok sebagai Media Komunikasi .....	9
2.3.1	Komunikasi dalam TikTok .....	10
2.3.2	Fitur – fitur TikTok .....	10
2.4	Teknik - Teknik Komunikasi .....	12
2.4.1	Komunikasi Persuasif .....	13
2.4.2	Teknik Komunikasi Persuasif.....	13
2.5	Komunikasi Aristoteles.....	15
2.5.1	Unsur - unsur.....	15
2.6	Analisis Isi.....	16
2.7	Konten Kreator .....	16
2.8	Aldila Annisa .....	17
2.9	Self Love.....	18
2.10	Teori Pesan .....	19
2.11	Fokus Penelitian .....	20
2.14	Penelitian Terdahulu .....	21

<b>BAB III.....</b>	<b>23</b>
<b>METODE.....</b>	<b>23</b>
<b>3.1 Pendekatan Penelitian .....</b>	<b>23</b>
<b>3.2 Paradigma Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>3.3. Tipe Dasar Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>3.4 Sumber Data .....</b>	<b>24</b>
a. Primer.....	24
b. Sekunder .....	25
<b>3.5 Ruang Lingkup.....</b>	<b>25</b>
<b>3.6 Waktu dan Tempat.....</b>	<b>25</b>
<b>3.7 Unit Analisis.....</b>	<b>25</b>
<b>3.8 Keabsahan Data .....</b>	<b>26</b>
<b>3.9 Metode Pengumpulan data .....</b>	<b>26</b>
<b>3.10 Kategorisasi .....</b>	<b>27</b>
<b>3.11 Instrument .....</b>	<b>29</b>
<b>3.12 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>29</b>
<b>BAB IV .....</b>	<b>31</b>
<b>GAMBARAN UMUM .....</b>	<b>31</b>
<b>4.1. Profile Aldila Anissa .....</b>	<b>31</b>
<b>4.2. Profile Akun TikTok @aldila.aap .....</b>	<b>32</b>
<b>4.2.1. Karakteristik Konten.....</b>	<b>33</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>34</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
<b>5.1 Sajian Data.....</b>	<b>34</b>

5.2 Pembahasan.....	51
5.2.1 Teknik Komunikasi Persuasif.....	51
5.2.2 Komunikasi Pesan.....	55
<b>BAB VI.....</b>	<b>60</b>
<b>KESIMPULAN.....</b>	<b>60</b>
6.1 Kesimpulan .....	60
6.2 Keterbatasan.....	61
6.3 Saran .....	61
6.4 Rekomendasi.....	62



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Kesehatan Mental di Indonesia.....	2
Gambar 2 Data Pengguna Media Sosial 2025.....	3
Gambar 3 Aldila Annisa.....	31
Gambar 4 Akun TikTok @aldila.aap.....	32
Gambar 5 Video nomor 6 TikTok @aldila.aap .....	35
Gambar 6 Video nomor 2 TikTok @aldila.aap .....	37
Gambar 7 Video nomor 3 TikTok @aldila.aap .....	38
Gambar 8 Video nomor 4 TikTok @aldila.aap .....	39
Gambar 9 Video nomor 5 TikTok @aldila.aap .....	40
Gambar 10 Video nomor 7 TikTok @aldila.aap .....	42
Gambar 11 Video nomor 12 TikTok @aldila.aap .....	43
Gambar 12 Video nomor 1 TikTok @aldila.aap .....	44
Gambar 13 Video nomor 9 TikTok @aldila.aap .....	45
Gambar 14 Video nomor 11 TikTok @aldila.aap .....	46
Gambar 15 Video nomor 13 TikTok @aldila.aap .....	48
Gambar 16 Video nomor 8 TikTok @aldila.aap .....	49
Gambar 17 Video nomor 10 TikTok @aldila.aap .....	50

## DAFTAR TABEL

Tabel 1 Lembar Kategori Coding .....	29
Tabel 2 Contoh Tabel Instrumen Pengumpulan Data.....	29
Tabel 3 Struktur Ringkas Kategori Hasil Penelitian.....	35
Tabel 4 Jumlah Konten yang Menggunakan Teknik Komunikasi Persuasif.....	55

## DAFTAR PUSTAKA

Ainunnisa, Ayu Nur. (2020). Studi Kasus Komunikasi Persuasif Komunitas Difalitera dalam Meningkatkan Literasi Sastra pada Kalangan Difabel Netra. (Skripsi, Sarjana Universitas Sebelas Maret).

<https://digilib.uns.ac.id/dokumen/detail/79688/Komunikasi-Persuasif-dalam-Meningkatkan-Literasi-Sastra-pada-Kalangan-Difabel-Netra-Studi-Kasus-Komunikasi-Persuasif-Komunitas-Difalitera-dalam-Meningkatkan-Literasi-Sastra-pada-Kalangan-Difabel-Netra>.

Alwukfi, M. M. Z. Teknik Komunikasi Persuasif Dalam Konten Pmo (Porn, Masturbate, Orgasm) Pada Akun Tiktok@ Mulaiberhenti. Id (Bachelor's thesis, Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta).

Anggeraja, RA, Supriyanto, A., Suprihatin, B., & Sajidulloh, IF (2022). Manfaat TikTok Sebagai Media Dalam Layanan Bimbingan dan Konseling: Fitur-Fitur TikTok ; Pemanfaatan Media TikTok sebagai Strategi Layanan Bimbingan Konseling. *Konsilia : Jurnal Ilmiah Bimbingan Dan Konseling*, 5 (3), hal. 198. <https://doi.org/10.33369/consilia.3.5.197-206>.

Anissa Khumairoh, Nafisah Charisma, Azzahra Anggun, Annisa Siti Solikhah Satradanie, Aqvina Rahma Diyanti, & Sidney Tsany Chavvah Abenza. (2024). Self Love Pada Remaja SMA. *Jurnal Riset Rumpun Ilmu Sosial, Politik Dan Humaniora*, 3 (1), hal. 215–221. <https://doi.org/10.55606/jurrish.v3i1.2476>.

Aquarisnawati, Puri. (2023). Self Love untuk Menumbuhkan dan Memeilihara Kesehatan Mental. <https://hangtuah.ac.id/self-love-untuk-menumbuhkan-dan-memelihara-kesehatan-mental/>

Ardiansah, I., & Maharani, A. (2021). Optimalisasi Instagram Sebagai Media Marketing: Potret Penggunaan Instagram sebagai Media Pemasaran Online pada Industri UKM. *CV. Cendekia Press*.

Danti, S., Monang, S., & Batubara, A. (2022). Persepsi Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Terhadap Akun @Tirtacipeng pada Aplikasi Tik Tok. *MUKADIMAH: Jurnal Pendidikan, Sejarah, dan Ilmu-ilmu Sosial*, 6 (2), hal. 244-249. doi: <https://doi.org/10.30743/mkd.v6i2.5682>.

Data Pengguna Media Sosial 2025. <https://datareportal.com/social-media-users>.

Data Statistik Kesehatan Mental di Indonesia 2024, <https://dataindonesia.id/varia/detail/hasil-survei-masalah-kesehatan-mental-yang-paling-dikhawatirkan-masyarakat-indonesia-pada-2024>.

Eriyanto. (2011). Analisis Isi Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya.

Fanny Aulia. (2014). 7. BAB II 2018268KOM. [https://repository.uin-suska.ac.id/15938/7/7.%20BAB%20II\\_2018268KOM.pdf](https://repository.uin-suska.ac.id/15938/7/7.%20BAB%20II_2018268KOM.pdf).

Febiansah, D. J., Syueb, S., Sufa, S. A., & Ratnasari, E. (2020). Studi Kasus Personal Branding Konten Kreator Pada Akun Twitter@ Brojabrooo. *WACANA: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(1), hal. 92-108.

Fitriani, Ainni (2024) TEKNIK KOMUNIKASI PERSUASIF PADA KONTEN TIKTOK (Analisis Isi dalam Konten Self Development Pada Akun @sundarindah). Skripsi, Sarjana Universitas Muhammadiyah Malang.

Hariyanto, Didik. (2021). Pengantar Ilmu Komunikasi. *UMSIDA PRESS*. <https://press.umsida.ac.id/index.php/umsidapress/article/view/978-623-6081-32-7>

Henschke, E., & Sedlmeier, P. (2021). What is self-love? Redefinition of a Psychologist, *Advance online publication*, 51(3). <http://dx.doi.org/10.1037/hum0000266>

Hendri, Ezi. (2019). Komunikasi Persuasif.

Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar\_Rancak sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Sarat. *Jurnal Risalah*, 4(2). <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/view/15432>.

Izzulhaq, Muhammad A, B. (2024). Analisis Isi Kualitatif Pengemasan Konten Instagram Folkative sebagai Media Informasi Digital (Periode 13 November – 20 November 2023). Skripsi, Sarjana Universitas Muhammadiyah Malang.

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), hal. 243-247. [https://www.researchgate.net/publication/227413605\\_Social\\_Media\\_Get\\_Serious\\_Understanding\\_the\\_Functional\\_Building\\_Blocks\\_of\\_Social\\_Media](https://www.researchgate.net/publication/227413605_Social_Media_Get_Serious_Understanding_the_Functional_Building_Blocks_of_Social_Media)

Krippendorff, Klaus. (1980). Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi

Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3). <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>

Machmud, Muslimin. (2016). Tuntunan penulisan tugas akhir berdasarkan prinsip dasar penelitian ilmiah.

Maharaj, N., & April, K. A. (2013). The power of self-love in the evolution of leadership and employee engagement, 11(4), hal. 124. [https://www.researchgate.net/publication/287535801\\_The\\_power\\_of\\_self-love\\_in\\_the\\_evolution\\_of\\_leadership\\_and\\_employee\\_engagement](https://www.researchgate.net/publication/287535801_The_power_of_self-love_in_the_evolution_of_leadership_and_employee_engagement)

Mulyana, Deddy. (2010). Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar. *Bandung: Remaja Rosdakarya*

Muslimah, M. S., & Aesthetika, N. M. (2024). Analisis Komunikasi Persuasif pada Konten Self Love di Akun TikTok@ ananzaprili. *Interaction Communication Studies Journal*, 1(2), hal. 71-81.

Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., & Syarief, D. M. (2020). Peradaban Media Sosial di Era Industri 4.0. *Malang: PT. Citra Intrans Selaras*.

Narto, S., & Rizky, R. I. (2023). Tiktok Menjadi Trend 2022 di platform sosial media. *Journal of Social and Political Science/JUSTICE*, 3(1), hal. 101-114. <https://jfisip.uniss.ac.id/index.php/journals/article/download/35/28>.

Nasrullah, R. (2015). Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi. *Jakarta: Simbiosis Rekatama Media. Prenamedia Group. Rosdakarya*, hal. 11.

Nurudin. (2012). Media sosial baru dan munculnya revolusi proses komunikasi. *Buku Litera*

Pahleviannur, M. R. et al. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif (F. Sukmati, Ed.; Cetakan Pertama). *Pradina Pustaka*.

Putri, N.A. and Sanjaya, M. (2024) 'Pesan Komunikasi Produksi Program Berita Di TVMu', *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), hal. 69–77.

Putriani, W., Endang, A., Narti, S., Bengkulu, U. D., Bengkulu, U. D., & Embul, J. (2023). Tiktok Sebagai Media Kreasi Oleh Konten Kreator Dalam Mempromosikan Produk. *Jurnal STIA Bengkulu: Committee to Administration for Education Qualit*, 2(2), hal. 99-114. <https://jurnal.stiabengkulu.ac.id/index.php/jsb/article/download/106/142/745>

Pohan, D.D. and Fitria, U.S. (2021) 'Jenis Jenis Komunikasi', *Cybernetics: Journal Educational Research and Social Studies*, hal. 29–37.

Riyanto, Muhammad Akbar. (2019). Analisa Teori Persuasif Robert Cialdini dalam Preferensi Lembaga Kemanusiaan terhadap Perbankan Syariah. Skripsi Sarjana Institut Perguruan Tinggi Ilmu Qur'an Jakarta. <https://repository.ptiq.ac.id/id/eprint/294/1/Muhammad%20Akbar%20Riyanto%202015.pdf>

Salsabila, M. (2021). Analisis Semiotika Personal Branding Bang Ogut Sebagai Konten Kreator Melalui Youtube (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).

Sobur, A. (2014) Ensiklopedia Komunikasi P-Z. *Bandung: Simbiosis Rekatama Media*.

Syamsuddin, M. (2014). Ruang Lingkup Retorika. *Universitas Terbuka, Jakarta*, 1-39. <https://www.academia.edu/download/57930089/PBIN4220-M1.pdf>

Yahdi, Thanisa Firda. (2024). Media Sosial TikTok sebagai Media Penyajian Konten Edukasi (Analisis Isi pada Akun TikTok @micol\_26). Skripsi, Sarjana Universitas Muhammadiyah Malang.

Yuliasari, H. (2020). Pelatihan Konselor Sebaya Untuk Meningkatkan Self Awareness Terhadap Perilaku Beresiko Remaja. *Jurnal Psikologi Insight*, 4 (1), hal. 63-72. <https://ejournal.upi.edu/index.php/insight/article/view/24638/11890>

Zahara, R., Rahmayanti, A., & Roihanah, A. N. (2024). ETHOS, LOGOS, PATHOS DALAM PIDATO ANIES BASWEDAN PADA PROGRAM DESAK ANIES EDISI" WARGA MATARAM MENDESAK ANIES BASWEDAN". *Jurnal Bastra (Bahasa dan Sastra)*, 9(4), hal. 837-848. <https://bastra.uho.ac.id/index.php/journal/article/download/536/619/2381>.