

**ANALISIS ISI KOMUNIKASI PERSUASIF KONTEN TIKTOK
@BELLACLR_ DALAM REVIEW PRODUK FASHION UNIQLO**

SKRIPSI



Oleh :

DEWI PRATIWI WAHYU RAMADHANI

22043010085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN"

JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

ANALISIS ISI KOMUNIKASI PERSUASIF KONTEN TIKTOK @BELLACLRS_
DALAM REVIEW PRODUK FASHION UNIQLO

SKRIPSI



Oleh :

DEWI PRATIWI WAHYU RAMADHANI

22043010085

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL "VETERAN" JAWA TIMUR

SURABAYA

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS ISI KOMUNIKASI PERSUASIF KONTEN TIKTOK @BELLACLRS_
DALAM REVIEW PRODUK FASHION UNIQLO**

Disusun oleh:

Dewi Pratiwi Wahyu Ramadhani

NPM. 22043010085

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING

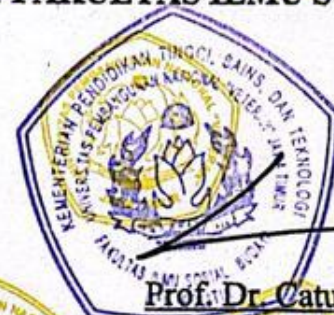


Dra. Diana Amalia, M.Si

NIP. 196309071991032001

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK



Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si

NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**ANALISIS ISI KOMUNIKASI PERSUASIF KONTEN TIKTOK @BELLACLRS_ DALAM
REVIEW PRODUK FASHION UNIQLO**

oleh:

Dewi Pratiwi Wahyu Ramadhani
NPM. 22043010085

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji
Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan
Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa
Timur pada tanggal 20 Mei 2026**

REMBIMBING

Dra. Diana Amalia, M.Si.
NIP. 196309071991032001

TIM PENGUJI,

1. KETUA

Dra. Diana Amalia, M.Si.
NIP. 196309071991032001

2. SEKRETARIS

Sigit Andrianto, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 199402052024061001

3. ANGGOTA

Heidy Arviani, S.Sos, M.A
NIP. 198511072018032001

**Mengetahui,
DEKAN FISIBPOL**

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si.
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Dewi Pratiwi Wahyu Ramadhani
NPM : 22043010085
Angkatan : 2022
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 10 Juni 2026



Dewi Pratiwi Wahyu Ramadhani

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT, atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan proposal skripsi ini sebagai salah satu persyaratan akademik dalam menyelesaikan studi pada Program Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial, Budaya dan Politik UPN “Veteran” Jawa Timur. Penulis juga menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan selama proses penyusunan proposal skripsi ini, kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik.
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi. Terima kasih, atas segala dedikasi dan kebijakan yang telah Ibu berikan, sehingga tercipta lingkungan akademik yang suportif bagi penulis untuk tumbuh dan berkembang. Dukungan serta arahan Ibu menjadi penompang yang memudahkan langkah penulis dalam menempuh setiap tahapan studi hingga sampai pada penyusunan skripsi ini.
3. Ibu Dra. Diana Amalia, M.Si, selaku Dosen Pembimbing, yang telah menjadi sosok yang luar biasa dalam mendampingi perjalanan penulisan skripsi penulis. Terima kasih, Ibu Diana, atas kesabaran dan bimbingannya sejak awal menyusun proposal skripsi hingga menyelesaikan skripsi hingga akhir. Ilmu, motivasi, serta informasi yang Ibu berikan sangat membantu penulis dalam melewati setiap tahapan akademik.
4. Ibu Heidy Arviani, S.Sos, M.A, selaku Dosen Wali yang telah membimbing dan mendampingi penulis sejak awal perkuliahan.

5. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik UPN "Veteran" Jawa Timur atas ilmu, bimbingan, serta pengalaman akademik yang telah diberikan kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Kedua orang tua tercinta yang senantiasa memberikan doa, semangat, dan dukungan tanpa henti. Setiap usaha, pengorbanan, serta kasih sayang yang telah diberikan menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk support yang diberikan kepada penulis dari awal mengerjakan skripsi hingga akhir.
7. Kepada kakak penulis Muhammad Jullyo Bagus dan Alifian Soni Romadhon yang menjadi motivasi penulis menyelesaikan skripsi.
Terimakasih untuk selalu memberi semangat kepada penulis dari awal.
8. Kepada seseorang yang tidak kalah penting kehadirannya, Jefri Widiyanto. Terima kasih telah menjadi bagian dalam proses perjalanan penulis menyusun skripsi. Berkontribusi baik tenaga, ilmu, waktu, materi, selalu menemani, mendukung, serta menghibur penulis dalam kesedihan, mendengarkan keluh kesah dan meyakinkan penulis untuk pantang menyerah hingga penyusunan skripsi ini terselesaikan.
9. Kepada Ainun Azizah, Devita Alysha yang telah menemani penulis dari awal perkuliahan hingga saat ini. Terimakasih untuk mau selalu belajar bersama, saling support, saling membantu dan selalu menjadi teman bercerita serta saling mendengarkan keluh kesah.
10. Kepada Maida Rivanita yang telah memberikan penulis semangat untuk tetap menjalani dan mengerjakan di tengah lika liku mengerjakan skripsi.

Terimakasih telah menemani penulis, support dan selalu mendengarkan keluh kesah penulis dari SMP hingga saat ini.

11. Kepada semua sahabat-sahabat tersayang “Idaman” Talitha, Ais, Nae, Viyol, dan almarhumah Echa. Terimakasih selalu setia dan support penulis dari SMA.

12. Kepada sahabat masa kecil “Strawberry Kids” Vita, Della, Moza, Lintang. Terimakasih telah menjadi support penulis.

13. Kepada sahabat-sahabat SMA “Tonggo” Billy, Bellsyu, Alya, Nashwa. Terimakasih telah memberi motivasi dan semangat penulis.

14. Kepada sahabat-sahabat selama masa perkuliahan “Ciwi-ciwi” Clara, Desy. Terimakasih telah memberikan support penulis

15. Kepada teman-teman BPH Radio “ORION” terimakasih telah memberi support untuk penulis.

16. Kepada teman-teman KKN kelompok 77 yang saling support untuk penulis.

17. Serta teman-teman se bimbingan Laras, Firo, Vina dan semua yang tidak bisa disebutkan satu-persatu. Terimakasih telah kebersamai penulis, saling bertukar pendapat, saling support, saling membantu selama masa skripsian.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa proposal skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Penulis berharap, semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur, dan pihak-pihak lainnya

Surabaya, 10 Juni 2026

Dewi Pratiwi Wahyu Ramadhani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi komunikasi persuasif dalam konten TikTok @bellaclrs_ pada review produk fashion Uniqlo. Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan pendekatan analisis isi. Teori utama yang digunakan adalah Teori Komunikasi Persuasif Carl I. Hovland dengan fokus pada unsur komunikator dan pesan, serta didukung *Source Credibility Theory* yang meliputi *expertise*, *trustworthiness*, dan *attractiveness*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dibangun melalui gaya bahasa santai, penggunaan pengalaman personal, visual yang estetik, serta storytelling yang menarik. Dimensi *expertise* terlihat melalui kemampuan menjelaskan produk dan *styling outfit*, *trustworthiness* melalui penyampaian yang natural dan autentik, sedangkan *attractiveness* terlihat dari gaya visual, ekspresi, dan konsep konten yang *relatable*. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dalam konten TikTok mampu menarik perhatian dan membangun ketertarikan audiens terhadap produk fashion Uniqlo.

Kata kunci: Komunikasi persuasif, TikTok, *Influencer fashion*, Uniqlo, Analisis isi.

ABSTRACT

This study aims to analyze persuasive communication content in TikTok videos of @bellaclrs_ reviewing Uniqlo fashion products. The research uses a qualitative descriptive method with a content analysis approach. The main theory applied is Carl I. Hovland's Persuasive Communication Theory, focusing on communicator and message elements, supported by Source Credibility Theory consisting of expertise, trustworthiness, and attractiveness. The findings show that persuasive communication is built through casual language, personal experience, aesthetic visuals, and engaging storytelling. The expertise dimension is reflected in the ability to explain products and outfit styling, trustworthiness is shown through natural and authentic delivery, while attractiveness appears in visual style, expressions, and relatable content concepts. This study indicates that persuasive communication in TikTok content can attract audience attention and increase interest in Uniqlo fashion products.

Keywords: *Persuasive communication, TikTok, Fashion influencer, Uniqlo, Content analysis.*

DAFTAR ISI

| | |
|---------------------------------------|------------|
| LEMBAR PERSETUJUAN | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN | iii |
| PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| ABSTRAK | ix |
| <i>ABSTRACT</i> | x |
| DAFTAR ISI | xi |
| DAFTAR GAMBAR | xiv |
| DAFTAR TABEL | xv |
| BAB I | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah | 8 |
| 1.3 Tujuan Penelitian | 8 |
| 1.4 Manfaat Penelitian | 8 |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis..... | 8 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis | 9 |
| BAB II | 10 |
| TINJAUAN PUSTAKA | 10 |
| 2.1 Penelitian Terdahulu | 10 |
| 2.2 Landasan Teori | 21 |
| 2.2.1 Media Sosial Tiktok | 21 |
| 2.2.2 Influencer | 25 |
| 2.2.3 Konten Review Produk | 26 |
| 2.2.4 Analisis Isi | 27 |
| 2.2.5 Komunikasi Persuasif | 29 |

| | |
|---|-----------|
| 2.2.6 Kredibilitas Sumber (<i>Sorce Credibility</i>) | 33 |
| 2.3 Kerangka Berpikir | 35 |
| BAB III | 38 |
| METODE PENELITIAN | 38 |
| 3.1 Pendekatan Penelitian | 38 |
| 3.2 Definisi Konseptual | 39 |
| 3.2.1 Komunikasi Persuasif | 39 |
| 3.2.2 Analisis Isi | 41 |
| 3.2.3 Media Sosial | 42 |
| 3.2.4 Tiktok Sebagai Media Dalam Review Produk | 43 |
| 3.2.5 <i>Influencer fashion</i> | 44 |
| 3.3 Korpus Penelitian | 45 |
| 3.4 Objek Penelitian | 52 |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data | 52 |
| 3.6 Analisis Data | 53 |
| BAB IV | 56 |
| HASIL DAN PEMBAHASAN | 56 |
| 4.1 Gambaran Umum Akun Tiktok @bellaclrs_ | 56 |
| 4.2 Analisis dan Penyajian Data | 58 |
| 4.2.1 Analisis Komunikasi Persuasif pada Konten TikTok @Bellaclrs | 58 |
| 4.2.2 Analisis Kredibilitas @Bellaclrs_ sebagai <i>Fashion Influencer</i> | 62 |
| 4.2.3 Efek Pesan Persuasif Terhadap Komentar Audiens | 70 |
| 4.3 Pembahasan | 74 |
| 4.3.1 Komunikasi Persuasif | 74 |
| 4.3.2 Kredibilitas | 79 |
| 4.3.2.1 <i>Expertise</i> | 79 |
| 4.3.2.2 <i>Trustworthiness</i> | 83 |
| 4.3.2.3 <i>Attractiveness</i> | 87 |

| | |
|-----------------------------------|-----------|
| BAB V | 93 |
| KESIMPULAN DAN SARAN | 93 |
| 5.1 Kesimpulan | 93 |
| 5.2 Saran | 95 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 97 |
| RIWAYAT HIDUP | 97 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir..... | 37 |
| Gambar 4. 1 Branda Akun TikTok @bellaclrs_..... | 55 |
| Gambar 4. 2 Kumpulan Video TikTok @bellaclrs_ | 56 |
| Gambar 4. 3 Komentar Tanggapan | 73 |
| Gambar 4. 4 Komentar Review Followers | 74 |
| Gambar 4. 5 Komentar Suka Followers..... | 75 |
| Gambar 4. 6 Komentar Interaksi Followers..... | 75 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu | 16 |
| Tabel 3. 1 Korpus Penelitian | 46 |
| Tabel 4. 1 Analisis Komunikasi Persuasif | 60 |
| Tabel 4. 2 Analisis Kredibilitas | 64 |