

**KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM AKUN
MEDIA SOSIAL TIKTOK @JAIIBRUH (STUDI
ANALISIS ISI KUALITATIF PADA SEGMENT
“TUTORIAL UMUR PANJANG”)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Islam Negeri Sunan
Ampel Surabaya, guna Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh

Rizka Mutiara Ramadhani
04020521082



**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
SURABAYA**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rizka Mutiara Ramadhani
NIM : 04020521082
Prodi : Ilmu Komunikasi

menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul *KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK @JAIIBRUH (Studi Analisis Isi Kualitatif pada Segmen “Tutorial Umur Panjang”)* adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda rujukan dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya terima dari skripsi tersebut.

Surabaya, 1 Juni 2025

Yang membuat pernyataan,



Rizka Mutiara Ramadhani
04020521082

LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING

Nama : Rizka Mutiara Ramadhani
NIM : 04020521082
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Komunikasi Persuasif dalam Akun Media Sosial TikTok @jaiiibruh (Studi Analisis Isi Kualitatif pada Segmen "Tutorial Umur Panjang")

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 16 Mei 2025
Menyetujui Pembimbing,



Dr. Afifatur Rohimah,
M.I.Kom
NIP 199404102020122026

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM AKUN MEDIA SOSIAL TIKTOK
@JAIIBRUH
(Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Segmen “Tutorial Umur Panjang”)

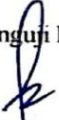
SKRIPSI

Disusun Oleh
Rizka Mutiara Ramadhani
04020521082

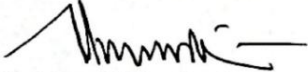
telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
pada tanggal 27 Mei 2025

Tim Penguji

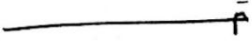
Penguji I


Dr. Afifatur Rohimah, M.I.Kom
NIP 199404102020122026

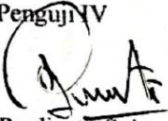
Penguji II


Prof. Dr. Ali Nurdin, S.Ag, M.Si
NIP 197106021998031001

Penguji III


Abu Amar Bustomi, M.Si
NIP 197102042005011004

Penguji IV


Pardianto S.Ag., M.Si
NIP 197306222009011004



iii

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Rizka Mutiara Ramadhani
NIM : 04020521082
Fakultas/Jurusan : Dakwah dan Komunikasi/Ilmiah Komunikasi
E-mail address : rizka.mrl@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)
yang berjudul :

Komunikasi Persuasif dalam Akun Media Sosial TikTok @jailiibruh (Studi Analisis
Isi Kualitatif pada Segmen "tutorial umur panjang")

berserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 24 Agustus 2025

Penulis



(Rizka Mutiara Ramadhani)
nama terang dan tanda tangan

ABSTRAK

(Bahasa Indonesia)

Rizka Mutiara Ramadhani, NIM 04020521082, 2025. Komunikasi Persuasif dalam Akun Media Sosial Tiktok @Jaiiibruh (Studi Analisis Isi Kualitatif pada Segmen Tutorial Umur Panjang”).

Perkembangan teknologi digital yang sangat pesat saat ini membuat perubahan dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk meningkatnya jumlah pengguna media sosial. TikTok merupakan salah satu platform hiburan dengan jumlah pengguna paling banyak kedua di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui teknik komunikasi persuasif dan keberhasilan konten yang digunakan dalam konten dengan segmen “Tutorial Umur Panjang” pada akun TikTok @jaiiibruh. Penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial TikTok pada akun @jaiiibruh dalam segmen “Tutorial Umur Panjang” memiliki unsur-unsur komunikator, isi pesan, karakteristik audiens, dan respon audiens yang digunakan sebagai teknik komunikasi persuasif. Sedangkan keberhasilan konten dihasilkan melalui pemilihan kata, narasi sehari-hari, dan kondisi emosional audiens untuk memperkuat daya tarik konten, serta membangun hubungan emosional dengan pengikutnya, terutama dalam membentuk persepsi positif terhadap hubungan yang sehat dan bahagia.

Kata kunci: Komunikasi Persuasif, TikTok, Analisis Isi Kualitatif

ABSTRACT

(bahasa Inggris)

Rizka Mutiara Ramadhani, NIM 04020521082, 2025. Persuasive Communication in the TikTok @jaiiibruh Social Media Account (Qualitative Content Analysis Study on the “Tutorial Umur Panjang” Segment). Thesis Communication Studies Program, Faculty of Da'wah and Communication, UIN Sunan Ampel Surabaya.

The fast development of digital technology has made changes in various aspects of life, including the growing number of social media users. TikTok is one of the entertainment platforms with the second most users in Indonesia. This study aims to determine the persuasive communication techniques and the success of the content used in the content with the segment “Longevity Tutorial” on the TikTok account @jaiiibruh. This research uses qualitative content analysis method.

The results showed that TikTok social media on the @jaiiibruh account in the “Longevity Tutorial” segment had elements of communicators, message content, audience characteristics, and audience responses that were used as persuasive communication techniques. While the success of the content is generated through the selection of words, everyday narratives, and the emotional state of the audience to strengthen the attractiveness of the content, as well as building emotional relationships with followers, especially in forming positive perceptions of healthy and happy relationships.

Keywords: *Persuasive Communication, TikTok, Qualitative Content Analysis*

الملخص (bahasa arab)

ريزكا مونيوارا رمضان، 04020521082، 2025. التواصل الإقناعي في حساب تيك
على وسائل التواصل الاجتماعي (دراسة تحليل المحتوى النوعي على @jaiiiibruh توك
مقطع "دروس طول العمر"). "برنامج دراسات الاتصال، كلية الدعوة والاتصال، جامعة أم
القرى سونان أميل سورابايا.

يُحدث التطور السريع للتكنولوجيا الرقمية حاليًا تغييرات في مختلف جوانب الحياة، بما
في ذلك تزايد عدد مستخدمي وسائل التواصل الاجتماعي. وتُعد منصة تيك توك إحدى
المنصات الترفيهية التي تحظى بثاني أكبر عدد من المستخدمين في إندونيسيا. تهدف هذه
الدراسة إلى تحديد تقنيات التواصل الإقناعي ونجاح المحتوى المستخدم في المحتوى مع
على تيك توك. يستخدم @jaiiiibruh مقطع "دروس طول العمر" على حساب تيك توك
هذا البحث أسلوب تحليل المحتوى النوعي.

@jaiiiibruh أظهرت النتائج أن وسائل التواصل الاجتماعي على تيك توك على حساب
في مقطع "دروس طول العمر" تحتوي على عناصر التواصل ومحتوى الرسالة وخصائص
الجمهور واستجابات الجمهور المستخدمة كتقنيات تواصل مقنعة. في حين أن نجاح المحتوى
يتولد من خلال اختيار الكلمات والسرديات اليومية والحالة العاطفية للجمهور لتعزيز جاذبية
المحتوى، بالإضافة إلى بناء علاقات عاطفية مع المتابعين، خاصة في تشكيل تصورات
إيجابية عن العلاقات الصحية والسعيدة.

الكلمات المفتاحية: التواصل الإقناعي، تيك توك، تحليل المحتوى النوعي

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR ISI

SAMPUL DALAM.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI.....	ii
ABSTRAK	vii
ABSTRACT.....	viii
المخلص (bahasa arab)	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR TRANSLITERASI	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Penelitian.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian	6
1. Manfaat teoretis.....	6
2. Manfaat praktis	6
E. Definisi Konsep.....	7
1. Komunikasi Persuasif	7
2. Analisis Isi.....	10
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II KAJIAN TEORETIS.....	12
A. Komunikasi Persuasif	12
1. Komunikasi Persuasif menurut Carl Hovland	12
2. Konten Media Sosial Tiktok sebagai Pesan Persuasif	13
3. Analisis Isi Konten Pesan Persuasif.....	15
B. Kajian Perspektif Dakwah Islam.....	16

C. Penelitian Terdahulu	18
BAB III METODE PENELITIAN	25
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian	25
B. Subjek dan Objek Penelitian	26
C. Jenis dan Sumber Data	26
D. Teknik Pengumpulan Data.....	27
E. Teknik Analisis Data.....	27
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN....	29
A. Gambaran Umum Subyek Penelitian.....	29
1. Profil Pemilik Akun TikTok @jaiiibruh.....	29
B. Penyajian data	33
1. Analisis Isi Konten Akun TikTok @jaiiibruh.....	34
C. Analisis Data	60
1. Perspektif Teori.....	60
2. Perspektif Islam.....	66
BAB V PENUTUP.....	68
A. Simpulan	68
B. Rekomendasi	68
C. Keterbatasan Penelitian.....	69
DAFTAR PUSTAKA.....	70
BIOGRAFI PENULIS	76

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 analisis isi konten tutorial umur panjang edisi supriesin istri sakit	39
Tabel 4. 2 analisis isi konten tutorial umur panjang edisi supriesin istri sakit (part 2).....	46
Tabel 4. 3 analisis isi konten tutorial umur panjang edisi kedinginan di London	51
Tabel 4. 4 analisis isi konten tutorial umur panjang edisi beli jellycat London	54
Tabel 4. 5 thumbnail konten tutorial umur panjang banget edisi nonton Madrid, diakses 20 Maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7451576552132709638?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	56
Tabel 4. 6 analisis isi konten tutorial umur panjang banget edisi nonton Madrid.....	58

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Giovano Dhivaldi Susanto, diakses 3 Maret 2025, https://www.instagram.com/p/C-czUbUSALX/?utm_source=ig_web_copy_link&igsh=MzRIODBiNWF1ZA==	29
Gambar 4. 2 profil akun TikTok @jaiiibruch, diakses 3 Maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruch?is_from_webapp=1&sender_device=pc	30
Gambar 4.3 thumbnail konten tutorial umur panjang edisi surprisein istri sakit, diakses 07 Maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruch/video/7457878139302104326?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	34
Gambar 4. 4 contoh tambahan teks dan elemen efek pada konten tutorial umur panjang edisi surprisein istri sakit,diakses 07 maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruch/video/7457878139302104326?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	35
Gambar 4. 5 contoh tambahan teks humor lainnya dalam konten tutorial umur panjang edisi supriesin istri sakit, diakses 07 maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruch/video/7457878139302104326?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	36
Gambar 4. 6 contoh elemen teks humor tambahan pada konten tutorial umur panjang edisi supriesin istri sakit, diakses 08 maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruch/video/7457878139302104326?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	36
Gambar 4. 7 thumbnail konten tutorial umur panjang edisi surprisein istri sakit (part 2), diakses 11 Maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruch/video/7458251909363764486?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	42
Gambar 4. 8 contoh elemen efek tambahan yang sesuai dengan ekspresi Shasa, diakses 11 Maret 2025,	

https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7458251909363764486?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	44
Gambar 4. 9 thumbnail konten tutorial umur panjang edisi kedinginan di London, diakses 13 Maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7450846938779487493?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	47
Gambar 4. 10 contoh kalimat humor tambahan pada konten tutorial umur panjang edisi kedinginan di London, diakses 15 maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7450846938779487493?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	48
Gambar 4. 11 thumbnail konten tutorial umur panjang edisi beli jellycat london, diakses 15 Maret 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7443781866592750904?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	52
Gambar 4. 12 contoh komentar audiens yang terpersuasif oleh perlakuan @jaiiibruh terhadap pasangannya, diakses 3 April 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7457878139302104326?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	61
Gambar 4. 13 bukti komentar yang berhasil tertarik melalui gerakan Shasa dalam konten, diakses 3 april 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7457878139302104326?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	62
Gambar 4. 14 komentar lain yang menyukai kalimat humor tambahan pada konten @jaiiibruh, diakses 3 April 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7457878139302104326?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625	62
Gambar 4. 15 contoh komentar audiens yang terpersuasif secara emosional oleh perlakuan @jaiiibruh kepada pasangannya, diakses 5 April 2025,	

https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7457878139302104326?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625 **Error! Bookmark not defined.**
Gambar 4. 16 komentar dari salah satu pengguna TikTok yang terpersuasif ingin pergi ke stadion Bernabeu seperti dalam konten @jaiiibruh, diakses 05 April 2025, https://www.tiktok.com/@jaiiibruh/video/7451576552132709638?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7367756050651268625 65



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Dwi Putri Robiatul. “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang.” *Jurnal Komunikasi* 14, no. 2 (October 2020): 135–148.
- Ahmad, Jumal. “Desain Penelitian Analisis Isi (Content Analysis)” (June 2018).
<https://www.researchgate.net/publication/325965331>.
- Alam, Sukma. “PERAN INFLUENCER SEBAGAI KOMUNIKASI PERSUASIF UNTUK COVID-19.” *Jurnal Spektrum Komunikasi* 8, no. 2 (December 2020).
- Anfarizi, Deswina. “Alasan Tiktok Menjadi Platform Sosial Media Yang Populer Di 2023.” *Politeknik Tempo - Berita & Artikel*. Last modified June 13, 2023. Accessed March 16, 2025.
<https://politekniktempo.ac.id/index.php/front/artikel/144/Alasan-Tiktok-Menjadi-Platform-Sosial-Media-Yang-Populer-di-2023>.
- Atsir, Dinzha Fairrana. “Konten Media Sosial Favorit Warga Indonesia.” *GoodStats*. Last modified October 2024. Accessed March 2, 2025.
<https://data.goodstats.id/statistic/konten-media-sosial-favorit-warga-indonesia-ON7s9>.
- Dewa, Chriswardana Bayu, and Lina Ayu Safitri. “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok

Javafoodie).” *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya* 12, no. 1 (March 29, 2021): 65–71.

- Fadila Amini, Rizki, Afifatur Rohimah, and Sri Andayani. “Penyampaian Pesan Digital Marketing Toko Online DANVISTORE.” *Jurnal Representamen* 5, no. 02 (October 2019). Accessed May 14, 2025. <https://core.ac.uk/search/?q=PENYAMPAIAN%20PESAN%20DIGITAL%20MARKETING%20TOKO%20ONLINE%20DANVISTORE>.
- Fauzi. “Urgensi Komunikasi Persuasif Dalam Dakwah.” *Liwaul Dakwah: Jurnal Kajian Dakwah dan Masyarakat Islam* 13, no. 2 (2023).
- Gumilang, Nanda A. “Studi Pustaka Adalah: Pengertian, Fungsi, Proses, Dan Jenisnya.” Accessed February 15, 2025. <https://www.gramedia.com/literasi/studi-pustaka/>.
- Hajar, Siti Aisyah, and Muhammad Syukron Anshori. “Strategi Komunikasi Persuasif Farah Qoonita Dalam Menyampaikan Dakwah Melalui New Media.” *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial*, no. 2 (2021).
- Hariato, Yudi A. “Mendefinisikan Ulang Komunikasi Persuasif.” *OSF Preprints* (August 3, 2022).
- Haryono, Ferry, Harold. “Pengaruh Internet Dan Media Sosial Terhadap Pola Perilaku Komunikasi Di Masyarakat.” Last modified November 2018. Accessed January 24, 2025. https://www.researchgate.net/publication/335527747_PENGARUH_INTERNET_DAN_MEDIA_SOSIAL_TERH

ADAP_POLA_PERILAKU_KOMUNIKASI_DI_MASYARAKAT.

- Krippendorff, Klaus. *Content Analysis, An Introduction to Its Methodology*. 2nd edition. London: Sage, 2004.
- Mahendra, Fahmi. *Teknik Komunikasi Persuasif Pada Akun TikTok Sebagai Media Dakwah (Studi Analisis Semiotik Pada Akun @dinda_ibrahiim)*. Yogyakarta, 2021.
- Mahendra, Rajab, Rangga Putra Perssela, and Winda Rahmadiani. "Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektivitas Komunikasi." *JIMAKUKERTA: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata* (December 2022). <http://jurnal.umb.ac.id/index.php/JIMAKUKERTA650>.
- Martin, Alizabeth. "Are Jellycat Plush Toys Worth the Price?" *The Griffin Gazette*. Last modified December 13, 2024. Accessed April 13, 2025. <https://lahsgriffingazette.com/20016/features/are-jellycat-plush-toys-worth-the-price/>.
- Mayring, Philipp. "Analisis Isi Kualitatif: Demarkasi, Variasi, Perkembangan" 20, no. 3 (September 2019). <http://www.qualitative-research.net/>.
- Mirawati, Ira. "Pemanfaatan Teori Komunikasi Persuasif Pada Penelitian E-Commerce Di Era Digital" 9, no. 1 (September 2021): 58–80. <https://www.apijii.or.id>.
- Mufti, Khasan. *Pesan Dakwah Dalam Komik Akun Instagram @Rezaquran (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*. Purwokerto, May 2023.

- Muslimah, Mei Syaroh, and Nur Maghfirah Aesthetika. *Analisis Komunikasi Persuasif Pada Konten Self Love Di Akun TikTok @ananzaprili. INTERACTION: Communication Studies Journal*, 2024.
- Perloff, and Richard M. *The Dynamic of Persuasion, Communication and Attitudes*. Second edition. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, 2003.
- Putri, Frieda Isyana, Triyono Lukmantoro, Hapsari Dwiningtyas, and NS Joyo Gono. “Teknik-Teknik Persuasif Dalam Media Sosial (Studi Analisis Isi Kualitatif Pada Akun Mentor Parenting Ayah Edy Di YouTube).” *Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (December 2015).
- Rachmah, Ida. “Ragam Penelitian Isi Media Kuantitatif Dan Kualitatif.” In *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologis Ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, 187–188. Burhan Bungin. Jakarta: Rajagrafindo Persada, 2006.
- Rahma, Mia E. *Nilai-Nilai Dakwah Pada Akun Instagram @Rumayshocom (Analisis Isi Model Philipp Mayring)*, 2022.
- Ramadhani, Rifa, Rini Riyantini, Miananda Emiliana, and Hervira, Puspita Dinda. “Analisis Isi Pesan Persuasif Dalam Konten Media Sosial Tiktok @Rubicomunity Mengenai Kampanye Pemberdayaan Perempuan.” *Jurnal Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi* 11, no. 2 (December 2023): 178–191. <http://journal.unj.ac.id/>.

Rohim, Syaiful. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam Dan Aplikasi*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.

Septiyani, Nasyifa Mawar, Andre Rahmanto, and Mahfud Anshori. "Analysis of Persuasive Messages on TikTok Influencer 'Relationship' Content: Its Impact on Audience Behavior." *Al-Hiwar: Jurnal Ilmu dan Teknik Dakwah* 12, no. 2 (December 8, 2024): 1–14.
<https://doi.org/10.18592/alhiwar.v1i2.14278>.

Setya Prihatining Tyas, Nazlah Azzahra, Bernika Meilani Ifada, and Noerma Kurnia Fajarwati. "Peran Komunikasi Persuasif Dalam Media Sosial." *SABER: Jurnal Teknik Informatika, Sains dan Ilmu Komunikasi* 2, no. 2 (February 15, 2024): 16. <https://jurnal.stikes-ibnusina.ac.id/index.php/SABER/article/view/956>.

Shopify Staff. "Top 10 Most Popular Social Media Platforms." Last modified November 2024. Accessed January 24, 2025. <https://www.shopify.com/blog/most-popular-social-media-platforms>.

Sinaga, Widya Aprilina. "Penggunaan Media Sosial Dapat Menurunkan Kinerja Pegawai? Benar Atau Salah?" *Artikel KPKNL Pematang Siantar - Djkn.Kemenkeu.Go.Id*. Last modified June 2022. Accessed March 2, 2025. <https://bit.ly/3QGrKcF>.

Sitoresmi, Rifka Ayu. "Apa Itu FYP? Pahami Makna Dan Cara Menggunakannya Pada Media Sosial." *Liputan6.Com Hot*. Last modified 2024. Accessed March 13, 2025. <https://bit.ly/ApaItuFYPPahamiMaknadanCaraMenggunakanyapadaMediaSosial>.

Tania, Cinthya, and Vina Benita Laksono. “Strategi Pesan Persuasif Di Media Sosial Instagram @somethincofficial.” *JURNAL ILMU KOMUNIKASI* 10, no. 01 (June 2022): 30–45. www.somethinc.com,.

Umariah, Ria Yusnul. “ Analisis Pesan Dakwah Film Analisis Nussa Dan Rara Episode Compilation Vol 15.” Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Kudus, 2022.

Wisnuadi, Krisno. “Statistik Menarik Industri Digital Di Indonesia Tahun 2025.” Last modified April 5, 2025. Accessed June 4, 2025.
<https://dipstrategy.co.id/blog/statistik-menarik-industri-digital-di-indonesia-tahun-2025/#:~:text=Pada%20tahun%202025%2C%20statistik%20menunjukkan,Facebook%20%E2%80%93%20120%20juta%20pengguna>.

UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A