SUDUT PANDANG *FOLLOWERS* TERKAIT AKUN TIKTOK @NAZWAADINDA_02 DALAM MEREKOMENDASIKAN *FASHION* DARI *MARKETPLACE*

SKRIPSI

Oleh :

Inesha Maharani

202110415407

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

SUDUT PANDANG *FOLLOWERS* TERKAIT AKUN TIKTOK @NAZWAADINDA_02 DALAM MEREKOMENDASIKAN *FASHION* DARI *MARKETPLACE*

SKRIPSI

Oleh :

Inesha Maharani

202110415407

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA

2025

UNIVERSITAS BHAYANGKARA
BIKSA MAHWASTU DASI
JAKARTA RAYA

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi	: Sudut Pandang *Followers* pada akun Tiktok @nazwaadinda_02 dalam mempromosikan *Fashion* dari *Marketplace*
Nama Mahasiswa	: Inesha Maharani
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415407
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Tanggal Lulus Ujian Skripsi	: 04 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025

MENYETUJUI,

Pembimbing

Imaddudin S.I.Kom., M.I.Kom., M.Tr.Par

NIDN. 0310068902

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Sudut Pandang *Followers* pada akun Tiktok @nazwaadinda_02 dalam mempromosikan *Fashion* dari *Marketplace*
Nama Mahasiswa	: Inesha Maharani
Nomor Pokok Mahasiswa	: 202110415407
Program Studi/Fakultas	: Ilmu Komunikasi
Tangga Lulus Ujian Skripsi	: 04 Februari 2025

Jakarta, 14 Februari 2025
MENGESAHKAN,

Ketua Penguji	: Dr. Dina Kristina, M.Si NIDN. 0313088106	.....
Penguji	: Imaddudin, M.I.Kom., M.Tr.Par NIDN. 0310068902	.....
Sekretaris Penguji	: Syahrul Hidayanto, S.Sos, M.Si NIDN. 0319059501	.....

MENGETAHUI,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi	Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si	Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D
NIP. 2203551	NIP. 1908425

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul Sudut Pandang *followers* Terkait Akun Tiktok @nazwaadinda_02 Dalam Merekomendasikan *fashion* Dari *marketplace*, ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah ddituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku. Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan di fotocopy melalui Perpustakaan Universitas Bhayangakata Jakarta Raya. Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bahayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 14 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan



Inesha Maharani

202110415407

ABSTRAK

Inesha Maharani. 202110415407, Sudut Pandang *Followers* Terkait Akun Tiktok @Nazwaadinda_02 Dalam Merekomendasikan *Fashion* Dari *Marketplace***.**

Saat ini penggunaan Media sosial, khususnya TikTok telah menjadi platform yang efektif dalam membentuk tren dan memengaruhi perilaku konsumen. Sebagai seorang *content creator*, @Nazwaadinda_02 secara aktif mempromosikan produk *fashion* dari berbagai *marketplace* melalui konten yang menarik dan komunikatif. Penelitian ini bertujuan untuk memahami sudut pandang *followers* terkait akun TikTok @Nazwaadinda_02 dalam merekomendasikan *fashion* dari *marketplace*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi konten, wawancara dengan *followers* akun, serta analisis komunikasi persuasive. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *followers* cenderung lebih tertarik dan percaya terhadap rekomendasi *fashion* yang diberikan apabila konten dikemas secara informatif, autentik, serta relevan dengan tren saat ini. Faktor lain seperti kredibilitas *content creator*, penggunaan visual yang menarik, serta keterlibatan *followers* dalam interaksi melalui komentar juga berperan dalam membangun kepercayaan terhadap rekomendasi produk *fashion*.

Kata Kunci: TikTok, *Content Creator*, *Fashion*, *Marketplace*, Komunikasi *Persuasif*.

ABSTRACT

Inesha Maharani. 202110415407, *Followers Perspectives on the TikTok Account @Nazwaadinda_02 in Recommending Fashion from Marketplaces.*

Social media, particularly TikTok, has become an effective platform for shaping trends and influencing consumer behavior. As a content creator, @Nazwaadinda_02 actively promotes fashion products from various marketplaces through engaging and communicative content. This study aims to understand the perspectives of followers regarding the TikTok account @Nazwaadinda_02 in recommending fashion from marketplaces. The research employs a qualitative approach with a descriptive method. Data was collected through content observation, interviews with followers, and an analysis of persuasive communication strategies. The findings indicate that followers are more likely to be interested in and trust fashion recommendations when the content is presented in an informative, authentic, and trend-relevant manner. Other contributing factors include the credibility of the content creator, the use of visually appealing elements, and follower engagement through interactions in the comment section, all of which play a role in building trust in fashion product recommendations.

***Keywords**: TikTok, Content Creator, Fashion, Marketplace, Persuasive Communication.*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang maha Esa atas Karunia dan Rahmah-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan mengikuti sidang skripsi di Fakultas Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Peneliti dengan tulus menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Cinta pertamaku, Ayahanda Yansen Kurniawan, Ibunda tercinta Sulimah, terimakasih atas segala pengorbanan waktu, materi dan tulus kasih yang diberikan serta mampu senantiasa memberikan yang terbaik, tak kenal lelah mendoakan serta memberikan perhatian penuh dan dukungan yang tiada henti hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai gelar sarjana. Dan untuk Adik tersayang Alika Kurnia Devi, Terimakasih atas dukungan dan telah menjadi motivasi penulis untuk tetap semangat menyelesaikan penelitian ini.

Dalam kesempatan ini penulis juga ingin menyampaian ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Prof. Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., M.M., Ph.D., D.Crim, Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Ibu Dra. Truly Wangsalegawa, M.A., M.Ed., Ph.D Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Syahrul Hidayanto, S.Sos., M.Si Selaku Kepala Progam Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Dr. Sigit Surahman, S.Sn., M.Si selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Bapak Imaddudin, M.I.Kom., M.Tr.Par selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
6. Kepada sahabat terbaik (Hasna Tsuraya, Marchella Putri Aditya, Ni Made Anggraini, Jeniver Nur Lie Dara Dinanti, Muhammad Adzam Pangestu, Mutiara Maulidah) Terimakasih selalu memberikan semangat, dukungan, motivasi, doa dan juga selalu senantiasa mendengarkan keluh kesah peneliti selama melakukan penelitian ini.

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

7. Kepada seluruh Teman Fakultas Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 yang tidak dapat disebutkan satu persatu, Terimakasih Atas dukungan serta Motivasi kepada peneliti.

Semua pihak yang tidak dapat peneliti tulis secara rinci satu per satu dan telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini. Peneliti menyadari akan kekurangan dalam penyusunan skripsi, sehingga peneliti menerima saran dan kritik yang bersifat membangun. Agar hasil penyusunan skripsi mencapai dalam kesempurnaan dan bisa menjadi referensi bagi pembaca khususnya untuk mahasiswa yang hendak melaksanakan skripsi. Demikian peneliti sampaikan. Semoga skripsi ini bermanfaat, peneliti mengucapkan terimakasih.

Jakarta, 14 Februari 2025

Peneliti

Inesha Maharani

202110415407

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL ..... **i**
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING ..... **ii**
LEMBAR PENGESAHAN ..... **iii**
LEMBAR PERNYATAAN ..... **iv**
ABSTRAK ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
KATA PENGANTAR ..... **vii**
DAFTAR ISI ..... **ix**
DAFTAR TABEL ..... **xi**
DAFTAR GAMBAR ..... **xii**
DAFTAR BAGAN ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 13
1.3 Pertanyaan Penelitian 13
1.4 Tujuan Penelitian 13
1.5 Manfaat Penelitian 14
1.5.1 Manfaat Teoritis 14
1.5.2 Kegunaan Praktis 14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Penelitian Terdahulu 15
2.2 Tinjauan Konseptual 28
2.2.1 Komunikasi 28
2.2.2 Komunikasi *Persuasif* 30
2.2.3 Media Sosial 34
2.2.4 TikTok 37
2.2.5 *Content Creator* 40
2.2.6 *Marketplace* 41

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

2.3 Kerangka Berpikir 42
BAB III METODE PENELITIAN 44
3.1 Pendekatan Penelitian 44
3.2 Desain Penelitian 44
3.3 Subjek dan Objek Penelitian 45
3.3.1 Subjek Penelitian 45
3.3.2 Objek Penelitian 46
3.4 Teknik Pengumpulan Data 46
3.5 Teknik Analisis Data 48
3.6 Keabsahan Data 49
3.7 Tempat dan waktu Pelaksanaan Penelitian 50
3.7.1 Tempat Penelitian 50
3.7.2 Waktu Penelitian 50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHSAN 52
4.1 Gambaran umum Akun TikTok @Nazwaadinda_02 52
4.1.1 Informan Penelitian 54
4.2 Hasil Penelitian 54
4.3 Pembahasan 75
BAB V PENUTUP 80
5.1 Kesimpulan 80
5.2 Saran 81
5.2.1 Saran Teoritis 81
5.2.2 Saran Praktis 81
DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN - LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Perbandingan Konten 6
Tabel 1.2 Tren *Fashion* 7
Tabel 1.3 Data Tiktok.....11
Tabel 2.1 Penelitian Sejenis 15
Tabel 3.1 Waktu Penelitia.....51
Tabel 4.1 Profil Informan.....55

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 *Profile* Nazwa Adinda 3
Gambar 1.2 Konten Nazwa Adinda 5
Gambar 1.3 Konten Harga Barang Dan *Mix And Match* Nazwa Adinda.....10

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR BAGAN

Bagan 2.2 Kerangka Berpikir.....43

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 – Biodata Mahasiswa
Lampiran 2 – Pedoman Wawancara
Lampiran 3 – Reduksi Hasil Wawancara
Lampiran 4 – Transkip Wawancara
Lampiran 5 – Dokumentasi Observasi
Lampiran 6 – Lembar Konsultasi Bimbingan

Sudut Pandang.., Inesha Maharani, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025