BENTUK KOMUNIKASI PERSUASIF *HOST LIVE STREAMING* DALAM PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @mejile.co

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

SOFIA ZAKIAH
44324110013

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

BENTUK KOMUNIKASI PERSUASIF *HOST LIVE STREAMING* DALAM PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @mejile.co

TUGAS AKHIR
SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

SOFIA ZAKIAH
44324110013

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sofia Zakiah

NIM : 44324110013

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

"Bentuk Komunikasi Persuasif *Host Live Streaming* Dalam Penerapan Strategi Pemasaran pada Akun TikTok @mejile.co"

adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apa pun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak mana pun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Agustus 2026



Sofia Zakiah

lib.mercubuana.ac.id

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
AKREDITASI UNGGUL

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama	: Sofia Zakiah
NIM	: 44324110013
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Studi	: Marketing Communication & Advertising

Dengan judul "Bentuk Komunikasi Persuasif *Host Live Streaming* dalam Penerapan Strategi Pemasaran pada Akun Tiktok @Mejile.Co", telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 2 September 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 21 persen.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2026
Administrator Turnitin

Rizki Agustin. M.I.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI
Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax. 021-584 0813
http://www.mercubuana.ac.id, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama	:	Sofia Zakiah
NIM	:	44324110013
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	Bentuk Komunikasi Persuasif *Host Live Streaming* dalam Penerapan Strategi Pemasaran pada Akun TikTok @mejile.co

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 29 Agustus 2026 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing

(Ridho Azlam Ambo Asse, S.IKom., M.I.Kom.)

NIDN: 0308089202

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 2 September 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)	(Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si)
NIDN: 0318116602	NIDN: 0301117301

lib.mercubuana.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena atas rahmat, karunia, dan hidayah-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Bentuk Komunikasi Persuasif *Host Live Streaming* Dalam Penerapan Strategi Pemasaran pada Akun TikTok @mejile.co" dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng. selaku Rektor Universitas Mercu Buana Jakarta.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta.
4. Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.IKom., M.I.Kom. sebagai Dosen Pembimbing Skripsi, penulis mengucapkan terima kasih atas bimbingan, arahan, masukan yang sangat berharga, saran, serta dukungan dan motivasi yang diberikan. Semua itu memungkinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa memberikan keberkahan kepada ilmu yang dimiliki Pak Ridho.
5. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Yossi Abeng dan Ibunda Komalaningsih, yang telah memberikan kasih sayang, doa, pengorbanan, dan dukungan yang tiada henti kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga terselesaikannya skripsi ini. Tidak ada kata yang cukup untuk mengungkapkan rasa syukur dan terima kasih penulis atas segala jerih payah yang telah Ayah dan Ibu berikan demi keberhasilan penulis.

lib.mercubuana.ac.id

6. Kepada suami tersayang, Dimas Adhitya Dwidaswara yang terus menemani dan memberikan semangat kepada penulis. Terima kasih atas kasih yang tulus, canda tawa, dan dukungan yang selalu hadir di saat penulis membutuhkan.
7. Teristimewa untuk ananda tercinta, Kaysila Sivana Adisawardani yang sudah menjadi sumber kekuatan dan semangat yang luar biasa bagi penulis. Terima kasih atas tawa kecilmu yang selalu berhasil menghapus lelah.

serta semua pihak yang telah membantu dan mendukung penyusunan skripsi ini, yang tidak dapat disebutkan di sini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini memiliki kekurangan dan masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk membantu memperbaiki penelitian ini. Penulis juga berharap skripsi ini dapat membantu perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya bidang ilmu komunikasi.

Jakarta, Agustus 2026

Penulis

Sofia Zakiah

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	:	Sofia Zakiah
NIM	:	44324110013
Fakultas/Program Studi	:	Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir	:	Bentuk Komunikasi Persuasif *Host Live Streaming* dalam Penerapan Strategi Pemasaran pada Akun TikTok @mejile.co

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS MERCU BUANA

Jakarta, 31 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Sofia Zakiah)

lib.mercubuana.ac.id

BENTUK KOMUNIKASI PERSUASIF *HOST LIVE STREAMING* DALAM PENERAPAN STRATEGI PEMASARAN PADA AKUN TIKTOK @mejile.co

SOFIA ZAKIAH

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi persuasif *host* dalam menerapkan strategi pemasaran @mejile.co, UMKM fesyen *thrift plus size*, pada siaran *live streaming* TikTok. Konsep yang diteliti adalah lima teknik komunikasi persuasif Effendy dan enam unsur komunikasi persuasif Soemirat dan Suryana, yang temuannya dibaca melalui teori *Elaboration Likelihood Model*. Penelitian menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode kualitatif deskriptif. Informan berjumlah tiga orang, terdiri atas satu pemilik sekaligus *host* utama dan dua *host* jenama lain sebagai pembanding, ditentukan melalui *purposive sampling*. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan observasi, lalu dianalisis dengan model interaktif Miles dan Huberman serta diuji melalui triangulasi. Hasil penelitian menunjukkan kelima teknik diterapkan dengan pola mengalihkan persuasi dari tekanan harga menuju pembuktian produk, dengan integrasi sebagai teknik paling menonjol karena kesamaan bentuk tubuh menjadikan tubuh *host* alat pembuktian ukuran. Disimpulkan bahwa persuasi berlangsung tanpa potongan harga maupun batas waktu, namun tetap menghasilkan transaksi.

Kata Kunci: komunikasi persuasif, *live streaming*, *host*, *plus size*, *elaboration likelihood model*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

THE FORM OF PERSUASIVE COMMUNICATION OF *LIVE STREAMING HOST* IN IMPLEMENTING MARKETING STRATEGY ON THE TIKTOK ACCOUNT @mejile.co

SOFIA ZAKIAH

ABSTRACT

This study analyzes the persuasive communication strategy of the host in implementing the marketing strategy of @mejile.co, a small-scale plus-size thrift fashion business, through TikTok live streaming. The concepts examined are Effendy's five persuasive communication techniques and Soemirat and Suryana's six elements of persuasive communication, with the findings interpreted through the Elaboration Likelihood Model. This research adopts a constructivist paradigm with a descriptive qualitative method. The informants number three, consisting of one owner who also serves as the main host and two hosts from other brands as comparators, selected through purposive sampling. Data were collected through in-depth interviews and observation, analyzed using the interactive model of Miles and Huberman, and examined through triangulation. The results show that all five techniques follow a pattern of shifting persuasion from price pressure toward product demonstration, with integration as the most prominent technique because physical similarity turns the host's body into an instrument of size verification. It is concluded that persuasion proceeds without discounts or time limits, yet consistently generates transactions.

***Keywords**: persuasive communication, live streaming, host, plus size, elaboration likelihood model*

UNIVERSITAS MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL **0**
HALAMAN COVER ..... **i**
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI ..... **ii**
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN ..... **iii**
HALAMAN PENGESAHAN ..... **iv**
KATA PENGANTAR ..... **v**
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI ..... **vii**
ABSTRAK ..... **viii**
ABSTRACT ..... **ix**
DAFTAR ISI ..... **x**
DAFTAR TABEL ..... **xii**
DAFTAR GAMBAR ..... **xiii**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xiv**
BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang 1
1.2 Fokus Penelitian 7
1.3 Tujuan Penelitian 7
1.4 Manfaat Penelitian 8
1.4.1 Manfaat Akademis 8
1.4.2 Manfaat Praktis 8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA **9**
2.1 Penelitian Terdahulu 9
2.2 Kajian Teoritis 16
2.2.1 Komunikasi Pemasaran Digital 16
2.2.2 Integrated Marketing Communication (IMC) 18
2.2.3 Strategi Bauran Promosi (*Promotion Mix*) 18
2.2.4 Konsep Media Baru (*New Media*) 19
2.2.5 Media Sosial 20
2.2.6 TikTok 21
2.2.7 TikTok *Live Streaming* 23
2.2.8 *Host Live Streaming* 24
2.2.9 *Public Speaking* 25
2.2.10 Komunikasi Persuasif 26
2.2.11 *Elaboration Likelihood Model* (ELM) 30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN **33**
3.1 Paradigma Penelitian 33
3.2 Metode Penelitian 33
3.3 Subjek Penelitian 34
3.4. Teknik Pengumpulan Data 35
3.4.1. Data Primer 35
3.4.2. Data Sekunder 38
3.5. Teknik Analisis Data 39
3.6. Teknik Keabsahan Data 40
3.6.1. Triangulasi Sumber 40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN **42**

lib.mercubuana.ac.id

4.1 Gambaran Umum 42
4.1.1 Mejile.co 42
4.1.2 Latar Belakang Usaha 43
4.1.3 Karakteristik Produk dan Proses Kurasi 43
4.1.4 Sistem Operasional 45
4.1.5 Profil *Host* 46
4.1.6 Setting dan Perangkat Siaran 49
4.2 Hasil Penelitian 50
4.2.1 Hasil Penerapan Teknik Komunikasi Persuasif 50
4.2.2 Hasil Penerapan Unsur Komunikasi Persuasif 61
4.2.3 Dimensi Nonverbal dan Paralinguistik 70
4.3 Pembahasan 74
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 81
5.1 Kesimpulan 81
5.2.1 Saran Akademis 83
5.2.2 Saran Praktis 83
DAFTAR PUSTAKA 85
LAMPIRAN 90

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 12
Tabel 3.1 Daftar Sesi Live Streaming yang Diamati 36
Tabel 3.2 Subjek Penelitian.....38
Tabel 4.1 Data Antropometri Host @mejile.co 48
Tabel 4.2 Ringkasan Penerapan Teknik Komunikasi Persuasif pada @mejile.co 60
Tabel 4.3 Ringkasan Penerapan Unsur Komunikasi Persuasif pada @mejile.co ..69

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial yang Paling Sering Diakses Publik RI 3
Gambar 2.2 Host @mejile.co Sedang Melakukan Live Streaming 5
Gambar 4.1 Logo Mejile 42
Gambar 4.2 Alur Pengadaan dan Persiapan Produk Mejile.co 44
Gambar 4.3 Alur Pemasaran Produk Mejile.co 46
Gambar 4.4 Desta Frida Ginting, Host dan Pemilik Mejile.co 47
Gambar 4.5 Setting dan Perangkat Siaran @mejile.co 49
Gambar 4.6 Host @mejile.co dan Audiens Berbagi Percakapan.....53
Gambar 4.7 Host Mejile.co memperlihatkan fisik baju 57

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Transkrip Wawancara.....90
Lampiran 2 Transkrip Wawancara.....100
Lampiran 3 Transkrip Wawancara.....105
Lampiran 4 Curicculum Vitae.....111

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

lib.mercubuana.ac.id