

**STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM
MEMPROMOSIKAN TELUR GULUNG BANG DET MELALUI
MEDIA SOSIAL TIKTOK**

**(Studi Analisis Pada Konten Terpilih Akun TikTok Bang Det
Bikin Ulah)**

SKRIPSI



Oleh:

Askur Ma'muron

22241033

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO**

2026

LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi oleh Askur Ma'muron / 22241033 ini,
Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji

Ponorogo, 15 Januari 2026

DOSEN PEMBIMBING I



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom
NIDN. 0728018304

DOSEN PEMBIMBING II



Dr. Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN.0724048604

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Oleh Askur Ma'muron/22241033

Telah dipertahankan di depan penguji

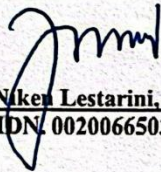
Pada hari : Selasa

Tanggal : 27 Januari 2026

Pukul : 10.15 WIB

DEWAN PENGUJI

Dosen Penguji 1



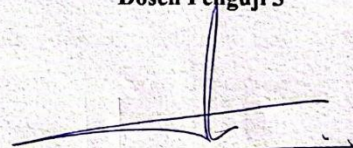
Dra. Niken Lestari, M.Si
NIDN. 0020066503

Dosen Penguji 2



Dr. Krisna Megantari, S.Sos., M.A
NIDN.0724048604

Dosen Penguji 3



Oki Cahyo Nugroho, S.Sn., M.I.Kom
NIDN.0728018304

Mengetahui,

Dekan, Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik



Dr. Robby Darwis Sasution, M.A
NIK.19860228 202109 12

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Askur Ma'muron

NIM : 22241033

Alamat : RT.28/RW.09, Ds.Tanjungrejo, Kec,Kebonsari, Kab.Madiun

Dengan ini menyatakan bahwa karya ilmiah dengan judul: "STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMPROMOSIKAN TELUR GULUNG BANG DET MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Analisis Pada Konten Terpilih Akun TikTok Bang Det Bikin Ulah)" adalah observasi, pemikiran, dan pemaparan asli yang merupakan hasil karya saya sendiri. Karya ilmiah ini sepenuhnya merupakan karya intelektual saya dan seluruh sumber yang menjadi rujukan dalam karya ilmiah ini telah saya sebutkan sesuai kaidah akademik yang berlaku umum, termasuk para pihak yang telah memberikan kontribusi pemikiran pada isi, kecuali yang menyangkut ekspresi kalimat dan desain penulisan.

Demikian pernyataan ini saya nyatakan secara benar dengan penuh tanggung jawab dan integrasi.

Ponorogo, 21 Januari 2026

Yang menyatakan,



Askur Ma'muron

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala Rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMPROMOSIKAN TELUR GULUNG BANG DET MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Analisis Pada Konten Terpilih Akun TikTok Bang Det Bikin Ulah)”

Adapun maksud dari penyusunan skripsi ini adalah untuk memenuhi syarat guna menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Mengingat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman penulis, sehingga dalam pembuatan skripsi ini tidak sedikit bantuan, petunjuk, saran-saran maupun arahan dari berbagai pihak, oleh karena itu dengan kerendahan hati dan rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih yang tak terhingga kepada:

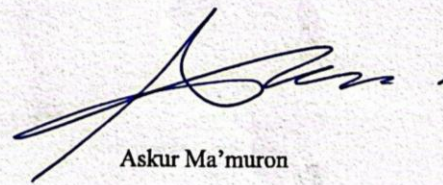
1. Bapak Dr. Robby Darwis Nasution S.IP., M.A selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
2. Bapak Oki Cahyo Nugroho S. Sn., M.I.Kom selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
3. Bapak Oki Cahyo Nugroho S. Sn., M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dorongan serta saran dengan sabar dan bertanggung jawab sehingga skripsi dapat terselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu dosen program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Ponorogo
5. Mas Dedi yang memberikan kesempatan dan ide penelitian bagi penulis
6. Orang tua dan kakak, adik saya yang telah mensupport saya untuk menyelesaikan perkuliahan ini hingga selesai
7. Seluruh crew CV.Muhtadinraya Transport yang telah menjadi rumah kedua, ruang bertumbuh, dan tempat dimana untuk bercengkrama, dan mengais rezeki

8. Teman-teman perkuliahan: Bayu, Daffa, Bintang, Dhana, Doni, Dhea, Umniya, dan teman-teman seperjuangan, tak lupa Ilham Jua atas dukungan dan arahan dalam mengerjakan skripsi saya. Hidup Pertemanan!
9. Semua pihak yang selalu memberikan dukungan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulis hanya dapat mendoakan mereka yang telah membantu dalam segala hal yang berkaitan dengan pembuatan skripsi ini semoga diberikan balasan dan rahmat dari Allah SWT. Selain itu saran, kritik dan perbaikan senantiasa sangat diharapkan. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan.

Ponorogo, 21 Januari 2026

Penulis,



Askur Ma'muron

ABSTRAK

Askur Ma'muron

22241033

STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF DALAM MEMPROMOSIKAN TELUR GULUNG BANG DET MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK (Studi Analisis Pada Konten Terpilih Akun TikTok Bang Det Bikin Ulah)

Berkembang pesatnya media sosial pada zaman era digital mendorong pelaku usaha untuk memanfaatkan penggunaan platform digital sebagai sarana promosi yang lebih efektif, salah satunya adalah melalui aplikasi TikTok. Platform TikTok ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai sarana perkembangan dalam pemasaran yang efektif, karena dapat menjangkau audiens secara meluas dengan menyajikan video pendek kreatif dan bersifat persuasif. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji serta menganalisis strategi komunikasi persuasif yang diterapkan oleh akun “Bang Det Bikin Ulah” dalam mempromosikan telur gulung uniknya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan cara observasi pada konten terpilih, wawancara mendalam dengan pemilik akun, dan dokumentasi sebagai data pendukung penelitian. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang berkaitan dengan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini menggunakan pendekatan teori komunikasi persuasif Carl Hovland, yang memiliki tiga indikator penting yaitu, kredibilitas komunikator, kualitas pesan, dan kondisi emosional audiens. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Bang Det mampu menjadi komunikator yang kredibel melalui keterlibatan langsung dalam produksi produk, menyajikan pesan yang edukatif dan kreatif, serta membangun kedekatan emosional audiens dengan aksi humor dan interaksi, sehingga dapat mempengaruhi perubahan sikap dan perilaku terhadap Keputusan pembelian.

Kata Kunci: komunikasi persuasif, TikTok, promosi, telur gulung unik, Carl Hovland

ABSTRACT

Askur Ma'muron

22241033

PERSUASIVE COMMUNICATION STRATEGIES IN PROMOTING BANG DET'S EGG ROLLS THROUGH TIKTOK SOCIAL MEDIA

(An Analytical Study of Selected Content from the TikTok Account “Bang Det Bikin Ulah”)

The rapid growth of social media in the digital era has encouraged business actors to utilize digital platforms as more effective promotional media, one of which is the TikTok application. TikTok is not only used as a medium of entertainment, but also as an effective marketing tool, as it is able to reach a wide audience through creative, short, and persuasive video content. This study aims to examine and analyze the persuasive communication strategies implemented by the “Bang Det Bikin Ulah” account in promoting its unique egg roll products. This research employs a descriptive qualitative approach using a case study method. Data were collected through observation of selected content, in-depth interviews with the account owner, and documentation as supporting data. The data analysis technique used the Miles and Huberman model, which consists of data reduction, data display, and conclusion drawing. This study is based on Carl Hovland’s persuasive communication theory, which includes three important indicators: communicator credibility, message quality, and the emotional condition of the audience. The results of this study indicate that Bang Det is able to act as a credible communicator through direct involvement in the production process, delivering educational and creative messages, and building emotional closeness with the audience through humor and interaction, thereby influencing changes in attitudes and behaviors toward purchasing decisions.

Keywords: persuasive communication, TikTok, promotion, unique egg rolls, Carl Hovland

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR TABEL	xi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Kajian Teori	9
2.1 Strategi Komunikasi.....	9
2.2 Komunikasi Persuasif	11
2.3 Promosi	17
2.3 TikTok.....	20
2.4 Vlogger.....	21
2.5 Teori Komunikasi Persuasif Carl Hovland.....	22
B. Penelitian Terdahulu	24
C. Kerangka Berfikir	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Jenis Penelitian.....	28
3.2 Subjek Dan Objek Penelitian	28
3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	28
3.4 Sumber Data	29
3.5 Metode Pengumpulan Data.....	30
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	35
A. Gambaran Umum dan Objek Penelitian	35
B. Alasan Memilih Ke-3 Konten Dan Deskripsi Video Yang Dianalisis.....	38

C. Hasil Penelitian	43
BAB V	64
KESIMPULAN DAN SARAN	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA	68
LAMPIRAN.....	70



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Jumlah Penggunaan Media Sosial 2024	2
Gambar 2 Gambar screenshoot konten-konten “Bang Det Bikin Ulah”	4
Gambar 3 Bagan Berfikir	27
Gambar 4 Akun Tiktok "Bang Det"	35
Gambar 5 Keterlibatan Bang Det dalam Proses Pembuatan Produk	45
Gambar 6 Transparasi Bang Det	47
Gambar 7 Komentar Audiens	47
Gambar 8 Gaya Komunikasi dari Kolom Komentar	49
Gambar 9 Tanggapan Kehumoran Bang Det	52
Gambar 10 Aksi Hiburan Bang Det	53
Gambar 11 Subtitle Komunikasi Dialog Sederhana	55
Gambar 12 Caption Sederhana Bang Det	56
Gambar 13 Aksi Kocak Bang Det	59
Gambar 14 Ulasan Komentar Konten ke-3	60
Gambar 15 Gambar Testimoni dari Pelanggan	61
Gambar 16 Testimoni dari Komentar	62



DAFTAR TABEL

Tabel 1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 2 Deskripsi Konten Terpilih	39

