

Analisis Komunikasi Persuasif pada Konten Tiktok JAK01 FM

Siti Nurhaliza^{1*}, Yuniati², Adhi Kusuma³

^{1,2,3}Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin, Jl. Syech Nawawi Al Bantani, Kp. Andamui, Kel. Sukawana, Kec. Curug, Kota Serang, Banten

E-mail: stnurliza31@gmail.com

* Corresponding Author

 <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6939>

ARTICLE INFO

Article history

Received: 09 May 2026

Revised: 24 May 2026

Accepted: 17 June 2026

Kata Kunci:

Komunikasi persuasif, TikTok, keterlibatan audiens, media sosial, komunikasi digital.

Keywords:

Persuasive communication, TikTok, audience engagement, social media, digital communication.

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk komunikasi persuasif yang digunakan pada konten TikTok Jak101FM serta mengetahui bagaimana strategi komunikasi tersebut mampu meningkatkan engagement audiens. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan observasi media sosial. Data diperoleh melalui pengamatan terhadap konten TikTok Jak101FM yang memiliki tingkat interaksi tinggi, seperti views, likes, komentar, dan shares. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif pada konten TikTok Jak101FM dilakukan melalui penggunaan bahasa santai, humor, tren viral, visual menarik, serta pendekatan emosional yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens. Konten seperti outfit ke kantor, challenge bersama anak magang, konten POV, dan jokes bapak-bapak menjadi daya tarik utama karena dianggap relatable oleh pengguna TikTok, khususnya generasi muda. Strategi tersebut berhasil menciptakan kedekatan emosional sehingga audiens terdorong untuk memberikan interaksi secara aktif. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif pada media sosial TikTok efektif digunakan untuk membangun engagement audiens melalui konten yang kreatif, ringan, dan sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial.

This study aims to analyze the forms of persuasive communication used in TikTok content by Jak101FM and to identify how these communication strategies increase audience engagement. This research uses a descriptive qualitative method with a social media observation approach. Data were collected through observations of Jak101FM TikTok content with high interaction rates, such as views, likes, comments, and shares. The results show that persuasive communication in Jak101FM's TikTok content is carried out through the use of casual language, humor, viral trends, attractive visuals, and emotional approaches related to the audience's daily lives. Content such as office outfit videos, internship challenges, POV content, and "dad jokes" became the main attraction because they were considered relatable by TikTok users, especially young audiences. These strategies successfully created emotional closeness that encouraged audiences to actively interact with the content. This study concludes that persuasive communication on TikTok social media is effective in building audience engagement through creative, entertaining, and relatable content that matches the characteristics of social media users.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Siti Nurhaliza, et al (2026). Analisis Komunikasi Persuasif pada Konten Tiktok JAK01 FM, 4(4) 27516-27519. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i4.6939>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi pada era digital telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi dan berinteraksi di media sosial. Kehadiran media sosial tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media komunikasi yang mampu membentuk opini, menarik perhatian audiens, serta menciptakan hubungan yang dekat antara content creator dan pengguna media sosial. Salah satu media sosial yang mengalami perkembangan sangat pesat adalah TikTok. TikTok

merupakan platform berbasis video pendek yang memungkinkan pengguna membuat serta membagikan konten kreatif dengan berbagai fitur pendukung. Kemudahan tersebut membuat TikTok menjadi salah satu platform yang paling diminati oleh masyarakat, terutama generasi muda. Melalui konten video pendek yang kreatif dan interaktif, TikTok menjadi media yang efektif dalam menyampaikan pesan kepada masyarakat, khususnya generasi muda. Saat ini, banyak perusahaan media memanfaatkan TikTok sebagai sarana untuk membangun engagement dengan audiens.

Popularitas TikTok yang terus meningkat menjadikan platform tersebut tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga dimanfaatkan sebagai media komunikasi, promosi, edukasi, hingga media pemasaran digital. Dalam proses penyampaian pesan tersebut, diperlukan strategi komunikasi yang tepat agar konten yang dibuat mampu menarik perhatian audiens dan menciptakan interaksi yang tinggi. Salah satu bentuk strategi komunikasi yang sering digunakan dalam media sosial adalah komunikasi persuasif. Komunikasi persuasif merupakan proses penyampaian pesan yang bertujuan untuk mempengaruhi sikap, pendapat, maupun perilaku seseorang melalui pendekatan tertentu tanpa adanya unsur paksaan. Dalam komunikasi persuasif, pesan disampaikan dengan cara yang menarik sehingga audiens merasa terpengaruh secara sukarela. Teknik komunikasi persuasif dapat dilakukan melalui penggunaan bahasa yang santai, humor, storytelling, ekspresi emosional, maupun pendekatan yang relevan dengan kehidupan sehari-hari audiens. Salah satu media penyiaran yang aktif memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi digital adalah Jak101FM. Jak101FM merupakan salah satu stasiun radio yang cukup dikenal di Indonesia dan aktif memproduksi berbagai konten kreatif pada platform TikTok. Berbeda dengan media radio konvensional yang hanya berfokus pada siaran audio, Jak101FM mampu menyesuaikan diri dengan perkembangan media digital melalui penyajian konten visual yang menarik dan sesuai dengan tren media sosial saat ini. Konten TikTok Jak101FM tidak hanya berisi promosi program radio, tetapi juga menghadirkan berbagai konten hiburan yang dekat dengan kehidupan anak muda seperti humor, aktivitas sehari-hari di kantor, tren fashion, percakapan ringan, hingga fenomena sosial yang sedang viral. Keberhasilan Jak101FM dalam menciptakan konten TikTok yang menarik terlihat dari tingginya jumlah penonton dan interaksi yang diperoleh pada beberapa unggahan mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan observasi media sosial. Metode ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menganalisis bentuk komunikasi persuasif pada konten TikTok Jak101FM serta bagaimana strategi tersebut mampu meningkatkan engagement audiens. Penelitian dilakukan pada akun TikTok Jak101FM selama. Objek penelitian berupa beberapa unggahan video TikTok Jak101FM yang memiliki tingkat interaksi tinggi, seperti jumlah views, likes, komentar, dan shares.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penggunaan media sosial, komunikasi persuasif dimanfaatkan untuk menarik perhatian, membangun kedekatan emosional, serta menciptakan interaksi dengan audiens melalui penyampaian pesan yang kreatif dan menarik. Pada akun TikTok Jak101FM, komunikasi persuasif diterapkan sebagai strategi komunikasi digital agar konten yang diunggah mampu menarik minat pengguna TikTok, terutama kalangan generasi muda. Salah satu bentuk komunikasi persuasif yang paling sering muncul dalam konten TikTok Jak101FM adalah penggunaan bahasa yang santai dan akrab. Bahasa yang digunakan mengikuti gaya komunikasi anak muda dengan memanfaatkan istilah populer, candaan ringan, serta ekspresi yang sedang viral di media sosial. Penggunaan gaya bahasa tersebut membuat audiens merasa lebih dekat dengan komunikator karena pesan disampaikan secara ringan, tidak terlalu formal, dan mudah dipahami. Dalam komunikasi persuasif, penggunaan bahasa yang disesuaikan dengan karakteristik audiens menjadi faktor penting karena mampu membangun hubungan emosional antara komunikator dan komunikan.

Konten TikTok Jak101FM jume memanfaatkan humor sebagai salah satu bentuk komunikasi persuasif. Humor digunakan untuk membangun suasana yang santai dan menghibur sehingga audiens tertarik menyaksikan konten sampai selesai. Unsur humor dalam konten Jak101FM biasanya ditampilkan melalui percakapan ringan, ekspresi lucu, maupun situasi sehari-hari yang dekat dengan

kehidupan anak muda. Dari konten TikTok ini lah Jak101FM berhasil memperoleh jumlag views yang banyak, yaitu 17,4 juta penonton. Selain penggunaan bahasa santai dan humor, komunikasi persuasif pada TikTok Jak101FM juga terlihat dari pemanfaatan tren yang sedang viral di TikTok. Jak101FM kerap menggunakan ide konten seperti challenge, ootd ke kantor, tren video lain yang sedang populer di TikTok. Strategi tersebut dilakukan agar konten terasa lebih relevan dengan pengguna media sosial sekaligus memiliki peluang lebih besar untuk masuk ke halaman *For You Page* (FYP). Dalam komunikasi persuasif, penggunaan tren termasuk ke dalam teknik asosiasi, yaitu mengaitkan pesan dengan sesuatu yang sedang populer dan banyak diminati masyarakat.

Komunikasi persuasif dalam konten TikTok Jak101FM juga didukung oleh penggunaan elemen visual dan audio yang menarik perhatian audiens. Sebagai platform yang mengutamakan tampilan audio visual, TikTok mengharuskan para content creator menghadirkan video yang kreatif dan tidak monoton agar mampu menarik minat pengguna. Dalam hal ini, Jak101FM memanfaatkan teknik editing, penggunaan teks yang menarik, dan ekspresi komunikatif dari para penyiar untuk menambah daya tarik konten yang ditampilkan. Tampilan visual yang menarik dapat memengaruhi perhatian audiens karena pengguna media sosial umumnya lebih menyukai konten yang interaktif, dinamis, dan menghibur dibandingkan penyampaian informasi yang terlalu formal. Merasa memiliki pengalaman yang serupa sehingga mendorong mereka untuk memberikan komentar maupun membagikan video tersebut kepada pengguna lain. Menurut Rulli Nasrullah, media sosial mampu menciptakan hubungan yang lebih dekat antara pengguna dan pembuat konten karena pesan yang disampaikan dapat membangun keterikatan emosional dengan audiens.

Kedekatan emosional tersebut menjadi salah satu faktor yang berpengaruh terhadap meningkatnya engagement pengguna media sosial. Selain menghadirkan konten yang dekat dengan kehidupan audiens, Jak101FM juga memanfaatkan berbagai konsep konten yang relate dengan kehidupan anak muda, seperti konten outfit ke kantor, challenge bersama anak magang, konten POV, hingga jokes bapak-bapak yang sedang populer di media sosial. Konten-konten tersebut membuat audiens merasa dekat karena menggambarkan situasi yang sering ditemui dalam kehidupan sehari-hari, hal inilah yang menjadi salah satu strategi dari Jak101FM untuk menarik perhatian audiens.

Konten outfit ke kantor misalnya, menarik perhatian audiens karena menampilkan gaya berpakaian kerja yang santai namun tetap mengikuti tren anak muda. Sementara itu, challenge bersama anak magang dan konten POV menghadirkan suasana kantor yang ringan, lucu, dan tidak kaku sehingga membuat audiens merasa terhibur. Selain itu, penggunaan jokes bapak-bapak yang sedang viral juga menjadi daya tarik tersendiri karena mampu menciptakan suasana humor yang sederhana namun mudah dipahami oleh pengguna TikTok. Melalui konten-konten tersebut, audiens merasa memiliki pengalaman dan selera humor yang sama dengan konten yang ditampilkan Jak101FM. Kedekatan emosional inilah yang membuat pengguna lebih tertarik untuk menonton video hingga selesai serta memberikan interaksi seperti likes, komentar, dan shares. Menurut Elvinaro Ardianto, komunikasi melalui media digital akan lebih efektif apabila pesan disampaikan dengan cara yang menarik serta mampu membangkitkan emosi audiens, salah satunya melalui penggunaan humor.

Menurut Elvinaro Ardianto, komunikasi melalui media digital akan lebih efektif apabila pesan disampaikan dengan cara yang menarik serta mampu membangkitkan emosi audiens, salah satunya melalui penggunaan humor

Interaksi yang aktif dengan followers juga menjadi salah satu strategi yang diterapkan Jak101FM untuk meningkatkan engagement audiens. Platform TikTok memungkinkan terciptanya komunikasi dua arah antara content creator dan pengguna melalui berbagai fitur seperti komentar, duet, stitch, dan live streaming. Strategi tersebut membuat jangkauan audiens menjadi lebih luas sehingga kesempatan memperoleh engagement juga semakin meningkat. Menurut penelitian Fadilah dan Setiawan, pemanfaatan tren dalam media sosial mampu meningkatkan daya tarik sebuah konten karena audiens cenderung lebih tertarik pada hal-hal yang sedang populer di lingkungan digital.

Dengan demikian, konten TikTok Jak101FM mampu menarik engagement audiens melalui strategi komunikasi persuasif yang dilakukan dengan penggunaan konten relatable, humor, bahasa

santai, tren viral, visual menarik, serta interaksi aktif dengan followers. Strategi tersebut membuat audiens merasa dekat, nyaman, dan terhibur sehingga mendorong mereka untuk berpartisipasi aktif melalui berbagai bentuk interaksi di media sosial TikTok

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa komunikasi persuasif pada konten TikTok Jak101FM dilakukan melalui penggunaan bahasa santai, humor, tren viral, visual menarik, serta pendekatan emosional yang dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens. Konten-konten seperti outfit ke kantor, challenge bersama anak magang, konten POV, dan jokes bapak-bapak menjadi daya tarik utama karena dianggap relatable oleh pengguna TikTok, khususnya generasi muda. Strategi tersebut membuat audiens merasa dekat, nyaman, dan terhibur sehingga mendorong terciptanya engagement berupa likes, komentar, shares, dan views yang tinggi. Selain itu, keberhasilan Jak101FM dalam menarik engagement audiens juga dipengaruhi oleh kemampuan mereka mengikuti tren media sosial serta membangun komunikasi dua arah dengan followers. Penggunaan konsep konten yang ringan dan sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok membuat pesan yang disampaikan lebih mudah diterima oleh audiens. Dengan demikian, komunikasi persuasif pada media sosial TikTok terbukti efektif dalam membangun kedekatan emosional antara content creator dan audiens. Penelitian ini masih memiliki beberapa keterbatasan, yaitu penelitian hanya berfokus pada satu akun media sosial, yaitu TikTok Jak101FM, sehingga hasil penelitian belum dapat menggambarkan strategi komunikasi persuasif pada media penyiaran lain secara menyeluruh. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan metode observasi dan dokumentasi tanpa melakukan wawancara langsung dengan pengelola akun maupun audiens, sehingga data yang diperoleh masih terbatas pada hasil pengamatan konten dan interaksi pengguna.

UCAPAN TERIMA KASIH

Peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada pihak yang sudah berkontribusi dalam pelaksanaan penelitian dan penyusunan artikel ini.

REFERENSI

- Ardianto, E. (2014). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Fadilah, N., & Setiawan, R. (2023). Strategi konten TikTok dalam meningkatkan engagement audiens. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 88–90.
- Febriyanti, A. (2022). Pengaruh interaksi media sosial terhadap engagement audiens pada platform TikTok. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 70–72.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Purnamas, V. S. A., & Junaidi, A. (2022). Pengaruh komunikasi persuasif dari influencer mikro TikTok terhadap pengambilan keputusan konsumen beauty. *Kiwari*, 1(4), 90.
- Purnomo, H., Gunawan, M. A., & Anggraini, D. F. (2022). TikTok sebagai instrumen media sosial baru dalam komunikasi politik. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(10), 2210–2217.
- Rahmatullah, T. (2021). Teknologi persuasif: Aktor penting media sosial dalam mengubah sikap dan perilaku pengguna. *Jurnal Soshum Insentif*, 4(1), 60–78.
- Ramadhani, R., Riyantini, R., Emiliana, M., & Hervira, D. P. (2023). Analisis isi pesan persuasif dalam konten media sosial TikTok @Rubicomunity mengenai kampanye pemberdayaan perempuan. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(2), 178–191.