

**GAYA KOMUNIKASI *FASHION INFLUENCER* PADA
AKUN TIKTOK @HELWA BASHEEL DALAM
MEMBANGUN CITRA DAN IDENTITAS WANITA**

TUGAS AKHIR

Oleh:

**REZKY UMMA RAMADHANI
2203110414**

**Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Hubungan Masyarakat**



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2026**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **REZKY UMMA RAMADHANI**
N.P.M : 2203110414
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **GAYA KOMUNIKASI FASHION INFLUENCER PADA AKUN TIKTOK @HELWABASHEEL DALAM MEMBANGUN CITRA DAN IDENTITAS WANITA**

Medan, 13 maret 2026

Dosen Pembimbing


Dr. Ribut Prifadi, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0120057303

Disetujui Oleh
Ketua Program Studi


Dr. AKHYAR ANSHORI, S.Sos., M.I.Kom
NIDN: 0127048401



Dr. ARIEFIN SALEH, S.Sos, MSP
NIDN: 0030017402

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama Lengkap : **REZKY UMMA RAMADHANI**
N P M : 2203110414
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : jumat, 10 April 2026
W a k t u : Pukul 09.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Assoc. Prof. Dr. Yan Hendra, M.Si


PENGUJI II : Dr. Akhyar Anshori, S.Sos., M.LKom

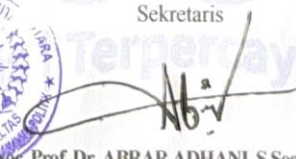
PENGUJI III : Dr. Ribut Priadi, S.Sos., M.LKom

PANITIA PENGUJI

Ketua

Sekretaris


Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP
NIDN: 0030017402


Assoc. Prof. Dr. ABRAR ADHANI, S.Sos., M.LKom
NIDN: 0111117804

PERNYATAAN
Bismilahirrohmaniirrohim

Dengan ini saya, **REZKY UMMA RAMADHANI**, NPM 2203110414, menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi saya yang berjudul "**Gaya Komunikasi Fashion Influencer Pada Akun Tiktok @Helwabasheel Dalam Membangun Citra Dan Identitas Wanita**" adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 5 Mei 2026
Yang menyatakan,



REZKY UMMA RAMADHANI

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Rabbil'alamin puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat, karunia, kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta ilmu pengetahuan yang diberikan-Nya, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya dengan judul ***“Gaya komunikasi fashion influencer pada akun tik-tok @Helwa Bashel dalam membangun citra dan identitas wanita.”*** Sholawat beriring salam tidak lupa penulis curahkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta keluarga, para sahabat, dan seluruh pengikutnya hingga akhir Zaman. Semoga syafaat beliau tercurahkan kepada semua umatnya.

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat, kasih, dan penyertaan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada program studi yang penulis tempuh. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan doa sehingga penulis mampu melewati setiap prosesnya.

Secara khusus, dengan penuh rasa cinta dan hormat, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, **Bapak Abdul Karim Said** dan **Ibunda Novita Sihite**. Terima kasih atas

segala kasih sayang yang tidak pernah habis, doa yang selalu mengiringi setiap langkah penulis, serta pengorbanan, dukungan moral maupun materi yang diberikan tanpa henti. Setiap perjuangan dan pencapaian penulis hingga saat ini tidak terlepas dari peran besar Bapak dan Ibu yang selalu menjadi sumber kekuatan, semangat, dan inspirasi dalam hidup penulis. Semoga segala kebaikan, cinta, dan pengorbanan yang telah diberikan dibalas dengan berlipat ganda oleh Tuhan Yang Maha Esa.

Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah berjuang dan bertahan melalui berbagai proses serta tantangan selama penyusunan skripsi ini. Tidak selalu mudah melewati hari-hari yang penuh tekanan, rasa lelah, dan keraguan, namun penulis mampu tetap melangkah hingga akhirnya sampai pada tahap ini. Terima kasih karena telah tetap kuat, tidak menyerah, dan terus berusaha menyelesaikan setiap proses dengan sebaik mungkin. Semoga segala usaha dan perjuangan yang telah dilalui menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik.

Selanjutnya, penulis menyampaikan ucapan terimakasih kepada pihak-pihak berikut:

1. Bapak Prof. Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. Bapak Assoc. Prof. Dr. Arifin Shaleh, S.Sos, M.SP selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara,

3. Bapak Assoc. Prof. Dr. Abrar Adhani, S.Sos, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Assoc. Prof. Dr. Hj. Yurisna Tanjung, M.AP selaku Wakil Dekan III Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Akhyar Anshori, S.Sos, M.I.Kom selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Faizal Hamzah Lubis, S.Sos, M.I.Kom selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Ribut Priadi, S.Sos, M.I.kom selaku dosen pembimbing penulis yang selalu sabar dalam membimbing dan mengajari penulis dalam proses penyusunan tugas akhir ini.
8. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang telah memberikan ilmu dan bimbingan selama penulis menjalani perkuliahan.
9. Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara yang sudah membantu kelengkapan berkas-berkas dan juga informasi perkuliahan.
10. Kepada Helwa Bashel selaku fashion influencer di platform TikTok yang telah menjadi subjek dalam penelitian skripsi ini. Melalui konten, gaya

komunikasi, serta interaksi yang ditampilkan kepada audiens di media sosial, penulis memperoleh banyak data dan gambaran yang sangat membantu dalam proses analisis penelitian mengenai gaya komunikasi influencer dalam membangun citra dan identitas perempuan. Semoga karya dan konten yang dihasilkan dapat terus memberikan inspirasi serta pengaruh positif bagi banyak orang, khususnya bagi perempuan di media sosial.

11. Teruntuk sahabatku tersayang, **putri fahira ainani** terimakasih sudah hadir dan mau menjadi teman seperjalanan selama masa perkuliahan ini. Terimakasih karena selalu ada, selalu mengerti keadaan penulis, dan selalu memberikan dukungan tanpa banyak kata. Bersamamu, perjalanan kuliah terasa lebih ringan, lebih hangat, dan penuh cerita yang tak akan terlupakan. Penulis berharap pertemanan ini tidak akan pernah berakhir sampai kita meraih kesuksesan bersama.
12. Sahabat dekat penulis semenjak berkuliah **Muhammad raffi, Buntora manurung, Muhammad fatih hamdi, Rian rama putra, aisyah fayzah imana mayrazaka**, Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada para sahabat tercinta yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan selama masa perkuliahan. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan sejak awal perkuliahan hingga sampai pada tahap akhir pengurusan pemberkasan kuliah ini. Setiap canda, cerita, perjuangan dalam menyelesaikan tugas, hingga saling menguatkan di saat lelah dan hampir menyerah menjadi

kenangan yang sangat berharga bagi penulis. Kehadiran kalian bukan hanya sebagai teman belajar, tetapi juga sebagai keluarga yang selalu ada dalam suka maupun duka selama menjalani proses perkuliahan. Semoga persahabatan yang telah terjalin ini tetap terjaga dan setiap langkah kita ke depan dipenuhi dengan kesuksesan.

13. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada adik tercinta, Ramadhan aidil said yang selalu memberikan dukungan, doa, serta semangat kepada penulis selama menjalani proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas perhatian, pengertian, dan kebersamaan yang selalu diberikan, sehingga penulis dapat tetap termotivasi dalam menyelesaikan setiap tahap perkuliahan. Semoga segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan menjadi doa dan harapan baik bagi perjalanan kita ke depan.
14. Terima kasih juga kepada ibu rini sihite yang telah memberikan arahan, bimbingan, serta dukungan selama penulis menjalani masa perkuliahan. Nasihat, motivasi, dan perhatian yang diberikan menjadi salah satu sumber semangat bagi penulis dalam menjalani proses belajar hingga penyusunan skripsi ini. Penulis sangat bersyukur atas segala kebaikan dan dukungan yang telah diberikan, yang tentunya sangat berarti dalam perjalanan akademik penulis hingga saat ini.
15. Penulis juga ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada Adella Natasya Putri, yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta arahan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Mulai dari

tahap pengajuan judul hingga selesainya penulisan skripsi, kehadirannya menjadi salah satu sumber motivasi bagi penulis untuk tetap kuat dan terus berusaha menyelesaikan setiap proses yang dilalui. Dukungan, perhatian, serta kata-kata penyemangat yang diberikan sangat berarti bagi penulis dalam melewati berbagai tantangan selama penyusunan skripsi ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan dapat menjadi hal yang berharga dan selalu dikenang.

Medan, 25 Maret 2026
Penulis

REZKY UMMA RAMADHANI
2203110414

GAYA KOMUNIKASI FASHION *INFLUENCER* PADA AKUN TIKTOK @HELWA BASHEEL DALAM MEMBANGUN CITRA DAN IDENTITAS WANITA

REZKY UMMA RAMADHANI

NPM: 2203110414

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi yang digunakan oleh Helwa Bashel dalam konten TikTok serta bagaimana gaya komunikasi tersebut membentuk citra dan identitas perempuan yang ditampilkan kepada audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi dan wawancara terhadap *influencer* serta audiens sebagai informan penelitian. Analisis penelitian ini menggunakan konsep gaya komunikasi dan teori *encoding–decoding* untuk melihat bagaimana pesan yang disampaikan oleh *influencer* diproduksi serta ditafsirkan oleh audiens. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi yang digunakan oleh Helwa Bashel dalam konten TikTok bersifat sederhana, visual, dan interaktif. Penyampaian pesan dilakukan dengan bahasa yang santai dan mudah dipahami, serta didukung oleh tampilan visual berupa kombinasi *outfit* yang menarik dan relevan dengan kehidupan sehari-hari. Selain itu, interaksi dengan audiens juga dilakukan melalui kolom komentar, seperti merespons pertanyaan audiens dan membuat konten berdasarkan permintaan pengikut. Gaya komunikasi tersebut juga berperan dalam membentuk citra dan identitas perempuan yang ditampilkan dalam konten Helwa Bashel, yaitu perempuan yang modis, percaya diri, sederhana, dan tetap berpegang pada nilai kesopanan dalam berpakaian. Dengan demikian, konten *fashion* yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai hiburan atau inspirasi gaya berpakaian, tetapi juga berperan dalam membentuk persepsi audiens mengenai citra dan identitas perempuan di media digital.

Kata kunci: Gaya Komunikasi, *Fashion Influencer*, TikTok, Citra Perempuan, Identitas Perempuan di Media Digital.

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Pembatasan Masalah	4
1.3. Rumusan Masalah	5
1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian	5
1.5. Sistematika Penulisan	6
BAB II	8
TINJAUAN TEORITIS	8
2.1. Pengertian Gaya Komunikasi	8
2.1.1. Gaya Komunikasi.....	8
2.1.2. Dimensi Gaya Komunikasi	8
2.1.3. Gaya Komunikasi <i>Influencer</i>	10
2.2. Komunikasi Digital dan Media Sosial TikTok	11
2.3. Influencer dan Personal Branding.....	12
2.3.1. Pengertian <i>Influencer</i>	12
2.3.2. Personal Branding pada Influencer	12
2.4. Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan dalam Media Digital	13
2.5. Stuart Hall's <i>Encoding-Decoding</i> Model	14

BAB III.....	17
METODOLOGI PENELITIAN	17
3.1. Jenis Penelitian	17
3.2. Kerangka Konsep.....	17
3.3. Definisi Konsep	18
3.4. Kategorisasi Penelitian	19
3.5. Narasumber	20
3.6. Teknik pengumpulan Data.....	21
3.7. Teknik Analisis Data	22
3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian	23
BAB IV	24
HASIL DAN PEMBAHASAN	24
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	24
4.2. Hasil Penelitian	26
4.2.1. Gaya Komunikasi Influencer	26
4.3. Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan	37
4.4. Interpretasi Audiens (<i>Encoding - Decoding</i>)	45
4.4.1. <i>Dominant Reading</i>	45
4.4.2. <i>Negotiated Reading</i>	46
4.4.3. <i>Oppositional Reading</i>	47
4.5. Pembahasan	49
4.5.1. Gaya Komunikasi Fashion Influencer Helwa Bashel dalam Konten Tiktok	49
4.5.2. Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan dalam Konten Helwa Bashel	50
BAB V.....	52
KESIMPULAN DAN SARAN	52
5.1. Kesimpulan	52
5.2. Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	53
LAMPIRAN.....	57

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3. 1 Kerangka Konsep.....	18
Gambar 4. 1 Akun Tiktok Helwa Bashel	25
Gambar 4. 2 Konten Tiktok Helwa Bashel	27
Gambar 4. 3 Hasil Wawancara Bersama <i>Influencer</i> Helwa Bashel	28
Gambar 4. 4 Hasil Wawancara Bersama Audiens.....	29
Gambar 4. 5 Helwa Bashel Menunjukkan Ekspresi Wajah dan Gerakan tubuh .	30
Gambar 4. 6 Hasil Wawancara Bersama <i>Influencer</i> Helwa Bashel	31
Gambar 4. 7 Hasil Wawancara Bersama Audiens.....	32
Gambar 4. 8 Pola Interaksi dengan Audiens dalam Video TikTok yang dibuat .	34
Gambar 4. 9 Hasil Wawancara Bersama <i>Influencer</i> Helwa Bashel	35
Gambar 4. 10 Hasil Wawancara Bersama Audiens.....	36
Gambar 4. 11 Konten Helwa Bashel Rekomendasi Berpakaian yang Stylish	37
Gambar 4. 12 Hasil Wawancara Bersama <i>Influencer</i> Helwa Bashel	38
Gambar 4. 13 Hasil Wawancara dengan Audiens	39
Gambar 4. 14 Inspirasi <i>Outfit</i> Helwa Bashel.....	40
Gambar 4. 15 Hasil Wawancara Bersama <i>Influencer</i> Helwa Bashel	41
Gambar 4. 16 Hasil Wawancara dengan Audiens	42
Gambar 4. 17 Hasil Wawancara dengan Audiens	44
Gambar 4. 18 Contoh Audiens Meniru Gaya Berpakaian Helwa Bashel	45
Gambar 4. 19 Hasil Wawancara dengan Audiens	47
Gambar 4. 20 Hasil Wawancara dengan Audiens	48

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian	20
---	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penugasan Dosen Pembimbing Skripsi	57
Lampiran 2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing	58
Lampiran 3. Surat Permohonan Seminar Proposal	59
Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 5. Undangan Panggilan Seminar Proposal	Error! Bookmark not defined.
Lampiran 6. Gform Wawancara Penelitian dengan Helwa Bashel	63
Lampiran 7. Gform Wawancara Penelitian dengan Audiens	64
Lampiran 8. Izin Wawancara dengan <i>Influencer</i> Helwa Bashel	65
Lampiran 9. Draft Wawancara	66
Lampiran 10. Riwayat Hidup	67

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Perkembangan media sosial di era digital telah mengubah cara masyarakat membangun identitas, mengekspresikan diri, dan mengonstruksi citra pribadi. TikTok, sebagai salah satu platform yang paling dominan saat ini, penetrasi TikTok di Indonesia tergolong sangat tinggi, laporan data digital menunjukkan ratusan juta pengguna aktif di Indonesia pada 2024, menjadikan negara ini salah satu pasar terbesar TikTok di dunia (Media, 2024). Kondisi ini menempatkan TikTok tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga sebagai media yang mampu membentuk budaya populer, termasuk dalam hal *fashion* dan representasi identitas wanita. Algoritma TikTok yang responsif terhadap tren, dukungan format video pendek, dan kemudahan interaksi menjadikannya ruang strategis bagi *influencer* untuk menampilkan gaya komunikasi yang khas dan memengaruhi persepsi audiens. Fenomena ini menciptakan lingkungan baru di mana *fashion influencer* berperan sebagai agen representasi yang turut mendefinisikan standar femininitas, estetika, serta identitas perempuan modern (Mufidah et al., 2025).

Helwa Bashel merupakan salah satu *fashion influencer* TikTok yang mengalami peningkatan visibilitas tinggi berkat konten konsisten yang menonjolkan gaya berpakaian elegan, feminim, dan modern. Kehadiran Helwa Bashel tidak hanya menjadi sumber inspirasi fashion, tetapi juga menciptakan citra tertentu tentang bagaimana seorang perempuan ideal ditampilkan melalui gaya komunikasi yang ia bangun. Dalam setiap konten, ia memadukan bahasa

verbal yang lembut, ramah, dan persuasif dengan gaya komunikasi nonverbal seperti ekspresi wajah, gesture tangan, postur tubuh, serta pemilihan warna dan model busana yang mempertegas identitas perempuan yang ingin ia representasikan. Konsistensi konten tersebut membentuk personal branding yang kuat dan mempengaruhi cara audiens memaknai identitas wanita dalam konteks budaya digital saat ini. Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi *influencer* di TikTok berimplikasi pada praktik sosial nyata terkait bagaimana perempuan menata penampilan dan memahami peran sosialnya (Prayudha & Sari, 2024).

Personal branding bagi seorang *influencer* merupakan strategi utama dalam menegaskan diferensiasi diri di tengah persaingan konten digital yang semakin padat. Melalui konsistensi dalam gaya komunikasi, penyampaian pesan, serta estetika visual yang ditampilkan, seorang *influencer* mampu membangun identitas publik yang kuat, meningkatkan kredibilitas, dan menciptakan hubungan emosional dengan audiens. Konsistensi tersebut tidak hanya memperjelas citra diri, tetapi juga berperan penting dalam membentuk persepsi, kepercayaan, serta loyalitas pengikut terhadap persona yang dibangun (Utami, T. R., & Christin, M., 2023). Fenomena *fashion influencer* seperti Helwa Bashel memiliki relevansi penting terhadap identitas perempuan masa kini. Banyak perempuan, terutama generasi Z dan milenial, menggunakan TikTok sebagai referensi dalam menata penampilan, membentuk gaya hidup, dan menentukan citra diri. Dalam konteks ini, gaya komunikasi *influencer* tidak hanya menyampaikan informasi mengenai model, tetapi juga membawa nilai-nilai terkait kepercayaan diri, kemandirian, gaya hidup minimalis namun elegan, hingga konstruksi sosial mengenai

kecantikan dan peran perempuan. Representasi identitas wanita yang dibangun melalui media sosial sering kali menjadi standar baru yang memengaruhi cara perempuan memandang dirinya maupun perempuan lain di sekitar mereka (Rarame, 2025).

Namun, di sisi lain, popularitas *fashion influencer* juga memunculkan persoalan baru terkait keaslian identitas dan tekanan sosial yang dialami perempuan. Konten *fashion* sering kali berfokus pada estetika visual yang sempurna, sehingga dapat menciptakan persepsi ideal yang belum tentu sesuai dengan realitas sosial semua perempuan (Indriani et al., 2025). Di sinilah pentingnya meneliti bagaimana gaya komunikasi *influencer* bekerja dalam membangun citra dan identitas wanita, apakah ia merepresentasikan keberagaman perempuan atau justru membentuk standar baru yang cenderung homogen. Dengan menggunakan *Encoding–Decoding Model* (Hall, 1980), penelitian ini melihat bagaimana Helwa Bashel *meng-encode* pesan melalui visual, narasi, dan gaya komunikasinya, serta bagaimana audiens *mendecode* pesan tersebut dengan posisi dominan, negosiasi, atau oposisi. Model ini memungkinkan analisis lebih dalam mengenai bagaimana identitas perempuan dinegosiasikan dalam ruang digital

Penelitian mengenai gaya komunikasi Helwa Bashel menjadi relevan untuk memahami bagaimana proses representasi itu terjadi dan bagaimana audiens meresponsnya dalam kehidupan sehari-hari. Melalui penelitian ini, penulis ingin menganalisis secara mendalam bagaimana gaya komunikasi verbal dan nonverbal yang digunakan Helwa Bashel di TikTok berperan dalam membangun citra

dirinya sebagai *fashion influencer* serta bagaimana citra tersebut berkontribusi pada konstruksi identitas wanita di era digital. Melalui teori *encoding–decoding* Stuart Hall, penelitian ini juga menelusuri bagaimana audiens menafsirkan pesan yang disampaikan *influencer*. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman akademis mengenai hubungan antara komunikasi digital, personal branding *influencer*, dan pembentukan identitas perempuan, sekaligus memberikan perspektif kritis terhadap budaya visual yang berkembang di media sosial saat ini.

Berdasarkan uraian pada latar belakang di atas peneliti tertarik untuk menganalisis **“Gaya Komunikasi *Fashion Influencer* Pada Akun Tiktok @Helwa Bashel Dalam Membangun Citra Dan Identitas Wanita”**

1.2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah diuraikan, maka adanya batasan masalah sebagai berikut :

1. Penelitian hanya menganalisis konten Helwa Bashel di TikTok dan tidak mencakup platform lain seperti Instagram, YouTube, atau X (Twitter).
2. Penelitian berfokus pada gaya komunikasi Helwa Bashel, meliputi bahasa verbal, visual, narasi, serta cara berinteraksi dengan audiens.
3. Data yang digunakan hanya meliputi hasil observasi digital (netnografi), dokumentasi konten, dan wawancara dengan audiens.
4. Penelitian mengeksplorasi bagaimana audiens menafsirkan pesan dalam konten Helwa Bashel.

1.3. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan yang sudah diuraikan, maka adanya rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh *fashion influencer* Helwa Bashel dalam konten TikTok?
2. Bagaimana gaya komunikasi tersebut membentuk citra dan identitas perempuan yang ditampilkan dalam konten Helwa Bashel?

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tujuan Penelitian

1. Mendeskripsikan gaya komunikasi yang digunakan Helwa Bashel dalam konten TikTok-nya sebagai seorang *fashion influencer*.
2. Menganalisis bagaimana gaya komunikasi tersebut berperan dalam membangun citra dan identitas perempuan yang ditampilkan.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Menyediakan sudut pandang baru dalam studi mengenai gaya komunikasi digital dengan mengkaji bagaimana penggunaan bahasa, tampilan visual, dan alur narasi yang dipilih *influencer* secara bertahap membentuk citra perempuan yang dipersepsikan oleh khalayak.

2. Manfaat Praktis

Mendorong audiens untuk mengembangkan literasi media yang kritis, agar mampu menilai secara sadar bagaimana citra perempuan dikonstruksi

melalui media sosial dan tidak terjebak pada tekanan estetika yang tidak sehat.

1.5. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

BAB I ini berisi gambaran awal mengenai alasan pentingnya penelitian dilakukan. Dimulai dari latar belakang yang menjelaskan fenomena perkembangan media sosial TikTok, pengaruh *fashion influencer*, serta urgensi memahami bagaimana gaya komunikasi Helwa Bashel membentuk citra dan identitas perempuan.

BAB II : URAIAN TEORITIS

BAB II menyajikan teori-teori yang menjadi landasan analisis, seperti gaya komunikasi, komunikasi digital dan TikTok, *influencer* dan personal branding, representasi perempuan dalam media, teori identitas sosial, serta teori *encoding–decoding* Stuart Hall. Teori-teori ini digunakan untuk memperkuat kerangka berpikir dalam memahami proses representasi dan Interpretasi audiens.

BAB III : METODE PENELITIAN

BAB III ini menjelaskan pendekatan yang digunakan, yakni penelitian kualitatif deskriptif, serta memaparkan kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi penelitian, informan, teknik pengumpulan data melalui observasi digital dan wawancara mendalam, teknik analisis data, serta waktu dan lokasi penelitian. Bab ini menggambarkan langkah-langkah teknis penelitian agar proses pengumpulan dan analisis data berjalan sistematis.

BAB IV : HASIL DAN PEMBAHASAN

BAB IV ini berisi temuan penelitian yang meliputi gaya komunikasi Helwa Bashel, representasi perempuan yang muncul dalam kontennya, serta pemaknaan audiens berdasarkan teori *encoding–decoding*. Bab ini juga menghubungkan temuan dengan teori untuk menghasilkan pembahasan yang komprehensif.

BAB V : PENUTUP

BAB V Penutup ini menyajikan rangkuman hasil penelitian yang diperoleh dari analisis gaya komunikasi fashion *influencer* Helwa Bashel di TikTok serta implikasinya terhadap pembentukan citra dan identitas perempuan. Bab ini memuat kesimpulan yang merangkum temuan utama, yaitu bagaimana Helwa Bashel membangun pesan melalui bahasa, visual, dan narasi; bagaimana representasi perempuan terbentuk dalam kontennya; serta bagaimana audiens menafsirkan pesan tersebut melalui proses *encoding–decoding*.

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1. Pengertian Gaya Komunikasi

2.1.1. Gaya Komunikasi

(Norton, R. W., 1978) mendefinisikan gaya komunikasi sebagai pola perilaku komunikatif yang relatif konsisten dan digunakan seseorang ketika berinteraksi. Gaya komunikasi mencerminkan karakter personal, kecenderungan emosional, struktur pesan, serta strategi interaksi yang membentuk persepsi orang lain terhadap komunikator (Priadi & Thariq, 2023).

Menurut (Littlejohn & Foss, 2008) gaya komunikasi merupakan pola ekspresi yang dipilih seseorang melalui bahasa, simbol, dan tindakan nonverbal yang berfungsi menentukan bagaimana pesan diinterpretasikan oleh audiens. Dengan demikian, gaya komunikasi bukan sekadar apa yang disampaikan, tetapi bagaimana pesan itu disampaikan (Adhani, 2017). Dari definisi tersebut, dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi merupakan aspek strategis dalam proses penyampaian pesan yang memengaruhi persepsi, citra, dan penerimaan audiens terhadap komunikator.

2.1.2. Dimensi Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi tidak hanya dipahami sebagai cara seseorang berbicara, tetapi merupakan kombinasi antara perilaku verbal, nonverbal, emosional, dan estetis yang secara konsisten digunakan dalam interaksi. Menurut (Norton, R. W., 1978), terdapat beberapa dimensi utama gaya

komunikasi yang menggambarkan karakteristik seseorang dalam menyampaikan pesan. Dimensi-dimensi ini membantu memahami bagaimana seorang komunikator, termasuk *influencer*, membangun hubungan, menarik perhatian audiens, serta memengaruhi persepsi mereka. Berikut adalah penjelasan dari dimensi-dimensi gaya komunikasi.

1) *Friendly* (Ramah)

Dimensi ini menggambarkan bagaimana seorang komunikator menunjukkan kehangatan, kedekatan, dan sikap bersahabat terhadap audiens.

2) *Relaxed* (Santai)

Dimensi ini mencerminkan komunikasi yang tidak kaku, tidak tegang, dan menyampaikan kesan percaya diri.

3) *Attentive* (Perhatian)

Komunikator dengan gaya *attentive* menunjukkan ketertarikan terhadap audiens dan responsif terhadap umpan balik.

4) *Animated* (Ekspresif)

Gaya *animated* menunjukkan bagaimana komunikator menampilkan energi, ekspresi, dan gerakan tubuh yang hidup.

5) *Dramatic* (Dramatis)

Dimensi ini menggambarkan cara komunikator menggunakan narasi, vokal, dan visual untuk menciptakan kesan kuat atau emosional.

6) *Open* (Terbuka)

Perilaku yang terkait dengan subkonstruk terbuka mencakup aktivitas komunikasi yang ditandai dengan sifat percakapan, luas, ramah, bersahabat, sosial, terbuka, tidak rahasia, agak jujur, mungkin blak-blakan, pasti ekstrovert, dan jelas mudah didekati. Secara stilistik, komunikator terbuka dengan mudah mengungkapkan informasi pribadi tentang diri sendiri dalam interaksi komunikatif

7) *Precise* (Jelas dan Terstruktur)

Dimensi ini menunjukkan cara komunikator menyampaikan pesan dengan jelas, logis, dan terorganisir.

8) *Dominant* (Dominan)

Gaya dominan menunjukkan kontrol kuat dalam percakapan dan menegaskan pendapat dengan tegas.

2.1.3. Gaya Komunikasi *Influencer*

Gaya komunikasi *influencer* merupakan pola penyampaian pesan yang menggabungkan unsur verbal, nonverbal, visual, serta strategi interaksi yang digunakan secara konsisten untuk membentuk citra diri di media sosial. Menurut (Norton, R. W., 1978), gaya komunikasi mencakup pola perilaku komunikatif yang relatif stabil dan menjadi ciri khas seorang komunikator dalam setiap interaksinya. Dalam konteks *influencer*, gaya komunikasi tidak hanya tampak dari pilihan bahasa dan narasi yang digunakan, tetapi juga dari ekspresi visual seperti gestur tubuh, pose, ekspresi wajah, dan estetika *fashion* yang ditampilkan dalam konten. (Lou

et al., 2019a) menjelaskan bahwa bahasa dan simbol visual yang dipilih komunikator memiliki peran penting dalam membentuk cara audiens menafsirkan pesan. *Influencer* secara strategis menggunakan gaya bicara yang ramah dan hangat, serta caption yang personal untuk menciptakan kedekatan dengan pengikutnya.

Selain itu, interaksi aktif seperti menyapa audiens, membalas komentar, dan memberikan call to action menjadi bagian dari gaya komunikasi yang memperkuat hubungan parasosial antara *influencer* dan penonton (Schouten et al., 2021). Hal ini tidak berdiri sendiri, tetapi terintegrasi dalam strategi personal branding yang bertujuan membangun citra konsisten seperti elegan, feminin, modern, atau ramah, sebagaimana dikemukakan oleh (Khamis et al., 2017)

2.2. Komunikasi Digital dan Media Sosial TikTok

Komunikasi digital merujuk pada proses pertukaran pesan yang berlangsung melalui perangkat elektronik dan jaringan internet, di mana pesan disampaikan dalam format teks, visual, audio, maupun multimedia (Nasrullah, R., 2020). Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi masyarakat dari yang bersifat satu arah menjadi dua arah dan partisipatif (Priadi & Thariq, 2023). Salah satu platform yang mendapatkan perhatian besar dalam kajian komunikasi digital adalah TikTok, sebuah aplikasi berbasis video pendek yang menekankan kreativitas, kecepatan, dan interaktivitas. TikTok menyediakan berbagai fitur seperti efek visual, musik, filter, *voice-over*, captions, hingga algoritma rekomendasi yang sangat responsif terhadap preferensi pengguna (Kaye et al.,

2021). Fitur ini memungkinkan pengguna tidak hanya sebagai konsumen, tetapi juga produsen konten (prosumer) yang aktif membentuk budaya digital.

2.3. Influencer dan Personal Branding

2.3.1. Pengertian *Influencer*

Influencer adalah individu yang memiliki kemampuan memengaruhi opini, perilaku, atau keputusan audiens melalui konten yang dipublikasikan di media sosial. Pengaruh tersebut muncul karena kredibilitas, keahlian, daya tarik, maupun interaksi yang konsisten antara *influencer* dan pengikutnya (Schouten et al., 2020).

Dalam konteks media sosial modern, *influencer* tidak hanya dipandang sebagai figur publik, tetapi juga sebagai *micro-celebrity* yang membangun ketenaran melalui aktivitas digital, bukan melalui industri hiburan tradisional (Khamis, S., Ang, L., & Welling, R., 2017). Mereka memanfaatkan strategi komunikasi, *storytelling*, visual branding, dan interaksi intens dengan pengikut untuk mempertahankan relevansi dan pengaruh.

2.3.2. Personal Branding pada Influencer

Personal branding pada *influencer* merupakan proses strategis di mana seorang kreator membangun, mengelola, dan menampilkan citra diri tertentu untuk menciptakan identitas digital yang konsisten, menarik, dan berbeda dari yang lain (Lou dkk., 2019). Dalam konteks media sosial, personal branding tidak hanya berkaitan dengan bagaimana *influencer* ingin dipersepsikan, tetapi juga bagaimana mereka memposisikan diri sebagai figur yang kredibel, autentik, dan relevan bagi audiens tertentu. Melalui pemilihan gaya bahasa, visual, narasi, serta nilai yang mereka tampilkan, *influencer* secara sadar

membentuk karakter atau persona yang mencerminkan mereka seperti kecantikan, fashion, edukasi, *lifestyle*, atau kesehatan. Proses ini dipengaruhi oleh dinamika algoritma, kebutuhan membangun *engagement*, dan kemampuan mempertahankan hubungan emosional dengan pengikut.

2.4. Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan dalam Media Digital

Pembentukan citra dan identitas perempuan dalam media digital merupakan proses sosial yang dipengaruhi oleh representasi visual, standar estetika, dan interaksi budaya yang berkembang di ruang daring. Identitas perempuan merupakan konstruksi sosial yang dibentuk melalui pengalaman budaya, nilai, norma, dan representasi simbolik yang berkembang di masyarakat (Moulida & Suryati, 2025). Media digital memainkan peran penting dalam membentuk identitas perempuan modern melalui penyediaan ruang untuk mengonstruksi, memodifikasi, dan menampilkan diri (Sitinjak, 2024). Perempuan kini dapat menegosiasikan identitas mereka secara lebih aktif melalui konten yang mereka konsumsi maupun produksi, seperti gaya berpakaian, peran gender, ekspresi diri, hingga pilihan karier.

Namun, studi juga menunjukkan bahwa identitas perempuan sering kali dipengaruhi oleh ekspektasi sosial yang ditanamkan melalui media, terutama melalui standar kecantikan dan performativitas perempuan yang dianggap ideal (Jiménez-García dkk., 2025). Selain itu, dinamika algoritma media sosial yang memprioritaskan konten viral juga memengaruhi cara perempuan membangun identitasnya. Algoritma mendorong pengguna untuk terus memperbarui konten yang menarik perhatian publik, sehingga perempuan sering kali terjebak dalam

pola performative identity menampilkan diri bukan berdasarkan siapa dirinya, tetapi apa yang diinginkan audiens (Moulida & Suryati, 2025).

TikTok dengan dominasi konten visual, menjadikan perempuan lebih rentan pada pembentukan identitas yang bergantung pada validasi sosial berupa *likes*, *views*, dan komentar (Yang dkk., 2024). Hal ini dapat menciptakan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan identitas yang diterima secara sosial ketimbang identitas asli. Secara tidak langsung, perempuan melakukan proses *social comparison* dengan citra *influencer*, sehingga membentuk penilaian terhadap diri sendiri berdasarkan visual yang mereka konsumsi. *Influencer* kemudian menjadi referensi identitas sosial bagi perempuan yang ingin menampilkan diri sesuai tren visual yang sedang populer di media sosial. Hal ini sejalan dengan temuan (Kumar, 2023) yang menyatakan bahwa konten *influencer* dapat memberikan dampak positif berupa inspirasi dan rasa percaya diri, tetapi juga dapat menciptakan tekanan estetika dan ketidakpuasan tubuh. Dengan demikian, pembentukan citra dan identitas perempuan melalui media sosial merupakan proses dinamis yang dipengaruhi oleh representasi *influencer*, respons emosional audiens, dan negosiasi makna antara apa yang ditampilkan media dan pengalaman personal perempuan.

2.5. Stuart Hall's *Encoding-Decoding Model*

Stuart Hall melalui *Encoding-Decoding Model* menjelaskan bahwa pesan media tidak diterima secara otomatis sesuai dengan maksud pembuatnya, melainkan diinterpretasikan oleh audiens melalui proses pemaknaan yang

dipengaruhi oleh pengalaman, nilai, dan konteks sosial masing-masing. Model ini menekankan bahwa komunikasi adalah proses dua arah (Hall, 1980).

a. Encoding

Encoding merujuk pada proses pembuat media (*content creator*) dalam mengonstruksi pesan melalui bahasa, simbol, gaya visual, dan kode-kode budaya tertentu. Pada tahap ini, makna dibentuk berdasarkan pengetahuan, nilai, pengalaman, dan ideologi pembuat pesan. (Hall, 1980) menjelaskan bahwa produsen media menggunakan *preferred meaning*, yaitu makna dominan yang diharapkan dapat diterima audiens sebagaimana maksud pembuatnya. Dalam konteks media digital, *encoding* dapat terlihat melalui pemilihan narasi, gaya penyampaian, visualisasi, serta strategi persuasi yang digunakan oleh kreator.

b. Decoding

Decoding merupakan proses di mana audiens menafsirkan pesan. Proses ini tidak bersifat pasif, melainkan aktif, karena audiens membawa nilai, pengalaman, dan latar sosial budaya mereka sendiri dalam memahami pesan. Dengan kata lain, audiens tidak otomatis menerima makna yang diintensikan oleh pembuat pesan. (Hall, 1980) menyebutkan bahwa proses *decoding* menghasilkan tiga posisi pemaknaan:

1) Dominant / Preferred Reading

Audiens menerima dan menyetujui pesan sesuai dengan makna yang diinginkan pembuat media.

2) Negotiated Reading

Audiens menerima pesan secara umum, tetapi menyesuaikannya dengan pengalaman pribadi atau kondisi sosial individual.

3) *Oppositional Reading*

Audiens menolak pesan secara ideologis dan memberi makna yang bertentangan dengan niat pengirim pesan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi dan wawancara terhadap *influencer* serta audiens sebagai informan penelitian. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada proses penafsiran makna, pengamatan mendalam terhadap gaya komunikasi *influencer*, serta analisis representasi identitas perempuan dalam konten TikTok. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mengetahui lebih dalam bentuk komunikasi, simbol visual, narasi, serta pemaknaan audiens terhadap konten yang dihasilkan oleh *influencer*.

3.2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep ini menggambarkan bahwa gaya komunikasi Helwa Bashel sebagai *fashion influencer* membentuk pesan dalam konten TikTok, yang kemudian berfungsi sebagai media representasi perempuan. Representasi tersebut berkontribusi pada pembentukan citra dan identitas perempuan, tetapi makna akhir dari konten tersebut ditentukan oleh proses pemaknaan audiens melalui model *encoding–decoding*. Dengan demikian, penelitian ini melihat hubungan antara produksi pesan, representasi, pembentukan identitas, dan respons audiens sebagai satu kesatuan proses yang saling terkait. Alur kerangka konsep ini dapat dilihat pada gambar 3.1.

Gambar 3. 1 Kerangka Konsep



3.3. Definisi Konsep

Berikut adalah definisi konsep dari kerangka konsep tersebut:

a. *Gaya Komunikasi Influencer*

Merupakan cara *influencer* menyampaikan pesan melalui pilihan bahasa, intonasi, visualisasi, gestur tubuh, tata busana, serta teknik pengemasan konten yang digunakan untuk membangun hubungan dengan audiens.

b. Konten Tiktok

Merupakan video pendek yang diunggah Helwa Bashel pada platform TikTok yang berfokus pada fashion, penampilan, tips berpakaian, dan narasi kehidupan sehari-hari

c. Representasi Identitas Perempuan

Merupakan gambaran atau konstruksi mengenai citra perempuan yang ditampilkan melalui simbol visual, gaya busana, narasi, serta nilai-nilai tertentu yang dibentuk melalui konten digital.

d. Interpretasi Audiens

Proses bagaimana penonton menafsirkan, memahami, atau bahkan menegosiasi pesan representasi perempuan yang disampaikan melalui konten *influencer*.

3.4. Kategorisasi Penelitian

Dalam penelitian kualitatif ini, kategorisasi digunakan untuk mengelompokkan data ke dalam beberapa bagian yang lebih terarah. Melalui kategorisasi, peneliti dapat memahami bagaimana gaya komunikasi yang digunakan oleh *fashion influencer* Helwa Bashel di TikTok membentuk representasi dan identitas perempuan, serta bagaimana audiens memberi makna terhadap konten tersebut. Proses pengelompokan ini diperoleh dari hasil observasi digital dan wawancara.

Tabel 3. 1 Kategorisasi Penelitian

No	Kategorisasi	Indikator
1	Gaya Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> - Pilihan bahasa dan narasi: penggunaan gaya bicara, tone, <i>caption</i>. - Ekspresi visual: pose, gestur, gaya berpakaian, estetika <i>fashion</i>. - Pola interaksi: cara menyapa audiens, <i>call to action</i>, <i>engagement</i>.
2	Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan	<ul style="list-style-type: none"> - Citra diri perempuan: ciri fisik, gaya <i>fashion</i>, estetika. - Identitas sosial perempuan: bagaimana perempuan memposisikan diri di masyarakat digital. - Pengaruh terhadap persepsi diri audiens: apakah mendorong aspirasi positif atau menekan.
3	Interpretasi Audiens (<i>Encoding-Decoding</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Dominant-hegemonic reading: audiens menerima dan menyetujui makna yang disampaikan <i>influencer</i>. - Negotiated reading: audiens menerima sebagian pesan namun menolak sebagian lainnya. - Oppositional reading: audiens menolak makna konten dan memberikan tafsir alternatif.

3.5. Narasumber

Narasumber dalam penelitian kualitatif ini adalah individu-individu yang dianggap memiliki pengalaman, pemahaman, dan keterlibatan langsung dengan fenomena yang diteliti. Fokus penelitian ini adalah gaya komunikasi *fashion influencer* Helwa Bashel serta bagaimana kontennya membentuk citra dan identitas perempuan. Secara umum, narasumber dalam penelitian ini terdiri atas:

- 1) *Influencer* Helwa Basel
- 2) Pengikut (Followers) Akun TikTok Helwa Bashel

3.6. Teknik pengumpulan Data

Dalam penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data yang umum dilakukan meliputi observasi, wawancara, dan dokumentasi. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Dokumentasi Konten

Dokumentasi dilakukan untuk mengumpulkan bukti visual dan teks dari konten TikTok Helwa Bashel untuk menganalisis representasi visual, konstruksi identitas perempuan, serta pola gaya komunikasi *influencer*. Data yang dikumpulkan meliputi:

- 1) Konten TikTok Helwa Bashel
- 2) Caption dan hashtag
- 3) Komentar audiens
- 4) Statistik tayangan dan interaksi

b. Wawancara dengan Audiens

Wawancara mendalam dilakukan kepada beberapa audiens atau pengikut Helwa Bashel yang aktif menonton, mengikuti, dan berinteraksi dengan kontennya. Data wawancara memberikan perspektif langsung dari audiens sehingga peneliti dapat memahami posisi *decoding* mereka apakah berada pada posisi *dominant*, *negotiated*, atau *oppositional* sebagaimana teori Stuart Hall.

c. Wawancara dengan Helwa Bashel

Wawancara ini membantu memvalidasi data observasi serta memberi insight mengenai proses *encoding* atau pembentukan pesan sesuai teori Stuart Hall.

3.7. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan kerangka *Encoding–Decoding* Stuart Hall (1980) sebagai pendekatan utama untuk memahami bagaimana pesan yang dikonstruksi oleh Helwa Bashel sebagai fashion *influencer* di TikTok diterima, ditafsirkan, dan dimaknai oleh audiens. Pendekatan ini digunakan karena menawarkan cara pandang kritis yang tidak hanya menilai isi pesan, tetapi juga hubungan antara pembuat pesan (*encoder*) dan penerima pesan (*decoder*) dalam proses komunikasi digital. Analisis dilakukan melalui beberapa tahapan berikut:

a. Analisis *Encoding*

Tahap pertama melihat bagaimana Helwa Bashel membangun dan menyampaikan pesan dalam videonya. Hal ini untuk menunjukkan bagaimana Helwa membentuk citra dirinya dan bagaimana ia merepresentasikan perempuan melalui kontennya.

b. Analisis *Decoding*

Tahap kedua menganalisis bagaimana audiens menafsirkan dan merespons konten Helwa Bashel. Data diperoleh dari wawancara dan komentar TikTok.

c. Membandingkan *Encoding* dan *Decoding*

Tahap ini memberikan gambaran tentang sejauh mana gaya komunikasi Helwa Bashel memengaruhi pembentukan citra perempuan di TikTok.

d. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah bagian akhir penelitian yang berisi ringkasan dari apa yang ditemukan peneliti. Pada tahap ini, peneliti menjelaskan jawaban dari rumusan masalah berdasarkan data yang sudah dikumpulkan dan dianalisis.

3.8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di media sosial TikTok, khususnya pada akun @helwabashel sebagai objek utama. Pemilihan TikTok didasarkan pada karakteristik platform yang berbasis video pendek dan memiliki keterlibatan pengguna yang tinggi, sehingga relevan untuk mengidentifikasi pola komunikasi visual dan naratif. Penelitian dilaksanakan selama 2 bulan, Lokasi penelitian bersifat virtual/daring, mencakup:

- a. Platform TikTok untuk observasi konten
- b. Lokasi wawancara dilakukan secara online (Gform)/ dilakukan offline sesuai kesediaan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah akun TikTok milik Helwa Bashel yang dikenal sebagai salah satu *content creator* yang aktif membagikan konten seputar fashion dan gaya berpakaian di media sosial. Melalui akun TikTok tersebut, Helwa Bashel secara konsisten memproduksi berbagai video yang berfokus pada inspirasi *outfit*, tips memadukan pakaian, serta gaya berpakaian yang dapat dijadikan referensi oleh audiens, khususnya perempuan muda.

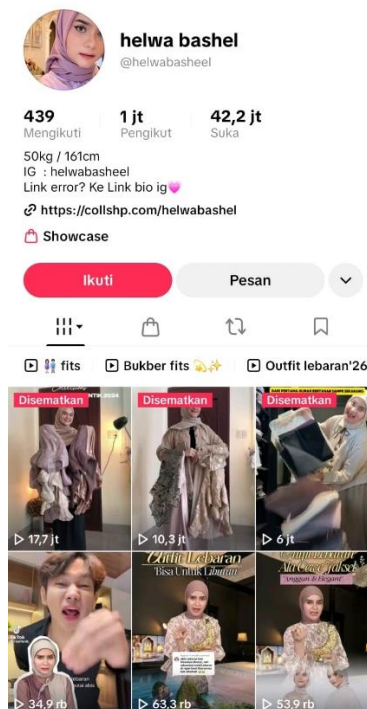
Akun TikTok Helwa Bashel menampilkan berbagai konten fashion dengan konsep visual yang menarik serta gaya komunikasi yang santai dan mudah dipahami. Dalam setiap video yang diunggah, Helwa Bashel sering menampilkan berbagai jenis *outfit* yang dipadukan dengan cara yang kreatif sehingga memberikan inspirasi bagi audiens mengenai bagaimana cara berpakaian yang menarik dan percaya diri. Konten-konten tersebut biasanya disajikan dalam bentuk video singkat dengan penggunaan musik latar, transisi video, serta visual yang estetik sehingga mampu menarik perhatian pengguna TikTok.

Selain menampilkan gaya berpakaian, Helwa Bashel juga sering menyampaikan pesan yang berkaitan dengan kepercayaan diri serta cara perempuan mengekspresikan diri melalui *fashion*. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang dibuat tidak hanya berfokus pada aspek estetika, tetapi juga

mengandung pesan mengenai identitas dan citra perempuan yang ingin ditampilkan di media sosial.

Dengan gaya komunikasi yang santai dan mudah dipahami, Helwa Bashel mampu membangun interaksi dengan audiens melalui berbagai respons seperti komentar. Oleh karena itu, akun TikTok Helwa Bashel menjadi objek penelitian yang relevan untuk melihat bagaimana seorang influencer menyampaikan pesan melalui konten fashion serta bagaimana audiens memaknai pesan tersebut, gambar 4.1 menunjukkan akun tiktok helwa bashel.

Gambar 4. 1 Akun Tiktok Helwa Bashel



Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSuF34kyn/>

4.2. Hasil Penelitian

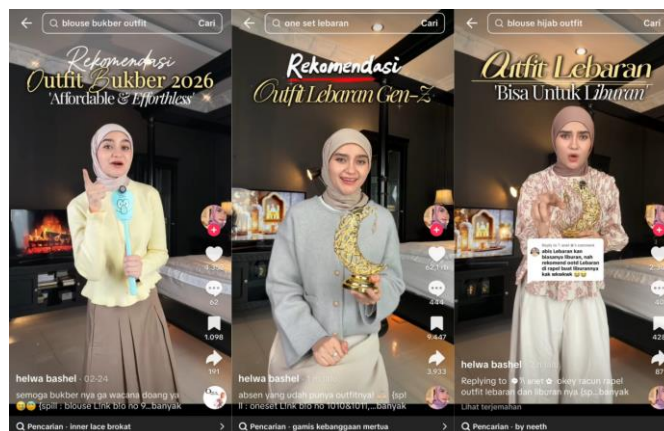
4.2.1. Gaya Komunikasi Influencer

4.2.1.1. Pilihan Bahasa dan Narasi

Dalam konten video TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel, pilihan bahasa yang digunakan cenderung sederhana, santai, dan komunikatif. Bahasa yang digunakan dalam penyampaian pesan tidak bersifat formal, melainkan menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami oleh audiens TikTok yang sebagian besar berasal dari kalangan remaja dan dewasa muda. Penggunaan bahasa yang sederhana ini membuat pesan yang disampaikan dalam video menjadi lebih mudah diterima dan terasa lebih dekat dengan pengalaman audiens.

Dalam beberapa video yang menampilkan konten *fashion*, Helwa Bashel sering menggunakan narasi yang singkat dan langsung pada inti pesan, seperti memberikan rekomendasi *outfit*, tips memadukan pakaian, atau menunjukkan inspirasi gaya berpakaian. Narasi tersebut biasanya disampaikan melalui teks pada layar (*text on screen*), caption, maupun penjelasan singkat yang menyertai video. Penyampaian narasi yang ringkas ini menyesuaikan dengan karakteristik platform TikTok yang mengutamakan konten berdurasi pendek namun tetap informatif. Gambar 4.2 menunjukkan konten tiktok helwa bashel dalam memberikan rekomendasi outfit dan inspirasi gaya berpakaian.

Gambar 4. 2 Konten Tiktok Helwa Bashel



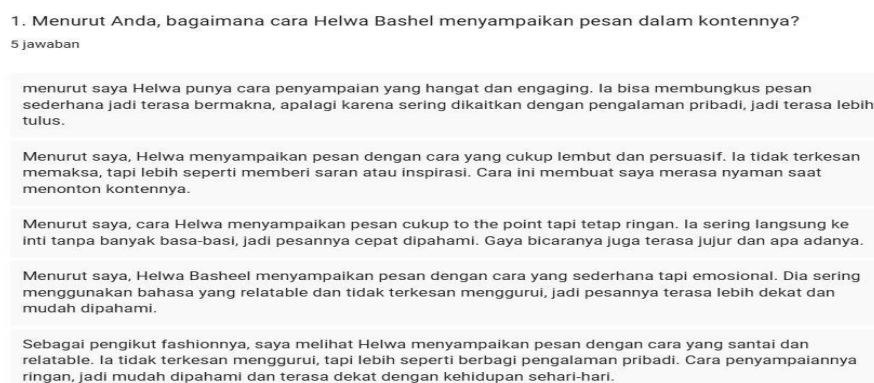
Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSuF34kyn/>

Selain itu, penggunaan kata-kata yang bersifat persuasif juga sering ditemukan dalam narasi konten Helwa Bashel. Misalnya ketika memberikan rekomendasi gaya berpakaian tertentu, narasi yang digunakan cenderung mengajak audiens untuk mencoba gaya tersebut atau menjadikannya sebagai referensi dalam berpakaian. Hal ini menunjukkan bahwa bahasa yang digunakan tidak hanya berfungsi sebagai penyampaian informasi, tetapi juga sebagai bentuk komunikasi yang mendorong audiens untuk mengikuti atau meniru gaya yang ditampilkan.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan fashion influencer Helwa Bashel, diketahui bahwa pemilihan bahasa dalam konten TikTok yang dibuatnya sengaja menggunakan bahasa yang sederhana, santai, dan mudah dipahami oleh audiens. Hal tersebut dilakukan agar pesan mengenai rekomendasi outfit atau inspirasi gaya berpakaian dapat diterima dengan baik oleh pengikutnya, terutama kalangan anak muda yang merupakan pengguna dominan platform TikTok. Helwa Bashel menjelaskan

bahwa penyampaian pesan dalam video dibuat secara singkat dan langsung pada inti pembahasan, sehingga audiens dapat dengan cepat memahami isi konten yang ditampilkan.

Gambar 4.3 Menunjukkan hasil wawancara dengan audiens dalam menentukan gaya Bahasa.



Gambar 4. 3 Hasil Wawancara Bersama *Influencer* Helwa Bashel

1. Bagaimana cara Kak Helwa menentukan gaya bahasa dan penyampaian pesan dalam konten TikTok?

3 jawaban

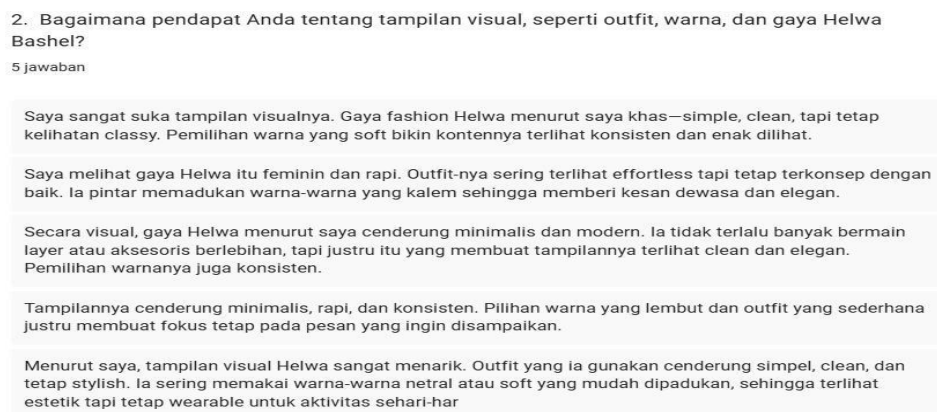
Dalam menentukan gaya bahasa dan penyampaian pesan di konten TikTok, saya biasanya menyesuaikan dengan audiens saya yang mayoritas perempuan muda yang mencari inspirasi outfit yang simpel dan relatable. saya juga menggunakan bahasa yang santai, ringan, dan mudah dipahami, jadi seperti sedang berbagi tips dengan teman.

Dalam setiap content, saya berusaha menyampaikan pesan yang positif, bahwa berpakaian rapi dan stylish tidak harus selalu mahal atau rumit. Melalui konten fashion yang saya buat, saya ingin menunjukkan bahwa setiap perempuan bisa mengekspresikan dirinya melalui gaya berpakaian dan merasa lebih percaya diri dengan versi terbaik dirinya.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada audiens menunjukkan bahwa cara Helwa Bashel menyampaikan pesan dalam konten TikTok dinilai positif dan mudah diterima oleh pengikutnya. Beberapa audiens menilai bahwa gaya komunikasi yang digunakan dalam kontennya

terlihat menarik dan inspiratif. Gambar 4.4 Menunjukkan hasil wawancara bersama audiens.

Gambar 4. 4 Hasil Wawancara Bersama Audiens



Hal ini disebabkan oleh cara penyampaian yang ceria serta penggunaan bahasa yang sederhana sehingga membuat konten terasa lebih hidup dan tidak membosankan. Audiens juga menyebutkan bahwa pesan yang disampaikan dapat dengan cepat dipahami karena disampaikan secara singkat namun tetap jelas. Dengan demikian, hasil wawancara dengan *influencer* dan audiens menunjukkan adanya keterkaitan antara gaya komunikasi yang digunakan oleh Helwa Bashel dengan cara audiens memahami serta menafsirkan pesan yang disampaikan dalam konten TikTok.

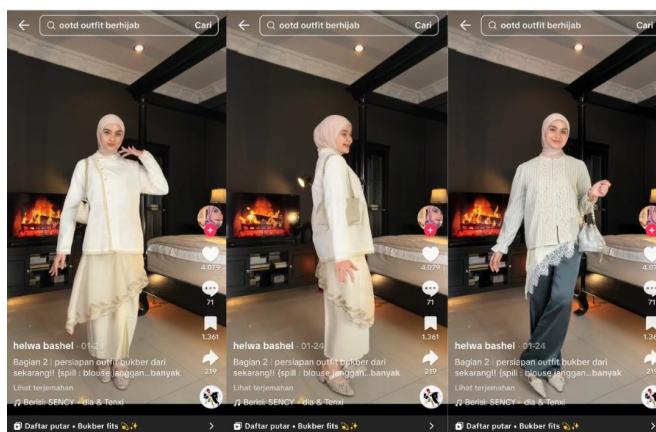
4.2.1.2. Ekspresi Visual

Dalam beberapa video konten TikTok Helwa Bashel yang diamati, Helwa Bashel sering menampilkan ekspresi wajah yang ramah dan percaya diri ketika memperagakan berbagai pilihan *outfit*. Ekspresi tersebut terlihat melalui senyuman, kontak mata dengan kamera, serta gestur tubuh yang santai namun tetap menunjukkan kepercayaan diri. Ekspresi ini membantu

memperkuat pesan visual bahwa gaya berpakaian yang ditampilkan tidak hanya berfokus pada aspek fashion, tetapi juga pada bagaimana seseorang dapat mengekspresikan dirinya melalui penampilan.

Selain ekspresi wajah, gerakan tubuh juga menjadi bagian dari komunikasi visual dalam video yang diunggah. Helwa Bashel sering menggunakan gerakan sederhana seperti berputar, berjalan, atau melakukan transisi perubahan outfit untuk menunjukkan detail pakaian yang dikenakan. Gerakan tersebut membantu audiens melihat secara jelas bagaimana kombinasi pakaian tersebut digunakan dalam aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, penyampaian pesan tidak hanya dilakukan melalui kata-kata, tetapi juga melalui visual yang ditampilkan dalam video. Gambar 4.5 menunjukkan Helwa Bashel dalam Ekspresi Wajah dan Gerakan tubuh.

Gambar 4. 5 Helwa Bashel Menunjukkan Ekspresi Wajah dan Gerakan tubuh



Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSuF34kyn/>

Melalui ekspresi visual yang konsisten dalam setiap video, Helwa Bashel tidak hanya menampilkan produk fashion, tetapi juga membangun kesan bahwa gaya berpakaian dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan

identitas diri. Ekspresi wajah yang percaya diri, gestur tubuh yang natural, serta penampilan visual yang menarik membuat konten yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens. Gambar 4.6 menunjukkan hasil wawancara dengan *Influencer* Helwa Bashel.

Gambar 4. 6 Hasil Wawancara Bersama *Influencer* Helwa Bashel

5. Bagaimana pemilihan outfit dan warna membantu membangun citra dan karakter yang ingin Kak Helwa tampilkan?

3 jawaban

Dalam memilih outfit dan warna, saya biasanya juga memperhatikan warna-warna yang sedang tren. Misalnya seperti warna butter yellow yang menurut saya terlihat lembut, feminin, dan tetap mudah dipadukan dengan berbagai outfit. Dengan memilih warna yang sedang tren tetapi tetap sesuai dengan gaya saya, saya ingin menunjukkan bahwa fashion bisa tetap terlihat stylish namun tetap sederhana dan wearable untuk sehari-hari.

6. Apakah Kak Helwa merasa tampilan visual menjadi bagian penting dari identitas diri di TikTok?

3 jawaban

Ya, menurut saya tampilan visual menjadi bagian yang cukup penting dalam membangun identitas diri di TikTok, terutama sebagai content creator di bidang fashion. Melalui visual seperti outfit, warna, dan keseluruhan tampilan konten, saya bisa menyampaikan gaya dan karakter yang ingin saya tampilkan. Dengan visual yang konsisten, audiens juga jadi lebih mudah mengenali ciri khas konten saya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan fashion *influencer* Helwa Bashel, pemilihan *outfit* dan warna dalam setiap konten yang ditampilkan tidak dilakukan secara sembarangan, tetapi mempertimbangkan tren yang sedang berkembang serta karakter gaya pribadi yang ingin ditampilkan. Helwa Bashel menjelaskan bahwa ia sering memilih warna-warna yang sedang populer, seperti warna *butter yellow*, karena menurutnya warna tersebut memberikan kesan lembut, feminin, dan mudah dipadukan dengan berbagai jenis pakaian.

Selain mengikuti tren, pemilihan warna dan *outfit* juga bertujuan untuk membangun citra *fashion* yang sederhana namun tetap *stylish*. Melalui kombinasi pakaian yang ditampilkan dalam video TikTok, Helwa Bashel

ingin menunjukkan bahwa gaya berpakaian yang modis tidak selalu harus terlihat berlebihan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada audiens mengenai tampilan visual dalam konten TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel, sebagian besar informan menilai bahwa visual yang ditampilkan dalam kontennya terlihat menarik dan estetik. Audiens menilai bahwa kombinasi outfit, pemilihan warna, serta gaya berpakaian yang ditampilkan terlihat sederhana namun tetap *stylish* sehingga mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Gambar 4.7 menunjukkan hasil wawancara dengan audiens.

3. Apakah tampilan visual tersebut memengaruhi ketertarikan Anda terhadap kontennya? Mengapa?

5 jawaban

Sangat berpengaruh. Jujur, awalnya saya follow karena visualnya menarik. Tapi setelah itu, saya jadi stay karena keseluruhan kontennya memang bagus. Visualnya jadi salah satu daya tarik utama.

Cukup berpengaruh, karena pertama kali yang menarik perhatian saya justru dari visualnya. Dari situ baru saya mulai mengikuti kontennya lebih jauh. Jadi bisa dibilang visual menjadi "pintu masuk" ketertarikan saya.

Ada pengaruh, tapi buat saya bukan yang utama. Saya lebih tertarik karena ide mix and match-nya yang simpel dan bisa dipakai sehari-hari. Visual yang rapi memang jadi nilai tambah, tapi bukan satu-satunya alasan saya mengikuti kontennya.

Iya, cukup memengaruhi. Visual yang nyaman dilihat membuat saya betah menonton kontennya sampai selesai. Selain itu, tampilannya juga memberi kesan tenang dan profesional.

Iya, sangat memengaruhi. Karena visualnya konsisten dan enak dilihat, saya jadi lebih tertarik mengikuti kontennya. Selain itu, gaya fashionnya terasa realistis untuk ditiru, jadi bukan hanya menarik tapi juga inspiratif.

Gambar 4. 7 Hasil Wawancara Bersama Audiens

4. Apakah Anda merasa Helwa Bashel berinteraksi dengan audiensnya?

5 jawaban

Menurut saya, Helwa cukup interaktif dengan caranya sendiri. Meskipun tidak selalu terlihat aktif di komentar, tapi ia sering membuat konten yang relate dengan followers, jadi terasa seperti ada komunikasi dua arah.

Saya merasa Helwa tetap berusaha membangun kedekatan dengan audiens, walaupun tidak selalu terlihat aktif membalas satu per satu. Kontennya sering terasa seperti menjawab apa yang sedang banyak dialami followers.

Menurut saya interaksinya cukup, tapi tidak terlalu intens. Ia lebih fokus ke penyampaian konten daripada banyak berkomunikasi langsung. Meski begitu, tetap terasa bahwa kontennya dibuat berdasarkan kebutuhan audiens.

Saya merasa iya. Walaupun tidak selalu secara langsung, tapi dari cara dia menyusun konten—seperti menjawab keresahan umum—terasa seperti sedang berdialog dengan audiens.

Saya merasa Helwa cukup berinteraksi dengan audiensnya. Ia sering membuat konten yang seolah menjawab keresahan atau kebutuhan followers, terutama dalam hal fashion sehari-hari. Hal ini membuat saya merasa lebih terhubung dengannya.

Beberapa informan menyampaikan bahwa salah satu daya tarik dari konten Helwa Bashel terletak pada kemampuan dalam memadukan berbagai outfit secara menarik tanpa terlihat berlebihan. Perpaduan warna pakaian yang digunakan dinilai serasi dan enak dipandang, sehingga memberikan kesan visual yang rapi dan *fashionable*. Selain itu, latar belakang video yang sering menggunakan ruang sederhana seperti sudut kamar juga membuat tampilan konten terlihat lebih natural dan dekat dengan kehidupan sehari-hari audiens.

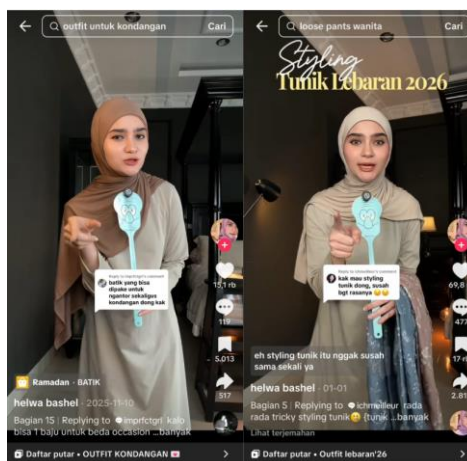
Selain menilai dari segi estetika visual, para audiens juga menyampaikan bahwa tampilan visual dalam konten tersebut mempengaruhi ketertarikan mereka untuk menonton dan mengikuti konten yang dibuat. Secara keseluruhan, hasil wawancara menunjukkan bahwa tampilan visual dalam konten TikTok Helwa Bashel tidak hanya berfungsi sebagai elemen estetika, tetapi juga menjadi faktor yang mempengaruhi ketertarikan audiens terhadap konten tersebut. Visual yang menarik, perpaduan *outfit* yang sederhana namun *fashionable*, serta penyajian yang rapi dan konsisten

menjadikan konten tersebut mudah diterima dan memberikan inspirasi bagi audiens dalam memadukan gaya berpakaian mereka.

4.2.1.3. Pola Interaksi dengan Audiens

Pola interaksi dengan audiens dalam video TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel terlihat dari bagaimana ia membangun komunikasi dua arah dengan para pengikutnya. Dalam beberapa konten yang diunggah, Helwa Bashel tidak hanya menampilkan gaya berpakaian atau *outfit* yang digunakan, tetapi juga merespons secara langsung komentar dari audiens yang memberikan pertanyaan maupun permintaan terkait rekomendasi *outfit*. Gambar 4.8 menunjukkan pola interaksi Helwa Bashel terhadap audiens.

Gambar 4. 8 Pola Interaksi dengan Audiens dalam Video TikTok yang dibuat



Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSuYJ72Uc/>

Salah satu bentuk interaksi yang terlihat adalah ketika audiens meminta rekomendasi *outfit* untuk kegiatan tertentu melalui kolom komentar. Permintaan tersebut kemudian dijadikan sebagai ide konten oleh Helwa Bashel. Ia sering membalas komentar tersebut atau menandai komentar

audiens dalam video yang dibuat, sehingga audiens dapat mengetahui bahwa konten tersebut dibuat berdasarkan permintaan mereka. Cara ini menunjukkan bahwa audiens tidak hanya menjadi penonton pasif, tetapi juga ikut berperan dalam menentukan ide konten yang dibuat. Gambar 4.9 menunjukkan hasil wawancara dengan influencer helwa bashel mengenai pola interaksi yang dibangun.

Gambar 4. 9 Hasil Wawancara Bersama *Influencer Helwa Bashel*

7. Bagaimana cara Kak Helwa membangun interaksi dengan audiens, baik di video maupun kolom komentar?

3 jawaban

Saya biasanya membangun interaksi dengan audiens dengan membuat konten yang terasa dekat dan mudah dipahami, seperti berbagi inspirasi outfit atau tips styling yang bisa mereka coba sehari-hari. Selain itu, saya juga berusaha merespon beberapa komentar dari audiens agar mereka merasa didengar dan lebih terhubung dengan konten yang saya buat.

Terkadang melalui video juga saya menyampaikan bahwa jika ada hal yang ingin mereka ketahui atau butuhkan, mereka boleh menanyakannya di kolom komentar. Dengan cara itu, saya bisa lebih memahami apa yang audiens saya cari dan konten yang saya buat juga bisa lebih relevan dengan mereka.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Helwa Bashel, diketahui bahwa interaksi dengan audiens menjadi salah satu aspek penting dalam membangun komunikasi melalui konten TikTok. Helwa Bashel menjelaskan bahwa ia berusaha membangun kedekatan dengan audiens melalui konten yang relevan dengan kehidupan sehari-hari, seperti berbagi inspirasi *outfit* dan tips *styling* yang mudah diterapkan. Dengan menyajikan konten yang terasa dekat dengan pengalaman audiens, pesan yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan dapat menarik perhatian pengikutnya. Respons terhadap komentar tersebut tidak hanya berfungsi sebagai bentuk komunikasi dua arah, tetapi juga menjadi cara bagi kreator untuk memahami kebutuhan serta minat audiens terhadap konten yang ditampilkan.

Gambar 4. 10 Hasil Wawancara Bersama Audiens

5. Citra perempuan seperti apa yang menurut Anda ditampilkan oleh Helwa Bashel melalui kontennya?

5 jawaban

Helwa menampilkan citra perempuan yang elegan, percaya diri, dan punya self-worth tinggi. Ia menunjukkan bahwa perempuan bisa tampil sederhana tapi tetap berkelas.

Menurut saya, Helwa menampilkan citra perempuan yang anggun, tenang, dan percaya diri. Ia tidak terlalu menonjolkan sisi yang berlebihan, tapi justru terlihat kuat lewat kesederhanaannya.

Helwa menampilkan citra perempuan yang mandiri dan praktis. Ia terlihat seperti sosok yang tahu apa yang ia mau dan tidak terlalu terpengaruh tren, tapi tetap mengikuti perkembangan dengan caranya sendiri.

Citra perempuan yang mandiri, reflektif, dan berusaha berkembang. Tidak sempurna, tapi terus belajar dan memperbaiki diri.

Helwa menampilkan citra perempuan yang sederhana, percaya diri, dan mandiri. Ia menunjukkan bahwa tampil menarik tidak harus berlebihan, tapi cukup dengan menjadi diri sendiri dan nyaman dengan apa yang dipakai.

Berdasarkan hasil wawancara bersama audiens, sebagian besar audiens menyatakan bahwa Helwa Bashel terlihat aktif berinteraksi dengan pengikutnya, baik melalui konten video maupun melalui caption yang mengajak audiens untuk berdiskusi atau memberikan pendapat. Audiens juga menilai bahwa cara penyampaian konten yang santai dan interaktif membuat mereka merasa lebih dekat dengan kreator tersebut.

Dengan demikian, dapat diketahui bahwa strategi komunikasi yang dilakukan oleh Helwa Bashel dalam kontennya dapat dirasakan langsung oleh audiens. Cara penyampaian pesan yang komunikatif serta adanya interaksi melalui kolom komentar membuat audiens tidak hanya berperan sebagai penonton, tetapi juga merasa dilibatkan dalam proses komunikasi yang terjadi di media sosial (Tiktok).

4.3. Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan

4.3.1. Citra Diri Perempuan

Citra diri perempuan yang ditampilkan dalam video TikTok Helwa Bashel terlihat melalui cara ia menampilkan gaya berpakaian yang modis namun tetap sederhana dan sopan. Dalam beberapa kontennya, Helwa Bashel memperlihatkan berbagai kombinasi *outfit* yang menunjukkan bahwa perempuan dapat tampil percaya diri dengan gaya berpakaian yang *stylish* tanpa harus terlihat berlebihan.

Gambar 4. 11 Konten Helwa Bashel Rekomendasi Berpakaian yang *Stylish*



Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSuYNfSUN/>

Melalui konten yang diunggah, Helwa Bashel juga menampilkan citra perempuan yang aktif, kreatif, dan mengikuti perkembangan tren *fashion*. Ia sering membagikan inspirasi padu padan *outfit* yang dapat digunakan untuk berbagai aktivitas sehari-hari seperti kuliah, *hangout*, atau kegiatan santai lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa perempuan dapat tetap tampil menarik dan *fashionable* dalam aktivitas sehari-hari.

Selain itu, cara Helwa Bashel menampilkan dirinya di dalam video juga memperlihatkan sikap percaya diri dan ekspresi yang positif. Bahasa tubuh yang santai, ekspresi wajah yang ceria, serta cara penyampaian yang natural memberikan kesan bahwa perempuan dapat mengekspresikan diri mereka secara bebas melalui gaya berpakaian yang mereka pilih.

Gambar 4. 12 Hasil Wawancara Bersama *Influencer* Helwa Bashel

11. Citra perempuan seperti apa yang ingin Kak Helwa tampilkan melalui konten fashion Anda?

3 jawaban

Melalui konten fashion yang saya buat, saya ingin menampilkan citra perempuan yang rapi, percaya diri, dan tetap sederhana. Saya juga ingin menunjukkan bahwa dengan berhijab dan tetap mengikuti syariat Islam, perempuan tetap bisa tampil stylish serta mengekspresikan dirinya melalui gaya berpakaian tanpa harus terlihat berlebihan.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Helwa Bashel, diketahui bahwa melalui konten fashion yang dibuat di TikTok ia berupaya menampilkan citra perempuan yang rapi, percaya diri, dan tetap sederhana dalam berpenampilan. Helwa Bashel menjelaskan bahwa konten yang ia buat bertujuan untuk menunjukkan bahwa perempuan berhijab tetap dapat mengikuti perkembangan tren fashion tanpa harus meninggalkan nilai-nilai yang mereka pegang.

Selain itu, Helwa Bashel juga menyampaikan bahwa melalui konten tersebut ia ingin menunjukkan bahwa perempuan dapat tampil elegan sekaligus merasa nyaman menjadi diri sendiri. Menurutnya, perempuan dapat mengekspresikan gaya berpakaian mereka dengan cara yang sederhana namun tetap terlihat *stylish* dan percaya diri. Dengan demikian, gaya *fashion* yang ditampilkan tidak hanya berfungsi sebagai inspirasi berpakaian, tetapi juga sebagai bentuk representasi perempuan yang mampu menampilkan

identitas dirinya melalui *fashion*. Gambar 4.13 menunjukkan hasil wawancara Bersama audiens.

Gambar 4. 13 Hasil Wawancara dengan Audiens

6. Apakah citra tersebut terasa relevan dengan kehidupan Anda sebagai perempuan atau cara anda memandang perempuan?

5 jawaban

Buat saya pribadi, sangat relevan. Gaya dan cara berpikir yang ia tampilkan sesuai dengan apa yang saya inginkan sebagai perempuan—tampil rapi, percaya diri, tapi tetap jadi diri sendiri.

Citra tersebut cukup relevan, terutama untuk perempuan yang ingin tampil rapi dan percaya diri tanpa harus terlalu mencolok. Saya merasa itu menggambarkan bagaimana banyak perempuan ingin terlihat di kesehariannya.

Sebagian relevan, terutama dalam hal berpakaian simpel tapi tetap rapi. Tapi untuk beberapa look, menurut saya masih perlu disesuaikan dengan kondisi atau aktivitas sehari-hari saya.

Cukup relevan. Saya melihat bahwa menjadi perempuan tidak harus selalu kuat atau sempurna, tapi yang penting adalah proses bertumbuh dan memahami diri sendiri.

Menurut saya, citra tersebut sangat relevan, terutama bagi perempuan muda. Gaya dan pesan yang ia tampilkan sesuai dengan realita, jadi mudah diterapkan dan tidak terasa "terlalu sempurna".

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada audiens yang mengikuti konten TikTok Helwa Bashel, sebagian besar audiens menilai bahwa citra perempuan yang ditampilkan dalam kontennya menggambarkan sosok perempuan yang feminin, percaya diri, serta memiliki gaya berpakaian yang sederhana namun tetap stylish. Audiens juga menilai bahwa gaya fashion yang ditampilkan cenderung memberikan kesan yang rapi, kalem, dan tidak berlebihan, sehingga terlihat lebih elegan dan nyaman untuk diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, citra diri perempuan yang ditampilkan dalam konten TikTok Helwa Bashel menggambarkan sosok perempuan muda yang percaya diri, modis, dan tetap memperhatikan kesederhanaan dalam berpenampilan. Citra ini sekaligus memberikan pesan kepada audiens bahwa

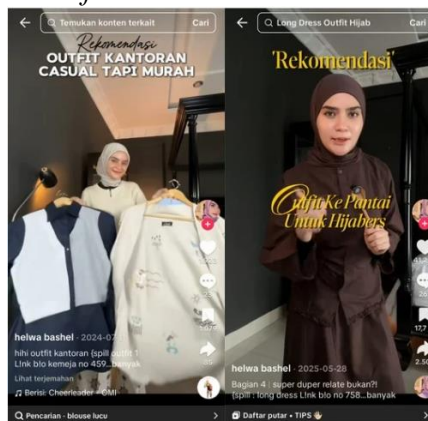
perempuan dapat mengekspresikan identitas diri melalui *fashion* tanpa harus meninggalkan nilai kesopanan dan kenyamanan dalam berpakaian.

4.3.2. Identitas Sosial Perempuan di Media Digital

Identitas sosial perempuan dalam video TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel terlihat dari bagaimana ia menampilkan dirinya sebagai perempuan muda yang aktif, modis, dan mengikuti perkembangan tren *fashion* di media digital. Melalui konten yang diunggah, Helwa Bashel menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang bagi perempuan untuk mengekspresikan diri serta membangun identitas melalui gaya berpakaian dan cara berpenampilan.

Dalam beberapa video TikTok, Helwa Bashel sering membagikan inspirasi outfit yang dapat digunakan untuk berbagai aktivitas sehari-hari, seperti pergi ke kampus, *hangout* bersama teman, maupun kegiatan santai lainnya. Konten tersebut menunjukkan bahwa *fashion* tidak hanya berfungsi sebagai kebutuhan berpakaian, tetapi juga menjadi bagian dari cara perempuan menampilkan identitas diri mereka di ruang digital.

Gambar 4. 14 Inspirasi *Outfit* Helwa Bashel



Sumber: <https://vt.tiktok.com/ZSuYYw3qG/>

Selain itu, gaya berpakaian yang ditampilkan dalam konten juga menggambarkan identitas perempuan yang modern dan percaya diri. *Outfit* yang digunakan terlihat sederhana namun tetap *stylish*, sehingga memberikan gambaran bahwa perempuan dapat tampil menarik tanpa harus menggunakan pakaian yang berlebihan. Hal ini sekaligus menunjukkan bahwa identitas perempuan di media digital dapat dibangun melalui cara berpakaian yang sesuai dengan karakter dan kenyamanan diri.

Gambar 4. 15 Hasil Wawancara Bersama *Influencer* Helwa Bashel

13. Menurut Kak Helwa, bagaimana peran fashion dalam membantu perempuan mengekspresikan identitasnya di media sosial?

3 jawaban

Menurut saya, fashion bisa menjadi salah satu cara bagi perempuan untuk mengekspresikan identitas dirinya di media sosial.

MISAL : Melalui pilihan outfit, warna, dan gaya berpakaian, seseorang bisa menunjukkan karakter serta gaya personalnya.

Di media sosial, fashion juga sering menjadi cara untuk berbagi inspirasi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama.

Berdasarkan hasil wawancara dengan Helwa Bashel, diketahui bahwa melalui konten fashion yang dibuat di TikTok ia berupaya menampilkan identitas sosial perempuan yang percaya diri, sederhana, dan tetap berpegang pada nilai-nilai yang diyakinin. Identitas tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang bagi perempuan untuk menampilkan jati diri serta membangun citra diri yang positif melalui konten fashion yang dibagikan kepada audiens.

Gambar 4. 16 Hasil Wawancara dengan Audiens

7. Apakah konten Helwa Bashel memengaruhi cara Anda memandang diri sendiri?

5 jawaban

Kontennya cukup memengaruhi saya secara positif. Saya jadi lebih percaya diri dengan gaya saya sendiri dan lebih berani mencoba outfit yang sebelumnya tidak terpikirkan.

Ada pengaruhnya, terutama dalam hal cara membawa diri. Saya jadi lebih memperhatikan penampilan dan mencoba tampil lebih rapi, bukan untuk orang lain, tapi untuk meningkatkan rasa percaya diri saya sendiri.

Pengaruhnya ada, tapi tidak terlalu besar. Lebih ke arah inspirasi gaya berpakaian saja. Saya jadi punya referensi tambahan, tapi tetap menyesuaikan dengan kepribadian dan kenyamanan saya sendiri.

Iya, dalam beberapa hal. Kontennya membuat saya lebih menerima diri sendiri dan tidak terlalu keras dalam menilai kekurangan, serta lebih fokus pada perkembangan diri.

Konten Helwa cukup memengaruhi cara saya memandang diri sendiri, terutama dalam hal kepercayaan diri. Saya jadi lebih berani bereksperimen dengan outfit dan lebih menghargai gaya pribadi saya tanpa harus selalu mengikuti tren.

Berdasarkan hasil wawancara dengan audiens yang mengikuti konten TikTok Helwa Bashel, diketahui bahwa identitas sosial perempuan yang ditampilkan dalam kontennya dipahami sebagai sosok perempuan yang modis, percaya diri, dan tetap sederhana dalam berpenampilan. Audiens menilai bahwa melalui konten fashion yang ditampilkan, Helwa Bashel menunjukkan bahwa perempuan berhijab tetap dapat mengikuti tren fashion tanpa harus meninggalkan nilai kesopanan dalam berpakaian.

Beberapa audiens juga menyampaikan bahwa gaya berpakaian yang ditampilkan memberikan gambaran perempuan yang feminin, elegan, dan memiliki gaya yang rapi namun tidak berlebihan. Hal tersebut terlihat dari perpaduan *outfit* yang sederhana, penggunaan warna yang lembut, serta tampilan visual yang terlihat estetik namun tetap mudah diterapkan dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, identitas perempuan yang ditampilkan dalam konten tersebut tidak hanya berfokus pada aspek

penampilan, tetapi juga mencerminkan karakter perempuan yang percaya diri dan mampu mengekspresikan dirinya melalui *fashion*.

4.3.3. Pengaruh terhadap Persepsi Audiens

Video TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel memberikan pengaruh terhadap cara pandang audiens dalam melihat gaya berpakaian dan penampilan perempuan di media sosial. Melalui konten yang menampilkan berbagai rekomendasi *outfit* serta cara memadukan pakaian, audiens memperoleh inspirasi dalam menentukan gaya berpakaian yang sesuai dengan aktivitas sehari-hari. Dalam beberapa video yang diamati, Helwa Bashel menampilkan *outfit* yang sederhana namun tetap terlihat modis dan menarik. Hal ini membuat audiens menilai bahwa tampil *fashionable* tidak selalu harus menggunakan pakaian yang rumit atau berlebihan. Sebaliknya, gaya berpakaian yang sederhana namun dipadukan dengan baik dapat memberikan kesan yang rapi dan *stylish*. Selain itu, cara Helwa Bashel menampilkan dirinya dengan percaya diri dalam setiap video juga mempengaruhi persepsi audiens terhadap citra perempuan. Gambar 4.17 menunjukkan hasil wawancara dengan audiens.

Gambar 4. 17 Hasil Wawancara dengan Audiens

12. Apakah konten Helwa Bashel memengaruhi cara Anda memandang diri sendiri?

8 jawaban

lyaaa mempengaruhi
iya
Tidak
iyaa
kontennya bikin saya sadar kalau berhijab ngga bikin gaya jadi ngebosenin, malah bisa tampil lebih stylish
iyaa sangat berpengaruh
iya
iya

Berdasarkan hasil wawancara, mayoritas responden menyatakan bahwa konten Helwa Bashel memengaruhi cara mereka memandang diri sendiri. sementara satu responden menyatakan tidak terpengaruh. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan memiliki daya tarik dan relevansi yang cukup kuat bagi audiens. Pengaruh tersebut terutama berkaitan dengan cara audiens memaknai gaya berhijab dan penampilan diri. Salah satu responden menyatakan bahwa konten Helwa Bashel membuatnya menyadari bahwa berhijab tidak membuat penampilan menjadi membosankan, melainkan tetap dapat terlihat modis dan *stylish*. Temuan ini menunjukkan bahwa *influencer* berperan dalam membentuk persepsi baru mengenai identitas perempuan berhijab di media digital, khususnya dalam konteks fashion dan ekspresi diri.

Namun demikian, adanya responden yang menyatakan tidak terpengaruh menunjukkan bahwa pengaruh konten *influencer* tidak bersifat universal. Perbedaan latar belakang, preferensi pribadi, serta tingkat

keterlibatan audiens dengan konten media sosial dapat memengaruhi sejauh mana pesan yang disampaikan dapat memengaruhi persepsi individu.

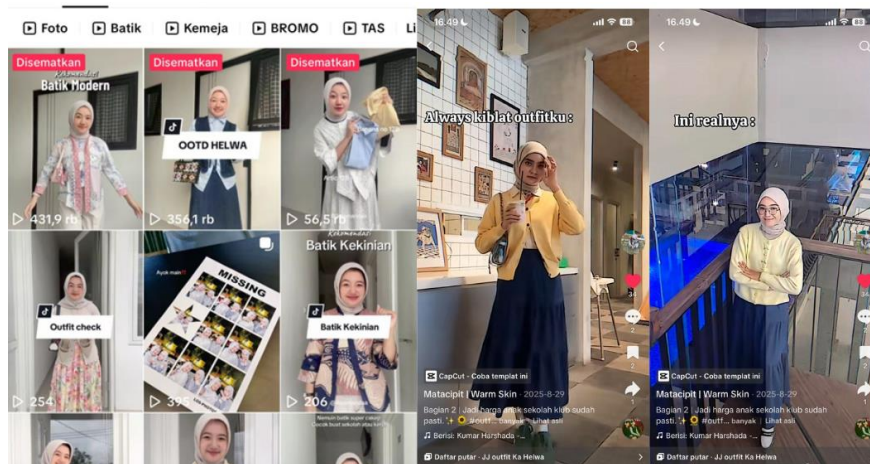
Dengan demikian, konten TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel tidak hanya berfungsi sebagai hiburan atau inspirasi *fashion*, tetapi juga mempengaruhi cara pandang audiens terhadap gaya berpakaian dan citra perempuan di media sosial. Konten tersebut mendorong audiens untuk melihat *fashion* sebagai bentuk ekspresi diri yang dapat disesuaikan dengan kepribadian dan aktivitas masing-masing individu.

4.4. Interpretasi Audiens (*Encoding - Decoding*)

4.4.1. *Dominant Reading*

Melalui konten Tiktok Helwa Bashel yang menampilkan berbagai rekomendasi *outfit* dan cara memadukan pakaian, Helwa Bashel menyampaikan pesan bahwa perempuan dapat tampil percaya diri dengan gaya berpakaian yang rapi dan *stylish* dalam aktivitas sehari-hari. Audiens yang berada pada posisi *dominant reading* menerima pesan tersebut secara positif dan menilai bahwa konten yang dibuat memberikan inspirasi dalam menentukan gaya berpakaian. Berdasarkan hasil wawancara, beberapa audiens menyatakan bahwa konten TikTok Helwa Bashel membantu mereka mendapatkan ide dalam memadukan *outfit* yang sesuai untuk kegiatan seperti kuliah, *hangout*, maupun aktivitas santai lainnya. Gaya berpakaian yang ditampilkan dinilai sederhana dan mudah ditiru, sehingga audiens merasa konten tersebut relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka.

Gambar 4. 18 Contoh Audiens Meniru Gaya Berpakaian Helwa Bashel



Sumber: <https://www.tiktok.com/@ikeamandaa?r=1&t=ZS-94VkoowO7ec> & <https://vt.tiktok.com/ZSuYVscYY/>

Dengan demikian, audiens pada posisi *dominant reading* menerima dan memahami pesan yang disampaikan dalam video TikTok Helwa Bashel sesuai dengan tujuan yang ingin ditampilkan, yaitu memberikan inspirasi fashion serta menunjukkan bahwa perempuan dapat mengekspresikan diri dan tampil percaya diri melalui gaya berpakaian yang sederhana namun tetap menarik.

4.4.2. *Negotiated Reading*

Dalam konten TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel, beberapa audiens melihat konten yang ditampilkan sebagai sumber inspirasi dalam memadukan *outfit*. Mereka menilai bahwa gaya berpakaian yang ditampilkan dalam video terlihat menarik, sederhana, dan dapat menjadi referensi dalam menentukan gaya berpakaian sehari-hari.

Namun, audiens pada posisi *negotiated reading* tidak sepenuhnya mengikuti semua gaya yang ditampilkan dalam konten tersebut. Beberapa di antaranya menyatakan bahwa mereka hanya mengambil sebagian inspirasi

dari *outfit* yang ditampilkan dan kemudian menyesuaikannya dengan gaya pribadi, kebutuhan aktivitas, serta lingkungan sosial mereka. Hal ini menunjukkan bahwa audiens tetap menerima pesan utama yang disampaikan oleh Helwa Bashel mengenai inspirasi fashion, tetapi melakukan penyesuaian dalam penerapannya.

Gambar 4. 19 Hasil Wawancara dengan Audiens

13. Apakah Anda pernah terinspirasi untuk meniru gaya berpakaian atau cara mengekspresikan diri setelah menonton kontennya?

8 jawaban

Pernah
iya pernah sesekali
Sedikit karena sebagian besar bajunya lumayan mahal
pernah
ya, pernah
iyaa pernah
Pernah

Dengan demikian, interpretasi audiens pada posisi *negotiated reading* memperlihatkan bahwa konten TikTok Helwa Bashel tetap dipandang positif dan inspiratif, namun audiens tidak selalu meniru secara langsung gaya berpakaian yang ditampilkan. Sebaliknya, mereka memilih untuk mengadaptasi pesan tersebut sesuai dengan preferensi dan kondisi masing-masing.

4.4.3. Oppositional Reading

Dalam konteks video TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel, beberapa audiens menilai bahwa meskipun konten yang ditampilkan menarik dan informatif, gaya berpakaian yang diperlihatkan tidak selalu sesuai dengan selera atau kebutuhan mereka. Audiens memahami bahwa konten tersebut

bertujuan memberikan inspirasi dalam memadukan *outfit* agar terlihat modis dan percaya diri, namun mereka tidak menjadikan konten tersebut sebagai referensi utama dalam menentukan gaya berpakaian.

Beberapa audiens juga menyampaikan bahwa mereka menonton konten tersebut hanya sebagai hiburan atau untuk melihat tren fashion yang sedang populer di media sosial. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun mereka memahami pesan yang disampaikan dalam video, mereka memiliki pandangan yang berbeda dalam menilai atau menerapkan gaya berpakaian yang ditampilkan.

Gambar 4. 20 Hasil Wawancara dengan Audiens

19. Menurut Anda, apakah ada hal yang perlu dikritisi dari konten fashion di TikTok?

8 jawaban

tidak ada

Tidak ada, karena penyampaian konten jya udah bagus dan itu dalam membuat orang tertarik untuk berpenampilan seperti dia

Belum ada

menurut saya, konten fashion di TikTok kadang terlalu cepat, jadi beberapa tips atau detail outfit ngga kelihatan jelas

tidak

Tidak ada

Tidak

Dengan demikian, interpretasi audiens pada posisi *oppositional reading* menunjukkan bahwa tidak semua pesan yang disampaikan dalam konten TikTok Helwa Bashel diterima secara langsung oleh audiens. Sebagian audiens tetap memahami tujuan dari konten tersebut, tetapi memiliki interpretasi yang berbeda sesuai dengan preferensi dan pandangan pribadi mereka terhadap fashion dan gaya berpakaian.

4.5. Pembahasan

4.5.1. Gaya Komunikasi Fashion Influencer Helwa Bashel dalam Konten Tiktok

Berdasarkan hasil analisis terhadap beberapa video konten TikTok serta hasil wawancara dengan audiens, gaya komunikasi yang digunakan oleh Helwa Bashel dalam konten TikTok dapat dilihat dari beberapa aspek, yaitu pilihan bahasa dan narasi, ekspresi visual, serta pola interaksi dengan audiens. Ketiga aspek tersebut menunjukkan bagaimana Helwa Bashel menyampaikan pesan *fashion* kepada audiens secara efektif melalui media digital.

Dari segi pilihan bahasa dan narasi, Helwa Bashel cenderung menggunakan bahasa yang sederhana, santai, dan mudah dipahami. Penyampaian pesan dalam video biasanya dilakukan secara singkat dan langsung pada inti pembahasan, seperti ketika memberikan rekomendasi *outfit* atau memperlihatkan cara memadukan pakaian. Selain bahasa yang digunakan, gaya komunikasi Helwa Bashel juga terlihat melalui ekspresi visual yang ditampilkan dalam video. Dalam beberapa konten yang diamati, ia menampilkan berbagai kombinasi *outfit* dengan ekspresi wajah yang percaya diri serta gestur tubuh yang santai. Visual yang ditampilkan berfokus pada penampilan *outfit* sehingga audiens dapat melihat dengan jelas bagaimana pakaian tersebut dipadukan.

Pola interaksi dengan audiens juga menjadi bagian penting dalam gaya komunikasi Helwa Bashel. Berdasarkan hasil pengamatan, ia cukup aktif berinteraksi dengan pengikutnya melalui kolom komentar. Beberapa komentar

dari audiens yang meminta rekomendasi *outfit* tertentu sering dijadikan sebagai referensi dalam pembuatan konten berikutnya. Dengan cara ini, audiens tidak hanya menjadi penonton, tetapi juga ikut terlibat dalam menentukan ide konten yang dibuat.

Hasil wawancara dengan audiens juga menunjukkan bahwa gaya komunikasi Helwa Bashel dinilai menarik dan mudah dipahami. Audiens menilai bahwa konten yang dibuat tidak hanya memberikan inspirasi dalam memadukan *outfit*, tetapi juga menunjukkan bahwa perempuan dapat tampil modis dengan gaya yang sederhana. Hal ini menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan melalui konten dapat diterima dan dimaknai secara positif oleh sebagian audiens. Dengan demikian, gaya komunikasi yang digunakan oleh Helwa Bashel dalam konten TikTok dapat dikategorikan sebagai gaya komunikasi yang santai, visual, dan interaktif. Melalui penggunaan bahasa yang sederhana, tampilan visual yang menarik, serta interaksi yang aktif dengan audiens, Helwa Bashel mampu menyampaikan pesan mengenai fashion secara efektif sekaligus membangun kedekatan dengan para pengikutnya di media sosial.

4.5.2. Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan dalam Konten Helwa Bashel

Berdasarkan hasil analisis terhadap video konten TikTok yang dibuat oleh Helwa Bashel, terlihat bahwa konten yang ditampilkan turut membentuk citra dan identitas perempuan di media digital. Melalui berbagai video yang menampilkan inspirasi *outfit* dan cara memadukan pakaian, Helwa Bashel

menggambarkan sosok perempuan yang modis, percaya diri, dan mengikuti perkembangan tren *fashion*.

Citra perempuan yang ditampilkan dalam konten tersebut terlihat dari cara Helwa Bashel menampilkan gaya berpakaian yang sederhana namun tetap *stylish*. *Outfit* yang digunakan dalam video umumnya terlihat rapi, menarik, dan mudah diterapkan dalam aktivitas sehari-hari seperti kuliah, *hangout*, maupun kegiatan santai lainnya. Hal ini memberikan gambaran bahwa perempuan dapat tampil menarik dan percaya diri tanpa harus menggunakan gaya berpakaian yang berlebihan. Selain itu, konten yang ditampilkan juga memperlihatkan bahwa media sosial dapat menjadi ruang bagi perempuan untuk mengekspresikan identitas diri melalui *fashion*. Dengan menampilkan berbagai pilihan gaya berpakaian, Helwa Bashel menunjukkan bahwa *fashion* dapat menjadi salah satu cara bagi perempuan untuk menunjukkan karakter, selera, serta gaya personal mereka.

Hasil wawancara dengan audiens juga menunjukkan bahwa konten yang dibuat oleh Helwa Bashel memberikan inspirasi bagi mereka dalam menentukan gaya berpakaian. Audiens menilai bahwa gaya yang ditampilkan terlihat sederhana namun tetap modis, sehingga dapat dijadikan referensi dalam kehidupan sehari-hari.

Dengan demikian, konten TikTok Helwa Bashel tidak hanya berfungsi sebagai hiburan atau inspirasi *fashion*, tetapi juga berperan dalam membentuk citra perempuan yang percaya diri, modis, dan mampu mengekspresikan identitas diri melalui gaya berpakaian di media digital.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

1. Gaya komunikasi yang digunakan oleh Helwa Bashel dalam konten TikTok bersifat sederhana, visual, dan interaktif. Ia menyampaikan pesan *fashion* dengan bahasa yang santai, singkat, dan mudah dipahami sehingga mudah diterima oleh audiens, khususnya kalangan anak muda. Selain itu, penyampaian pesan diperkuat melalui visual yang menampilkan kombinasi *outfit* secara jelas sehingga memudahkan audiens memahami inspirasi gaya berpakaian. Helwa Bashel juga membangun interaksi dengan audiens melalui kolom komentar, seperti membalas komentar dan membuat konten berdasarkan permintaan rekomendasi *outfit*, sehingga tercipta kedekatan dan keterlibatan dengan pengikutnya di media sosial.
2. Gaya komunikasi yang digunakan oleh Helwa Bashel dalam konten TikTok turut membentuk citra dan identitas perempuan yang modis, percaya diri, dan mengikuti perkembangan tren *fashion* di media digital. Melalui penyampaian konten yang sederhana, visual yang menarik, serta inspirasi padu padan *outfit* yang mudah diterapkan, Helwa Bashel menampilkan gambaran perempuan yang mampu mengekspresikan diri melalui gaya berpakaian dalam aktivitas sehari-hari. Dengan demikian, konten yang disajikan tidak hanya memberikan inspirasi *fashion*, tetapi juga membentuk representasi perempuan yang modern, aktif, dan memiliki

kebebasan dalam menampilkan identitas diri melalui *fashion* di media sosial.

5.2. Saran

1. *Fashion influencer* diharapkan dapat terus mengembangkan konten yang tidak hanya menampilkan inspirasi *fashion*, tetapi juga menyampaikan pesan yang positif terkait kepercayaan diri, kreativitas, serta ekspresi diri perempuan di media sosial. Selain itu, *influencer* juga dapat lebih memperhatikan keberagaman gaya berpakaian agar konten yang dibuat dapat menjangkau audiens yang lebih luas.
2. Bagi para kreator konten lainnya, hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam memahami pentingnya gaya komunikasi dalam menyampaikan pesan kepada audiens. Kreator diharapkan dapat mengemas konten secara menarik, informatif, serta komunikatif sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh audiens.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih dalam mengenai gaya komunikasi *influencer* di media sosial dengan menggunakan objek penelitian yang berbeda atau dengan pendekatan penelitian yang lebih luas, sehingga dapat memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pengaruh konten digital terhadap persepsi audiens.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhani, A. (2017). *Komunikasi berkemajuan dalam dinamika media dan budaya*.
<https://eprints.ums.ac.id/id/eprint/85769>
- Hall, S. (1980). Encoding/Decoding'in Hall, S. et al.(eds.) *Culture, Media, Language*.
- Indriani, A. R. D., Aini, D. K., & Ikhrom, I. (2025). *Pengaruh Influencer Kecantikan terhadap Ketidakpuasaan Citra Tubuh pada Perempuan*.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253.
<https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). *Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers*. *Celebrity Studies*, 8(2), 191–208.
<https://doi.org/10.1080/19392397.2016.1218292>
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2017). *Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers: Celebrity Studies: Vol 8, No 2*.
<https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/19392397.2016.1218292>
- Kumar, L. (2023). Social media influencers' impact on young women's acceptance of beauty standards. *International Journal of Research and Analytical Reviews*, 10(2), 597–614.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of human communication* (9. ed., internat. student ed). Thomson Wadsworth.

- Lou, C., Tan, S.-S., & Chen, X. (2019a). Investigating Consumer Engagement with Influencer- vs. Brand-Promoted Ads: The Roles of Source and Disclosure. *Journal of Interactive Advertising*, 19(3), 169–186. <https://doi.org/10.1080/15252019.2019.1667928>
- Lou, C., Tan, S.-S., & Chen, X. (2019b). Investigating Consumer Engagement with Influencer- vs. Brand-Promoted Ads: The Roles of Source and Disclosure. *Journal of Interactive Advertising*, 19(3), 169–186. <https://doi.org/10.1080/15252019.2019.1667928>
- Media, K. C. (2024, October 28). *Indonesia Pengguna TikTok Terbesar di Dunia, Tembus 157 Juta Kalahkan AS*. KOMPAS.com. <https://tekno.kompas.com/read/2024/10/25/15020057/indonesia-pengguna-tiktok-terbesar-di-dunia-tembus-157-juta-kalahkan-as>
- Moulida, C. W., & Suryati, S. (2025). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Peran Sosial dan Identitas Perempuan Generasi Z. *Journal of Innovative and Creativity*, 5(3), 27517–27525. <https://doi.org/10.31004/joecy.v5i3.4129>
- Mufidah, A., Mubarrok, Z. A., Az-zahra, F., Wulandari, C. A., Rosita, H., Nabila, A. C., Novika, R. I., & Dewi, R. (2025). Representasi Standar Kecantikan Perempuan Indonesia dalam Konten Endorsement Produk Kecantikan TikTok. *Dimensia: Jurnal Kajian Sosiologi*, 14(1), 97–110. <https://doi.org/10.21831/dimensia.v14i1.80014>
- Nasrullah, R. (2020). *Teori dan Riset Media Siber (cybermedia)—Dr. Rulli Nasrullah, M.Si*. - Google Buku. <https://books.google.co.id/books?id=J->

VNDwAAQBAJ&printsec=copyright&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false

- Norton, R. W. (1978). *Foundation Of A Communicator Style Construct - Norton - 1978—Human Communication Research—Wiley Online Library*.
<https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1111/j.1468-2958.1978.tb00600.x>
- Prayudha, A. R., & Sari, P. D. (2024). The Influence of TikTok Fashion Trends on Students' College Outfit Choices. *Teknobuga, 12 No 2*.
- Priadi, R., & Thariq, M. (2023a). Employees Evangelism as a function of effective communication, ethical culture, and leaders motivating Language Via Work Meaningfulness as a Mediator. *Transnational Marketing Journal, 11(1)*, 89–105.
- Priadi, R., & Thariq, M. (2023b). Reconstruction of Communicative Rationality: A Study on the Digital Mass Media Society in Indonesia. *Journal of Law and Sustainable Development, 11(4)*, e579–e579.
- Rarame, A. O. (2025). *Representasi Perempuan Dalam Media Sosial: Analisis Konstruksi Gender Pada Akun Tiktok @Feminiyou. 10(1)*.
- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2020). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, and Product-Endorser fit. *International Journal of Advertising, 39(2)*, 258–281. <https://doi.org/10.1080/02650487.2019.1634898>
- Schouten, A. P., Janssen, L., & Verspaget, M. (2021). Celebrity vs. Influencer endorsements in advertising: The role of identification, credibility, and


Product-Endorser fit. In *Leveraged marketing communications* (pp. 208–231). Routledge. <https://www.taylorfrancis.com/chapters/oa-edit/10.4324/9781003155249-12/celebrity-vs-influencer-endorsements-advertising-role-identification-credibility-product-endorser-fit-alexander-schouten-loes-janssen-maegan-verspaget>

Sitinjak, Y. (2024). *Pembentukan Identitas Individu Dalam Budaya Digital (Studi Kualitatif Tentang Identitas Gender di Media Sosial)*.

Utami, T. R., & Christin, M. (2023). Strategi Personal Branding Comedian Influencer di Media Sosial. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <https://doi.org/10.30596/ji.v7i2.13678>

LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Penugasan Dosen Pembimbing Skripsi



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK/KP/PT/03/2022
 Pusat Administrasi: Jalan Mukhtor Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 6622497 Fax. (061) 6625474 - 6631003
<http://fkip.umu.ac.id> * fkip@umu.ac.id * umaumedan * umumedan * umaumedan * umaumedan

Sk-1

**PERMOHONAN PERSETUJUAN
 JUDUL TUGAS AKHIR MAHASISWA
 (SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)**

Kepada Yth.
 Bapak/Ibu
 Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
 FISIP UMSU
 di
 Medan

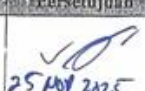
Medan, 11 November 2025

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama Lengkap : REZKY UMMU RAMADANI
 NPM : 230310414
 Program Studi : ILMU KOMUNIKASI
 Tabungan aks : 136.8 sks, IP Kumulatif 3.60.

Mengajukan permohonan persetujuan judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah):

No.	Judul yang diusulkan	Persetujuan
1	Gaya Komunikasi Fashion Influencer Pada Akun Tik-Tok @HelwaBasel dalam membangun Citra dan Identitas Wanita.	 25 Nov 2025
2	Representasi Gaya Komunikasi Fashion Pada Influencer Tik-Tok @Helwa Basel dalam Pembentukan Citra dan Identitas Wanita.	
3	Gaya Komunikasi Food Vlogger "Info Asik Jemas" dalam membangun daya tarik konten kuliner di kota medan.	


Bersama permohonan ini saya lampirkan :


- Tanda bukti lunas teban SPP tahap berjalan;
- Daftar Kemajuan Akademik/Transkrip Nilai Sementara yang disahkan oleh Dekan.

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*




Rekomendasi Ketua Program Studi:
 Diteruskan kepada Dekan untuk
 Penetapan Judul dan Pembimbing.
 Medan, tgl. 25 November 2025

Ketua,


 Anshori, S.Sos.M.I.Kom
 NIDN: 0127048401

059.22.311 Pemohon,

 (REZKY UMMU RAMADANI)
 Dosen Pembimbing yang ditunjuk
 Program Studi:

(Dr. Rizki Pradi)
 NIDN: 0126057303

Lampiran 2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 174/SK/BAN-PT/Ak.Pp/PT/III/2024
Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622400 - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-2

SURAT PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING
TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI ref. Dr. LDAN JURNAL ILMIAH)
Nomor : 2114/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Nomor: 1964/SK/IL.3.AU/UMSU-03/F/2024 Tanggal 04 Djumadil Awwal 1446H/ 06 November 2024 M Tentang Panduan Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dan Rekomendasi Pimpinan Program Studi Ilmu Komunikasi tertanggal : 25 November 2025, dengan ini menetapkan judul dan pembimbing penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) untuk mahasiswa sebagai berikut:

Nama mahasiswa : **REZKY UMMA RAMADANI**
N P M : 2203110414
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2025/2026
Judul Tugas Akhir Mahasiswa : **GAYA KOMUNIKASI FASHION**
(Skripsi dan Jurnal Ilmiah) **INFLUENCER PADA AKUN TIK-TOK**
@HELWABASEL DALAM MEMBANGUN
CITRA DAN IDENTITAS WANITA

Pembimbing : **Dr. RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah), dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) harus memenuhi prosedur dan tahapan sesuai dengan buku pedoman penulisan Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) FISIP UMSU Tahun 2024.
2. Penetapan judul dan pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) sesuai dengan nomor yang terdaftar di Program Studi Ilmu Komunikasi: 059.22.311 tahun 2025.
3. Penetapan judul, pembimbing dan naskah Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi dan Jurnal Ilmiah) dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal: 25 Mei 2026.

Ditetapkan di Medan,
Pada Tanggal, 06 Djumadil Akhir 1447 H
26 November 2025 M


Assoc. Prof. Dr. ARIFIN SALEH., MSP.
NIDN. 0036017402



Tembusan :

1. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Pertinggal.



Lampiran 3. Surat Permohonan Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/SK/BAN-PT/IAK/KP/PT/IX/2022
Pusat Administrasi: Jalan Mukhar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 662240J - 66224567 Fax. (061) 6625474 - 6631003
https://fisip.umsu.ac.id * fisip@umsu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL TUGAS AKHIR MAHASISWA
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Kepada Yth.
Bapak Dekan FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 26 November 2025.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : REZKY UMMA RAMADANI
NPM : 220310414
Program Studi : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) Nomor: 2117/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2025... tanggal 26 November 2025 dengan judul sebagai berikut :

Gaya Komunikasi Fashion Influencer Pada akun tiktok
@HelwaBasel Dalam membangun Citra Dan Identitas Wanita

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Permohonan Persetujuan Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-1);
2. Surat Penetapan Judul dan Pembimbing Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) (SK-2);
3. DKAM/ Transkrip Nilai Sementara yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Tugas Akhir Mahasiswa;
7. Kartu Kuning Peninjau Seminar Proposal;
8. Semua berkas difotocopy rangkap 1 dan dimasukkan ke dalam MAP berwarna BIRU;
9. Proposal Tugas Akhir Mahasiswa yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3).

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terimakasih. Wassalam.

Diketahui oleh Ketua
Program Studi

Menyetujui
Pembimbing

Pemohon,

Dr. Akhtar Akshori, S.Sos., M.I. Kom

Dr. Rizki Pradita, S.Sos., M.I. Kom

REZKY UMMA RAMADANI

NIDN: 0127048401

NIDN: 0120067303



Lampiran 4. Berita Acara Bimbingan Tugas Akhir


FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNDAANGAN PANGOLAN SEMINAR PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
(SKRIPSI DAN JURNAL ILMIAH)

Nomer: 22311UN0013 AUMASU-03/F/2025


Program Studi: Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal: Selasa, 23 Desember 2025
Waktu: 09.00 WIB s.d selesai
Tempat: AUKA FISIP UNSULI 2
Penyempul Seminar: Dr. AKHYAS ANSHORI, M.Kom

SK-4




No	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PEMANGGAP	PEMIMPIN	JUDUL PROPOSAL UJIAN TUGAS AKHIR
6	SANTOSA WAWURANG	220311021	Ayuh Pnd D RIBUT PRADU, W.Kom	Dr. IRANI SYARI TIRA, S.Sos, M.AP	STRATEGI PUBLIC RELATIONS SPERKASIS DIGITAL: ENGAGEMENT UNTUK MEMULAIKAN CORPORATE WISH WAJDE DI PERUMBAH BERTANJANG PONSUSI
7	SALDITOLA JAWAH	220311020	Dr. FAZLY HAZZAHULUSIS S.Sos, M.Kom	Ayuh Pnd D ANSAP ADHANI, M.Kom	PEMANGKATAN MEDIA DIGITAL DALAM MEMPROSOSKAN ESTETIKA DAN INTERAKSI ONLINE PADA BERKONTRAK DANA TRAKSI BERSEKUTUANG
8	TAISYIA KAMILI TUNYI	220311028	Dr. AKHYAS ANSHORI, S.Sos, M.Kom	Ayuh Pnd D ASHARU KHAN, M.Kom	PERANALISIS PEMERINTAHAN KASUS KEBALAJARAN PROSUDIA MUKAWI RENDAH GRATIS TERBUKA: INKUIRI KEPERAWATAN SSM SAMA ABDI NECARA, BUKU
9	AGORA RIADOTA BR N-SBA	220311015	Ayuh Pnd D RIBUT PRADU, W.Kom	Dr. MAHMUD THAQI, S.Sos, M.Kom	ANALISIS WACANA KRISIS PADA HELEBRITAN KASUS BUILDING MAHASISWA UNIVERSITAS LOYAKA DI MEDIA ONLINE DAN INDONESIA
10	SECTY CHAIRA RAHMANA	220311014	Ayuh Pnd D FULU SANTOSO, S.S. W.SP	Ayuh Pnd D RIBUT PRADU, W.Kom	DIKAKAWANAKSI FASHION ANJUNGER MODA KUALITY TOK @HEI MAMBEI DAN MAMBEANO/OTOPRA DAN SENTRIS MAMVA

Masa: 02 Bab: 14274
23 Desember 2025


M. Chaido Amin Saleh, N.S.P.
 100151485

Lampiran 5. Undangan Panggilan Seminar Proposal



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UMSU Terakreditasi Unggul Berdasarkan Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi No. 1913/GK/BAN-PT/AK.KP/PT/2022

Pusat Administrasi: Jalan Mukhtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6622409 - 66224507 Fax. (061) 6625474 - 6631003

https://fisp.ummu.ac.id fisp@ummu.ac.id umsumedan umsumedan umsumedan umsumedan

Sk-5


BERITA ACARA BIMBINGAN TUGAS AKHIR MAHASISWA

Nama lengkap : Rezky. Umma. Ramadhani.....
 N P M : 2203110414.....
 Program Studi : Ilmu Komunikasi.....

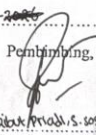
Judul Tugas Akhir Mahasiswa (Skripsi Dan Jurnal Ilmiah) : Gaya Komunikasi Fashion Influencer Pada akun Hittok @ Hilla. Babel dalam membangun citra dan Werkhas wanita


No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1.	25-11-2025	Acc Judul dan tanda tangan Penetapan dosen Pembimbing.	[Signature]
2.	3-12-2025	Bimbingan Proposal tugas akhir	[Signature]
3.	12-12-2025	Acc Proposal tugas akhir	[Signature]
4.	16-12-2025	Tanda tangan SK-3 Permohonan Seminar Proposal tugas akhir	[Signature]
5.	22-12-2025	Mengantar Cindangan Seminar Proposal tugas akhir.	[Signature]
6.	13-1-2026	Bimbingan draft wawancara	[Signature]
7.	27-02-2026	Bimbingan tugas akhir	[Signature]
8.	13-3-2026	Acc Tugas akhir	[Signature]

Medan, 13-3-2026.....2026


 Dekan,
 Dr. Anwar Saleh S.Sos, M.S.P
 NIDN: 0039017402

Ketua Program Studi,
 (Dr. Akhbar Anshori, S.Sos, M. Kom
 NIDN: 0127648401


 Pembimbing,
 (Dr. Rizki Mulya, S. Sos, M. Kom
 NIDN: 0120057303



Lampiran 6. Gform Wawancara Penelitian dengan Helwa Bashel

WAWANCARA PENELITIAN : **Gaya Komunikasi Fashion Influencer Pada Akun Tiktok @Helwa Bashel Dalam Membangun Citra dan Identitas Wanita**

Judul Penelitian: Gaya komunikasi fashion influencer pada akun tiktok @helwa bashel dalam membangun citra dan identitas Wanita

Halo Kak Helwa, terima kasih telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

Perkenalkan, saya **REZKY UMMA RAMADHANI** mahasiswa yang sedang melakukan penelitian mengenai gaya komunikasi fashion influencer di media sosial TikTok, khususnya terkait bagaimana konten yang dibuat dapat membangun citra diri dan memengaruhi representasi identitas perempuan di ruang digital.

Kuesioner ini bertujuan untuk memahami secara langsung bagaimana Kak Helwa membangun gaya komunikasi, menyusun konten, serta memaknai peran sebagai fashion influencer.

Mohon kesediaannya untuk menjawab setiap pertanyaan secara jujur dan sesuai dengan pengalaman pribadi. Seluruh informasi yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pengisian ini.

Terima kasih atas waktu dan kesediaan Kak Helwa 🙏

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSe6IhXkzxkfmV21b1CJpD4U211Mu2loSTUteMHV3ABgOG03Hg/viewform?usp=dialog>

Lampiran 7. Gform Wawancara Penelitian dengan Audiens

WAWANCARA PENELITIAN : **Gaya Komunikasi Fashion Influencer Pada Akun Tiktok @Helwa Bashel Dalam Membangun Citra dan Identitas Wanita**

B I U ↺ ✕

Judul Penelitian: Gaya Komunikasi Fashion Influencer Pada Akun Tiktok @Helwa Bashel Dalam Membangun Citra dan Identitas Wanita

Halo, terima kasih telah bersedia berpartisipasi dalam penelitian ini.

Perkenalkan, saya **REZKY UMMA RAMADHANI** mahasiswa yang sedang melakukan penelitian mengenai gaya komunikasi fashion influencer di media sosial TikTok, khususnya terkait bagaimana konten yang disampaikan dapat membentuk citra dan identitas perempuan serta bagaimana audiens memaknainya.

Kuesioner ini ditujukan kepada Anda sebagai audiens yang pernah menonton konten Helwa Bashel di TikTok. Tujuannya adalah untuk memahami pandangan, pengalaman, serta cara Anda menafsirkan konten yang ditampilkan.

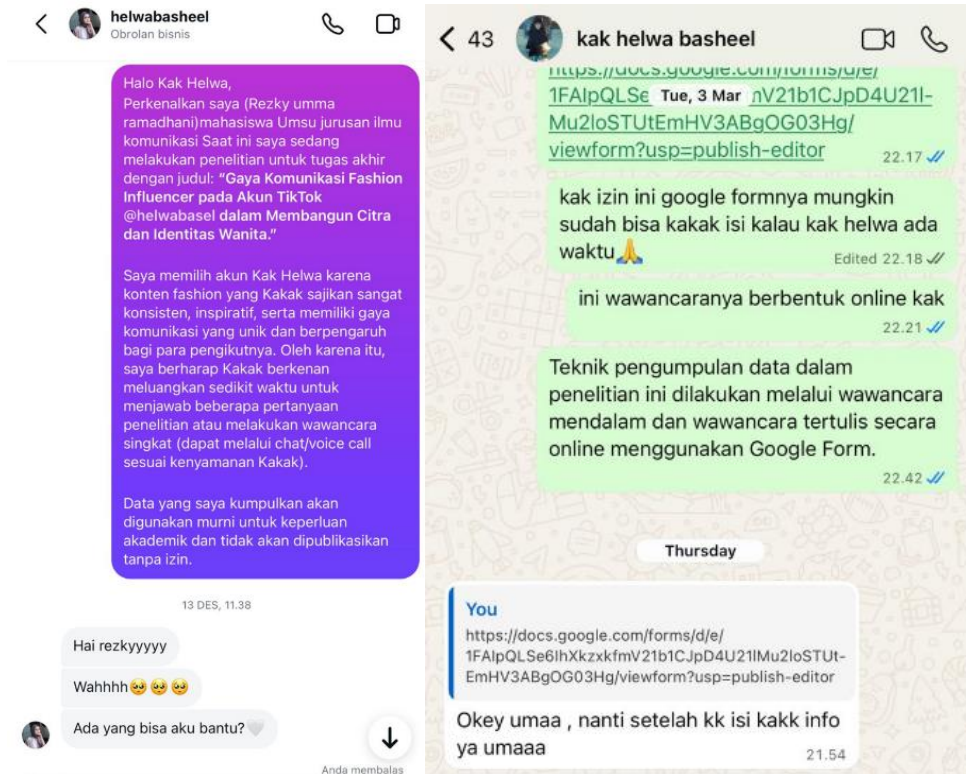
Mohon untuk menjawab setiap pertanyaan secara jujur dan berdasarkan pengalaman pribadi Anda. Seluruh data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Tidak ada jawaban benar atau salah dalam pengisian ini.

Terima kasih atas partisipasi dan waktu yang Anda berikan 🙏

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLScqgRmUrx6WTV9G3aHl1mvj0FQRRIL6bfQ9_WJ8B_2agi_2g/viewform?usp=dialog

Lampiran 8. Izin Wawancara dengan *Influencer* Helwa Bashel



Lampiran 9. Draft Wawancara

DRAFT PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian: Gaya Komunikasi Fashion Influencer Pada Akun Tiktok @Helwa Bashel Dalam Membangun Citra dan Identitas Wanita

A. Identitas Narasumber

1. Nama :
2. Usia :
3. Pekerjaan :
4. Agama :
5. Alamat :

B. Pertanyaan Penelitian Untuk Audiens/followers akun tiktok @HelwaBashel

No	Kategori Penelitian	Indikator	Pertanyaan Wawancara
1	Persepsi terhadap Gaya Komunikasi	Pilihan bahasa dan narasi	Menurut Anda, bagaimana cara Helwa Bashel menyampaikan pesan dalam kontennya?
2	Persepsi terhadap Gaya Komunikasi	Eksprei Visual dan Estetika Fashion	Bagaimana pendapat Anda tentang tampilan visual, seperti outfit, warna, dan gaya Helwa Bashel?
3	Persepsi terhadap Gaya Komunikasi	Eksprei Visual dan Estetika Fashion	Apakah tampilan visual tersebut memengaruhi ketertarikan Anda terhadap kontennya? Mengapa?
4	Persepsi terhadap Gaya Komunikasi	Eksprei Visual dan Estetika Fashion	Apakah Anda merasa Helwa Bashel berinteraksi dengan audiensnya?
5	Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan	Citra Perempuan	Citra perempuan seperti apa yang menurut Anda ditampilkan oleh Helwa Bashel melalui kontennya?
6	Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan	Citra Perempuan	Apakah citra tersebut terasa relevan dengan kehidupan Anda sebagai perempuan atau cara anda memandang perempuan?
7	Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan	Identitas dan Persepsi Diri	Apakah konten Helwa Bashel memengaruhi cara Anda memandang diri sendiri?

DRAFT PEDOMAN WAWANCARA

Judul Penelitian: Gaya komunikasi fashion influencer pada akun tiktok @helwa bashel dalam membangun citra dan identitas Wanita

A. Identitas Narasumber

1. Nama :
2. Usia :
3. Pekerjaan :
4. Agama :
5. Alamat :

B. Pertanyaan Penelitian Untuk Influencer

No	Kategori Penelitian	Indikator	Pertanyaan Wawancara
1	Gaya Komunikasi	Pilihan bahasa dan narasi	Bagaimana cara Kak Helwa menentukan gaya bahasa dan penyampaian pesan dalam konten TikTok?
2	Gaya Komunikasi	Eksprei Visual dan Estetika Fashion	Bagaimana pemilihan outfit dan warna membantu membangun citra dan karakter yang ingin Kak Helwa tampilkan?
3	Gaya Komunikasi	Eksprei Visual dan Estetika Fashion	Apakah Kak Helwa merasa tampilan visual menjadi bagian penting dari identitas diri di TikTok?
4	Gaya Komunikasi	Pola interaksi	Bagaimana cara Kak Helwa membangun interaksi dengan audiens, baik di video maupun kolom komentar?
5	Pembentukan Citra dan Identitas Perempuan	Citra diri perempuan	Citra perempuan seperti apa yang ingin Kak Helwa tampilkan melalui konten fashion Anda?

Lampiran 10. Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Data Pribadi		
Nama	:	Rezky Umma Ramadhani
Tempat/ Tanggal Lahir	:	Bantaeng, 27 november 2003
Jenis Kelamin	:	Perempuan
Agama	:	Islam
Status	:	Belum menikah
Alamat	:	Jl, sidomulyo gang pipit dalam III pasar 9 tembung.
Telepon/ HP	:	085835051521
Email	:	rezkyummar@gmail.com
Nama Orangtua		
Ayah	:	Abdul karim said
Ibu	:	Novita sihite
Jumlah Bersaudara	:	2
Latar Belakang Pendidikan		
2009 - 2015	:	SDN8 Kalimbaung bantaeng sulse
2015 - 2018	:	SMP IT As'adiyah dapoko bantaeng sulse
2018 - 2021	:	SMA Cerdas Murni
2021 - 2025	:	Universitas muhammadiyah sumatera utara