# *STORYTELLING* SEBAGAI STRATEGI SOFT SELLING (ANALISIS NARATIF DALAM KONTEN VIDEO TIKTOK @DOSENKECANTIKAN PERIODE FEBRUARI-MARET 2026)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi syarat Mencapai Gelar Sarjana Strata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi


Oleh:

**Cindy Berliana Wibowo**

**NBI 1152200031**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**



**2026**

# *STORYTELLING* SEBAGAI STRATEGI SOFT SELLING (ANALISIS NARATIF DALAM KONTEN VIDEO TIKTOK @DOSENKECANTIKAN PERIODE FEBRUARI-MARET 2026)

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan
Memenuhi syarat Mencapai Gelar Sarjana Srata-1
Program Studi Ilmu Komunikasi


Oleh:

**CINDY BERLIANA WIBOWO**

**NBI 1152200031**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

**2026**

## TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

**Nama : Cindy Berliana Wibowo**
**NBI : 1152200031**
**Judul : *Storytelling* Sebagai Strategi Soft Selling (Analisis Naratif Dalam Konten Video TikTok @dosenkecantikan Periode Februari – Maret 2026)**

**Surabaya,12 Juni 2026**

| Mengetahui, | Disetujui oleh, |
|---|---|
| Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik | Dosen Pembimbing 1 |
| Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya | |
| **Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S** | **A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos.,M.Med.Kom** |
| **NPP. 20110.86.0062** | **NPP. 20130.10.0596** |

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

**Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 12 Juni 2026**

**Dewan Penguji:**

1. **A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom** ( )
   **Ketua**
2. **Dr. Merry Fridha Tri Palupi, M.Si** ( )
   **Anggota I**
3. **Wahyu Kuncoro, S. T., M.Med.Kom** ( )
   **Anggota II**

**Mengesahkan,**
**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**
**Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**

**Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M. S**
**NPP. 20110.86.0062**

## SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

| | |
|---|---|
| Nama | : Cindy Berliana Wibowo |
| NBI | : 1152200031 |
| Program Studi | : Ilmu Komunikasi |
| Judul Skripsi | : *Storytelling* Sebagai Strategi Soft Selling (Analisis Naratif Dalam Konten Video TikTok @dosenkecantikan Periode Februari – Maret 2026) |

Menyatakan Bahwa:

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasi dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip, atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam Daftar Pustaka.

Dengan demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh - sungguh dan atas kesadaran yang sesadar – sadarnya. Apabila ternyata dalam di naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang – undangan yang berlaku (Undang – undang Nomor 20 Tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70).

Surabaya, 12 junii 2026




Cindy Berliana Wibowo

UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

## LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

| | |
|---|---|
| Nama | : Cindy Berliana Wibowo |
| NBI/NPM | : 1152200031 |
| Fakultas | : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik |
| Program Studi | : Ilmu Komunikasi |
| Jenis Karya | : Skripsi |

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya ***Hak Bebas Royalti Nonekslusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)***, atas karya saya yang berjudul:

*Storytelling sebagai Strategi Soft Selling (Analisis Naratif dalam Konten Video TikTok @dosenkecantikan Periode Februari-Maret 2026)*

Dengan **Hak Bebas Royalti Nonekslusif (*Nonexclusive Royalty - Free Right*)**, Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum

| | |
|---|---|
| Dibuat di | : Surabaya |
| Pada Tanggal | : 30 Juni 2026 |

Yang Menyatakan




(Cindy Berliana Wibowo)

## HALAMAN PERSEMBAHAN

*Dengan penuh rasa Syukur dan kerendahan hati, karya ini penulis persembahkan kepada :*

*Kedua Orang Tua tercinta, yang selalu menjadi tempat pulang, sumber doa, dan kekuatan terbesar dalam setiap Langkah penulis. Terimakasih atas dukungan dan cinta yang penuh. Kalian adalah sumber kekuatan dan inspirasi penulis dalam menyelesaikan karya ini.*

*Dosen yang telah membimbing dan memberikan arahan, ilmu, serta motivasi selama proses penyusunan karya ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas ini dengan lancar.*

*Teman-teman seperjuangan, yang telah hadir memberi semangat dan dukungan selama proses penyusunan penelitian ini. Terimakasih telag menjadi bagian dari perjalanan yang penuh cerita. Kehadiran kalian menjadi salah satu bentuk pendukung yang menguatkan penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.*

*Almamater tercinta, yang telah memberikan ruang, kesempatan, dan fasilitas bagi penulis untuk belajar, berkembang, dan menempuh proses akademik hingga tahap ini. Semoga karya ini dapat menjadi bagian dari wujud rasa hormat dan terima kasih.*

*Diri sendiri, sebagai bentuk apresiasi atas kerja keras, kesabaran, ketekunan, yang telah dilakukan untuk menyelesaikan penelitian ini. Semoga hal ini menjadi salah satu Langkah untuk karir dan cita-cita yang lebih tinggi.*

## RIWAYAT HIDUP

**Identitas Diri**

| | |
|---|---|
| **Nama** | **:** Cindy Berliana Wibowo |
| **Tempat, Tanggal Lahir** | **:** Mojokerto, 14 Mei 2004 |
| **Alamat** | **:** Jl. Cakarayam Gang 3 Nomor 12A, Mojokerto |
| Kebangsaan | : Indonesia |
| Jenis Kelamin | : Perempuan |
| Agama | : Islam |
| No Telp / Email | : 082244856116 / cindyberlianaaa@gmail.com |

**Riwayat Pendidikan**

1. SD Taruna Nusa Harapan
2. SMP Taruna Nusa Harapan
3. SMA Taruna Nusa Harapan
4. Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

# RINGKASAN

Cindy Berliana Wibowo, 2026. ***Storytelling*** **Sebagai Strategi** ***Soft Selling*** **(Analisis Naratif Dalam Konten Video TikTok @dosenkecantikan Periode Februari – Maret 2026)**

Penelitian ini membahas *storytelling* sebagai strategi *soft selling* dalam konten video TikTok @dosenkecantikan pada periode Februari–Maret 2026. Fokus penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana konstruksi *storytelling* digunakan dalam menyampaikan pesan promosi *lip product s* secara halus melalui konten video TikTok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode analisis naratif. Data penelitian diperoleh melalui observasi dan dokumentasi terhadap tiga konten video TikTok @dosenkecantikan yang mempromosikan *lip product s* serta mengandung unsur *storytelling.* Analisis dilakukan dengan mengidentifikasi unsur-unsur naratif yang membangun cerita dalam konten, kemudian diinterpretasikan menggunakan Paradigma Naratif Walter Fisher melalui konsep koherensi dan *fidelity.* Hasil penelitian menunjukkan bahwa *storytelling* dalam konten @dosenkecantikan dibangun melalui pengalaman personal kreator, aktivitas sehari-hari, interaksi dengan audiens, demonstrasi penggunaan produk, serta pembuktian visual terhadap performa *lip product* . Produk tidak ditampilkan sebagai objek iklan utama, melainkan disisipkan secara natural ke dalam aktivitas seperti berburu takjil, merespons komentar audiens, dan mencoba makanan viral. Konstruksi *storytelling* tersebut menunjukkan adanya koherensi melalui keteraturan alur cerita, kesesuaian antara narasi verbal dan visual, serta konsistensi karakter kreator sebagai narator. Selain itu, fidelity terlihat dari kedekatan cerita dengan pengalaman, kebiasaan, dan budaya konsumsi konten digital audiens TikTok. Dengan demikian, *storytelling* dalam konten @dosenkecantikan berfungsi sebagai strategi soft selling yang mampu menyampaikan pesan promosi secara natural, relevan, dan tidak terkesan memaksa.

**Kata Kunci:** *Storytelling, Soft selling, Komunikasi digital pemasaran, TikTok, Analisis Naratif, Walter Fisher*

## *SUMMARY*

Cindy Berliana Wibowo, 2026. ***Storytelling as a Soft Selling Strategy (Narrative Analysis of TikTok Video Content @dosenkecantikan February – March 2026)***

*This study examines storytelling as a soft-selling strategy in TikTok video content uploaded by @dosenkecantikan during the February–March 2026 period. The purpose of this study is to understand how storytelling is constructed to deliver promotional messages about lip product s in a subtle and natural manner. This research employs a descriptive qualitative approach using narrative analysis. The data were collected through observation and documentation of three TikTok videos from @dosenkecantikan that promote lip product s and contain storytelling elements. The analysis was conducted by identifying the narrative elements that construct the story within each content and interpreting them through Walter Fisher's Narrative Paradigm, particularly the concepts of coherence and fidelity. The findings reveal that storytelling in @dosenkecantikan's content is constructed through the creator's personal experiences, daily activities, audience interactions, product demonstrations, and visual proof of product performance. The promoted lip product s are not presented as the main advertising focus; instead, they are naturally integrated into activities such as searching for iftar snacks, responding to audience comments, and reviewing viral food. The storytelling construction demonstrates coherence through a well-organized narrative flow, consistency between verbal and visual narratives, and the creator's consistent role as a narrator. Furthermore, fidelity is reflected in the closeness of the stories to the audience's experiences, habits, and digital content consumption culture on TikTok. Therefore, storytelling in @dosenkecantikan's content functions as a soft-selling strategy that effectively delivers promotional messages in a natural, relevant, and non-intrusive manner.*



**Keywords:** *Storytelling, Soft selling, TikTok, Digital marketing communication, narrative analysis, Walter Fisher.*

# KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala Rahmat, karunia, dan kemudahan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "*Storytelling* Sebagai Strategi *Soft Selling* (Analisis Naratif Dalam Konten Video TikTok @dosenkecantikan Periode Februari – Maret 2026)" dengan baik. Penyusunan Skripsi Tahun Ajaran 2025/2026 Genap ini sesuai dengan arahan dan pedoman yang diberikan oleh Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi syarat sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak bisa berjalan lancar dan selesai tanpa bantuan, bimbingan, dan dorongan semangat dari beberapa pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan baik, diantaranya yaitu:

1. Bapak Dr. Harjo Seputro, S.T., M.T., selaku rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Terima kasih atas kesempatan kepada penulis untuk menempuh pendidikan, mengembangkan diri di lingkungan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan segala fasilitas serta dukungan akademik yang telah diberikan sehingga penulis dapat menjalani proses perkuliahan dengan baik hingga bisa di tahap ini.
2. Bapak Prof. Dr. V. Rudy Handoko, M.S., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Terima kasih atas kesempatan yang diberikan kepada penulis untuk menjadi bagian dari fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik serta memberikan dukungan, fasilitas, dan kebijakan akademik yang membantu kelancaran proses pembelajaran penulis selama menempuh Pendidikan.
3. Ibu Hajidah Fildzahun Nadhila Kusnadi, S.Sos., M.A., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas arahan, perhatian, serta dukungan kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Terimakasih atas segala bantuan dan kesempatan yang diberikan selama masa perkuliahan hingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
4. Ibu A.A.I Prihandari Satvikadewi, S.Sos., M.Med.Kom., selaku dosen pembimbing I yang dengan sabar membimbing, mengarahkan, dan memberikan banyak masukan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas waktu, perhatian, ilmu, kritik, da saran yang sangat berarti bagi penulis.

5. Bapak Drs. Widiyatmo Ekoputro, M.A., selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, masukan, dan arahan yang sangat membantu penulis dalam menyempurnakan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih atas waktu, ilmu, dan koreksi yang membuat penulis dapat lebih memahami proses penyusunan karya ilmiah dengan baik.
6. Almarhumah mama tercinta yang sampai kapanpun akan selalu hidup di hati penulis. Terima kasih atas cinta, doa, kasih sayang, dan pengorbanan yang pernah diberikan kepada penulis. Meskipun tidak lagi mendampingi secara langsung, penulis percaya bahwa setiap doa dan cinta mama selalu menjadi kekuatan terbesar dalam menjalani proses ini. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai salah satu bentuk cinta, rindu, dan rasa terima kasih yang tidak akan pernah selesai.
7. Papa penulis yang selalu berjuang memenuhi semua kebutuhan penulis. Terima kasih atas doa, dukungan, kerja keras, kasih sayang, dan segala pengorbanan yang telah diberikan selama ini. Kehadiran dan dukungan Papa menjadi alasan bagi penulis untuk terus berusaha menyelesaikan pendidikan ini, meskipun prosesnya tidak selalu mudah.
8. Adik satu-satunya penulis yang telah menjadi penyemangat dan sumber kebahagiaan bagi penulis. Terima kasih karena telah hadir dalam hidup penulis dan menjadi salah satu alasan penulis untuk terus kuat. Kehadiranmu memberikan warna, semangat, dan motivasi tersendiri dalam proses penyelesaian skripsi ini.
9. Keluarga besar penulis yang senantiasa memberikan doa, dukungan, dan semangat kepada penulis. Terima kasih atas perhatian, nasihat, dan dorongan yang diberikan selama penulis menempuh pendidikan hingga menyelesaikan skripsi ini. Dukungan keluarga menjadi salah satu kekuatan yang membantu penulis melewati berbagai proses dengan lebih sabar dan ikhlas.
10. Sahabat penulis, Yashinta Nur Aulia, Marsyanda Dita Safinka, Frisca Asri Qorillia, dan Ariq Wahyu, yang telah menjadi tempat berbagi cerita, keluh kesah, tawa, dan semangat selama proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih karena selalu hadir, mendengarkan, menguatkan, dan menemani penulis dalam berbagai keadaan. Kehadiran kalian membuat proses yang berat terasa lebih ringan dan menjadi bagian berharga dalam perjalanan ini.
11. Diri Sendiri, terima kasih karena telah bertahan sejauh ini. Terima kasih karena tetap berusaha meskipun sering merasa lelah, takut, bingung, dan ingin menyerah. Terima kasih karena sudah memilih untuk terus melangkah, menyelesaikan satu per satu proses yang tidak mudah, dan percaya bahwa semua usaha ini akan sampai pada akhirnya. Skripsi ini menjadi bukti bahwa

penulis mampu melewati proses panjang dengan kesabaran, ketekunan, dan keberanian.

Surabaya, 12 junii 2026

Cindy Berliana Wibowo

## DAFTAR ISI

**HALAMAN JUDUL** ..... **i**
**TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI** ..... **ii**
**HALAMAN PENGESAHAN** ..... **iii**
**SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS** ..... **iv**
**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI** ..... **v**
**HALAMAN PERSEMBAHAN** ..... **vi**
**RIWAYAT HIDUP** ..... **vii**
**RINGKASAN** ..... **viii**
***SUMMARY*** ..... **ix**
**KATA PENGANTAR** ..... **x**
**DAFTAR ISI** ..... **xiii**
**DAFTAR TABEL** ..... **xv**
**DAFTAR BAGAN** ..... **xvi**
**DAFTAR GAMBAR** ..... **xvii**
**DAFTAR LAMPIRAN** ..... **xviii**
**BAB I PENDAHULUAN** ..... **1**
1.1 Latar Belakang Masalah ..... 1
1.2 Rumusan Masalah ..... 8
1.3 Batasan Penelitian ..... 8
1.4 Tujuan Penelitian ..... 8
1.5 Manfaat Penelitian ..... 9
**BAB II KAJIAN PUSTAKA** ..... **11**
2.1 Tinjauan Pustaka ..... 11
2.2 Landasan Teori ..... 21
2.3 Landasan Konseptual ..... 24
2.3.1 *Storytelling* ..... 24
2.3.2 Komunikasi Pemasaran Digital ..... 25
2.3.3 Soft Selling ..... 26
2.3.4 Media Sosial TikTok ..... 27
2.4 Kerangka Berpikir ..... 28
**BAB III METODE PENELITIAN** ..... **31**
3.1 Pendekatan Penelitian ..... 31
3.2 Jenis Penelitian ..... 31
3.3 Unit Observasi dan Unit Analisis ..... 32
3.3.1 Unit Observasi ..... 32
3.3.2 Unit Analisis ..... 33

3.4 Jenis Data ..... 37
3.4.1 Data Primer ..... 38
3.4.2 Data Sekunder ..... 38
3.5 Teknik Pengumpulan Data ..... 38
3.5.1 Observasi ..... 38
3.5.2 Dokumentasi ..... 39
3.6 Teknik Analisis Data ..... 39
3.7 Keabsahan data ..... 40
**BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN ..... 43**
4.1 Deskripsi Profil @dosenkecantikan ..... 43
4.1.1 Gambaran Konten Berburu Takjil ..... 45
4.1.2 Gambaran Konten Balasan Komentar ..... 46
4.1.3 Gambaran Konten Review Aldi's Burger ..... 48
4.2 Hasil Temuan ..... 49
4.2.1 Konstruksi *Storytelling* pada Konten 1 Berburu Takjil ..... 50
4.2.2 Konstruksi *Storytelling* pada Konten 2 Balasan Komentar ..... 57
4.2.3 Konstruksi *Storytelling* pada Konten 3 Review Aldi's Burger ..... 64
4.3 Pembahasan ..... 72
4.3.1 Konstruksi *Storytelling* dalam Konten Promosi *Lip product* @dosenkecantikan ..... 73
4.3.2 Koherensi Paradigma Naratif dalam Konten *Storytelling* @dosenkecantikan ..... 74
4.3.3 *Fidelity* Paradigma Naratif dalam Konten *Storytelling* @dosenkecantikan ..... 76
4.3.4 *Storytelling* sebagai Strategi Soft Selling *Lip product* dalam Konten Video @dosenkecantikan ..... 79
**BAB V PENUTUP ..... 83**
5.1 Kesimpulan ..... 83
5.2 Rekomendasi ..... 84
**DAFTAR PUSTAKA ..... 87**
**LAMPIRAN ..... 92**

# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu ..... 11
Tabel 3.1 Unit Analisis..... 33
Tabel 4.1 Hasil Temuan Konten 1 ..... 51
Tabel 4.2 Hasil Temuan Konten 2 ..... 58
Tabel 4.3 Hasil Temuan Konten 3 ..... 65

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Bagan Kerangka Berpikir..... 28

# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data pengguna TikTok di Dunia..... 1
Gambar 1.2 Rata-rata durasi penggunaan sosial media ..... 2
Gambar 1.3 Salah satu konten @dosenkecantikan terkait lip product ..... 6
Gambar 4.1 Akun Tiktok @dosenkecantikan ..... 43
Gambar 4.2 Poster bazaar Pasar Takjil Gading Serpong ..... 46
Gambar 4.3 Kreator merespons komentar audiens ..... 47
Gambar 4.4 Kreator menunjukkan Aldi's Burger ..... 48
Gambar 4.5 Kondisi Awal Penggunaan Lip Glaze Timephoria ..... 50
Gambar 4.6 Komentar audiens menjadi awal cerita pengujian ..... 57
Gambar 4.7 Tahap Pengujian Produk ..... 60
Gambar 4.8 Hasil akhir pengujian Lip product Somethinc ..... 63
Gambar 4.9 Kreator menggunakan Lip Tint Facetology ..... 64
Gambar 4.10 Tahap pengujian produk ..... 68
Gambar 4.11 Hasil pengujian Lip Tint Facetology ..... 71

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Kartu Bimbingan ..... 92
Lampiran 2 Surat Keterangan Bukti Turnitin ..... 94
Lampiran 3 Hasil Turnitin ..... 95
Lampiran 4 Serifikat SEMAKOM ..... 96
Lampiran 5 Lembar Revisi Penguji ..... 97