

ABSTRAK

Atikah. 210104010023. *Komunikasi Persuasif Influencer Hijab Modern dalam Mempengaruhi Gaya Hidup Di Media Sosial (TikTok)*, Pembimbing; (1) Mariyatul Norhidayati Rahmah, S. Ag., M. Si. Pembimbing (2) Najla Amaly, M. Med. Kom. Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi/Sarjana UIN Antasari Banjarmasin, 2026.

Kata Kunci: Komunikasi persuasif, *Influencer*, Hijab modern, Gaya hidup, TikTok.

Media sosial TikTok telah menjadi ruang komunikasi digital yang berperan penting dalam membentuk gaya hidup masyarakat, khususnya generasi muda. Melalui konten yang dikemas secara menarik dan persuasif, *Influencer* mampu membangun citra hijab modern yang kemudian menjadi rujukan bagi pengikutnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi persuasif *Influencer fashion* hijab modern memengaruhi gaya hidup di media sosial TikTok serta mengetahui respon dan interpretasi pengguna TikTok terhadap representasi hijab modern yang dibangun oleh *Influencer*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif kualitatif dan dikemas dalam bentuk studi kasus. Data diperoleh melalui observasi terhadap konten TikTok *Influencer fashion* hijab modern, yaitu Natasya Rizky, Sashfir, dan Oklin Fia, serta wawancara mendalam dengan lima orang pengguna TikTok yang mengetahui dan mengikuti konten ketiga *Influencer* tersebut. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data diperiksa melalui observasi mendalam, triangulasi sumber, dan triangulasi teknik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif *Influencer fashion* hijab modern berlangsung melalui unsur *ethos*, *pathos*, dan *logos*. *Ethos* terlihat dari kredibilitas dan citra diri *Influencer* yang dibangun secara konsisten, *pathos* tampak melalui daya tarik emosional yang menumbuhkan kedekatan dengan audiens, sedangkan *logos* terlihat pada penyampaian pesan dan contoh berpakaian yang dianggap relevan oleh pengikut. Konten yang disajikan mampu memengaruhi gaya hidup audiens, terutama dalam aspek penampilan, rasa percaya diri, preferensi berpakaian, dan perilaku konsumsi *fashion* hijab. Sementara itu, sebagian audiens menjadikan *Influencer* sebagai sumber inspirasi dalam berpakaian dan membangun kepercayaan diri, sedangkan sebagian lainnya tetap bersikap selektif dengan mempertimbangkan nilai-nilai kesopanan dan ajaran Islam dalam menerima tren yang ditampilkan. Hal ini menyimpulkan, komunikasi persuasif *Influencer fashion* hijab modern memiliki pengaruh terhadap pembentukan gaya hidup pengguna TikTok, meskipun tingkat penerimaan dan pemaknaannya berbeda pada setiap individu. Oleh karena itu, *Influencer* diharapkan dapat menghadirkan konten yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memperhatikan nilai-nilai Islami, sementara audiens perlu bersikap kritis dan bijak dalam menyikapi berbagai tren yang berkembang di media sosial.