

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis cara Tasya Farasya, seorang *beauty influencer*, dalam membangun *influencer* melalui konten *review* yang diunggah di platform media sosial TikTok, dengan fokus pada penggunaan label "Tasya Farasya *Approved*". Tasya Farasya dikenal sebagai *influencer* yang memiliki pengaruh besar dalam dunia kecantikan, khususnya dalam memberikan rekomendasi produk melalui media sosial. Dalam penelitian ini, pendekatan yang digunakan adalah analisis konten kualitatif dengan konsep paradigma naratif yang melibatkan dua dimensi utama, yaitu koherensi dan fidelitas. Melalui analisis ini, penelitian ini menggali bagaimana prinsip-prinsip persuasi, seperti otoritas, kelangkaan, komitmen dan konsistensi, bukti sosial, serta persatuan, digunakan oleh Tasya untuk membangun kepercayaan audiens terhadap produk yang diulas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Tasya Farasya menyampaikan pesan promosi melalui konten dengan menggabungkan berbagai prinsip persuasi yang efektif. Ia melibatkan profesional di bidang kecantikan untuk menambah otoritas, menekankan kelangkaan produk melalui *pre-order* dan uji lab, serta membangun komitmen dengan berbagi pengalaman pribadi. Dalam mempertahankan koherensi naratif, Tasya aktif berinteraksi dengan audiens melalui komentar dan berbagi pengalaman pribadi mengenai penggunaan produk, termasuk tantangan yang dihadapi dan hasil yang diperoleh. Penelitian ini juga menemukan bahwa fidelitas dalam konten *review* Tasya Farasya dibangun melalui transparansi dan kejujuran dalam berbagi pengalaman, serta dengan memastikan kredibilitas produk melalui hasil uji lab dan kolaborasi dengan ahli kecantikan. Tasya Farasya berhasil membangun *influencer* yang kuat melalui pendekatan yang autentik dan transparan dalam setiap kontennya, yang tidak hanya mendorong pembelian produk, tetapi juga membangun hubungan yang lebih mendalam dan terpercaya dengan pengikutnya. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana *influencer* dapat memanfaatkan personal branding dan teknik persuasif untuk menciptakan kepercayaan merek yang lebih solid di media sosial.

Kata Kunci: *influencer*, *influencer*, Tasya Farasya, TikTok, analisis konten, koherensi, fidelitas