

## **BAB IV**

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian**

Pada objek utama penelitian ini yakni akun TikTok resmi milik Kementerian Sosial Republik Indonesia, yaitu @KemensosRI, yang merupakan saluran komunikasi digital institusional milik pemerintah. Akun ini digunakan sebagai media untuk menyampaikan berbagai informasi terkait program-program sosial, khususnya bantuan sosial yang menjadi salah satu tugas utama Kemensos. Penelitian ini memfokuskan diri pada konten yang diunggah selama periode Januari hingga Desember 2024, dengan pendekatan analisis isi kuantitatif, guna memahami bagaimana bentuk dan strategi pengemasan konten bantuan sosial tersebut di platform TikTok.

##### **4.1.1 Kementerian Sosial**

Kementerian Sosial Republik Indonesia (Kemensos RI) merupakan lembaga pemerintahan yang bertanggung jawab dalam merumuskan dan melaksanakan kebijakan di bidang kesejahteraan sosial. Tugas utama Kemensos mencakup perlindungan sosial, penanggulangan kemiskinan, rehabilitasi sosial, pemberdayaan sosial, serta penyaluran bantuan sosial bagi kelompok rentan seperti lansia, penyandang disabilitas, anak-anak terlantar, dan masyarakat miskin. Dalam menjalankan tugasnya, Kemensos juga bekerja sama dengan berbagai pihak seperti lembaga swadaya masyarakat, pemerintah daerah, dan komunitas lokal untuk memastikan program-programnya tepat sasaran.

Di era digital, Kemensos aktif memanfaatkan media sosial, termasuk TikTok, sebagai sarana komunikasi publik untuk menyampaikan informasi seputar program dan kebijakan sosial secara lebih cepat, luas, dan menarik, terutama bagi generasi muda.

#### 4.1.2 Akun TikTok @Kemensosri

Pada penelitian ini berfokus mendeskripsikan akun TikTok resmi milik Kementerian Sosial Republik Indonesia, yaitu @Kemensosri. Akun ini menjadi salah satu kanal komunikasi publik yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai berbagai program sosial, termasuk bantuan sosial yang menjadi salah satu tugas utama kementerian. Dalam era digital saat ini, pemanfaatan media sosial seperti TikTok menjadi penting karena mampu menjangkau khalayak luas, terutama generasi muda yang cenderung aktif di platform tersebut.

TikTok @Kemensosri salah satu objek yang dikaji dalam penelitian ini adalah konten-konten yang berkaitan langsung dengan program bantuan sosial, yang diunggah sepanjang periode Januari hingga Desember 2024. Peneliti juga akan menjabarkan jumlah postingan terkait bantuan sosial selama periode Januari-Desember 2024. Pengemasan konten bantuan sosial oleh akun TikTok @Kemensosri dilakukan dengan memadukan elemen informatif dan visual yang sesuai dengan karakteristik platform. Konten-konten tersebut umumnya disajikan dalam bentuk video maupun foto slide, yang mengangkat berbagai aspek program bantuan sosial mulai dari proses penyaluran, penerima manfaat, hingga dampak yang dirasakan masyarakat. Untuk menarik perhatian, pengemasan konten sering kali menggunakan musik latar populer, teks singkat yang menonjol, serta transisi visual yang dinamis.

Peneliti menyoroti bagaimana konten tersebut dikemas oleh pihak pengelola akun, baik dari segi bentuk penyampaian, visualisasi, hingga gaya bahasa yang digunakan. Kemensos juga memanfaatkan fitur-fitur khas TikTok, seperti efek visual, filter, dan transisi yang dinamis, untuk memperkuat daya tarik konten. Narasi yang dibangun kerap menyentuh tema keseharian masyarakat, seperti perjuangan hidup penerima manfaat atau proses distribusi bantuan di daerah terpencil. Melalui pendekatan ini, pesan sosial yang disampaikan terasa lebih personal dan mengundang empati audiens, tanpa kehilangan substansi informasi yang ingin disampaikan. Pengemasan konten dinilai penting karena dapat memengaruhi efektivitas penyampaian informasi serta daya tarik pesan terhadap audiens yang dituju. Melalui konten-konten tersebut, akun @Kemensosri tidak

hanya berperan sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai upaya membangun citra positif pemerintah dan menunjukkan akuntabilitas terhadap publik. Penelitian terhadap bagaimana konten ini dikemas dan dipersepsikan oleh audiens menjadi penting untuk menilai efektivitas komunikasi program bantuan sosial di era digital.



Gambar 4. 1. Akun Tiktok Kemensos RI

Berdasarkan Gambar 4.1 dapat dilihat bahwa per tanggal 23 Mei 2025, akun tersebut telah memiliki 182,2 ribu pengikut dan mengumpulkan total 1,4 juta suka, yang menunjukkan tingginya tingkat keterlibatan dan perhatian publik terhadap konten-konten yang dibagikan. Akun TikTok resmi @kemensosri merupakan milik Kementerian Sosial Republik Indonesia dan dikelola sebagai bagian dari strategi komunikasi publik untuk menyampaikan informasi, edukasi, serta dokumentasi kegiatan sosial kepada masyarakat. Kemensos RI menggunakan media platform TikTok untuk menyampaikan konten-konten yang ditayangkan di akun ini umumnya berkaitan dengan program bantuan sosial, kegiatan lapangan, serta interaksi langsung antara pemerintah dan penerima manfaat. Video-video tersebut dikemas secara kreatif dengan pendekatan yang ringan, komunikatif, dan emosional menggunakan musik populer, narasi singkat, serta visual yang menarik. Hal ini membuat pesan-pesan sosial yang disampaikan menjadi lebih mudah dipahami dan

diterima oleh berbagai kalangan, terutama pengguna muda yang mendominasi platform TikTok.

Banyaknya jumlah pengikut dan total like yang dimiliki akun TikTok menjadi indikator kuat bahwa konten yang disajikan berhasil menarik perhatian publik. Dengan lebih dari 182 ribu pengikut dan 1,4 juta like, akun ini menunjukkan efektivitasnya dalam menjangkau masyarakat melalui platform digital yang kini menjadi salah satu media utama bagi generasi muda. Tingginya interaksi ini mencerminkan minat dan keterlibatan audiens terhadap isu-isu sosial yang dikemas secara menarik dan mudah diakses.

## 4.2 Hasil dan Analisis Penelitian

### 4.2.1 Frekuensi Unggahan

Tabel 4. 1. Frekuensi Unggahan

Bulan	$\Sigma$	Persentase
Januari	15	8.98
Februari	18	10.78
Maret	16	9.58
April	14	8.38
Mei	13	7.78
Juni	19	11.38
Juli	15	8.98
Agustus	12	7.19
September	12	7.19
Oktober	16	9.58
November	7	4.19
Desember	10	5.99
<b>TOTAL</b>	<b>167</b>	<b>100</b>

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 4.1 di atas menunjukkan frekuensi unggahan konten pada akun TikTok @kemensosri sepanjang 2024. Sepanjang tahun tersebut, tercatat total 167 unggahan telah dilakukan melalui akun tersebut. Rata-rata unggahan per bulan adalah sekitar 13,9 unggahan. Bulan dengan jumlah unggahan tertinggi adalah Juni (19 unggahan atau 11,38% dari total unggahan), diikuti oleh Februari (18 unggahan atau 10,78%), serta Maret dan Oktober yang masing-masing mencatat 16 unggahan (9,58%). Sementara itu, jumlah unggahan terendah terjadi pada bulan November, dengan hanya 7 unggahan (4,19%), disusul oleh Desember sebanyak 10 unggahan (5,99%).

Distribusi frekuensi unggahan menunjukkan bahwa sebagian besar aktivitas unggahan terjadi pada paruh pertama tahun, dengan puncak pada bulan Juni. Paruh kedua tahun cenderung mengalami penurunan frekuensi, terutama pada dua bulan terakhir. Dari segi persentase, bulan-bulan yang memiliki kontribusi unggahan di atas 9% dari total tahunan antara lain Februari, Maret, Juni, dan Oktober. Sementara itu, bulan dengan kontribusi di bawah 8% adalah Mei, Agustus, September, November, dan Desember.

#### 4.2.2 Tabel Hasil Penelitian

Tabel 4. 2. Frekuensi Konten Bantuan Sosial di Tiktok @Kemensosri

Dimensi	Kategori	Frekuensi	%	
<b>Tema Konten (olahan penulis)</b>	Bantuan Langsung Tunai	3	1,8	
	Bantuan Pangan Non-tunai	3	1,8	
	ATENSI untuk lansia dan penyandang disabilitas	59	35,3	
	Program Keluarga Harapan (PKH)	5	3,0	
	Program Pahlawan Ekonomi Nusantara (PENA)	9	5,4	
	Rumah Sederhana Terpadu (RST)	16	9,6	
	Program Bantuan Bencana Alam	47	28,1	
	Program Pemberdayaan Masyarakat	25	15,0	
<b>Tipe Konten (Li et al. (2021))</b>	Acting (Akting)	0	0	
	Animated Infographic (Infografik Animasi)	0	0	
	Feature	61	61	
	News (Berita)	73	73	
	Oral Speech (Pidato Lisan)	0	0	
	Pictorial Slideshow (Slideshow Bergambar)	33	33	
	TikTok Dance (Tarian TikTok)	0	0	
	<b>Format Konten (Li et al. (2021))</b>	Durasi Video		
		Pendek (1-60 detik)	63	37,7
		Panjang (61-121 detik)	66	39,5
		Lainnya	38	22,8
<i>Subtitle</i> (Teks Terjemahan)		Ada	105	62,9
		Tidak Ada	24	14,4
		Lainnya	38	22,8
<i>Text</i> (Teks Tambahan)		Ada	37	22,2
		Tidak Ada	92	55,1
		Lainnya	38	22,8
<i>Spoken language</i> (Bahasa Lisan)		Ada	84	50,3
		Tidak Ada	38	22,8
	Lainnya	45	26,9	
<i>Caption</i> (Keterangan Video)	Ada	167	100,0	
	Tidak Ada	0	0,0	
	Lainnya	0	0,0	
Music (Musik Latar)	Ada	167	100,0	
	Tidak Ada	0	0,0	
	Lainnya	0	0,0	

	Number of Hashtags (Jumlah Hashtag)	Sedikit (0-3)	105	62,9
		Banyak (4-7)	62	37,1
<b>Pendekatan Pengemasan (Li et al. (2021))</b>	Alarm/Concern (Ketakutan/Kekhawatiran)		0	0
	Hope (Harapan)		109	110
	Humor		3	3
	Susceptibility (Kerentanan)		0	0
	Severity (Tingkat Keparahan)		0	0
	Response (Respons)		37	38
	Economy/Normal Life Impacts (Dampak Ekonomi/Kehidupan Normal)		17	17

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 4.2 menunjukkan frekuensi konten bantuan sosial pada akun TikTok @Kemensosri selama tahun 2024. Dari total 167 konten yang dianalisis, tema yang paling dominan adalah ATENSI untuk lansia dan penyandang disabilitas, yang muncul sebanyak 59 konten (35,3%). Tema ini diikuti oleh Program Bantuan Bencana Alam dengan 47 konten (28,1%) dan Program Pemberdayaan Masyarakat sebanyak 25 konten (15,0%). Tema lainnya yang juga cukup signifikan adalah Rumah Sederhana Terpadu (RST) dengan 16 konten (9,6%) dan Program Pahlawan Ekonomi Nusantara (PENA) sebanyak 9 konten (5,4%). Sementara itu, tema Program Keluarga Harapan (PKH) muncul pada 5 konten (3,0%), serta Bantuan Langsung Tunai dan Bantuan Pangan Non-Tunai masing-masing hanya 3 konten (1,8%).

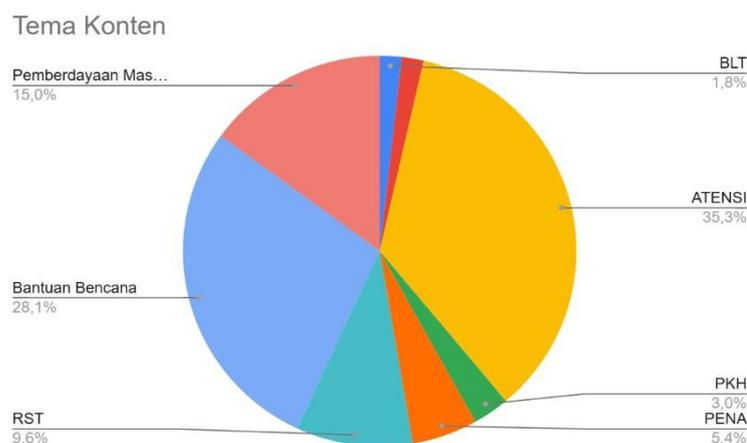
Dari sisi tipe konten, bentuk news (berita) paling dominan dengan 73 konten (43,7%), diikuti oleh feature sebanyak 61 konten (36,5%). Selain itu, pictorial slideshow atau slideshow bergambar muncul pada 33 konten (19,8%). Tidak ditemukan konten yang menggunakan pendekatan berbentuk acting, infografik animasi, pidato lisan, atau TikTok dance, menandakan bahwa konten lebih diarahkan pada penyampaian informasi daripada hiburan.

Dari segi format, sebagian besar konten berbentuk video berdurasi pendek (1–60 detik) sebanyak 63 konten (37,7%) dan video berdurasi panjang (61–121 detik) sebanyak 66 konten (39,5%). Sebanyak 38 konten (22,8%) termasuk dalam kategori durasi lainnya. Untuk pelengkap visual, *subtitle* terdapat pada 105 konten (62,9%), sedangkan *Text* tambahan hanya digunakan pada 37 konten (22,2%). Bahasa lisan ditemukan dalam 84 konten (50,3%). Seluruh konten menyertakan

*caption* dan musik latar (masing-masing 167 konten, 100%). Dalam hal penggunaan hashtag, sebanyak 105 konten (62,9%) menggunakan jumlah sedikit (0–3 hashtag), sementara 62 konten (37,1%) menggunakan jumlah banyak (4–7 hashtag).

Dalam pendekatan pengemasan pesan, pendekatan yang paling dominan adalah hope (harapan), yang muncul dalam 109 konten atau 65,3% dari total. Pendekatan response (respons terhadap situasi) digunakan pada 37 konten (22,2%), diikuti oleh economy/normal life impacts (dampak ekonomi atau kehidupan normal) sebanyak 17 konten (10,2%). Sementara itu, pendekatan humor hanya muncul pada 3 konten (1,8%). Tidak ditemukan pendekatan yang menggunakan unsur emosional negatif seperti alarm/concern (ketakutan/kekhawatiran), susceptibility (kerentanan), maupun severity (tingkat keparahan). Hal ini menunjukkan bahwa narasi konten cenderung menunjukkan solusi, serta menghindari pemicu ketakutan atau pesimisme dalam penyampaian informasi bantuan sosial.

#### 4.2.3 Tema Konten Bantuan Sosial pada Akun TikTok @Kemensosri



Gambar 4. 2. Diagram Tema Konten Bansos

Akun TikTok @Kemensosri menampilkan berbagai konten yang berkaitan dengan program-program bantuan sosial yang disalurkan oleh Kementerian Sosial (Kemensos). Dari total 167 konten yang dianalisis, tema yang paling dominan adalah ATENSI untuk lansia dan penyandang disabilitas, yang mencakup sebanyak

59 konten atau 35,33% dari total konten. Selanjutnya, tema Program Bantuan Bencana Alam menjadi fokus kedua terbanyak, dengan 47 konten (28,14%). Program Pemberdayaan Masyarakat juga mendapat sorotan cukup besar, dengan 25 konten (14,97%). Rumah Sederhana Terpadu (RST) muncul sebagai tema berikutnya, dengan 16 konten (9,58%), menunjukkan kepedulian terhadap pemenuhan kebutuhan dasar seperti perumahan layak bagi masyarakat prasejahtera. Sementara itu, program seperti Pahlawan Ekonomi Nusantara (PENA) (9 konten, 5,39%), Program Keluarga Harapan (PKH) (5 konten, 2,99%), Bantuan Langsung Tunai dan Bantuan Pangan Non-Tunai (masing-masing 3 konten, 1,80%) muncul dalam porsi yang relatif kecil.

Berdasarkan konten-konten yang diunggah, konten Program ATENSI menjadi tema paling banyak diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI. Konten Program ATENSI mendominasi kemungkinan karena program ini memiliki cakupan yang luas. Program ATENSI menasar kelompok yang paling rentan secara sosial, seperti lansia yang hidup sendiri atau terlantar, penyandang disabilitas, anak terlantar, tunawisma, dan Orang dengan gangguan jiwa (ODGJ). Kelompok ini sering kali tidak memiliki perlindungan sosial yang kuat, sehingga Kemensos berperan penting sebagai “jaring pengaman utama.” Konten ATENSI sangat visual dan menyentuh secara emosional seperti kisah penerima manfaat, seperti penyandang disabilitas anak, dan penyandang disabilitas yang sukses bekerja setelah mendapatkan pelatihan. Alasan lainnya, yakni Program ATENSI tidak bergantung musim atau kejadian khusus. Berbeda dari bantuan bencana yang bersifat reaktif dan musiman, atau BLT yang mengikuti momentum kebijakan pemerintah tertentu, Program ATENSI bersifat reguler dan fleksibel. Ini menjadikannya sebagai sumber konten yang terus-menerus bisa diproduksi dari berbagai wilayah.

Program Bantuan Bencana Alam menjadi tema konten terbanyak kedua yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI. Tingginya jumlah konten ini kemungkinan disebabkan kondisi Indonesia sebagai negara rawan bencana. Konten bertema bantuan bencana menampilkan aksi cepat tanggap Kemensos dalam mendirikan dapur umum, menyalurkan logistik, serta melibatkan pasukan Tagana untuk evakuasi dan pembangunan posko. Selain itu, karena bencana seringkali

menarik simpati publik, konten-konten seperti ini menjadi sarana efektif untuk menunjukkan kehadiran nyata negara di tengah krisis.

Program Pemberdayaan Masyarakat menjadi tema konten terbanyak ketiga. Konten bertema ini berada di posisi ketiga kemungkinan karena menampilkan upaya Kemensos dalam menciptakan dampak jangka panjang, bukan hanya sekadar bantuan sesaat. Program-program ini menyasar masyarakat di daerah 3T (terdepan, terluar, tertinggal), serta kelompok rentan yang membutuhkan intervensi sosial berkelanjutan.

Program Rumah Sederhana Terpadu (RST) dan Pahlawan Ekonomi Nusantara (PENA) merupakan dua tema yang juga sering diangkat karena menampilkan kehidupan penerima manfaat kedua program Kemensos tersebut. Program RST menampilkan proses pembangunan rumah layak huni bagi lansia, penyandang disabilitas, dan keluarga miskin ekstrem. Sementara itu, program PENA menyoroti kisah sukses penerima bantuan usaha produktif, seperti pedagang kecil, peternak, atau penyandang disabilitas yang berhasil membangun kemandirian ekonomi.

Sementara itu, jumlah konten yang menampilkan Program Keluarga Harapan (PKH), Bantuan Langsung Tunai (BLT), dan Bantuan Pangan Non-Tunai (BPNT) terbilang lebih sedikit dibandingkan tema lainnya. Hal ini kemungkinan karena BLT merupakan program yang mengikuti momentum kebijakan pemerintah tertentu, seperti saat terjadi krisis ekonomi, inflasi pangan, atau dampak El-Nino. Sementara itu, PKH dan BPNT bersifat lebih administratif dan rutin, seperti penyaluran bantuan secara berkala melalui bank atau kantor pos.

#### **1. Atensi**

Akun TikTok @KemensosRI mengunggah tema ATENSI sebanyak 59 konten, atau sebesar 35,33% dari total keseluruhan unggahan selama periode Januari hingga Desember 2024. Jumlah ini menjadikan ATENSI sebagai tema konten terbanyak, mencerminkan fokus utama Kemensos terhadap kelompok masyarakat paling rentan secara sosial. Program ATENSI (Asistensi Rehabilitasi Sosial) menyasar penerima manfaat yang tergolong sebagai Pemerlu Pelayanan Kesejahteraan Sosial (PPKS), seperti lansia terlantar, penyandang disabilitas, anak terlantar, tunawisma, hingga

Orang Dengan Gangguan Jiwa (ODGJ). Secara keseluruhan, konten bertema ATENSI menjadi dominan karena cakupan penerima manfaat yang luas karena menyentuh banyak kategori rentan. Konten-konten bertema ATENSI umumnya menampilkan kisah personal, visual yang kuat, serta transformasi kehidupan nyata setelah intervensi sosial dari Kemensos.

Berikut ini adalah beberapa contoh konten bertema ATENSI:



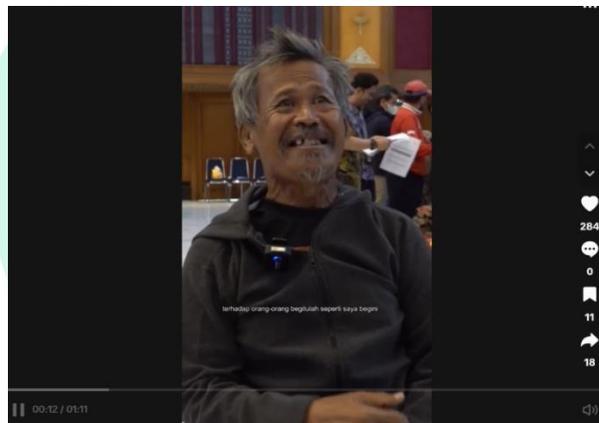
Gambar 4. 3. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.3 di atas merupakan konten video yang diunggah pada 15 Januari 2024. Video ini menampilkan Menteri Sosial Tri Rismaharini memberikan bantuan uang tunai sebesar Rp170.863.270 dan hadiah sepeda kepada seorang anak di Sumatera Barat yang menderita kelainan usus. Konten ini menekankan kepedulian langsung dari negara terhadap anak-anak yang membutuhkan perawatan medis dan dukungan psikososial.



Gambar 4. 4. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.4 di atas merupakan konten video yang diunggah pada 18 Januari 2024. Video ini menampilkan Hani, seorang penyandang disabilitas rungu-wicara, yang menceritakan pengalamannya mengikuti pelatihan di Balai Sentra Mulya Jaya. Ia memperoleh keterampilan memasak, tata boga, dan kebersihan selama enam bulan, yang kemudian membantunya mendapatkan pekerjaan di Burger King. Hani kini berencana membuka usaha sendiri. Konten ini juga memperlihatkan pertemuannya dengan Mensos Risma dan menyampaikan pesan kepada orang tua anak disabilitas untuk membawa anak mereka ke Balai Kemensos.



Gambar 4. 5. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.5 di atas merupakan konten yang menampilkan kisah Pak Hidayat (60), seorang tunawisma yang selama tiga tahun tinggal di emperan minimarket di Kampung Melayu dan berjualan garam dan gula. Setelah bertemu Mensos Risma, ia menerima bantuan tempat tinggal layak serta modal usaha. Konten ini menonjolkan narasi pemulihan martabat sosial bagi lansia miskin ekstrem.

## 2. Program Bantuan Bencana Alam

Akun TikTok @KemensosRI mengunggah tema Program Bantuan Bencana Alam sebanyak 47 konten, atau sebesar 28,14% dari total keseluruhan unggahan selama periode Januari hingga Desember 2024. Persentase ini menjadikan tema Program Bantuan Bencana Alam sebagai tema konten terbanyak kedua. Tingginya proporsi konten bertema bantuan bencana menunjukkan bahwa isu penanggulangan bencana menjadi salah satu fokus

utama komunikasi publik Kemensos RI di media sosial. Hal ini dapat dikaitkan dengan intensitas kejadian bencana di berbagai wilayah Indonesia sepanjang tahun 2024. Pada tahun 2024, Badan Nasional Penanggulangan Bencana (BNPB) mencatat 2.107 kejadian bencana alam di Indonesia (Litha, 2025). Ini memaksa Kemensos untuk hadir secara aktif dalam penanganan dan pemulihan dampaknya.

Dalam konten-konten tersebut, narasi yang dominan adalah mengenai kecepatan respons pemerintah melalui pengiriman logistik, pendirian dapur umum, pembangunan posko pengungsian, serta keterlibatan relawan Tagana. Berikut contoh-contoh konten dengan tema Program Bantuan Bencana Alam pada akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 6. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

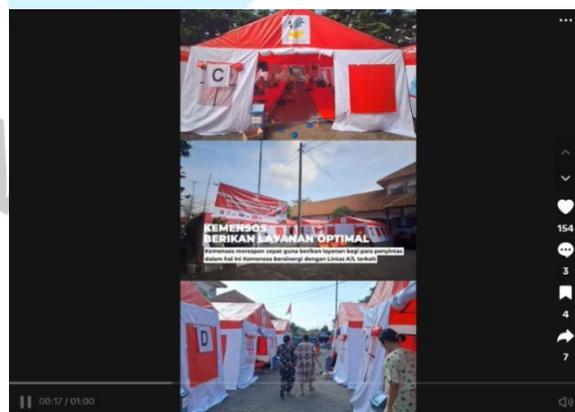
Gambar 4.6 di atas menunjukkan konten dalam format video yang diunggah pada 4 Januari 2024 menampilkan respons cepat Kemensos terhadap gempa bumi berkekuatan 4,1 magnitudo yang mengguncang Sumedang pada 31 Desember 2023. Dalam konten ini, terlihat jelas bagaimana Kemensos langsung mengerahkan Taruna Siaga Bencana (Tagana) untuk melakukan evakuasi korban dan mendirikan dapur umum. Tagana, sebagaimana dijelaskan dalam referensi Kemensos.go.id (2021), merupakan relawan sosial dari masyarakat sipil yang berperan aktif dalam penanggulangan bencana. Selain evakuasi, video tersebut juga memperlihatkan pengiriman bantuan logistik berupa bahan pangan, pakaian, serta hunian sementara.

Kemensos juga tampak menyiapkan posko evakuasi untuk mengantisipasi kemungkinan gempa susulan.



Gambar 4. 7. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.7 di atas menunjukkan konten dalam format video yang diunggah pada 10 Januari 2024 menampilkan suasana pengungsian akibat erupsi Gunung Lewotobi di Flores, Nusa Tenggara Timur. Fokus utama dalam konten ini adalah penyaluran bahan permakanan yang dilakukan oleh Tagana. Selain itu, pengungsi dilibatkan dalam pengelolaan dapur umum, yang tidak hanya memenuhi kebutuhan logistik, tetapi juga berfungsi sebagai bentuk intervensi psikososial, di mana para penyintas tetap memiliki kegiatan yang produktif selama berada di pengungsian.



Gambar 4. 8. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

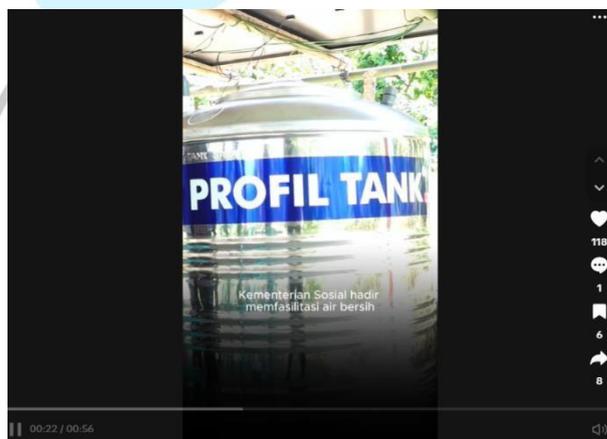
Gambar 4.8 di atas menunjukkan konten dalam format video yang diunggah pada 16 Februari 2024 menampilkan respons Kemensos terhadap banjir

yang melanda wilayah Demak. Video ini menunjukkan berbagai layanan yang diberikan kepada para penyintas, termasuk pendirian posko pengungsian, penyediaan toilet portabel, fasilitas kesehatan, dapur umum, serta posko administrasi dan informasi. Penekanan dalam konten ini adalah pada keterpaduan layanan yang disiapkan secara sistematis oleh Kemensos dalam waktu singkat, sebagai bagian dari strategi penanganan terpadu.

### 3. Program Pemberdayaan Masyarakat

Program Pemberdayaan Masyarakat juga mendapat sorotan cukup besar dalam konten media sosial TikTok @KemensosRI. Sepanjang Januari hingga Desember 2024, tema ini muncul dalam 25 konten atau sebesar 14,97% dari total keseluruhan unggahan. Hal ini menjadikan tema Pemberdayaan Masyarakat menjadi tema terbanyak ketiga yang diangkat Kemensos di media sosial selama tahun tersebut. Tema ini mengindikasikan bahwa Kemensos tidak hanya berfokus pada penanganan darurat seperti bantuan bencana, tetapi juga pada upaya jangka panjang dalam meningkatkan kesejahteraan dan kemandirian masyarakat. Pendekatan pemberdayaan yang ditampilkan dalam konten-konten ini mulai dari penyediaan infrastruktur dasar hingga pendampingan sosial dan psikologis secara langsung oleh Menteri Sosial.

Berikut ini adalah beberapa contoh konten bertema Pemberdayaan Masyarakat yang diunggah melalui akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 9. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.9 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 15 Mei 2024. Dalam video ini, Kemensos RI memberikan bantuan berupa instalasi air bersih kepada masyarakat di Kecamatan Waingapu, Kabupaten Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur. Sebelumnya, warga harus menempuh jarak jauh dan membayar hingga Rp500.000 untuk 5.000 liter air. Kemensos memasang instalasi pengolahan air berbasis teknologi reverse osmosis (RO) dengan kapasitas 1.000 liter. Air hasil pengolahan dapat langsung diminum tanpa dimasak dan juga dimanfaatkan untuk kebutuhan pertanian rumah tangga. Konten ini menekankan peran negara dalam meringankan beban ekonomi masyarakat melalui infrastruktur yang berkelanjutan.



Gambar 4. 10. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.10 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 27 Juni 2024 yang menampilkan kunjungan Menteri Sosial Tri Rismaharini ke Kabupaten Kepulauan Tanimbar, Provinsi Maluku. Dalam kegiatan bakti sosial ini, sebanyak 4.026 warga menerima layanan kesehatan, operasi katarak gratis, terapi untuk penyandang disabilitas, serta distribusi alat bantu seperti kursi roda, tongkat, dan kaki palsu. Selain itu, dalam video tampak Mensos Risma berdialog langsung dengan warga dan mendengarkan aspirasi mereka. Konten ini menyoroti pendekatan bottom-up dalam pemberdayaan, di mana intervensi dilakukan berdasarkan kebutuhan langsung masyarakat, khususnya di daerah 3T (terdepan, terluar, tertinggal).



Gambar 4. 11. Video @kemensosri Sumber: @kemensosri

Gambar 4.11 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 5 Juli 2024 yang menceritakan kisah Ilham Ramadhan, siswa kelas 2 SD di Bandung yang menulis surat kepada polisi agar menemaninya mengambil rapor karena merindukan ayahnya yang telah tiada. Kisah ini menjadi viral hingga menarik perhatian Menteri Sosial. Dalam kunjungannya ke rumah Ilham di Desa Bandasari, Mensos Risma memberikan bantuan berupa perlengkapan sekolah, bahan pangan, serta beasiswa pendidikan senilai Rp10 juta. Kemensos juga mengundang Ilham dan keluarganya ke Jakarta sebagai bentuk apresiasi. Konten ini merepresentasikan pemberdayaan dari sisi psikososial, dengan memberikan dukungan moral dan motivasi untuk meningkatkan kepercayaan diri serta masa depan anak.

#### 4. Rumah Sederhana Terpadu (RST)

Tema Rumah Sederhana Terpadu (RST) menempati urutan keempat dalam jumlah konten yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI selama periode Januari hingga Desember 2024. Tercatat sebanyak 16 konten atau sebesar 9,58% dari total unggahan mengangkat tema ini. Tingginya perhatian terhadap program RST mencerminkan upaya Kemensos dalam menyediakan hunian layak bagi kelompok rentan, terutama warga miskin ekstrem, lansia, penyandang disabilitas, serta masyarakat yang terdampak bencana. Secara umum, konten bertema RST menekankan bahwa akses terhadap hunian layak merupakan bagian integral dari perlindungan sosial. Melalui konten-konten bertema RST, Kemensos tidak hanya menampilkan hasil akhir pembangunan rumah, tetapi juga proses pendampingan sosial, pemberian bantuan tunai, hingga penyerahan perabotan rumah tangga.

Berikut ini beberapa contoh konten bertema Rumah Sederhana Terpadu (RST):



Gambar 4. 12. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.12 di atas merupakan konten video yang diunggah pada 22 April 2024 dan menampilkan kisah Pak Rusli, seorang lansia yang tinggal sendiri di rumah berukuran 3x3 meter di Nagari Sikabau, Kecamatan Pulau Punjung, Kabupaten Dharmasraya, Sumatera Barat. Pak Rusli telah tidak bekerja selama 10 tahun dan hanya mengandalkan bantuan dari keluarga serta tetangga. Dalam program ini, Kemensos memberikan bantuan berupa pembangunan Rumah Sederhana Terpadu, bantuan tunai senilai Rp20 juta, serta dukungan perbaikan rumah yang dilaksanakan oleh relawan Tagana. Selain itu, diberikan pula bantuan perabotan rumah tangga dan sembako. Konten ini menampilkan narasi kemanusiaan yang kuat, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan dasar lansia yang hidup dalam keterbatasan.



Gambar 4. 13. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.13 di atas merupakan unggahan pada 18 Mei 2024 dalam format slide show. Konten ini menampilkan Menteri Sosial Tri Rismaharini yang meninjau langsung pembangunan Rumah Sederhana Terpadu di Desa Pambotanjara, Kecamatan Kota Waingapu, Kabupaten Sumba Timur, NTT. Selain peninjauan pembangunan RST, bantuan air bersih juga diberikan kepada masyarakat sekitar. Konten ini menunjukkan sinergi antara pembangunan hunian dan penyediaan infrastruktur dasar, yang menjadi bagian dari pendekatan integratif Kemensos dalam meningkatkan kualitas hidup warga.



Gambar 4. 14. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.14 di atas menampilkan konten slide show yang diunggah pada 11 Juni 2024. Dalam konten ini, Menteri Sosial menyerahkan satu dari tiga unit Rumah Sederhana Terpadu kepada pasangan suami istri, Bacharudin dan Solatiah, di Desa Pitung, Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan. Konten ini memperkuat narasi bahwa program RST menasar keluarga rentan dan dilaksanakan dengan pendekatan langsung oleh pejabat negara sebagai bentuk kepedulian dan penghormatan terhadap hak-hak dasar warga.

##### 5. **Pahlawan Ekonomi Nusantara (PENA)**

Program Pahlawan Ekonomi Nusantara (PENA) merupakan salah satu inisiatif pemberdayaan ekonomi yang juga mendapatkan sorotan dalam konten TikTok @KemensosRI. Selama periode Januari hingga Desember 2024, tercatat sebanyak 9 konten (5,39%) yang mengangkat tema ini.

Meskipun secara kuantitatif tidak sebanyak tema lain, program PENA memiliki fokus mendorong kemandirian ekonomi kelompok rentan melalui bantuan usaha produktif. Konten-konten bertema PENA umumnya menyoroti kisah transformasi penerima manfaat, baik korban bencana, penyandang disabilitas, maupun warga miskin ekstrem, yang berhasil membangun atau mengembangkan usaha kecil dengan dukungan modal dari Kemensos. Narasi yang ditonjolkan adalah perubahan hidup pasca intervensi, baik dari sisi penghasilan maupun keberdayaan sosial.

Berikut ini beberapa contoh konten bertema PENA yang diunggah melalui akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 15. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.15 di atas merupakan konten yang diunggah pada 23 Februari 2024, memperlihatkan kisah Pak Mulyoto, korban kebakaran yang terjadi pada 4 April 2022. Peristiwa tersebut menghancurkan rumah dan usaha miliknya. Dalam konten ini, Kemensos hadir memberikan bantuan PENA produktif senilai Rp5 juta. Bantuan tersebut digunakan untuk membuat kembali gerobak kayu yang menjadi alat utama usahanya. Saat ini, Pak Mulyoto telah menjadi pengrajin kayu dengan pendapatan sekitar Rp4,5 juta per bulan. Narasi konten ini memperkuat citra PENA sebagai program pemulihan ekonomi pasca-bencana.



Gambar 4. 16. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.16 di atas menampilkan konten yang diunggah pada 31 Maret 2024, memperlihatkan kisah Merry Maryam, seorang penyandang disabilitas yang juga menjadi penerima manfaat program PENA. Dalam konten ini, Kemensos memberikan bantuan berupa satu gerobak usaha dan perlengkapan dagang lainnya. Setelah menerima bantuan, Merry mampu menjalankan usahanya secara mandiri dan kini menghasilkan pendapatan antara Rp5 juta hingga Rp6 juta per bulan. Konten ini menunjukkan bahwa PENA tidak hanya berorientasi pada ekonomi, tetapi juga pada inklusi sosial.



Gambar 4. 17. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.17 di atas merupakan konten yang diunggah pada 30 Agustus 2024, menampilkan Pak Jazuli, seorang peternak kambing yang awalnya hanya memiliki dua ekor kambing. Setelah menerima bantuan usaha dari Kemensos melalui program PENA, jumlah kambing yang ia miliki berkembang menjadi 55 ekor. Ia menjual kambing dengan harga sekitar

Rp1,5 juta per ekor untuk kebutuhan aqiqah maupun qurban. Konten ini menyoroti pertumbuhan usaha sektor peternakan skala kecil sebagai hasil nyata dari intervensi ekonomi berbasis masyarakat.

#### 6. Program Keluarga Harapan (PKH)

Program Keluarga Harapan (PKH) merupakan salah satu program bantuan sosial bersyarat dari Kementerian Sosial RI yang juga diangkat sebagai tema dalam konten TikTok @KemensosRI. Sepanjang Januari hingga Desember 2024, terdapat 5 konten bertema PKH, yang mencakup 2,99% dari total unggahan selama periode tersebut. PKH menasar kelompok paling miskin melalui bantuan tunai bersyarat, dengan fokus pada pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan anak. Konten bertema PKH menampilkan dampak nyata dari program bantuan sosial bersyarat dalam menciptakan perubahan sosial dan ekonomi yang berkelanjutan.

Berikut ini contoh konten bertema PKH dari akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 18. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.18 di atas merupakan konten video yang diunggah pada 5 Maret 2024, menampilkan Herlina Sarwa, seorang ibu rumah tangga dari Raja Ampat, Papua, sebagai penerima manfaat program PKH. Dalam video tersebut, Herlina menceritakan bahwa ia menerima bantuan biaya pendidikan untuk anaknya serta modal usaha dari Kemensos. Bantuan ini digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari dan menopang usaha kecil yang ia kelola. Narasi dalam konten ini memperlihatkan bagaimana

PKH tidak hanya memberikan bantuan tunai, tetapi juga membuka akses pendidikan dan peluang ekonomi bagi perempuan di daerah terpencil.



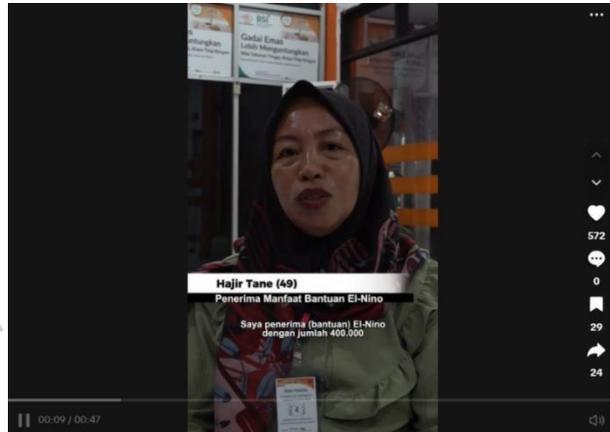
Gambar 4. 19. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.19 di atas menampilkan konten slide show yang diunggah pada 15 Oktober 2024. Konten ini memuat data capaian program PKH, termasuk penurunan angka kemiskinan nasional hingga 2,2% serta peningkatan kualitas hidup penerima manfaat. Disampaikan pula bahwa selama 10 tahun terakhir, sebanyak 33.530 pendamping PKH telah berkontribusi aktif dalam mendampingi penerima bantuan. Slide ini menekankan pentingnya peran pendamping sosial sebagai penggerak transformasi sosial di tingkat akar rumput. Konten ini memperkuat narasi PKH sebagai program yang tidak hanya menyalurkan bantuan, tetapi juga membina dan memberdayakan.

## 7. Bantuan Langsung Tunai

Bantuan Langsung Tunai (BLT) merupakan salah satu program bantuan sosial tunai yang turut diangkat dalam konten akun TikTok @KemensosRI. Meskipun tidak sebanyak tema lainnya, tercatat sebanyak 3 konten atau sebesar 1,80% dari total unggahan selama Januari hingga Desember 2024 membahas secara eksplisit pelaksanaan program BLT. Program BLT umumnya diberikan dalam konteks krisis, seperti dampak pandemi, kenaikan harga pangan, atau bencana iklim seperti El-Nino. Konten yang mengangkat tema ini menampilkan proses penyaluran, penggunaan bantuan oleh penerima manfaat, serta keterlibatan langsung pejabat negara, termasuk Presiden dan Menteri Sosial.

Berikut adalah contoh konten bertema Bantuan Langsung Tunai yang dianalisis dari akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 20. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.20 di atas merupakan konten video yang diunggah pada 2 Januari 2024, menampilkan Hajir Tane, penerima manfaat BLT El-Nino berusia 49 tahun. Bantuan yang diterima sebesar Rp400 ribu disalurkan dalam kunjungan langsung Presiden Joko Widodo yang didampingi oleh Menteri Sosial Tri Rismaharini. Kehadiran kepala negara dalam proses distribusi bantuan memperkuat narasi bahwa BLT merupakan program strategis pemerintah pusat dalam menanggulangi dampak krisis iklim dan kenaikan harga kebutuhan pokok. Konten ini juga menampilkan simbol kekompakan antara lembaga eksekutif pusat dan kementerian teknis dalam mendukung masyarakat lapisan bawah.



Gambar 4. 21. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.21 di atas merupakan konten yang diunggah pada 3 Februari 2024 dan menampilkan Ibu Dedeh Rohanah, warga Cikapundung, Bandung, sebagai penerima manfaat BLT. Ia menerima bantuan sebesar Rp400 ribu yang diambil melalui PT Pos Bandung. Dalam narasi yang disampaikan, Ibu Dedeh menggunakan uang bantuan tersebut untuk membeli kebutuhan sembako, sementara sisanya ditabung. Konten ini memberikan gambaran konkret tentang bagaimana bantuan tunai digunakan secara langsung untuk memenuhi kebutuhan dasar rumah tangga dan menunjukkan sisi perencanaan keuangan dari penerima manfaat.

#### **8. Bantuan Pangan Non-Tunai**

Bantuan Pangan Non-Tunai (BPNT) merupakan skema bantuan sosial pemerintah yang bersifat reguler dan responsif terhadap kondisi krisis ekonomi dan ketahanan pangan masyarakat. Selama periode Januari hingga Desember 2024, tema ini muncul dalam 3 konten, atau sebesar 1,80% dari total unggahan akun TikTok @KemensosRI.

Konten bertema BPNT menampilkan upaya pemerintah dalam menjamin ketahanan sosial ekonomi masyarakat miskin dan rentan secara langsung dan berkelanjutan. Konten bertema BPNT menyentuh kebutuhan dasar masyarakat miskin secara langsung, baik melalui distribusi uang tunai maupun bantuan dalam bentuk bahan pangan. Narasi yang diangkat dalam konten-konten ini lebih bersifat informatif dan berbasis data, namun tetap mengandung unsur empatik yang menunjukkan kepedulian negara terhadap kondisi masyarakat rentan.

Berikut ini beberapa contoh konten bertema Bantuan Pangan Non-Tunai yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 22. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.22 di atas merupakan konten video yang diunggah pada 12 Juni 2024, memperlihatkan Menteri Sosial Tri Rismaharini saat memberikan Bantuan Pangan Non-Tunai (BPNT) kepada warga Desa Pitung, Kecamatan Alalak, Kabupaten Barito Kuala, Kalimantan Selatan. Bantuan tersebut terdiri atas paket sembako berupa beras, minyak goreng, gula, dan kebutuhan pokok lainnya. Selain sembako, Kemensos juga menyerahkan bantuan peralatan kesehatan dan perlengkapan mandi. Konten ini menonjolkan peran Kemensos dalam memperluas bentuk bantuan non-tunai menjadi lebih komprehensif, mencakup kebutuhan pangan dan sanitasi dasar.

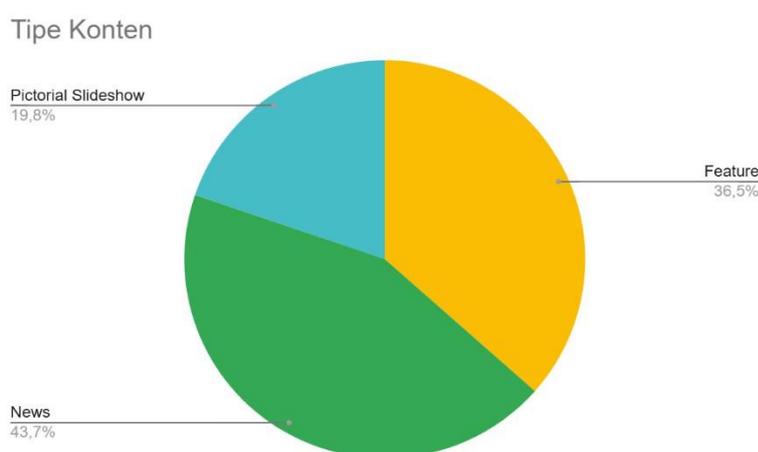


Gambar 4. 23. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.23 di atas merupakan konten slide show yang diunggah pada 20 Oktober 2024. Konten ini menampilkan data dan infografis mengenai efektivitas program BPNT yang telah berevolusi dari program Raskin

menjadi Program Sembako. Bantuan disalurkan melalui transfer bank sebesar Rp200.000 per bulan, dan penerima manfaat diberi keleluasaan untuk memilih jenis kebutuhan pokok yang mereka butuhkan. Lebih dari 18 juta penerima manfaat telah merasakan dampak positif dari program ini selama lebih dari satu dekade. Konten ini mengedepankan pendekatan data-driven dan menjelaskan transformasi sistem perlindungan sosial yang lebih fleksibel, transparan, dan berbasis preferensi rumah tangga.

#### 4.2.4 Tipe Konten Bantuan Sosial pada Akun TikTok @Kemensosri



Gambar 4. 24. Diagram Tipe Konten Bansos

Gambar 4.24 di atas menunjukkan bahwa tipe konten yang paling dominan digunakan akun TikTok resmi Kementerian Sosial RI (@Kemensosri) dalam menyampaikan informasi bantuan sosial adalah konten berita (news), yang mencakup 73 unggahan atau 43,7% dari total konten. Tipe konten berikutnya yang cukup sering digunakan adalah feature, dengan total 61 konten (36,5%). Sementara itu, pictorial slideshow atau tayangan bergambar menduduki posisi ketiga dengan 33 konten (19,8%). Adapun beberapa format populer di TikTok seperti acting, animated infographic, oral speech, dan TikTok dance sama sekali tidak ditemukan (0%).

Konten berita paling banyak digunakan kemungkinan karena memuat unsur 5W+1H, bersifat aktual, dan mudah dipertanggungjawabkan. Berita menyajikan informasi yang resmi, faktual, dan akuntabel. Selain itu, tipe konten berita dapat

digunakan untuk menunjukkan respons cepat terhadap bencana dan masalah sosial. Selanjutnya, feature menyentuh sisi human interest dan menggambarkan dampak nyata dari intervensi sosial kepada penerima manfaat bantuan yang disalurkan oleh Kemensos. Sementara itu, pictorial slideshow memberikan kesan dokumentatif, visualisasi perubahan, dan cocok untuk rekap visual atas tindakan pemerintah. Seperti halnya feature, pictorial slideshow juga dapat menonjolkan sisi penerima manfaat.

Dominasi konten news, feature, dan pictorial slideshow kemungkinan menunjukkan bahwa akun TikTok @kemensosri mengutamakan informasi yang aktual dan berbasis human interest. Ketidakhadiran format seperti TikTok dance dan acting kemungkinan karena tidak relevan dengan konten yang menyangkut isu-isu kemanusiaan atau penyaluran bantuan. Format seperti acting, speech, atau TikTok dance bisa dianggap mengaburkan pesan serius yang ingin disampaikan. Sementara itu, format oral speech kemungkinan cenderung formal, panjang, dan satu arah, sehingga kurang menarik bagi audiens TikTok.

#### **1. Berita (news)**

Tipe konten berita merupakan tipe konten yang paling banyak digunakan dengan 73 unggahan atau 43,71% dari total konten. Tipe konten ini menyampaikan informasi langsung dari lokasi kejadian dan menunjukkan kinerja pemerintah secara real time dalam menangani isu-isu sosial maupun bencana. Secara umum, konten berita dari akun TikTok @KemensosRI digunakan untuk memperlihatkan kecepatan respons, akuntabilitas, dan kehadiran negara dalam menghadapi krisis sosial atau bencana. Tipe ini juga menunjukkan Kementerian Sosial sebagai lembaga yang aktif dan responsif. Berikut ini adalah beberapa contoh konten berita yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 25. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.25 di atas merupakan konten berita yang diunggah pada 2 Januari 2025. Video ini memiliki judul tampilan “Mensos dan Presiden Pastikan Penerima Manfaat Telah Menerima Bantuan El-Nino.” Video ini melaporkan kegiatan Menteri Sosial Tri Rismaharini yang mendampingi Presiden Republik Indonesia Joko Widodo dalam menyalurkan Bantuan Langsung Tunai (BLT) El Nino di Manado, Sulawesi Utara, pada Kamis, 28 Desember 2024. Kegiatan ini dilakukan untuk memastikan bantuan tersebut benar-benar sampai kepada para penerima manfaat dan tepat sasaran.

Dalam video, diperlihatkan testimoni dari seorang warga bernama Hajir Tane (49) yang menjadi penerima manfaat BLT El Nino. Dalam keterangannya yang disampaikan langsung ke kamera, Hajir menyampaikan bahwa dirinya menerima bantuan tunai sebesar Rp400.000. Ia menyatakan rasa syukurnya dan mengatakan bahwa uang tersebut sangat membantu kehidupan rumah tangganya. Ia berencana menggunakan bantuan tersebut untuk membeli beras 20 kilogram dan kebutuhan pangan sehari-hari. Video juga memperlihatkan Hajir sedang memegang uang bantuan serta menyampaikan ucapan, “Terima kasih Bu Risma,” sebagai bentuk apresiasi atas perhatian dari Kementerian Sosial.

Video ini termasuk ke dalam kategori konten berita karena memuat informasi faktual tentang penyaluran BLT El Nino oleh pemerintah pusat. Video ini juga bersifat aktual karena mengangkat peristiwa yang terjadi

pada tanggal 28 Desember 2024 dan diunggah hanya beberapa hari kemudian, yaitu pada 2 Januari 2025.

Video ini juga memenuhi unsur-unsur 5W+1H. What, yakni penyaluran Bantuan Langsung Tunai (BLT) El Nino. Where, yakni Manado, Sulawesi Utara. When, yakni 28 Desember 2024, diunggah 2 Januari 2025. Who, yakni Presiden RI Joko Widodo, Menteri Sosial Tri Rismaharini, dan warga penerima manfaat (Hajir Tane). Why, yakni untuk membantu masyarakat terdampak fenomena El Nino dalam mencukupi kebutuhan pangan. How, yakni bantuan diberikan secara langsung dalam bentuk uang tunai senilai Rp400.000 per orang, disertai pendampingan dan pengawasan dari pemerintah pusat.

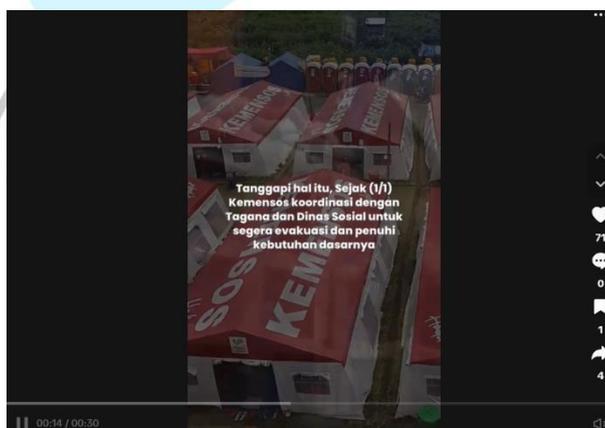


Gambar 4. 26. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.26 di atas merupakan konten berita yang diunggah pada 4 Januari 2024. Video ini memiliki judul tampilan “Gerak Cepat Kemensos Tangani Bencana Gempa di Sumedang.” Video ini melaporkan respon cepat Kementerian Sosial dalam menangani bencana gempa bumi yang mengguncang wilayah Sumedang, Jawa Barat, pada Minggu, 31 Desember 2023, dengan magnitudo 4,1 SR. Menanggapi peristiwa tersebut, Kemensos segera mengerahkan Taruna Siaga Bencana (Tagana) dan pilar sosial untuk melakukan evakuasi dan mendirikan dapur umum bagi warga terdampak. Sejak 1 Januari 2024, Kemensos mulai menyalurkan bantuan ke sejumlah titik terdampak. Untuk mengantisipasi gempa susulan, Kemensos juga menyiapkan shelter darurat yang dilengkapi dengan kasur, toilet portabel,

dan kipas angin, agar para pengungsi tetap merasa nyaman. Selain pendirian shelter, Kemensos turut menyalurkan berbagai bantuan logistik, yang mencakup bantuan pangan, yakni 240 paket makanan anak, 86 botol air minum, 120 dus mi instan, 2.000 kg beras reguler; bantuan sandang berupa 140 lembar selimut, 50 paket pakaian anak, 20 paket peralatan dapur; bantuan hunian sementara berupa 22 unit tenda serbaguna, 49 unit tenda keluarga, 20 unit tenda gulung, 105 pcs kasur, 70 pcs pallet, 60 pcs triplek, 5 unit lampu sorot dan steger, 10 unit Solar Home System (SHS) solar cell. Video ini menampilkan dokumentasi visual berupa pendirian tenda pada malam hari dan proses distribusi bantuan hunian sementara secara langsung di lapangan.

Video ini dikategorikan sebagai konten berita karena menyampaikan kejadian faktual yang aktual, yaitu bencana alam yang terjadi pada akhir Desember 2023 dan ditindaklanjuti oleh Kemensos pada awal Januari 2024. Video ini juga menjawab unsur-unsur utama dalam berita. What, yakni gempa magnitudo 4,1 mengguncang Sumedang. Where, yakni Kabupaten Sumedang, Jawa Barat. When, yakni 31 Desember 2023; penanganan dimulai 1 Januari 2024. Who, yakni Kementerian Sosial, Tagana, dan pilar sosial. Why, yakni gempa menyebabkan kerusakan dan ketidaknyamanan warga; perlu tanggapan cepat. How, yakni evakuasi warga, pendirian shelter, dan penyaluran bantuan logistik secara langsung.



Gambar 4. 27. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.27 di atas merupakan konten berita yang diunggah pada 9 Januari 2024. Video ini memiliki judul tampilan “Respon Cepat Kemensos Salurkan Bantuan Banjir di Jambi.” Video ini melaporkan tanggapan cepat Kemensos terhadap bencana banjir yang melanda 19 kecamatan di Provinsi Jambi pada akhir tahun 2023. Dalam video tersebut disampaikan bahwa banjir terjadi di 13 kecamatan di Kabupaten Kerinci dan 6 kecamatan di Kota Sungai Penuh. Akibat banjir tersebut, sekitar 9.878 rumah terendam. Sebagai respons, sejak 1 Januari 2024, Kemensos berkoordinasi dengan Taruna Siaga Bencana (Tagana) dan Dinas Sosial setempat untuk melakukan evakuasi dan memenuhi kebutuhan dasar warga terdampak. Salah satu langkah nyata adalah pendirian dapur umum di Kabupaten Kerinci yang mampu memproduksi hingga 300 porsi makanan per hari. Video tersebut juga menampilkan data bantuan per tanggal 4 Januari 2024, di antaranya 15 unit tenda keluarga, 24 paket perlengkapan anak (kidsware), 50 lembar terpal, 32 potong pakaian anak, 20 buah kasur lipat, 15 paket peralatan dapur keluarga, 1.500 porsi makanan siap saji.

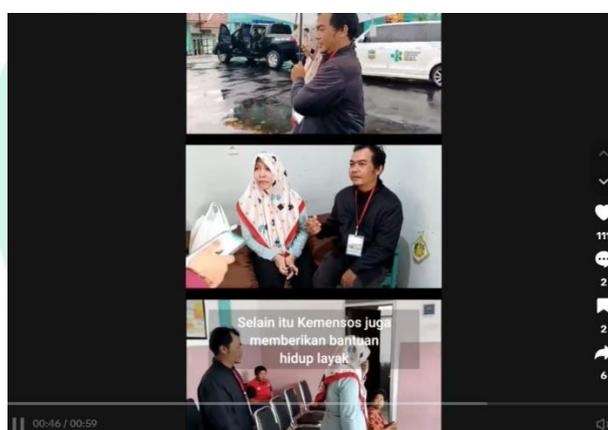
Video ini masuk kategori tipe konten berita karena isi video melaporkan kejadian nyata, yakni banjir di Jambi, yang terjadi pada akhir tahun 2023 dan penanganannya yang dimulai sejak 1 Januari 2024. Waktu kejadian yang dekat dengan tanggal unggah, yakni 9 Januari 2024, sehingga membuatnya aktual. Video menjawab unsur-unsur penting dalam berita. What, yakni banjir melanda 19 kecamatan di Jambi (What). Where, yakni Kabupaten Kerinci dan Kota Sungai Penuh, Provinsi Jambi. When, yakni akhir tahun 2023, tanggapan sejak 1 Januari 2024 (When). Who, yakni Kementerian Sosial, Tagana, dan Dinas Sosial. Why, yakni banjir menyebabkan hampir 10 ribu rumah terendam, perlu bantuan segera. Sementara itu, How, yakni dengan evakuasi, pendirian dapur umum, dan penyaluran bantuan logistik.

## 2. Feature

Feature merupakan salah satu tipe konten yang paling sering digunakan oleh akun TikTok @KemensosRI. Sepanjang Januari hingga Desember 2024, tercatat sebanyak 62 konten atau sebesar 37,13% dari total unggahan

termasuk dalam kategori feature. Berbeda dari konten berita yang bersifat faktual dan aktual, konten feature berfokus pada kisah individual yang menyentuh, latar belakang psikososial, serta proses intervensi sosial yang dilakukan oleh Kementerian Sosial. Konten feature cenderung mengangkat cerita personal penerima manfaat, baik lansia, anak, maupun penyandang disabilitas. Konten ini menonjolkan aspek human interest, serta menyampaikan narasi tentang perjuangan hidup individu.

Berikut beberapa contoh tipe konten feature dari akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 28. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

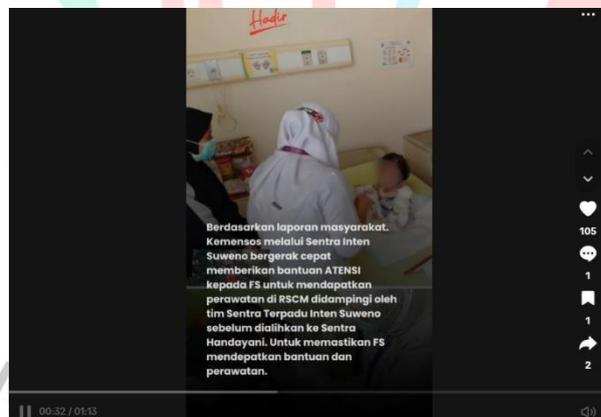
Gambar 4.28 di atas merupakan konten feature yang diunggah pada 1 Februari 2024. Video ini menampilkan kisah seorang perempuan bernama Nurhasanah, penyandang disabilitas rungu wicara sejak kecil, yang juga mengalami gangguan kejiwaan. Ia tinggal bersama kedua orang tuanya yang juga merupakan penyandang disabilitas sensorik netra. Karena kondisi mentalnya, Nurhasanah sempat dipasung dan dikurung dalam sebuah kamar berpintu jeruji besi oleh keluarganya.

Awalnya, cerita Nurhasanah terangkat melalui tayangan Beritasatu.com pada 21 Januari 2024, dengan judul berita “Kisah Pilu Gadis Tuna Wicara Menderita Gangguan Jiwa Tinggal Bersama Ibunya yang Tuna Netra,” yang juga ditampilkan sebagai pembuka dalam video. Kementerian Sosial RI kemudian melakukan penjangkauan terhadap kasus ini melalui tim scanning berita. Pendekatan dilakukan kepada keluarga Nurhasanah untuk proses

bebas pasung. Selanjutnya, Nurhasanah dibawa ke Sentra Phalamarta di Sukabumi guna menjalani pemeriksaan serta perawatan kejiwaan secara rutin oleh tenaga medis dan psikiater, dengan tujuan mengembalikan fungsi sosialnya.

Tak hanya itu, Kemensos juga memberikan dukungan bagi keluarganya, berupa bantuan hidup layak, permakanan untuk disabilitas yang ditujukan kepada orang tua Nurhasanah, dan tongkat kaki satu untuk ibunya. Video ini menampilkan kolase foto dengan narasi teks yang memperlihatkan berbagai tahapan intervensi sosial, seperti pemeriksaan kesehatan ibu Diah dan Pak Maman, lobi dan penyerahan bantuan pemenuhan hidup layak, serta penyerahan bantuan tongkat kaki satu.

Video ini masuk dalam kategori konten feature, karena berfokus pada kisah individu yang menyentuh dan menyajikan laporan mendalam tentang latar belakang, kondisi psikososial, serta proses intervensi yang dilakukan. Berbeda dari konten berita yang lebih berorientasi pada kejadian aktual dan data, konten feature menyajikan cerita human interest.



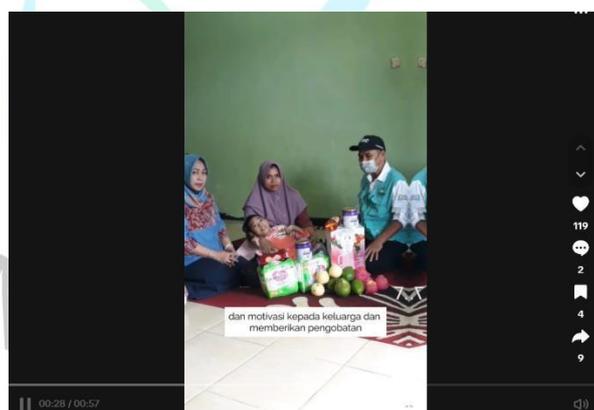
Gambar 4. 29. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.29 di atas merupakan konten feature yang diunggah pada 7 Februari 2025. Video ini menampilkan kisah seorang balita berusia 4 tahun bernama FS, asal Tarakan, Kalimantan Utara, yang mengidap penyakit kulit langka dan mendapatkan pendampingan langsung dari Kementerian Sosial Republik Indonesia. Video menceritakan tentang FS yang berusia 4 tahun sebagai penerima manfaat ATENSI. FS menderita Xeroderma

Pigmentosum (XP) dan kelebihan sel darah putih, yang menyebabkan kondisi kesehatannya terus menurun hingga sempat mengalami koma. Kisah FS ini diketahui melalui laporan masyarakat, yang kemudian ditindaklanjuti oleh Kementerian Sosial melalui Sentra Inten Suweno.

Melalui program ATENSI, Kemensos merespons cepat dengan memfasilitasi FS untuk mendapatkan perawatan medis lanjutan di RSCM Jakarta, dengan pendampingan langsung dari tim Sentra Terpadu Inten Suweno. Setelah menjalani pemeriksaan dan pengambilan sampel luka oleh tim medis untuk dianalisis di laboratorium, FS kemudian dirujuk ke Sentra Handayani agar proses perawatan serta dukungan sosial dapat terus berlanjut. Selain pendampingan dan akses ke layanan kesehatan, Kemensos juga memberikan bantuan pemenuhan kebutuhan dasar, meliputi obat-obatan, nutrisi khusus, paket sembako, dan paket kebersihan diri

Video ini masuk dalam kategori konten feature karena menyajikan kisah secara personal dan menyentuh, dengan fokus pada individu serta penggambaran perjalanan hidup yang penuh tantangan. Video menekankan pada human interest dengan menampilkan cerita perjuangan FS dan dukungan sosial dari Kemensos.



Gambar 4. 30. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.30 di atas merupakan konten feature yang diunggah pada 10 Februari 2025. Video ini menampilkan kisah Silvy Mavik Ajizah, seorang penyandang disabilitas fisik berat asal Kecamatan Ngetos, Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur, yang mendapat perhatian dan pendampingan dari

Kementerian Sosial melalui program ATENSI. Dalam video tersebut, digambarkan kondisi Silvy yang sangat memprihatinkan. Ia hanya bisa terbaring lemah di tempat tidur, dengan kondisi fisik berupa kaki kecil, bengkok, dan patah-patah. Selama ini, ibunya hanya mampu membawa obat dari puskesmas tanpa membawa Silvy langsung, sehingga pengobatan yang diberikan bersifat ringan dan tidak komprehensif.

Setelah kasus ini dilaporkan, Kementerian Sosial melalui Sentra Terpadu Kartini Temanggung segera melakukan respons cepat. Kemensos memberikan bantuan pendampingan dan motivasi kepada keluarga, sekaligus mengevakuasi Silvy ke Rumah Sakit Daerah Nganjuk untuk mendapatkan pengobatan yang lebih layak. Tak hanya itu, Silvy juga menerima bantuan ATENSI berupa pemenuhan kebutuhan gizi anak untuk mendukung proses pemulihannya. Untuk membantu keluarga Silvy agar bisa lebih berdaya dan mandiri secara ekonomi, Kemensos turut memberikan bantuan usaha warung serta dua ekor kambing betina jenis Jawa sebagai bentuk pemberdayaan ekonomi keluarga.

Video ini masuk dalam kategori konten feature karena menggambarkan kisah dan latar belakang kehidupan Silvy. Fokus utama konten ini bukan hanya pada pemberian bantuan, melainkan juga pada perjalanan hidup, kondisi sosial keluarga, serta dampak nyata dari intervensi Kemensos.

### **3. Pictorial Slideshow atau Tayangan Bergambar**

Pictorial slideshow atau tayangan bergambar menduduki posisi ketiga tipe konten yang paling sering digunakan akun TikTok resmi Kementerian Sosial RI (@Kemensosri) sepanjang tahun 2024, dengan 33 konten (19,76%). Pictorial slideshow merupakan tipe konten yang menyampaikan informasi melalui rangkaian foto dokumentasi yang disusun berurutan dan dilengkapi dengan teks atau narasi pendukung. Format ini menggabungkan kekuatan visual dan storytelling untuk menyampaikan kisah intervensi sosial, relokasi, pemberdayaan ekonomi, dan kegiatan bakti sosial, dengan nuansa yang lebih tenang dan reflektif dibandingkan video liputan langsung. Sepanjang periode Januari hingga Desember 2024, beberapa konten pictorial slideshow digunakan untuk mendokumentasikan hasil nyata

program bantuan sosial, memperlihatkan kondisi sebelum dan sesudah intervensi, serta menampilkan sisi kemanusiaan dalam pelayanan sosial. Berikut adalah beberapa contoh konten pictorial slideshow yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 31. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.31 di atas merupakan konten pictorial yang diunggah pada tanggal 3 Juli 2024. Konten ini menampilkan rangkaian foto (slideshow) yang mendokumentasikan proses relokasi dan pemberian bantuan kepada satu keluarga miskin di Desa Batetangnga, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Keluarga tersebut sebelumnya tinggal di sebuah gubuk berukuran 2x3 meter di tepi hutan. Konten ini memuat tujuh foto. Foto pertama menggambarkan seorang ibu (Ibu Marni) bersama dua anak berdiri di depan rumah gubuk yang sangat sederhana. Foto kedua menggambarkan kondisi dalam rumah yang sempit dan minim fasilitas. Foto ketiga menggambarkan bangunan rumah permanen yang layak huni sebagai tempat tinggal baru. Foto keempat memperlihatkan Menteri Sosial Tri Rismaharini memegang bahu seorang perempuan yang tampak menutup wajahnya. Foto kelima menampilkan kompor gas beserta tabung dan peralatan masak di rumah baru. Foto keenam menampilkan proses pengangkutan barang menggunakan truk pikap. Foto ketujuh menampilkan kandang ayam berisi ayam-ayam petelur sebagai bagian dari bantuan pemberdayaan ekonomi.

Dalam *caption*, dijelaskan bahwa pada tanggal 2 Juli 2024, Kemensos melaksanakan relokasi terhadap keluarga Ibu Marni (42), seorang ibu tunggal dengan tiga anak, yang sebelumnya hidup dalam kondisi sangat tidak layak. Tindakan ini merupakan instruksi langsung dari Menteri Sosial Tri Rismaharini untuk memastikan keluarga tersebut dapat tinggal di tempat yang lebih aman dan manusiawi. Selain mendapatkan rumah baru, Ibu Marni juga menerima berbagai bentuk bantuan pemberdayaan ekonomi, antara lain 20 ekor ayam petelur, 1.000 bibit lele, Tanaman hortikultura. Tujuan bantuan ini adalah untuk mendukung kemandirian ekonomi keluarga dalam jangka panjang.

Konten ini dikategorikan sebagai konten pictorial slideshow karena mengandalkan foto-foto berurutan yang dikombinasikan dengan teks naratif untuk menyampaikan kisah secara visual.



Gambar 4. 32. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.32 di atas merupakan konten pictorial yang diunggah pada tanggal 29 Februari 2024. Konten ini menampilkan dokumentasi visual penyaluran bantuan oleh Kementerian Sosial RI bekerja sama dengan Dana Kemanusiaan Kompas (DKK) kepada warga terdampak di Desa Seuneubok Simpang, Kecamatan Darul Aman, Kabupaten Aceh Timur, Provinsi Aceh, pada 28 Februari 2024. *Caption* dalam konten menyebutkan bahwa Kemensos menyerahkan bantuan berupa rumah layak huni tahan gempa kepada 11 penerima manfaat.

Tidak hanya itu, Menteri Sosial Tri Rismaharini secara simbolis juga menyerahkan berbagai bantuan lainnya, termasuk bantuan Usaha Ekonomi Produktif (UEP), motor roda tiga, kompor rakyat, bantuan ATENSI, dana

bantuan dari Kitabisa.com. Total nilai bantuan yang diberikan kepada warga di Desa Seuneubok mencapai Rp559.357.466.

Konten memuat lima foto. Foto pertama, tampak samping rumah bantuan yang telah dibangun, berdinding bata, berwarna putih dan oranye. Foto kedua, tampilan lain dari rumah serupa, memperlihatkan struktur yang kokoh dan layak huni. Foto ketiga, Menteri Sosial Tri Rismaharini berbicara di atas panggung, tampak memegang mikrofon. Foto keempat, Mensos Risma berdiri di depan salah satu rumah bantuan, menunjukkan keterlibatan langsung di lapangan. Foto kelima, seorang warga penerima manfaat berbicara, juga memegang mikrofon, kemungkinan menyampaikan testimoni atau ucapan terima kasih.

Konten ini termasuk dalam kategori konten pictorial slideshow karena disusun dari rangkaian foto-foto dokumentasi yang dilengkapi dengan teks naratif, menggambarkan hasil nyata dari program bantuan sosial yang dijalankan pemerintah. Konten ini tidak berfokus pada laporan langsung dari peristiwa, tetapi menyajikan rekap visual kegiatan sebagai bentuk pertanggungjawaban publik sekaligus penguatan citra kelembagaan.

Konten ini menunjukkan proses penyerahan bantuan secara simbolis dan aktual di lapangan, bentuk konkret hasil pembangunan (rumah), keterlibatan aktif Menteri Sosial, dan partisipasi dan respon warga penerima manfaat.



Gambar 4. 33. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.33 di atas merupakan konten pictorial yang diunggah pada tanggal 6 Maret 2025. Konten ini menampilkan dokumentasi visual kegiatan

Bakti Sosial (Baksos) yang diinisiasi oleh Menteri Sosial Tri Rismaharini di Kecamatan Sausu, Kabupaten Parigi Moutong, Sulawesi Tengah, pada Selasa, 5 Maret 2025. Kegiatan ini merupakan respons terhadap banyaknya warga yang mengalami katarak dan anak-anak penyandang cerebral palsy di wilayah tersebut. Dalam baksos ini, Kementerian Sosial bekerja sama dengan berbagai pihak menyelenggarakan pemeriksaan kesehatan gratis serta menyalurkan bantuan ATENSI kepada warga.

Kegiatan tersebut diikuti oleh 186 warga dari 9 desa di Kecamatan Sausu. Selain layanan kesehatan, diberikan pula berbagai alat bantu aksesibilitas, seperti kursi roda, tongkat adaptif, alat bantu dengar, dan lainnya, sebagai bagian dari upaya pemenuhan hak penyandang disabilitas. Tak hanya menyapa peserta baksos, Menteri Sosial juga mengunjungi secara langsung Ni Nyoman Sukarniasih (67), seorang lansia yang tinggal di rumah nyaris roboh. Setelah kunjungan tersebut, Kementerian Sosial memberikan berbagai bentuk bantuan intervensi, baik fisik maupun sosial, guna meningkatkan kondisi hidup Nyoman.

Konten ini memuat sembilan foto dokumentasi. Foto pertama, yakni Mensos Risma menyapa warga yang hadir dalam kegiatan baksos. Foto kedua, Mensos Risma menyerahkan tongkat adaptif kepada penerima manfaat. Foto ketiga, yakni Mensos bersama seorang anak penyandang disabilitas. Foto keempat, yakni Mensos memegang mainan bersama seorang anak, menunjukkan pendekatan personal yang humanis. Foto kelima, Mensos memegang wajah anak penyandang disabilitas dengan penuh empati. Foto keenam, Mensos menyapa seorang lansia secara langsung. Foto ketujuh, Mensos menjawab pertanyaan dari wartawan terkait kegiatan tersebut. Foto kedelapan, Mensos bersalaman dengan seorang anak penyandang disabilitas. Foto kesembilan, dua orang perempuan lansia, kemungkinan penerima manfaat atau peserta kegiatan.

Konten ini termasuk dalam kategori konten pictorial slideshow karena terdiri atas rangkaian foto dokumentasi yang dilengkapi dengan narasi, menggambarkan kegiatan sosial secara visual dan emosional. Berbeda dari konten berita yang berfokus pada kejadian dan data, konten ini

menyampaikan rekap visual kegiatan kemanusiaan yang dilaksanakan di lapangan, sekaligus memperlihatkan kedekatan emosional antara pejabat publik dan masyarakat.

Konten ini memperlihatkan kegiatan penjangkauan kesehatan berbasis komunitas, penyaluran bantuan alat bantu untuk penyandang disabilitas, kunjungan langsung ke warga rentan (lansia).

#### 4.2.5 Format Konten Bantuan Sosial pada Akun TikTok @Kemensosri

Penelitian ini menggunakan klasifikasi format konten TikTok sebagaimana dirumuskan oleh Li et al. (2021) untuk menganalisis format konten 167 unggahan TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024. Klasifikasi ini mencakup durasi, keberadaan *subtitle*, teks tambahan, bahasa lisan, keterangan video (*caption*), musik latar, serta jumlah hashtag.

Tabel 4. 3. Frekuensi Format Konten Bantuan Sosial di Tiktok @Kemensosri

Kategori		Frekuensi	%
<b>Durasi Video</b>	Pendek (1-60 detik)	63	37,7
	Panjang (61-121 detik)	66	39,5
	Lainnya	38	22,8
<b>Subtitle (Teks Terjemahan)</b>	Ada	105	62,9
	Tidak Ada	24	14,4
	Lainnya	38	22,8
<b>Text (Teks Tambahan)</b>	Ada	37	22,2
	Tidak Ada	92	55,1
	Lainnya	38	22,8
<b>Spoken language (Bahasa Lisan)</b>	Ada	84	50,3
	Tidak Ada	38	22,8
	Lainnya	45	26,9
<b>Caption (Keterangan Video)</b>	Ada	167	100
	Tidak Ada	0	0
<b>Music (Musik Latar)</b>	Ada	167	100
	Tidak Ada	0	0
<b>Number of Hashtags (Jumlah Hashtag)</b>	Sedikit (0-3)	105	62,9
	Banyak (4-7)	62	37,1

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 4.3 menyajikan data mengenai format konten yang digunakan dalam akun TikTok @kemensosri pada tahun 2024, dengan fokus pada berbagai elemen audiovisual yang menyertai konten tersebut. Dari segi durasi video, sebagian besar

konten berada pada kategori panjang (61–121 detik) dengan jumlah 66 video (39,5%), sedikit lebih banyak dibandingkan kategori pendek (1–60 detik) yang berjumlah 63 video (37,7%). Selain itu, terdapat 38 unggahan (22,8%) yang bukan berupa konten video dan termasuk dalam kategori “lainnya”.

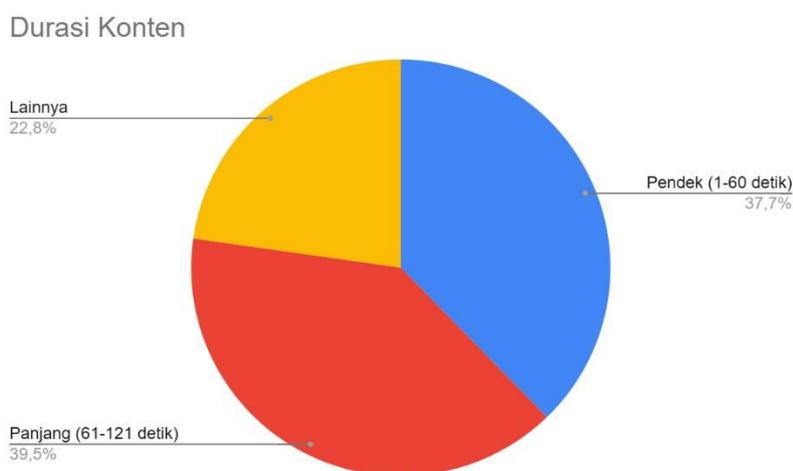
Dalam aspek *subtitle* atau teks terjemahan, dari total 129 konten video, sebanyak 105 video (81,4%) menyertakan *subtitle*, sementara 24 video (18,6%) tidak menyediakannya. Untuk teks tambahan (*Text*) yang menyertai video, hanya 37 video (28,7%) yang menampilkannya, sedangkan mayoritas, yaitu 92 video (71,3%), tidak menggunakan elemen ini. Seperti halnya dua kategori sebelumnya, terdapat 38 unggahan non-video (termasuk dalam kategori “lainnya”) yang tidak dianalisis karena tidak relevan untuk aspek *subtitle* dan teks tambahan.

Peneliti juga mengamati adanya perbedaan antara *subtitle* dan teks tambahan dalam video. *Subtitle* bertujuan menyampaikan ucapan atau bahasa lisan dalam bentuk teks. *Subtitle* lebih bersifat transkripsi atau parafrase dari suara/narasi yang terdengar dalam video, disesuaikan dengan gaya bicara, dan sering kali tidak mengikuti struktur kalimat formal. Sementara itu, teks tambahan bersifat eksplanatif, berdiri sendiri sebagai narasi tertulis yang baku dan informatif, lengkap dengan tanda baca sesuai kaidah bahasa tulis.

Pada elemen bahasa lisan (*spoken language*), dari 129 video, sebanyak 84 video (65,1%) menggunakan narasi atau pembicaraan langsung, sedangkan 45 video (34,9%) tidak mengandung bahasa lisan. Seperti sebelumnya, 38 unggahan non-video tidak dianalisis dalam aspek ini.

Seluruh konten dalam akun TikTok @kemensosri menyertakan *caption* atau keterangan video serta musik latar, masing-masing terdapat pada 167 konten (100%). Sementara itu, dari segi jumlah hashtag, mayoritas konten menggunakan hashtag dalam jumlah sedikit (0–3), yaitu 105 konten (62,9%), sedangkan 62 konten (37,1%) menggunakan hashtag dalam jumlah lebih banyak (4–7).

## 1. Durasi Video



Gambar 4. 34. Diagram Durasi Konten Bansos

Gambar 4.34 di atas menunjukkan distribusi durasi dari 129 konten video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024. Dari jumlah tersebut, sebanyak 66 video atau 51,16% dari total konten video (atau 39,52% dari total keseluruhan unggahan) tergolong sebagai video berdurasi panjang (61–121 detik). Sementara itu, 63 video atau 48,84% dari total konten video (atau 37,72% dari total keseluruhan unggahan) termasuk dalam kategori video berdurasi pendek (1–60 detik).

Meskipun secara umum platform TikTok identik dengan konten berdurasi pendek, akun TikTok @kemensosri sedikit lebih banyak mengunggah video berdurasi panjang. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan untuk menyampaikan informasi secara lebih mendalam. Kemungkinan besar, pilihan ini didorong oleh karakter isu-isu sosial yang diangkat oleh Kemensos, seperti kemiskinan ekstrem, penyintas kusta, relokasi warga, dan rehabilitasi ODGJ, yang memerlukan penjelasan kontekstual yang tidak dapat dipenuhi dalam format video singkat.

Video berdurasi panjang memberikan ruang untuk menyampaikan narasi yang utuh, tidak hanya mengenai apa yang dilakukan, tetapi juga mengapa dan bagaimana intervensi tersebut dijalankan. Dengan durasi yang lebih

panjang, akun @kemensosri dapat menguraikan latar belakang masalah, proses penanganan, serta dampak yang dihasilkan dari intervensi sosial.

Format video panjang memungkinkan penyajian tahapan asesmen, dokumentasi kunjungan lapangan, dialog dengan warga, serta penjelasan mengenai dampak jangka panjang dari program-program sosial yang dilakukan. Sebaliknya, video berdurasi pendek sering kali terlalu singkat untuk menjelaskan aspek-aspek tersebut secara menyeluruh, sehingga kurang efektif jika digunakan untuk menyampaikan isu-isu kompleks.

#### a. Konten Video Berdurasi Pendek

Berdasarkan data, dari total 129 konten video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024, sebanyak 63 video (48,84%) tergolong berdurasi pendek (1–60 detik). Konten video berdurasi pendek menampilkan cuplikan bantuan sosial yang bersifat langsung, ringkas, dan berpusat pada satu individu atau aksi spesifik. Video pendek menonjolkan aksi sosial cepat dan nyata dalam konteks individual, tanpa menyajikan latar belakang panjang atau narasi bertahap. Isi konten seperti cerita singkat dan personal tentang penerima manfaat misalnya lansia, ODGJ, ibu rumah tangga, visual langsung dari kondisi sebelum dan sesudah bantuan diberikan, dan highlight aksi cepat tanggap misalnya pemasangan air bersih, asesmen ODGJ.

Berikut adalah beberapa contoh konten video berdurasi pendek yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 35. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.35 di atas merupakan video berdurasi pendek yang diunggah pada tanggal 11 Februari 2024. Video ini menampilkan kisah Kakek Pudhen, seorang lansia penyandang disabilitas berusia 61 tahun asal Kabupaten Bondowoso, Jawa Timur. Dalam video tersebut diperlihatkan keseharian Kakek Pudhen yang bekerja sebagai tukang pijat keliling demi mencukupi kebutuhan hidupnya. Dengan penghasilan yang hanya berkisar antara Rp10.000 hingga Rp15.000 per hari dan tanpa penghasilan tetap, ia tetap berusaha untuk mandiri meski hidup dalam keterbatasan.

Menanggapi kondisi tersebut, Kementerian Sosial melalui Sentra Mahatmiya Bali melakukan penjangkauan dan memberikan berbagai bentuk bantuan. Langkah awal yang dilakukan adalah membantu proses perekaman administrasi kependudukan (Adminduk) agar Kakek Pudhen memiliki KTP, sebagai syarat administratif penting untuk mengakses berbagai layanan sosial. Ia juga didaftarkan sebagai penerima manfaat Program Keluarga Harapan (PKH), serta mendapatkan bantuan disabilitas berupa tongkat kruk untuk memudahkan mobilitas sehari-hari.

Tak hanya itu, guna mendukung keberlangsungan hidup dan meningkatkan pendapatan Kakek Pudhen secara berkelanjutan, Kemensos turut memberikan bantuan pemenuhan kebutuhan dasar berupa paket sembako. Selain itu, Kakek Pudhen juga menerima bantuan usaha ekonomi produktif dalam bentuk ternak ayam petelur lengkap dengan kandang dan pakan.



Gambar 4. 36. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.36 di atas merupakan konten video berdurasi pendek yang diunggah pada tanggal 9 Mei 2024. Video ini menampilkan langkah serius Kementerian Sosial dalam menangani persoalan Orang dengan Gangguan Jiwa (ODGJ) di Kabupaten Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur. Dalam video tersebut, terlihat Menteri Sosial Tri Rismaharini secara langsung mendatangkan dokter spesialis jiwa untuk melakukan pemeriksaan medis dan memberikan motivasi kepada ratusan ODGJ. Upaya ini merupakan bentuk intervensi komprehensif yang tidak hanya menekankan pada aspek medis, tetapi juga pada aspek psikososial, guna mengembalikan kemampuan para ODGJ untuk berdaya di tengah masyarakat.

Dari total 419 ODGJ yang terdata, sebanyak 248 orang telah menjalani proses asesmen yang mencakup aspek biologi, psikologi, dan sosial (biopsikososial). Pendekatan ini digunakan untuk memahami kondisi individu secara holistik, termasuk latar belakang keluarga, kondisi lingkungan, serta kebutuhan dasar yang harus dipenuhi agar proses pemulihan berjalan optimal. Selain layanan medis dan pendampingan psikologis, Kemensos juga memberikan bantuan pemenuhan kebutuhan dasar dan alat bantu aksesibilitas yang layak, sebagai bentuk dukungan terhadap kehidupan sehari-hari ODGJ.

Konten ini memperlihatkan bahwa isu kesehatan jiwa mendapat perhatian serius dari Kemensos, dengan pendekatan yang menyeluruh dan humanis, serta mengedepankan prinsip bahwa setiap individu, termasuk ODGJ, memiliki hak untuk sembuh, hidup layak, dan kembali berfungsi sosial secara bermartabat.



Gambar 4. 37. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.37 di atas merupakan konten video berdurasi pendek yang diunggah pada tanggal 11 Juli 2024. Video ini menampilkan kisah Mamak Blandina Ngilawani (67), warga Desa Lermatang, Kecamatan Tanimbar Selatan, Maluku, yang selama bertahun-tahun harus berjalan kaki jauh sambil menenteng jerigen 5 liter hanya untuk mendapatkan air dari satu-satunya sumur tua di desanya, yang dikenal dengan nama Wetutune Wempas Dalam. Untuk mencukupi kebutuhan harian, ia bahkan harus bolak-balik sebanyak 4 hingga 5 kali sehari, menempuh medan yang sulit dan menguras tenaga.

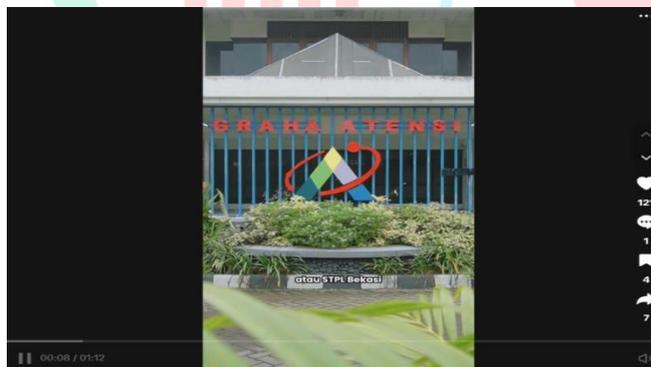
Namun, beban berat itu kini berkurang secara signifikan berkat intervensi dari Kementerian Sosial RI. Melalui program pemberdayaan masyarakat, Kemensos telah membangun instalasi pengolahan air bersih terpadu di desa tersebut. Kini, air bersih dapat diakses dengan mudah oleh warga sekitar, termasuk Mamak Blandina, tanpa harus berjalan jauh atau mengeluarkan tenaga berlebih.

Selain memberikan kemudahan secara fisik, bantuan ini juga berdampak langsung pada penghematan pengeluaran rumah tangga sehari-hari. Dalam video, Mamak Blandina menyampaikan rasa terima kasihnya kepada Kemensos atas bantuan yang telah membuat hidupnya dan masyarakat desa menjadi lebih layak dan manusiawi. Konten ini menunjukkan bagaimana akses terhadap air bersih bukan hanya persoalan infrastruktur, tetapi juga menyentuh dimensi kesejahteraan dan martabat warga desa terpencil.

## b. Konten Video Berdurasi Panjang

Berdasarkan data, dari 129 konten video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024, sebanyak 66 konten video berdurasi panjang (61–121 detik). Konten video berdurasi panjang menceritakan kisah lengkap penerima bantuan mulai dari latar belakang kehidupan, intervensi dari Kemensos, hingga perubahan kondisi mereka. Video berdurasi panjang menyajikan kisah perubahan hidup penerima manfaat secara lebih menyentuh dan komprehensif. Konten ini dirancang untuk menjelaskan proses dan hasil intervensi sosial secara mendalam, membangun narasi empati dan tanggung jawab pemerintah. Isi konten seperti narasi lebih panjang, menyajikan latar belakang sosial-ekonomi penerima manfaat, dan menampilkan proses bantuan secara menyeluruh mulai dari asesmen, hingga dampak ke kehidupan penerima manfaat.

Berikut adalah beberapa contoh konten video berdurasi panjang yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 38. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.38 di atas merupakan konten video berdurasi panjang yang diunggah pada tanggal 21 Mei 2024. Video ini menampilkan inisiatif Agrowisata Lansia yang dikembangkan oleh Kementerian Sosial melalui Sentra Terpadu Pangudi Luhur (STPL) di Bekasi. Agrowisata ini diresmikan pada Februari 2021 dan dirancang khusus sebagai ruang hijau produktif dan ramah lansia seluas 3.620 meter persegi. Fasilitas yang tersedia meliputi taman burung, saung rehat, kolam ikan, jalur refleksi

dengan batu pijat kaki, serta area berkebun yang bisa diakses oleh para lanjut usia.

Program ini menjadi bagian dari pendekatan holistic care yang menekankan pentingnya aktivitas fisik, sosial, dan psikologis bagi lansia. Di tempat ini, para penerima manfaat lansia yang menghuni STPL Bekasi dapat menjalani hari-hari mereka dengan kegiatan yang tidak hanya menyenangkan, tetapi juga menyehatkan secara mental dan fisik. Selain itu, area agrowisata ini juga terbuka bagi masyarakat sekitar untuk berinteraksi dengan lansia, memperkuat integrasi sosial dan membangun lingkungan yang inklusif.

Video ini memperlihatkan suasana tenang dan menyenangkan di area agrowisata, lengkap dengan interaksi hangat antara lansia dan pengelola.

Konten ini memperkuat narasi bahwa usia senja bukanlah akhir dari produktivitas, melainkan fase untuk tetap aktif, bermakna, dan dihargai dalam komunitas.



Gambar 4. 39. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.39 di atas merupakan konten video berdurasi panjang yang diunggah pada tanggal 28 Juni 2024. Video ini menampilkan kisah Laurensus Yenpormase, seorang mantan penderita kusta yang kini menerima perhatian khusus dari Kementerian Sosial melalui program Rumah Sejahtera Terpadu (RST). Kunjungan Menteri Sosial Tri Rismaharini ke kediaman Laurensus di Desa Lauran, Kecamatan Tanimbar Selatan, Kepulauan Tanimbar, pada 26 Juni 2024 menjadi titik balik bagi

keluarga ini. Dalam video ditampilkan suasana haru saat Mensos Risma menyapa langsung Laurensus dan keluarganya.

Melalui program RST, Kemensos tidak hanya membangun rumah layak huni lengkap dengan perabotan, tetapi juga memberikan bantuan pemberdayaan berupa modal usaha ternak ayam. Bantuan ini diberikan agar keluarga Laurensus dapat meningkatkan penghasilan secara mandiri dan berkelanjutan. Keluarga ini dipilih karena memenuhi kriteria sebagai keluarga miskin yang rentan secara sosial dan kesehatan.

Video ini memperlihatkan proses penyerahan bantuan, kondisi rumah sebelum dan sesudah perbaikan, serta respons penuh syukur dari Laurensus dan istrinya. Konten ini menggambarkan intervensi sosial secara menyeluruh, dari aspek hunian, ekonomi, hingga martabat penerima manfaat, serta memperkuat narasi bahwa setiap warga, termasuk penyintas penyakit menular, berhak mendapatkan kehidupan yang lebih sejahtera dan inklusif.



Gambar 4. 40. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

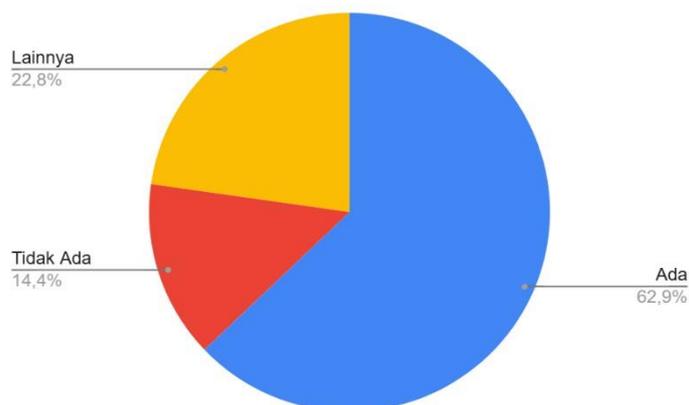
Gambar 4.40 di atas merupakan konten video berdurasi panjang yang diunggah pada tanggal 4 Juli 2024. Video ini menampilkan kisah Marni (42), seorang ibu tunggal dengan tiga orang anak, yang sebelumnya hidup dalam kondisi sangat memprihatinkan di sebuah gubuk berukuran kecil di tepi hutan Desa Batetangnga, Kecamatan Binuang, Kabupaten Polewali Mandar, Sulawesi Barat. Gubuk sederhana yang mereka tinggali nyaris

tidak layak huni, dengan konstruksi seadanya dan lokasi yang rawan bagi keselamatan keluarga.

Kisah perjuangan Ibu Marni membesarkan anak-anaknya dalam keterbatasan mendapat perhatian dari Menteri Sosial Tri Rismaharini. Setelah mengunjungi langsung lokasi tempat tinggal mereka, Kemensos melalui arahan Mensos Risma segera mengambil langkah cepat dengan memberikan bantuan berupa rumah layak huni. Keluarga Ibu Marni kemudian direlokasi ke lingkungan yang lebih aman, nyaman, dan mendukung pertumbuhan anak-anak.

Tak hanya itu, Kementerian Sosial juga melengkapi bantuan dengan sarana pemberdayaan ekonomi seperti ternak ayam petelur dan bibit lele, serta fasilitas pertanian rumah tangga untuk mendukung kemandirian keluarga ke depan. Konten ini menggambarkan transformasi nyata dalam kehidupan masyarakat miskin ekstrem dan memperkuat pesan bahwa negara hadir untuk menjamin kehidupan yang lebih manusiawi dan bermartabat bagi seluruh warganya.

## 2. Teks Terjemahan (*Subtitle*)



Gambar 4. 41. Diagram *Subtitle* Konten Bansos

Gambar 4.41 di atas menunjukkan distribusi video dengan *subtitle* dari 129 konten video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024. Dari jumlah tersebut, sebanyak 105 video menyertakan *subtitle*, yang mencakup 81,40% dari total konten video, atau 62,9% dari total

keseluruhan unggahan. Sementara itu, sebanyak 24 konten video tidak menyertakan *subtitle*, mencakup 18,60% dari total konten video atau 14,37% dari total keseluruhan unggahan. Konten video dengan *subtitle* mendominasi kemungkinan karena *subtitle* memberikan kemudahan bagi audiens untuk memahami isi video secara cepat dan jelas, terutama pada platform seperti TikTok yang sering diakses tanpa suara. Keberadaan *subtitle* memungkinkan pesan atau narasi yang disampaikan oleh narator, tokoh, atau narasi voice-over tetap dapat dipahami meskipun pengguna menonton dalam mode senyap (*mute*) atau memiliki hambatan pendengaran. Selain itu, sebagian besar video yang menyertakan *subtitle* merupakan konten yang menampilkan pernyataan tokoh (Menteri Sosial, Wakil Menteri, penerima manfaat), *spoken language* melalui *voice over*, atau keduanya. Dalam konteks tersebut, *subtitle* tidak hanya memperkuat pesan, tetapi juga meningkatkan kredibilitas dan aksesibilitas video. Sebaliknya, konten video yang tidak menyertakan *subtitle* umumnya bersifat dokumentatif tanpa *spoken language*, hanya menampilkan visual kegiatan disertai teks tambahan. Karena tidak terdapat suara yang perlu ditranskripsikan, *subtitle* tidak dihadirkan dalam format tersebut.

**a. Konten Video dengan Subtitle**

Konten video yang menyertakan *subtitle* mendominasi unggahan pada akun TikTok @kemensosri sepanjang Januari hingga Desember 2024, dengan total 105 video atau setara 81,40% dari seluruh konten video, dan 62,87% dari total keseluruhan unggahan. *Subtitle* dalam video-video TikTok yang diunggah oleh akun @KemensosRI digunakan sebagai transkripsi langsung dari *spoken language* atau pernyataan lisan yang ditambahkan dalam video dan wawancara, baik dengan tokoh maupun warga. Berdasarkan contoh yang disajikan pada penelitian ini, *subtitle* digunakan sebagai transkripsi naratif sesuai *spoken language*, dokumentasi transkripsi dari pernyataan tokoh atau warga yang muncul dalam video, dan kombinasi keduanya. Fungsi *subtitle* tidak hanya untuk memperjelas isi pesan, tetapi juga untuk meningkatkan aksesibilitas bagi audiens yang memiliki keterbatasan pendengaran, serta mereka yang menonton tanpa suara.

Berikut adalah beberapa contoh konten video dengan *subtitle* yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 42. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.42 di atas merupakan cuplikan dari konten video yang dilengkapi dengan *subtitle* , dan diunggah pada tanggal 17 Februari 2024 melalui akun TikTok @kemensosri. Video ini mengangkat kisah inspiratif Ilham, seorang bocah penjual gulali yang menggantungkan hidup dari usaha kecilnya demi membantu ekonomi keluarga serta membiayai sekolahnya sendiri. Meskipun hidup dalam kondisi serba terbatas, Ilham tetap menunjukkan semangat luar biasa dan keteguhan hati, meskipun ia masih sangat muda untuk menanggung beban sebesar itu.

Video ini disertai *caption*, yakni “#ResponKasus Setelah berjuang melawan pahitnya hidup, kini Ilham, bocah penjual gulali itu, sudah bisa merasakan manisnya hidup setelah mendapat layanan dari Kementerian Sosial. Simak kisahnya melalui video berikut.”

Selain *caption*, video ini juga dilengkapi dengan *subtitle* yang sesuai dengan narasi suara di dalam video. Berikut isi *subtitle* yang ditampilkan: “Kisah Ilham, seorang bocah penjual gulali yang sempat viral karena harus membantu ekonomi keluarganya, kini sudah bisa merasakan manisnya hidup setelah dibantu oleh Kementerian Sosial. Diketahui, Ilham beserta kakaknya harus menggantikan ayahnya berjualan gulali karena kondisi kesehatan ayahnya yang kurang membaik. Di samping itu, adik Ilham mengalami cerebral palsy sehingga membutuhkan perawatan khusus.

Melalui Sentra Wirajaya Makassar, Ilham beserta keluarga diberikan bantuan agar bisa meningkatkan taraf hidupnya. Bantuan yang diberikan di antaranya motor roda tiga dan perlengkapan usaha untuk orang tua, bantuan pemenuhan hidup layak dan perlengkapan sekolah, kursi roda adaptif, serta terapi fisik secara berkala untuk adik Ilham.”

Konten video tersebut masuk ke dalam kategori video dengan *subtitle* karena secara jelas menyertakan *subtitle* yang sesuai dengan narasi lisan (*spoken language*) dalam video. *Subtitle* dalam konteks ini berfungsi sebagai transkripsi dari suara pembicara yang menjelaskan isi video, bukan sekadar teks tambahan atau *caption*.



Gambar 4. 43. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.43 di atas merupakan cuplikan dari konten video yang dilengkapi dengan *subtitle*, dan diunggah pada tanggal 19 November 2024 melalui akun TikTok @kemensosri. Video ini menampilkan kegiatan Menteri Sosial Saifullah Yusuf (Gus Ipul) saat melakukan kunjungan kerja ke Surabaya. Tujuan utama dari kunjungan ini adalah untuk memastikan bantuan sosial tepat sasaran sekaligus mendengarkan langsung suara masyarakat di tingkat akar rumput. Dalam kesempatan tersebut, Gus Ipul tidak hanya menyalurkan bantuan, tetapi juga secara aktif menggali permasalahan nyata yang dihadapi masyarakat serta mencari solusi terbaik guna meningkatkan kesejahteraan sosial.

Video ini disertai *caption*, yakni: “Menteri Sosial Gus Ipul melakukan kunjungan kerja di Surabaya untuk memastikan bantuan sosial tepat sasaran dan mendengarkan langsung suara masyarakat. Kegiatan ini bukan sekadar menyalurkan bantuan, tetapi juga menggali permasalahan di akar rumput dan mencari solusi terbaik untuk meningkatkan kesejahteraan.”

Selain *caption*, video ini juga dilengkapi dengan *subtitle* yang mengikuti pernyataan langsung dari Menteri Sosial Saifullah Yusuf. Berikut isi *subtitle* yang ditampilkan dalam video: “Jadi saya hari ini bersama Pak Dirjen Pak Pomo dan didampingi Bu PJ Walikota ingin belanja masalah. Utamanya, menyesuaikan, memadankan antara data yang kita miliki dengan situasi dan kondisi di lapangan. Kita temukan di sini ada keluarga penerima manfaat yang semestinya masih berkelanjutan ternyata terputus tengah jalan. Lebih-lebih keluarga ini memiliki anak berkebutuhan khusus. Nah sementara bantuannya terputus sejak tahun 2023. Jadi ini hal yang mungkin perlu kita perbaiki ke depan. Dan sesuai arahan presiden, kita diminta untuk memastikan data kita itu valid, peran pendamping sangat diperlukan. Saya sempat diskusi dengan beberapa pendamping berkaitan dengan kesejahteraan sosial lewat PKH, bansos, atau juga pemberdayaan-pemberdayaan ekonomi di daerah. Ini semua tentu kita harapkan datanya sama sehingga intervensi kita lebih fokus, tepat sasaran, dan tidak tumpuk-tumpukan.”

Konten video tersebut masuk ke dalam kategori video dengan *subtitle* karena secara jelas menyertakan teks *subtitle* yang sesuai dengan pernyataan tokoh yang berbicara dalam video, dalam hal ini Menteri Sosial. *Subtitle* ini berfungsi sebagai transkripsi langsung dari pernyataan naratif di dalam video, bukan sekadar teks tambahan atau keterangan singkat. Dengan demikian, kehadiran *subtitle* meningkatkan kejelasan pesan yang ingin disampaikan dalam video.



Gambar 4. 44 Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.44 di atas merupakan cuplikan dari konten video yang dilengkapi dengan *subtitle*, dan diunggah pada tanggal 22 November 2024 melalui akun TikTok @kemensosri. Video ini menampilkan upaya Kementerian Sosial Republik Indonesia bersama pemerintah daerah dalam mendekatkan layanan sosial kepada masyarakat melalui Sistem Layanan Rujukan Terpadu (SLRT) di tingkat kabupaten/kota dan Pusat Kesejahteraan Sosial (Puskesos) di tingkat desa atau kelurahan.

Layanan ini telah hadir sejak tahun 2016 dan menjadi sarana masyarakat untuk menyampaikan keluhan, mendapatkan bantuan, serta terhubung dengan instansi terkait dalam menangani berbagai permasalahan kesejahteraan sosial.

Video ini disertai *caption*, yakni: “Kementerian Sosial RI bersama pemerintah daerah terus berupaya mendekatkan pelayanan sosial kepada masyarakat melalui Sistem Layanan Rujukan Terpadu (SLRT) di tingkat kabupaten/kota dan Pusat Kesejahteraan Sosial (Puskesos) yang ada di tingkat desa. Sejak tahun 2016, layanan ini menjadi tempat masyarakat menyampaikan keluhan, memperoleh bantuan, dan terhubung dengan dinas terkait untuk menyelesaikan berbagai masalah kesejahteraan sosial.”

Selain *caption*, video ini juga dilengkapi dengan *subtitle* yang menampilkan berbagai pernyataan, baik dari pernyataan lisan yang ditambahkan ke dalam video maupun wawancara warga sebagai penerima manfaat. Pernyataan voice over: “Pusat Kesejahteraan Sosial (Puskesos) hadir untuk menjadi

*jembatan bagi masyarakat yang membutuhkan. Puskesmas berperan aktif dalam mengidentifikasi kebutuhan masyarakat miskin dan rentan, lalu menghubungkan mereka dengan berbagai program bantuan sosial. Dengan jangkauan yang luas, Puskesmas tersebar di 430 kabupaten atau kota dan sekitar 8.000 Puskesmas di tingkat desa atau kelurahan serta layanan terpadu. Puskesmas berupaya mewujudkan kesejahteraan sosial yang merata bagi seluruh masyarakat.”*

Pernyataan warga penerima manfaat 1: *“Jadi sekarang mah semenjak ada Puskesmas lebih gampang. Ngasih tahu Puskesmasnya ke sini kan karena ibu kan bilang butuh kursi roda. Jadi sama Puskesmasnya diajukan. Iya cepat pengajuannya, cuma sebentar. Tidak ada sebulan langsung cair. Alhamdulillah, bermanfaat. Kan kalau jalan-jalan susah kalau digendong, udah gede gini. Gratis, gratis, nggak ada yang bayar, gratis. Semua ditanggung pemerintah.”*

Pernyataan warga penerima manfaat 2: *“Kadang saya malu sendiri ya, misalkan Bu Iis (petugas Kemensos) kerja keras sendiri ya untuk anak-anak aku, ngasih bantuan ke sana-ke sini juga capek kan. Saya kadang malunya nggak bisa ngasih apa-apa ke dia gitu untuk berterima kasih. Saya suka doain aja biar sehat gitu.”*

Konten video ini masuk ke dalam kategori video dengan *subtitle* karena menyertakan transkripsi teks yang akurat dan sesuai dengan narasi lisan dalam video, baik dari pihak Kementerian Sosial maupun warga penerima manfaat. *Subtitle* ini memperjelas penyampaian pesan sekaligus meningkatkan aksesibilitas.

#### **b. Konten Video tanpa *Subtitle***

Konten video yang tidak menyertakan *subtitle* tercatat sebanyak 24 unggahan, atau setara dengan 18,60% dari total konten video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang Januari hingga Desember 2024. Ketidakhadiran *subtitle* pada video-video ini menunjukkan bahwa tidak semua konten memuat transkripsi dari *spoken language* yang disampaikan secara lisan oleh narator atau tokoh dalam video. Sebagian besar video dalam kategori ini bersifat dokumentatif, menggunakan musik latar, dan

hanya menyertakan teks tambahan untuk menyampaikan pesan utama. Meskipun tetap menyampaikan informasi penting, video-video ini tidak termasuk ke dalam kategori video dengan *subtitle*, karena tidak menyajikan teks sebagai representasi langsung dari bahasa lisan yang terdengar dalam video.

Berikut ini beberapa contoh konten video yang tidak menyertakan *subtitle* :



Gambar 4. 45. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.45 di atas merupakan video yang tidak menyertakan *subtitle* dan diunggah pada tanggal 26 September 2024. Video tersebut merupakan dokumentasi kegiatan Menteri Sosial Saifullah Yusuf (Gus Ipul) saat mengunjungi posko pengungsian gempa di Desa Cibereum, Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung, pada tanggal 25 September 2024.

Video memiliki *caption*, yakni “Menteri Sosial Saifullah Yusuf menyapa hangat para pengungsi gempa di Bandung dan menyampaikan atensi langsung dari Presiden Joko Widodo serta presiden terpilih Prabowo Subianto. Dengan dukungan penuh, Kementerian Sosial telah menyalurkan bantuan untuk penanganan bencana di Kabupaten Bandung, termasuk santunan bagi korban meninggal dan luka-luka. Simak video selengkapnya.”

Video ini tidak menampilkan wawancara maupun narasi suara (*spoken language*) dari narator atau tokoh lain, sehingga tidak terdapat *subtitle* berupa transkripsi suara. Video ini hanya memuat teks informatif mengenai kunjungan Mensos, pernyataan Mensos mewakili Presiden Joko Widodo

dan presiden terpilih Prabowo Subianto, pemberian bantuan dari Kementerian Sosial. Secara visual, video menampilkan berbagai momen kegiatan Menteri Sosial di posko pengungsian gempa, antara lain berinteraksi dan menghibur anak-anak penyintas, berdialog dengan warga, menyerahkan bantuan kepada anak-anak, menyerahkan bantuan uang tunai dan bantuan logistik lainnya. Video juga menampilkan fasilitas posko, seperti layanan kesehatan dan sekolah darurat.

Meskipun video ini menyertakan teks informatif sebagai bagian dari visual, video ini tidak termasuk dalam kategori video dengan *subtitle* karena tidak menampilkan transkripsi *spoken language* atau wawancara. Teks yang muncul lebih bersifat informatif, bukan sebagai representasi langsung dari suara atau pernyataan tokoh dalam video.



Gambar 4. 46. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

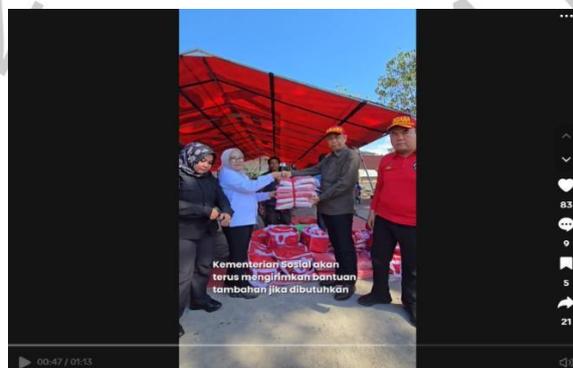
Gambar 4.46 di atas merupakan video yang tidak menyertakan *subtitle* dan diunggah pada tanggal 9 Oktober 2024. Video tersebut merupakan dokumentasi kegiatan Menteri Sosial Saifullah Yusuf (Gus Mensos) dalam rangka bakti sosial di Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur, pada tanggal 7 Oktober 2024. Video memiliki *caption*, yakni “Menteri Sosial RI, Saifullah Yusuf (Gus Mensos), dalam rangka bakti sosial di Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur, hadir untuk memberikan berbagai bantuan modal usaha, perlengkapan sekolah untuk anak yatim piatu, serta dukungan bagi lansia dan penyandang disabilitas. Gus Mensos juga menyapa siswa dan guru di MI Assa'adiyah Attahiriyah dalam kampanye pencegahan kekerasan

terhadap anak, sekaligus menyalurkan bantuan sekolah dan perlengkapan olahraga. Kunjungan ditutup dengan meninjau Dapur Pokmas Ciracas yang menyediakan permakanan untuk lansia dan disabilitas. Kemensos terus berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat!”

Video ini tidak menampilkan wawancara maupun narasi suara (*spoken language*) dari narator atau tokoh lain, sehingga tidak terdapat *subtitle* berupa transkripsi suara. Video ini hanya memuat teks informatif mengenai kunjungan Gus Mensos, penyaluran bantuan sosial, dan komitmen Kementerian Sosial dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Secara visual, video menampilkan berbagai momen kegiatan Menteri Sosial di Kecamatan Ciracas, antara lain bertemu dan berdialog dengan warga penerima manfaat, menyapa anak-anak sekolah dasar, menyerahkan bantuan perlengkapan sekolah, modal usaha, serta bantuan bagi lansia dan penyandang disabilitas. Video juga memperlihatkan kunjungan ke MI Assa'adiyah Attahiriyah, termasuk momen ketika seorang siswi menyebutkan sila Pancasila, meskipun tidak disertai dengan transkripsi dalam bentuk teks. Kegiatan ditutup dengan peninjauan Dapur Pokmas yang melayani permakanan bagi kelompok rentan.

Meskipun video ini menyertakan teks informatif sebagai bagian dari visual, video ini tidak termasuk dalam kategori video dengan *subtitle* karena tidak menampilkan transkripsi *spoken language* atau wawancara. Teks yang muncul lebih bersifat informatif, bukan sebagai representasi langsung dari suara atau pernyataan tokoh dalam video.



Gambar 4. 47. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.47 di atas merupakan video yang tidak menyertakan *subtitle* dan diunggah pada tanggal 7 November 2024. Video tersebut merupakan dokumentasi kegiatan Wakil Menteri Sosial (Wamensos) Agus Jabo Priyono saat memimpin langsung pendistribusian bantuan logistik untuk para penyintas erupsi Gunung Lewotobi di Flores Timur, Nusa Tenggara Timur.

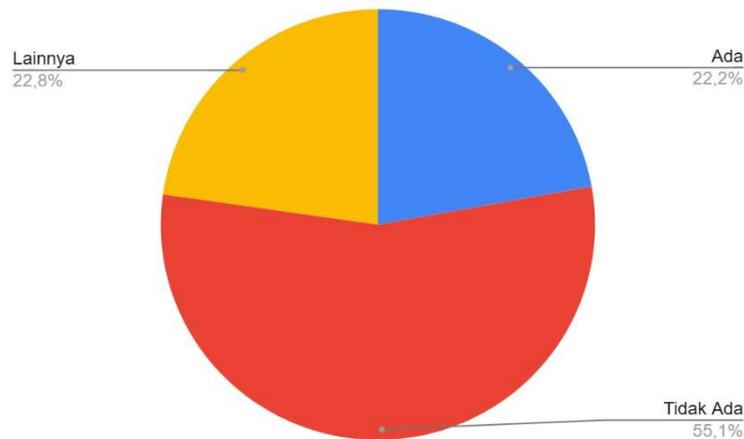
Video memiliki *caption*, yakni “Wamensos Agus Jabo Priyono memimpin langsung pendistribusian bantuan logistik untuk penyintas erupsi Gunung Lewotobi di Flores Timur. Bantuan yang tiba di Pelabuhan Larantuka dengan kapal feri disalurkan ke tiga posko pengungsian utama. Dalam kunjungannya, Wamensos memastikan kebutuhan para penyintas terpenuhi. Semoga bantuan ini membawa kekuatan bagi saudara-saudara kita di masa sulit ini.”

Video ini tidak menampilkan wawancara maupun narasi suara (*spoken language*) dari narator atau tokoh lain, sehingga tidak terdapat *subtitle* berupa transkripsi suara. Video ini hanya memuat teks informatif yang menjelaskan jalannya distribusi bantuan dan kegiatan yang dilakukan oleh Wamensos selama kunjungan.

Secara visual, video menampilkan berbagai momen kegiatan Wamensos Agus Jabo di Flores Timur, antara lain berdiri di depan truk bantuan, menyaksikan proses turunnya truk dari kapal feri, dan penurunan barang dari truk. Wamensos juga terlihat menyerahkan bantuan family kit kepada warga, meninjau dapur umum, mengunjungi desa-desa terdampak, serta mendatangi rumah-rumah warga yang terkena dampak langsung dari erupsi. Teks dalam video menyampaikan informasi bahwa bantuan logistik disalurkan ke tiga posko pengungsian utama, yaitu Desa Konga, Desa Bokang, dan Desa Lewolaga. Selain itu, Wamensos juga meninjau dapur umum yang telah didirikan sejak 4 November dan mampu melayani lebih dari seribu warga per hari. Wamensos turut mengunjungi Desa Klantanlo yang terdampak paling parah akibat material vulkanik, dan menegaskan bahwa Kementerian Sosial akan terus mengirimkan bantuan tambahan melalui gudang logistik di Kupang dan lokasi lainnya bila diperlukan.

Meskipun video ini menyertakan teks informatif sebagai bagian dari visual, video ini tidak termasuk dalam kategori video dengan *subtitle* karena tidak menampilkan transkripsi *spoken language* atau wawancara. Teks yang muncul lebih bersifat informatif, bukan sebagai representasi langsung dari suara atau pernyataan tokoh dalam video.

### 3. Teks Tambahan (*Text*)



Gambar 4. 48. Diagram Text Konten Bansos

Gambar 4.48 di atas menunjukkan distribusi video dengan teks tambahan dari 129 konten video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024. Dari jumlah tersebut, penggunaan teks tambahan terbilang rendah, yakni hanya 37 unggahan, yang mencakup 28,68% dari total konten video atau 22,16% dari total keseluruhan unggahan (167 konten). Sementara itu, sebanyak 92 video tidak menyertakan teks tambahan, mencakup 71,32% dari total konten video atau 55,09% dari total keseluruhan unggahan.

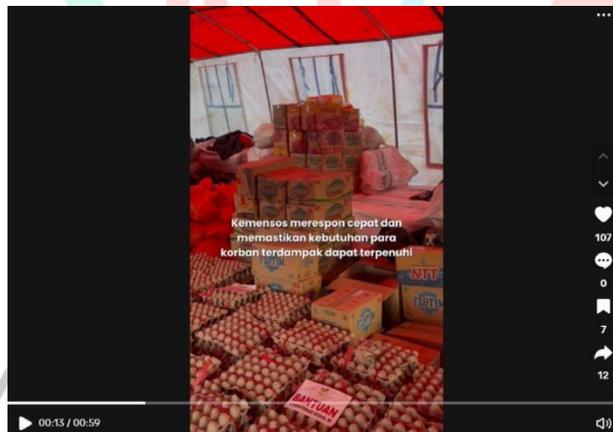
Ketidakhadiran teks tambahan dalam sebagian besar konten video kemungkinan disebabkan banyak video telah menyampaikan informasi utamanya melalui narasi lisan (*spoken language*) yang didukung oleh *subtitle*. Dengan demikian, keberadaan teks tambahan seperti label lokasi, nama tokoh, atau grafik penjelas dianggap tidak esensial, terutama ketika narasi lisan telah mencakup informasi kontekstual secara utuh.

### a. Konten Video dengan Teks Tambahan

Konten video dengan teks tambahan tidak mendominasi kemungkinan karena jenis teks ini hanya digunakan sebagai pelengkap visual, bukan sebagai elemen utama seperti *subtitle* yang berfungsi sebagai transkripsi *spoken language*. Teks tambahan umumnya digunakan untuk menyampaikan informasi pendukung seperti identitas narasumber, lokasi kejadian, keterangan waktu, atau grafik data bantuan. Keberadaan teks tambahan sering kali bersifat teknis dan informasional, bukan sebagai alat utama penyampai narasi atau testimoni dalam video.

Selain itu, tidak semua video membutuhkan teks tambahan, terutama jika visual sudah cukup menggambarkan konteks dan narasi video disampaikan melalui *subtitle* atau *caption*. Dalam beberapa kasus, teks tambahan muncul bersamaan dengan *subtitle*, tetapi tidak semua video *bersubtitle* otomatis menyertakan teks tambahan.

Berikut adalah beberapa contoh konten video dengan teks tambahan yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 49. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

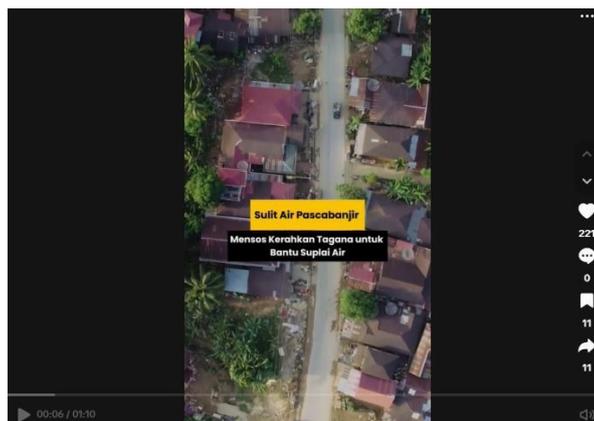
Gambar 4.49 di atas merupakan konten video dengan teks tambahan yang diunggah pada tanggal 10 Januari 2024 melalui akun TikTok @kemensosri. Video ini mendokumentasikan respons cepat Kementerian Sosial terhadap bencana erupsi Gunung Api Lewotobi di awal tahun 2024. Gunung tersebut memuntahkan awan panas dan menyebabkan ribuan warga mengungsi ke lokasi yang lebih aman.

Video memiliki *caption*, yakni “Kementerian Sosial RI telah menyalurkan bantuan kepada warga terdampak erupsi Gunung Api Lewotobi Laki-laki di Kabupaten Flores Timur, Nusa Tenggara Timur.” Secara visual, video menampilkan suasana pasca-erupsi, aktivitas distribusi bantuan dalam kotak bertuliskan "Kementerian Sosial Republik Indonesia", pendirian tenda-tenda pengungsian, dapur umum dengan warga yang memasak dalam panci besar, pembagian makanan kepada anak-anak, dan penyaluran berbagai bentuk bantuan logistik kepada warga terdampak.

Teks dalam video menyampaikan informasi sebagai berikut: “Gunung Api Lewotobi di Kab. Flores Timur kembali erupsi pada awal tahun 2024, mengakibatkan ribuan warga terdampak harus mengungsi. Kemensos merespons cepat dan memastikan kebutuhan para korban terpenuhi dengan mendirikan tenda pengungsian, dapur umum, menyalurkan bantuan logistik, serta memberikan dukungan psikososial sebagai bentuk trauma healing.”

Selanjutnya, muncul grafik bertajuk “Bantuan Logistik untuk Penanganan Bencana Erupsi Gunung Lewotobi, Flores Timur NTT”, yang merinci jenis bantuan sebagai berikut: bantuan Pangan: 1.660 paket makanan siap saji; hunian sementara: 260 kasur, 50 velbed, 25 tikar, 20 terpal, 6 unit tenda merah putih, 100 tenda gulung, 16 tenda keluarga, 10 tenda keluarga portable, 6 tenda serbaguna, 10 tenda portable, 2 tenda payung, dan 2 toilet portable; bantuan Sandang: 200 paket family kit, 300 paket kids ware, 96 paket pembalut, dan 460 buah selimut.

Video ini tidak menampilkan wawancara maupun narasi suara (*spoken language*) dari narator atau tokoh lainnya, sehingga tidak terdapat *subtitle* berupa transkripsi suara. Keberadaan teks dan grafik informatif menunjukkan video ini masuk kategori teks tambahan yang menginformasikan kejadian dan melengkapi visual.



Gambar 4. 50. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.50 di atas merupakan cuplikan dari konten video dengan teks tambahan yang diunggah pada tanggal 29 Maret 2024 melalui akun TikTok @kemensosri. Konten video ini memperlihatkan respons cepat Kementerian Sosial Republik Indonesia (Kemensos RI) dalam menangani dampak pascabanjir di Kabupaten Pesisir Selatan, Sumatera Barat, yang menyebabkan krisis air bersih bagi warga setempat. Dalam video tersebut, ditampilkan kondisi warga yang mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari akibat terbatasnya akses terhadap air bersih.

Video memiliki *caption*, yakni: “Sulitnya air bersih pascabanjir membuat warga Kab. Pesisir Selatan kesulitan dalam melakukan aktivitas sehari-harinya. Untuk menangani hal tersebut, Mensos Risma menugaskan para Taruna Siaga Bencana (Tagana) untuk bantu suplai air bersih agar para warga bisa penuhi kebutuhannya.”

Video ini menampilkan wawancara dari beberapa narasumber dan dilengkapi dengan *subtitle*, yang merepresentasikan pernyataan lisan secara langsung. Narasumber yang muncul dalam video, yakni Menteri Sosial Tri Rismaharini, yang menjelaskan bahwa Kemensos menugaskan Tagana untuk menyiapkan air bersih bagi warga terdampak. Petugas Tagana bernama M. Syawal, yang menjelaskan tugas mereka dalam mendistribusikan air bersih kepada warga. Testimoni dari warga bernama Rumi, warga Sungai Nyalo, yang menceritakan bahwa mereka sudah 10 hari tidak memiliki akses air bersih dan sangat terbantu dengan bantuan yang diberikan oleh Kemensos.

Selain *subtitle*, video ini juga menyertakan teks tambahan, seperti identitas narasumber, misalnya “Rumi – Warga Sungai Nyalo”. Secara visual, video menampilkan warga mengantre dan mengambil air bersih dari tangki yang disuplai oleh Tagana, aktivitas warga menggunakan air untuk mencuci, memasak, dan keperluan lainnya, kehadiran petugas Tagana yang mendistribusikan air dengan armada tangki, kondisi desa pascabanjir yang memperlihatkan dampak nyata dari bencana.

Video ini termasuk dalam kategori video dengan teks tambahan karena memiliki teks tambahan sebagai pelengkap berupa identitas narasumber.



Gambar 4. 51. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.51 di atas merupakan cuplikan dari konten video dengan teks tambahan yang diunggah pada tanggal 17 September 2024 melalui akun TikTok @kemensosri. Video ini mendokumentasikan distribusi bantuan logistik untuk warga terdampak banjir di Kecamatan Jangkang, Kabupaten Sanggau, Kalimantan Barat. Banjir yang disebabkan oleh luapan Sungai Mangkiang sejak Sabtu, 31 Agustus 2024, telah merendam lebih dari 200 rumah dan menyebabkan warga mengalami kesulitan dalam memenuhi kebutuhan dasar.

Video memiliki *caption*, yakni “Distribusi Bantuan untuk Korban Banjir di Kecamatan Jangkang, Kalimantan Barat telah didistribusikan sejak (9/2) untuk bantu penuh kebutuhan penyintas. Tim dari Kementerian Sosial bergerak menyusuri rumah-rumah warga menggunakan perahu sampan

untuk distribusikan bantuan logistik, mulai dari kasur, selimut, makanan anak, hingga family kit.”

Secara visual, video menampilkan tim Kementerian Sosial mendistribusikan bantuan dengan menggunakan perahu sampan; proses penyerahan berbagai bantuan seperti kasur, selimut, makanan anak, dan paket family kit; aktivitas warga terdampak di tengah kondisi banjir, dan wawancara singkat dengan pihak terkait.

Video ini menyertakan *spoken language* dan dilengkapi dengan *subtitle* yang menampilkan transkripsi langsung dari narasi beberapa tokoh. Andri Firmansyah (Kementerian Sosial) menyatakan, “Kami dari Kementerian Sosial merespons kejadian banjir yang terjadi di Kecamatan Jangkang (Kabupaten Sanggau), Desa Balai Sebut. Kami melakukan penanganan langsung. Saat ini kita sudah menyerahkan bantuan sosial yang kita distribusikan, ada kids ware untuk anak-anak, ada juga makanan anak dan family kit untuk keluarga yang menjadi penyintas.”

Selanjutnya, Ali Sadikin selaku Penyintas Bencana Banjir memberikan testimoni dan ucapan terima kasih atas bantuan yang diterima dari Kementerian Sosial. Camat Jangkang Saprianus menyampaikan jumlah warga terdampak banjir sebanyak 257 Kepala Keluarga.

Selain *subtitle*, video ini juga menyertakan teks tambahan untuk memberikan identitas narasumber, yakni Andri Firmansyah – Kementerian Sosial, Ali Sadikin – Penyintas Bencana Banjir, dan Camat Jangkang – Saprianus; dan lokasi, yakni Kec. Jangkang, Kab. Sanggau, Kalimantan Barat, 2 September 2024.

Video ini termasuk dalam kategori video dengan teks tambahan karena memiliki teks tambahan sebagai pelengkap berupa lokasi dan identitas narasumber.

#### **b. Konten Video tanpa Teks Tambahan**

Konten video tanpa teks tambahan mendominasi kemungkinan karena penyampaian informasi dalam video-video tersebut sudah dianggap cukup melalui kombinasi antara narasi lisan (*spoken language*), *subtitle*, dan *caption*, sehingga tidak diperlukan tambahan elemen visual seperti grafik,

dan label lokasi, untuk mendukung pemahaman penonton. Teks tambahan seperti identitas narasumber digunakan jika video menampilkan wawancara. Sementara itu, waktu, lokasi, atau grafik visual biasanya digunakan jika informasi dalam video memerlukan penekanan pada data kuantitatif, atau pelengkap kontekstual lainnya. Namun, dalam banyak video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri, narasi lisan yang telah ditranskripsikan sudah mencakup keseluruhan pesan yang ingin disampaikan. Berikut adalah beberapa contoh konten video tanpa teks tambahan yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 52. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.52 menunjukkan konten video yang tidak memiliki teks tambahan dan diunggah pada tanggal 12 September 2024 melalui akun TikTok @kemensosri. Video ini merupakan dokumentasi pelaksanaan Bakti Sosial (Baksos) ke-10 yang diselenggarakan oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia di Kabupaten Kepulauan Selayar, Sulawesi Selatan. Kegiatan ini merupakan bagian dari rangkaian Baksos yang telah digelar sebelumnya, dengan tujuan memberikan layanan sosial dan kesehatan secara langsung kepada masyarakat.

Video memiliki *caption*, yakni: “Bakti Sosial (Baksos) dari Kementerian Sosial ke-10 resmi digelar. Baksos kali ini diadakan untuk masyarakat di Kabupaten Kepulauan Selayar, Sulawesi Selatan 🙌🏻 Berbagai kegiatan yang diselenggarakan di Baksos-baksos sebelumnya secara konsisten juga

diselenggarakan di Baksos kali ini seperti operasi katarak gratis, layanan pemeriksaan kesehatan umum, pemeriksaan pasien ODGJ dan pengidap Kusta serta masih banyak lagi. Berbagai bantuan juga turut disalurkan dalam Baksos kali ini senilai total Rp5,82 Miliar. Selengkapnya dalam video berikut.”

Video ini menampilkan *spoken language* dalam bentuk narasi lisan dan menyertakan *subtitle* yang merepresentasikan isi narasi secara utuh. *Subtitle* menjelaskan bahwa Kabupaten Kepulauan Selayar menjadi lokasi pelaksanaan Baksos ke-10, bantuan senilai Rp5,82 miliar disalurkan oleh Dirjen Rehabilitasi Sosial Supomo. Narasi juga menjelaskan layanan yang diberikan meliputi operasi katarak, pemeriksaan kesehatan umum, pemeriksaan ODGJ, layanan fisioterapis, pembangunan Rumah Sejahtera Terpadu (RST), pemasangan Penerangan Jalan Umum Tenaga Surya (PJUTS), serta penyediaan lumbung sosial untuk pengidap kusta.

Video ini tidak memiliki teks tambahan, seperti identitas tokoh atau narasumber, label lokasi atau waktu di layar, dan grafik visual terkait jumlah bantuan atau rincian program. Konten video ini tidak termasuk video dengan teks tambahan, karena tidak terdapat elemen visual tambahan seperti identitas narasumber atau grafik informasi. Seluruh informasi disampaikan melalui narasi lisan yang diperkuat dengan *subtitle* dan didukung oleh visual kegiatan lapangan.



Gambar 4. 53. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.53 menunjukkan konten video yang tidak memiliki teks tambahan dan diunggah oleh akun TikTok @kemensosri pada tanggal 12 September 2024. Video ini memperlihatkan suasana penuh keceriaan di posko pengungsian Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung, beberapa waktu setelah terjadinya gempa. Fokus utama video adalah aktivitas pemulihan psikososial bagi anak-anak dan warga melalui kegiatan trauma healing.

Video memiliki *caption*, yakni: “Kita intip yuk keceriaan anak-anak mengikuti berbagai aktivitas seru di posko pengungsian di Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung. Aktivitas ini merupakan upaya Kemensos dalam mengurangi rasa trauma akibat bencana gempa yang terjadi beberapa waktu lalu.”

Video ini menyertakan *spoken language* yang ditranskripsi dalam bentuk *subtitle*. *Subtitle* menampilkan narasi sebagai berikut: “Waah ada keseruan apa nih di posko pengungsian Kertasari Setelah seminggu para penyintas mengungsi akibat gempa kehidupan di sini mulai penuh warna loh #SobatSosial Terutama buat anak-anak nih Kementerian Sosial bersama tim dari Rappelling Education Indonesia kasih trauma healing lewat flying fox Gimana? Seru kan.... Eh... nggak cuma itu aja tenda Kemensos juga ada layanan pijat dan bekam nih berkolaborasi dengan Indonesia Gerak Sireum jadi nggak cuma fisik yang dipulihin tapi juga hati dan pikiran para penyintas di balik kesederhanaan posko ini kita lihat indahnya kebersamaan ya #SobatSosial.”

Secara visual, video menampilkan anak-anak bermain flying fox sebagai bagian dari trauma healing, dan warga mendapatkan layanan pijat dan bekam di tenda Kemensos. Video ini tidak memiliki teks tambahan, seperti identitas tokoh atau lembaga, label waktu/lokasi yang muncul di layar, dan grafik bantuan atau data visual lainnya. Untuk itu, video tidak termasuk dalam kategori video dengan teks tambahan, karena tidak menyertakan elemen visual pendukung seperti informasi lokasi, identitas tokoh, atau grafik penjelas lainnya. Seluruh informasi disampaikan melalui *subtitle* dan *caption*.



Gambar 4. 54 Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.54 menunjukkan konten video yang tidak memiliki teks tambahan dan diunggah oleh akun TikTok @kemensosri pada tanggal 17 Maret 2024. Video ini mendokumentasikan penyaluran bantuan sosial oleh Kementerian Sosial melalui Sentra Darussaadah di Aceh Besar kepada anak-anak yatim dan prasejahtera sebagai bagian dari program ATENSI.

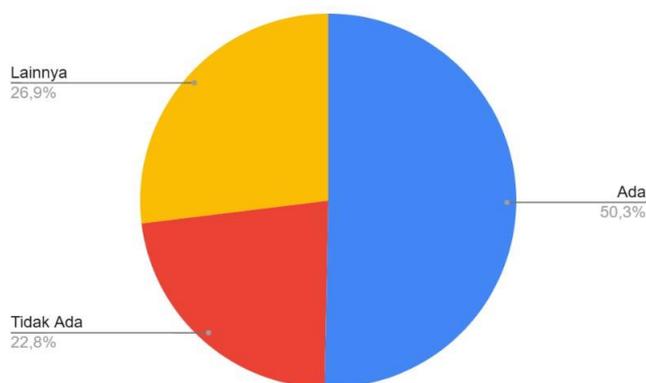
Video memiliki *caption*, yakni: Penuhi kebutuhan dasar anak-anak yatim dan anak prasejahtera, Kemensos melalui Sentra Darussaadah di Aceh Besar salurkan bantuan ATENSI. Simak selengkapnya #ATENSI #Kemensos

Video ini menyertakan *spoken language* dan dilengkapi dengan *subtitle* yang merepresentasikan isi narasi lisan secara langsung. Adapun, isi *subtitle* adalah sebagai berikut: Kementerian Sosial melalui Sentra Darussaadah di Aceh Besar menyalurkan bantuan ATENSI kepada 137 anak yatim dan prasejahtera di SDN 01 Mata Le, Kab. Aceh Besar, D.I. Aceh. Setiap anak diberikan bantuan berupa paket perlengkapan sekolah, multivitamin, dan perawatan diri.

Secara visual, video menampilkan anak-anak penerima manfaat di SDN 01 Mata Le, proses penyaluran bantuan ATENSI berupa perlengkapan sekolah dan kebutuhan dasar anak, petugas dari Sentra Darussaadah yang terlibat dalam distribusi bantuan. Video ini tidak memiliki teks tambahan, seperti identitas tokoh atau lokasi, grafik visual bantuan atau data kuantitatif, dan keterangan waktu atau tempat yang tidak termasuk dalam kategori video dengan teks tambahan, karena tidak terdapat elemen visual pelengkap seperti identitas narasumber, label lokasi, atau grafik bantuan. Informasi

utama disampaikan secara verbal melalui narasi dan diperkuat dengan *subtitle*.

#### 4. Bahasa Lisan (*Spoken language*)



Gambar 4. 55. Diagram *Spoken language*

Gambar 4.55 di atas menunjukkan distribusi video dengan *spoken language* dari 129 konten video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024. Dari jumlah tersebut, penggunaan *spoken language* mendominasi, yakni sebanyak 84 unggahan, yang mencakup 65,12% dari total konten video. Sementara itu, sebanyak 45 video tidak menyertakan *spoken language*, yang mencakup 34,88% dari total konten video. Konten video dengan *spoken language* mendominasi di akun TikTok @kemensosri kemungkinan karena *spoken language* memungkinkan penyampaian cerita yang lebih personal, hidup, dan menyentuh emosi audiens. Di sisi lain, konten yang hanya mengandalkan teks tanpa narasi suara, cenderung kurang menarik di platform video.

##### a. Konten Video dengan *Spoken language*

Video yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024 didominasi dengan penggunaan *spoken language*. Hal ini kemungkinan untuk menyesuaikan dengan platform TikTok yang menitikberatkan pada storytelling audiovisual. Video mengangkat kisah nyata dan menyentuh, seperti kisah Pak Sumarno sebagai penyandang disabilitas daksa, akses air bersih di daerah terpencil dan kasus kekerasan terhadap anak, dan upaya peningkatan kesejahteraan berbasis potensi lokal

Kei Besar. *Spoken language* memungkinkan penyampaian cerita secara lebih personal, emosional, dan mengalir. Narator dapat menggambarkan kondisi, tantangan, dan harapan secara hidup, sehingga menumbuhkan empati audiens.

Berikut adalah beberapa contoh konten video dengan *spoken language* yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



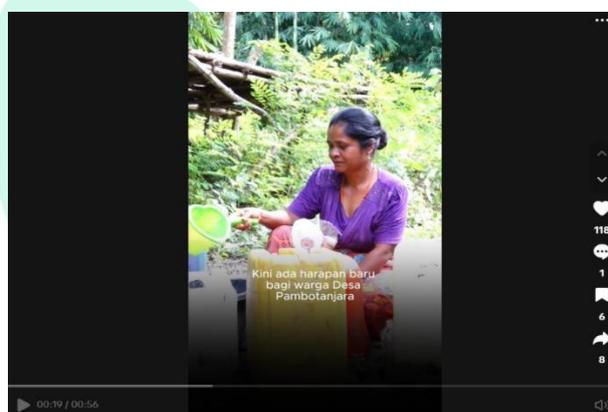
Gambar 4. 56. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.56 menunjukkan konten video yang memiliki *spoken language* tanpa *subtitle* dan diunggah oleh akun TikTok @kemensosri pada tanggal 16 Februari 2024. Video ini mendokumentasikan penyaluran bantuan oleh Kementerian Sosial kepada Sumarno, seorang penyandang disabilitas daksa berusia 60 tahun yang tinggal di Desa Banyuasin, Kecamatan Loano, Kabupaten Purworejo, Jawa Tengah.

Video memiliki *caption*, yakni: “Dalam upaya meningkatkan kesejahteraan Pemerlu Pelayanan Kesejahteraan Sosial (PPKS), Kementerian Sosial berikan bantuan pada Sumarno (60) seorang penyandang disabilitas daksa di Purworejo. Tidak hanya Sumarno, keluarganya juga diberikan pemberdayaan sosial agar bisa lebih sejahtera.”

Video ini menyertakan *spoken language* atau narasi lisan dalam video tersebut adalah sebagai berikut: “Pak Sumarno, seorang pria berusia 60 tahun dari Desa Banyuasin, Kecamatan Loano, Kabupaten Purworejo, telah mengalami disabilitas daksa selama delapan tahun. Sehari-harinya, Pak

Sumarno memerlukan bantuan orang lain karena tidak bisa duduk dan hanya bisa bergerak dengan cara berguling. Ia tinggal di rumah sederhana bersama orang tuanya yang berusia 86 tahun serta keluarga dari adiknya. Pak Sumarno bergantung pada adiknya yang bekerja sebagai buruh serabutan. Melalui tim scanning berita, Kementerian Sosial menemukan kasus Pak Sumarno dan melalui Sentra Antasena di Magelang, memberikan bantuan untuk memenuhi kebutuhan hidup beliau. Bantuan tersebut meliputi pencatatan dalam DTKS, bantuan sembako, perlengkapan ibadah, peralatan dapur, peralatan sekolah untuk keponakannya, serta bantuan kewirausahaan berupa ternak ayam.”



Gambar 4. 57. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.57 menunjukkan konten video yang memiliki *spoken language* tanpa *subtitle* dan diunggah oleh akun TikTok @kemensosri pada tanggal 16 Mei 2024. Video ini mendokumentasikan dua bentuk intervensi sosial yang dilakukan oleh Kementerian Sosial: penyediaan fasilitas air bersih bagi warga Desa Pambutan Jara, Sumba Timur, Nusa Tenggara Timur, serta penanganan kasus rudapaksa terhadap anak berusia 14 tahun di Lubuk Linggau, Sumatera Selatan.

Video memiliki *caption*, yakni: “Kemensos tanggap menangani kasus rudapaksa anak 14 tahun di Lubuk Linggau, Sumatera Selatan. Melalui Sentra Dharma Guna Bengkulu, upaya pemulihan dilakukan secara menyeluruh, termasuk pendampingan psikologis dan medis untuk mengatasi trauma.”

Video ini menyertakan *spoken language* atau narasi lisan dalam video tersebut adalah sebagai berikut: “Air adalah hak setiap warga. Namun bagi 40 kepala keluarga di Desa Pambutan Jara, Sumba Timur, NTT, pemenuhan air bersih dan layak sulit didapatkan. Karena harga yang mahal dan akses yang jauh, mereka harus membayar hingga Rp100.000 untuk mendapatkan air bersih. Kini ada harapan baru bagi warga Desa Pambutan Jara untuk memenuhi kebutuhan air bersihnya. Kementerian Sosial hadir memfasilitasi air bersih dengan memasang instalasi pengelolaan air terpadu berbasis teknologi reverse osmosis (RO) berkapasitas 1.000 liter. Setelah adanya fasilitas air bersih ini, bukan hanya mengurangi beban finansial para warga, tetapi air hasil RO ini juga bisa langsung diminum tanpa harus dimasak. Selain itu, instalasi air ini juga bermanfaat untuk lingkungan sekitar. Salah satunya, limbah air RO dapat dimanfaatkan untuk menyiram tanaman, memberi makan hewan ternak, dan juga bisa dimanfaatkan untuk budidaya lele.”

Selain itu, video juga menampilkan respons cepat yang dilakukan oleh Kementerian Sosial terhadap kasus kekerasan seksual yang menimpa anak berusia 14 tahun di Lubuk Linggau, Sumatera Selatan. Melalui Sentra Dharma Guna Bengkulu, Kemensos memberikan penanganan menyeluruh berupa pendampingan psikologis dan medis guna membantu korban pulih dari trauma. Secara visual, video menampilkan instalasi pengolahan air bersih di Desa Pambutan Jara, proses distribusi air kepada warga, serta suasana pendampingan korban rudapaksa oleh petugas dari Sentra Dharma Guna.



Gambar 4. 58. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.58 menunjukkan konten video yang memiliki *spoken language* tanpa *subtitle* dan diunggah oleh akun TikTok @kemensosri pada tanggal 29 Juli 2024. Video ini mendokumentasikan kunjungan kerja Menteri Sosial Tri Rismaharini ke Pulau Kei, Maluku Tenggara, dalam rangka berdiskusi dengan pemerintah daerah dan tokoh masyarakat setempat mengenai pemanfaatan potensi alam Kei Besar untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Video memiliki *caption*, yakni: “Di tengah kunjungannya ke Maluku Tenggara, Mensos Risma berdiskusi dengan pemerintah dan tokoh masyarakat setempat. Fokusnya adalah memanfaatkan potensi alam Kei Besar, seperti hasil laut yang melimpah, untuk menciptakan lapangan kerja dan meningkatkan kesejahteraan. Dengan semangat dan kolaborasi, Mensos Risma yakin potensi Kei Besar dapat menjadi sumber mata pencaharian yang layak dan membawa kesejahteraan bagi masyarakatnya.”

Video ini menyertakan *spoken language* atau narasi lisan dalam video tersebut adalah sebagai berikut: “Di tengah kunjungannya di Pulau Kei, Maluku Tenggara, Menteri Sosial Tri Rismaharini berdiskusi dengan pemerintah dan tokoh masyarakat setempat. Mereka mencari solusi untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui penciptaan lapangan pekerjaan dengan pemberdayaan masyarakat. Mensos Risma yakin bahwa lapangan pekerjaan dapat diciptakan dengan memanfaatkan potensi alam Kei Besar. Salah satu potensi tersebut adalah hasil lautnya yang melimpah,

seperti ikan puna yang berpotensi menjadi oleh-oleh khas daerah, serta mutiara dengan inovasi warna yang dapat meningkatkan nilai jual. Tidak hanya di sektor kelautan, Kemensos juga berupaya memaksimalkan sektor pertanian, peternakan, dan perikanan melalui bantuan pemberdayaan kepada kelompok masyarakat, seperti peralatan pertanian, bibit hewan ternak lengkap dengan kandang, serta perlengkapan budidaya rumput laut dan keramba jaring apung. Kemensos juga fokus pada pengembangan industri pengolahan, seperti pengolahan minyak pala, daur ulang kertas, dan pengolahan ikan. Pelatihan keterampilan diberikan untuk meningkatkan kapasitas masyarakat. Dengan semangat dan kolaborasi, Mensos Risma berharap potensi Kei Besar dapat menjadi sumber mata pencaharian yang layak dan membawa kesejahteraan bagi masyarakatnya.”

Secara visual, video menampilkan interaksi antara Mensos Risma dengan tokoh masyarakat dan aparat pemerintah daerah, suasana diskusi di lokasi, serta potensi alam Kei Besar seperti hasil laut dan kegiatan pemberdayaan masyarakat.

#### **b. Konten Video tanpa *Spoken language***

Konten video tanpa *spoken language* tidak mendominasi dalam unggahan akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024, kemungkinan karena ada sejumlah keterbatasan dalam menyampaikan pesan yang kompleks, menggerakkan emosi audiens, dan memanfaatkan kekuatan audiovisual TikTok secara maksimal. Berdasarkan data video, narasi berbasis teks memang tetap informatif dan dokumentatif, tetapi kurang optimal untuk membangun koneksi emosional, penyampaian konteks yang dalam, dan menarik perhatian cepat, terutama dalam ekosistem platform seperti TikTok. Sebaliknya, *spoken language* menawarkan keluwesan naratif, daya tarik audiovisual yang kuat, dan kemampuan storytelling yang lebih menyentuh.

Berikut adalah beberapa contoh konten video tanpa *spoken language* yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 59. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.59 menunjukkan konten video tanpa *spoken language* yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri pada tanggal 8 Agustus 2024. Video ini menampilkan wawancara dan kisah inspiratif Intan Permatasari, seorang perempuan yang berhasil mengubah hidupnya melalui pelatihan vokasional di Sentra Terpadu Inten Soeweno, Cibinong. Video memiliki *caption*, yakni: Intan Permatasari kini menikmati hidup lebih sejahtera berkat pelatihan vokasional di Sentra Inten Soeweno Cibinong, yang membantunya mendapatkan pekerjaan layak dan mengubah masa depannya. Tidak hanya meningkatkan penghasilan, tetapi juga memberikan rasa bangga dan percaya diri.

Video ini tidak menyertakan *spoken language* dan seluruh narasi disampaikan melalui wawancara langsung dengan Intan Permatasari. Ia menceritakan pengalamannya mengikuti pelatihan di bidang contact center yang memberinya keterampilan teknis dan kepercayaan diri untuk memasuki dunia kerja. Visual dalam video memperlihatkan berbagai aktivitas pelatihan vokasional yang intensif, mulai dari sesi materi kelas hingga simulasi pelayanan pelanggan, menegaskan bahwa pelatihan dirancang secara profesional dan aplikatif. Berkat pelatihan tersebut, Intan kini bekerja sebagai customer service di Halo BCA. Ia menyampaikan bahwa pekerjaan ini tidak hanya meningkatkan penghasilannya, tetapi juga memberinya rasa bangga dan percaya diri yang belum pernah ia rasakan sebelumnya. Video ditutup dengan pesan inspiratif dari Intan yang mengajak masyarakat untuk tidak ragu mengikuti pelatihan vokasional

karena menurutnya, kesempatan seperti ini bisa menjadi titik balik menuju masa depan yang lebih cerah dan sejahtera. Secara visual, video ini menampilkan lokasi pelatihan, kegiatan pembelajaran, serta cuplikan wawancara dengan Intan Permatasari. Tidak terdapat elemen *spoken language* atau narasi verbal, sehingga video ini dikategorikan sebagai konten tanpa *spoken language*. Informasi utama disampaikan melalui wawancara langsung dan diperkuat oleh visual aktivitas yang relevan.



Gambar 4. 60. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.60 menunjukkan konten video tanpa *spoken language* yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri pada tanggal 13 September 2024. Video ini mendokumentasikan aksi cepat Taruna Siaga Bencana (TAGANA) dalam membangun Rumah Sejahtera Terpadu (RST) di Desa Binanga Sombaia, Kecamatan Bontosikuyu, Kabupaten Kepulauan Selayar, Sulawesi Selatan.

Video memiliki *caption*, yakni: Sungguh luar biasa gerak cepat Taruna Siaga Bencana (TAGANA) untuk membangun rumah penerima manfaat di Desa Binanga Sombaia, Kec. Bontosikuyu, Kab. Kepulauan Selayar, Sulawesi Selatan. Bantuan Rumah Sejahtera Terpadu (RST) yang diperuntukkan bagi keluarga penerima manfaat yang sebelumnya rumahnya tidak layak huni ini dikerjakan secara bergotong royong dengan estimasi pengerjaan 7 hari. Seperti apa cerita dan harapan mereka untuk RST yang tengah dibangun berikut? Simak video selengkapnya.

Video ini tidak menyertakan *spoken language* dan mengandalkan kombinasi antara ekstra teks, cuplikan wawancara, dan *subtitle* wawancara untuk menyampaikan narasi. Dalam video, ditampilkan proses pembangunan rumah secara bergotong royong oleh relawan TAGANA bersama warga sekitar, mulai dari pemasangan fondasi, penyemenan dinding, hingga perakitan struktur atap. Semua tahapan dilakukan secara cepat, efisien, dan terkoordinasi dengan baik, dengan estimasi penyelesaian dalam waktu tujuh hari.

Di sela-sela aktivitas fisik, video menampilkan potongan wawancara dengan keluarga penerima manfaat. Mereka menyampaikan rasa syukur dan harapan besar terhadap bantuan rumah yang diberikan, dengan *subtitle* yang memperkuat penyampaian pesan tersebut. Kesan emosional tergambar dari raut bahagia, ucapan terima kasih, serta interaksi hangat antara warga dan relawan. Secara visual, video menonjolkan kekompakan dan kerja sama dalam membangun rumah yang layak huni, serta menampilkan dampak positif yang dirasakan oleh penerima manfaat. Tidak terdapat *spoken language*, dan seluruh informasi utama disampaikan melalui ekstra teks dan *subtitle* wawancara yang berfungsi sebagai penjelas narasi. Oleh karena itu, video ini dikategorikan sebagai konten tanpa *spoken language* dengan narasi yang dibangun melalui elemen visual dan teks pendukung.



Gambar 4. 61. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.61 menunjukkan konten video tanpa *spoken language* yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri pada tanggal 9 September 2024. Video ini mendokumentasikan kunjungan Menteri Sosial Saifullah Yusuf (Gus Ipul) ke posko pengungsian korban gempa bumi di Kabupaten Bandung, Jawa Barat.

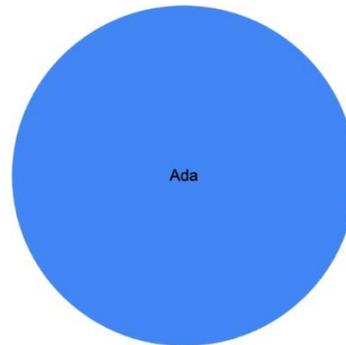
Video memiliki *caption*, yakni: Menteri Sosial Saifullah Yusuf, menyapa hangat para pengungsi gempa di Bandung dan sampaikan atensi langsung dari Presiden Jokowi dan presiden terpilih Prabowo. Dengan dukungan penuh, Kementerian Sosial telah menyalurkan bantuan untuk penanganan bencana di Kabupaten Bandung termasuk santunan bagi korban meninggal dan luka-luka. Video ini tidak menyertakan *spoken language*, tidak menampilkan wawancara, dan sepenuhnya mengandalkan teks dalam video untuk menyampaikan narasi. Melalui rangkaian teks dan visual, video memperlihatkan momen Menteri Sosial menyapa para pengungsi secara langsung, menyampaikan salam dan perhatian dari Presiden Joko Widodo serta Presiden terpilih Prabowo Subianto, sebagai bentuk komitmen negara terhadap warga terdampak bencana. Informasi bantuan turut ditampilkan dalam bentuk teks, termasuk penyaluran santunan sebesar Rp15 juta untuk ahli waris korban meninggal dan Rp5 juta untuk korban luka-luka. Selain itu, video juga menampilkan distribusi bantuan logistik seperti tenda, tikar, selimut, velbed, dapur umum, serta layanan dukungan psikososial untuk anak-anak di lokasi pengungsian.

Secara visual, video menyorot interaksi Gus Ipul dengan para pengungsi, suasana posko, serta fasilitas bantuan yang telah disediakan. Dalam salah satu segmen, Gus Ipul tampak mendengarkan keluhan warga terkait rumah yang rusak dan menjanjikan akan ada percepatan dalam proses perbaikan melalui asesmen yang sedang berjalan.

Video ini tidak menyertakan unsur audio naratif maupun wawancara dan sepenuhnya bergantung pada teks dalam video sebagai penyampai pesan. Oleh karena itu, video ini dikategorikan sebagai konten tanpa *spoken language*, yang mengandalkan elemen visual dan teks sebagai media utama penyampaian informasi.

## 5. Keterangan Video (*Caption*)

Caption



Gambar 4. 62. Diagram *Caption* Konten Bansos

Gambar 4.62 di atas menunjukkan bahwa seluruh unggahan (100%) menyertakan *caption*, baik pada konten berita, feature, maupun pictorial slideshow. Dengan demikian, *caption* dapat dipandang sebagai elemen standar baku dalam konten akun ini. *Caption* menjadi elemen penting dan tak terpisahkan dari setiap konten TikTok @kemensosri karena berfungsi sebagai ringkasan isi video yang efisien dan informatif. *Caption* memungkinkan penonton memahami inti cerita bahkan sebelum atau tanpa menonton video secara lengkap. *Caption* juga menyertakan hashtag, yang dapat memperluas jangkauan konten ke luar follower.

Berikut adalah beberapa contoh konten dengan *caption* yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 63. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.63 menunjukkan konten kategori berita yang diunggah pada tanggal 25 September 2024. Video ini dilengkapi dengan *caption*: “Sebagai bagian dari rangkaian bakti sosial Kemensos, ratusan lansia di Kabupaten Mamasa mendapatkan kesempatan untuk menjalani operasi katarak secara gratis.” Konten ini menyoroti upaya Kementerian Sosial dalam memberikan layanan kesehatan bagi kelompok rentan, khususnya lansia, melalui program operasi katarak massal.



Gambar 4. 64. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.46 menunjukkan konten kategori feature yang diunggah pada tanggal 2 Juli 2024. Video ini memiliki *caption*: “Kekep: Semangat para penyandang disabilitas untuk meraih kesuksesan patut diacungi jempol. Bagaimana tidak? Di tengah keterbatasannya, salah satu penerima manfaat bernama Jajang tetap berkarya melalui lukisan-lukisan cantik yang memiliki nilai jual. Mensos Risma yang berbincang langsung dengan Jajang turut memberikan masukan dan inovasi untuk memperluas perspektif dalam karya-karyanya ke depan.” Video ini menampilkan sisi inspiratif penerima manfaat yang berhasil mengatasi keterbatasan fisik melalui seni, serta dukungan langsung dari Menteri Sosial.

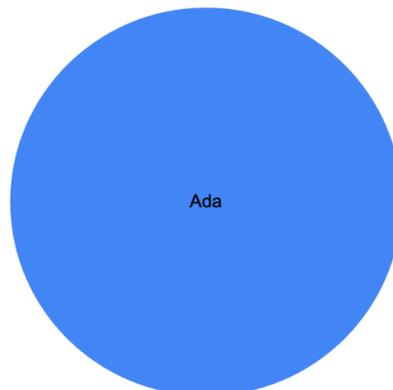


Gambar 4. 65. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.65 menunjukkan konten kategori pictorial slideshow yang diunggah pada tanggal 21 September 2024. *Caption* yang menyertai video tersebut berbunyi: “Dapur umum Kemensos mulai beroperasi di Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung, untuk membantu korban gempa bermagnitudo 5.0. Ribuan nasi bungkus dan minuman hangat didistribusikan ke lima desa terdampak. Tim Kemensos dan TAGANA terus siaga untuk memastikan seluruh kebutuhan para penyintas terpenuhi selama masa tanggap darurat.” Video ini mendokumentasikan respons cepat Kemensos dalam situasi bencana melalui penyediaan makanan dan logistik darurat bagi warga terdampak.

## 6. Musik Latar (Music)

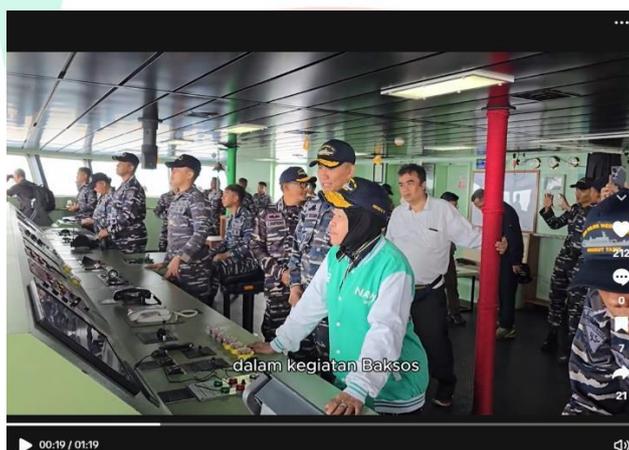
Musik Latar



Gambar 4. 66. Diagram Musik Konten Bansos

Gambar 4.66 di atas menunjukkan bahwa seluruh unggahan (100%) menyertakan musik latar, baik pada konten berita, feature, maupun pictorial slideshow. Dengan demikian, musik latar dapat dipandang sebagai elemen standar baku dalam konten akun TikTok @kemensosri. Musik latar menjadi elemen penting dan tak terpisahkan dari setiap konten karena mampu memperkuat suasana emosional, mendukung narasi visual, serta menciptakan pengalaman menonton yang lebih imersif dan menyentuh. Musik yang dipilih selalu disesuaikan dengan tema dan pesan video, baik untuk membangkitkan optimisme, menggugah empati, maupun merayakan semangat solidaritas.

Berikut adalah beberapa contoh konten dengan penggunaan musik latar yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri:



Gambar 4. 67. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.67 menunjukkan konten kategori berita yang diunggah pada tanggal 24 Juli 2024. Video ini memiliki *caption*: “Bantuan kemanusiaan siap didistribusikan! Kementerian Sosial berkolaborasi dengan TNI-AL menggunakan KRI Teluk Weda-526 untuk membawa berbagai bantuan untuk masyarakat di Pulau Kei Besar, Maluku.” Musik latar menggunakan suara asli dari Kemensos. Musik latar yang digunakan memiliki nuansa lembut tetapi penuh optimisme, selaras dengan narasi kegiatan bakti sosial yang ditampilkan. Musik ini memperkuat kesan keberhasilan dan kehadiran

negara hingga ke pelosok, serta menambah suasana kegembiraan saat anak-anak dan warga menyambut kedatangan kapal dan bantuan sosial.



Gambar 4. 68. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

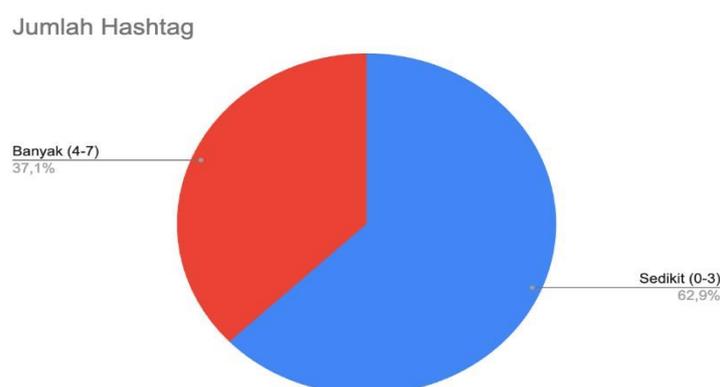
Gambar 4.68 menunjukkan konten kategori feature yang diunggah pada tanggal 26 Juni 2024. Video ini dilengkapi dengan *caption*: “Air Bersih Angle Kasie Desa Hires — Saat kemarau tiba, warga di Desa Lermatang, Kabupaten Kepulauan Tanimbar sulit mendapatkan air bersih... Kemensos segera membangun instalasi pengolahan air bersih layak minum di dua titik di desa tersebut.” Musik latar menggunakan suara asli dari Kemensos. Musik latar yang digunakan memiliki karakter tenang, inspiratif, dan penuh harapan, dengan tempo sedang hingga lambat. Musik ini menambah kedalaman emosional video, menciptakan kesan empati dan solusi terhadap krisis air yang dihadapi warga, serta memperkuat pesan bahwa negara hadir dengan tindakan nyata.



Gambar 4. 69. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.69 menunjukkan konten kategori pictorial slideshow yang diunggah pada tanggal 24 Desember 2024. *Caption* video berbunyi: “#SobatSosial, pada edisi #SelasaPapua kali ini Minsos akan berbagi semangat kesetiakawanan dan kebahagiaan Natal dari Tanah Papua...” Musik latar menggunakan Sound Library milik TikTok, yakni Natal feliz - Ajotta77. Musik latar dalam video ini menggunakan melodi dengan tempo sedang dan semangat yang ceria, menciptakan suasana khas perayaan Natal yang hangat dan penuh kebersamaan. Musik tersebut sangat mendukung visual dan pesan solidaritas dalam kegiatan bakti sosial Natal yang diselenggarakan di Papua.

#### 7. Jumlah Hashtag (Number of Hashtags)



Gambar 4. 70. Diagram Jumlah Hastag Konten Bansos

Gambar 4.70 di atas menunjukkan distribusi penggunaan tagar pada konten yang diunggah oleh akun TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024. Berdasarkan data tersebut, mayoritas unggahan menggunakan jumlah tagar yang sedikit (0–3), yaitu sebanyak 105 unggahan atau 62,87% dari total. Sementara itu, 62 unggahan lainnya (37,13%) menggunakan banyak tagar (4–7). Perbedaan ini kemungkinan karena Kemensos memfokuskan pada narasi visual dan verbal, dan bukan tagar. Konten dengan sedikit hashtag cenderung memprioritaskan penyampaian pesan melalui cerita langsung di lapangan, penggunaan *subtitle* naratif, serta visualisasi aktivitas daripada eksplorasi tren berbasis tagar. Tagar yang digunakan pun umumnya terbatas pada tagar identitas kelembagaan seperti #Kemensos, tagar program seperti

#ATENSI, #PENA, atau #ResponKasus untuk mengelompokkan konten berdasarkan inisiatif spesifik. Konten dengan banyak hashtag (4–7) cenderung muncul pada isu-isu strategis, darurat, atau berdampak luas, seperti bencana alam.

**a. Konten dengan Sedikit Hashtag (0–3 Hashtag)**

Konten menggunakan sedikit hashtag atau tagar, yakni 0–3 hashtag, mendominasi kemungkinan karena oleh akun TikTok @kemensosri lebih berfokus pada isi naratif dan visual video dibandingkan pada optimalisasi berbasis tagar. Berdasarkan contoh-contoh unggahan, terlihat bahwa penggunaan hashtag terbatas pada tagar-tagar institusional dan tematik utama seperti #Kemensos, #ATENSI, #PENA, atau #ResponKasus. Tagar-tagar ini berfungsi sebagai identitas program dan pengelompokan konten, bukan sebagai alat eksplorasi trending topic atau perluasan jangkauan algoritmik secara agresif.

Berikut adalah beberapa contoh konten dengan sedikit hashtag yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 71. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.71 di atas menunjukkan konten dengan sedikit hashtag yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI pada tanggal 9 Oktober 2024. Video ini menampilkan kegiatan Bakti Sosial (Baksos) yang dipimpin oleh Menteri Sosial RI, Saifullah Yusuf (Gus Mensos), di Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur. Kegiatan tersebut merupakan bagian dari komitmen

Kementerian Sosial dalam memperluas akses bantuan sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat di berbagai wilayah.

Video memiliki *caption* sebagai berikut: “Menteri Sosial RI, Saifullah Yusuf (Gus Mensos), dalam rangka bakti sosial di Kecamatan Ciracas, Jakarta Timur, Gus Mensos hadir untuk memberikan berbagai bantuan modal usaha, perlengkapan sekolah untuk anak yatim piatu, serta dukungan bagi lansia dan penyandang disabilitas. Gus Mensos juga menyapa siswa dan guru di MI Assa'adiyah Attahiriyah dalam kampanye pencegahan kekerasan terhadap anak, sekaligus menyalurkan bantuan sekolah dan perlengkapan olahraga. Kunjungan ditutup dengan meninjau Dapur Pokmas Ciracas yang menyediakan permakanan untuk lansia dan disabilitas. Kemensos terus berkomitmen untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat! #Kemensos #KemensosHadir #GusMensos.”

Konten ini hanya menyertakan tiga hashtag, yang semuanya bersifat institusional dan identitas program/kampanye. Secara visual dan naratif, video menampilkan penyerahan bantuan modal usaha, perlengkapan sekolah, dan dukungan untuk kelompok rentan; interaksi Gus Mensos dengan siswa dan guru dalam kampanye pencegahan kekerasan terhadap anak; dan kunjungan ke Dapur Pokmas yang menyediakan permakanan harian bagi lansia dan penyandang disabilitas. Konten ini dikategorikan sebagai konten dengan sedikit hashtag karena hanya mencantumkan tiga tagar yang bersifat kelembagaan. Hal ini kemungkinan karena Kemensos menekankan pada kekuatan narasi dan dokumentasi visual daripada tagar.



Gambar 4. 72. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.72 di atas menunjukkan konten dengan sedikit hashtag yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI pada tanggal 13 Juli 2024. Video ini menampilkan respons cepat Menteri Sosial Tri Rismaharini terhadap laporan masyarakat mengenai kondisi Madawi (67), seorang lansia yang hidup sebatang kara di Tangerang. Kegiatan ini merupakan bagian dari komitmen Kementerian Sosial dalam memberikan perhatian langsung kepada masyarakat rentan dan meningkatkan kesejahteraan sosial secara menyeluruh.

Video memiliki *caption* sebagai berikut: “Merespon cepat laporan masyarakat terkait kisah Madawi (67), lansia yang tinggal sebatang kara di Tangerang ini, Mensos Risma turun langsung untuk berikan bantuan. Selain Madawi, Mensos juga akan berikan bantuan kepada masyarakat prasejahtera yang tinggal di wilayah tersebut agar bisa meningkatkan taraf hidupnya. #ResponKasus #ATENSI #Kemensos.”

Konten ini hanya menyertakan tiga hashtag, yang seluruhnya merupakan tagar institusional dan tematik utama program Kementerian Sosial, seperti #ResponKasus, #ATENSI, dan #Kemensos. Secara visual dan naratif, video menampilkan kunjungan langsung Mensos Risma ke rumah Madawi, penyerahan bantuan secara personal kepada lansia tersebut, dan komitmen lanjutan untuk menyalurkan bantuan kepada masyarakat prasejahtera lainnya di wilayah sekitar.

Konten ini dikategorikan sebagai konten dengan sedikit hashtag karena hanya mencantumkan tiga tagar yang bersifat kelembagaan dan programatik. Hal ini kemungkinan karena fokus utama konten adalah pada kekuatan narasi kemanusiaan dan dokumentasi visual atas kehadiran langsung pemerintah.



Gambar 4. 73. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.73 di atas menunjukkan konten dengan sedikit hashtag yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI pada tanggal 1 Maret 2024. Video ini menampilkan kisah inspiratif Ibu Surti Handayani, penerima manfaat program PENA asal Kabupaten Wonogiri, yang telah berhasil melakukan graduasi mandiri dan kini mengembangkan usaha kue ringan miliknya yang diberi nama Naya's Bakery. Kisah ini menjadi representasi nyata dari dampak positif program pemberdayaan sosial yang dijalankan oleh Kementerian Sosial.

Video memiliki *caption* sebagai berikut: Kue-kue.. siapa mau kue.. yuk beli kue! Ibu Surti Handayani, penerima manfaat asal Kab. Wonogiri ini telah graduasi mandiri dan saat ini tengah mengembangkan usaha kue ringannya yang diberi nama "Naya's Bakery." Tidak hanya mendapatkan bantuan program PENA, Ibu Surti juga mendapatkan pelatihan kewirausahaan dari @kemensosri guna menambah wawasan serta meningkatkan penghasilannya. Seperti apa kisah selengkapnya? Simak video berikut. #PENA #Kemensos

Konten ini hanya menyertakan dua hashtag, yaitu #PENA dan #Kemensos, yang keduanya bersifat programatik dan institusional. Secara visual dan naratif, video menampilkan aktivitas usaha Ibu Surti dalam memproduksi dan menjual kue ringan, dampak nyata dari bantuan dan pelatihan kewirausahaan yang diberikan melalui program PENA, dan transformasi sosial dari penerima manfaat yang kini mandiri secara ekonomi.

Konten ini dikategorikan sebagai konten dengan sedikit hashtag karena hanya mencantumkan dua tagar yang berfokus pada program. Hal ini kemungkinan karena Kemensos mengutamakan narasi inspiratif dan dokumentasi visual.

**b. Konten dengan Banyak Hashtag (4–7 Hashtag)**

Konten menggunakan banyak hashtag atau tagar, yakni 4–7 hashtag, tidak mendominasi kemungkinan karena sebagian besar konten TikTok @KemensosRI lebih menekankan pada kekuatan visual dan narasi lisan. Berdasarkan contoh di bawah ini, penggunaan hashtag bersifat fungsional dan terbatas pada penanda institusional seperti #Kemensos atau penanda program seperti #ATENSI. Penggunaan 4–7 tagar dilakukan terutama dalam konteks respons terhadap isu besar misalnya bencana alam, pemberdayaan masyarakat prasejahtera, dan perlindungan anak. Pada kasus-kasus seperti ini, tagar tambahan berfungsi untuk memperluas jangkauan audiens berdasarkan kategori tema (misal: #Banjir, #PerlindunganAnak), menekankan lokasi atau wilayah kejadian (misal: #SumateraBarat), dan menyertakan identitas pelaksana program (#Tagana, #ATENSI), serta memperkuat pencitraan institusional (#Kemensos, #KemensosHadir).

Berikut adalah beberapa contoh konten dengan sedikit hashtag yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 74. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.74 di atas menunjukkan konten dengan banyak hashtag (4–7 hashtag) yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI pada tanggal 14 Maret 2024. Video ini mendokumentasikan penyaluran bantuan oleh Kementerian Sosial Republik Indonesia kepada korban bencana banjir dan tanah longsor yang melanda Kabupaten Padang Pariaman dan Kabupaten Pesisir Selatan di Provinsi Sumatera Barat.

Video memiliki *caption* sebagai berikut: “Kemensos salurkan bantuan untuk korban bencana banjir dan tanah longsor di Kab. Padang Pariaman dan Pesisir Selatan, Sumatera Barat. #PenangananBencana #Banjir #TanahLongsor #SumateraBarat #Tagana #Kemensos.”

Konten ini menyertakan enam hashtag, yang terdiri dari tagar tematik (#PenangananBencana, #Banjir, #TanahLongsor), tagar geografis (#SumateraBarat), tagar program atau pelaksana (#Tagana), serta tagar institusional (#Kemensos). Penggunaan berbagai jenis tagar ini menunjukkan upaya untuk menjangkau audiens yang lebih luas berdasarkan topik, lokasi, dan program yang relevan.

Secara visual dan naratif, video menampilkan proses distribusi bantuan logistik ke daerah terdampak, keterlibatan Taruna Siaga Bencana (Tagana) dalam mendistribusikan bantuan, dan dokumentasi medan bencana banjir dan longsor serta respons cepat pemerintah dalam pemenuhan kebutuhan mendesak para penyintas.

Konten ini dikategorikan sebagai konten dengan banyak hashtag karena menggunakan lebih dari tiga tagar berpeluang memperluas jangkauan distribusi konten. Pemilihan tagar tematik dan geografis memungkinkan video ini menjangkau audiens yang tertarik pada isu kebencanaan, wilayah tertentu, dan program penanganan bencana. Hal ini kemungkinan karena akun TikTok @kemensosri memaksimalkan penggunaan tagar guna meningkatkan visibilitas konten di platform untuk isu-isu berskala besar atau darurat.



Gambar 4. 75. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.75 di atas menunjukkan konten dengan banyak hashtag (4–7 hashtag) yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI pada tanggal 27 Maret 2024. Video ini menampilkan kisah inspiratif Pak Agus, seorang penjual es kul-kul, yang tetap semangat berjualan meskipun hidup dalam kondisi ekonomi yang sulit. Konten ini menjadi salah satu bentuk dokumentasi program pemberdayaan sosial yang dilakukan Kementerian Sosial melalui pendekatan humanis dan tepat sasaran.

Video memiliki *caption* sebagai berikut: Siapa di sini yang tahu es kul-kul? Yup, jajanan jadul satu ini masih banyak digemari dan semakin mudah ditemui ya #SobatSosial! Salah satunya Pak Agus nih yang bersemangat berjualan es kul-kul meskipun dalam kondisi ekonomi yang sulit. Kemensos terus dukung Pak Agus dengan berbagai stimulan agar bisa lepas dari kemiskinan. Simak kisah selengkapnya dalam video berikut! #ResponKasus #ATENSI #BerdikariSejahtera #Kemensos

Konten ini menyertakan empat hashtag, yaitu #ResponKasus, #ATENSI, #BerdikariSejahtera, dan #Kemensos. Seluruh tagar tersebut berfungsi untuk mengidentifikasi program, kategori kasus, dan semangat pemberdayaan yang diangkat dalam video, sekaligus menjaga konsistensi pesan branding institusi. Secara visual dan naratif, video menampilkan keseharian Pak Agus dalam berjualan es kul-kul, penjelasan mengenai bantuan yang diterima melalui program ATENSI, dan semangat Pak Agus dalam berusaha serta dukungan Kemensos dalam bentuk stimulan usaha.

Konten ini dikategorikan sebagai konten dengan banyak hashtag, karena mencantumkan empat tagar terkait lembaga.



Gambar 4. 76. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.76 di atas menunjukkan konten dengan banyak hashtag (4–7 hashtag) yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI pada tanggal 12 Oktober 2024. Video ini menampilkan pernyataan Menteri Sosial Saifullah Yusuf (Gus Ipul) terkait komitmen Kementerian Sosial untuk memperketat pengawasan terhadap Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA), menyusul peninjauan kasus kekerasan seksual terhadap anak yang terjadi di sebuah panti asuhan di Tangerang.

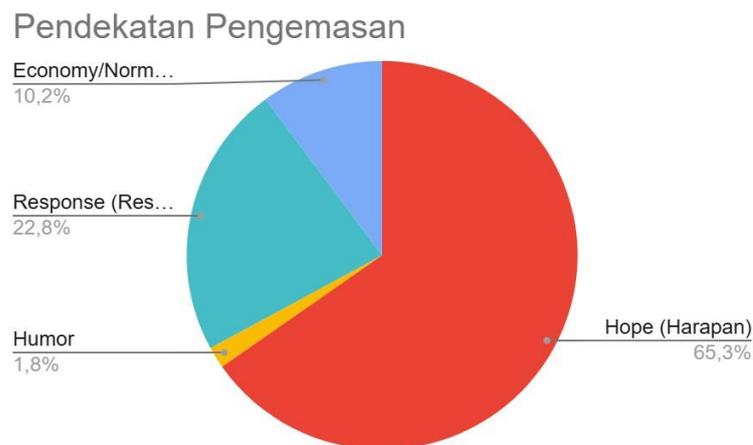
Video memiliki *caption* sebagai berikut: Dalam rangka membangun sistem perlindungan anak secara optimal, Kementerian Sosial RI akan memastikan pengawasan terhadap perizinan dan akreditasi Lembaga Kesejahteraan Sosial Anak (LKSA) lebih ketat dengan melibatkan masyarakat sekitar. Hal ini disampaikan oleh Menteri Sosial Saifullah Yusuf saat meninjau kasus rudapaksa di sebuah panti asuhan di Tangerang pada (08/10). Dengan langkah ini, diharapkan praktik menyimpang bisa dicegah dan anak-anak terlindungi dengan lebih baik. Yuk #SobatSosial kita bersama wujudkan lingkungan yang aman untuk anak-anak Indonesia. #PerlindunganAnak #ATENSI #KemensosHadir #Kemensos

Konten ini menyertakan lima hashtag, yaitu #PerlindunganAnak, #ATENSI, #KemensosHadir, #Kemensos, dan #SobatSosial. Tagar-tagar tersebut mengangkat tema inti perlindungan anak dan penguatan peran Kemensos

dalam kasus kekerasan terhadap anak, sekaligus memperluas jangkauan isu di media sosial. Secara visual dan naratif, video menampilkan kunjungan Mensos Saifullah Yusuf ke lokasi LKSA terkait kasus kekerasan seksual, komitmen Kemensos untuk meningkatkan pengawasan terhadap perizinan dan akreditasi LKSA, dan seruan kepada masyarakat agar ikut terlibat dalam menciptakan lingkungan aman bagi anak.

Konten ini dikategorikan sebagai konten dengan banyak hashtag, karena mencantumkan lebih dari tiga tagar. Penggunaan hashtag yang cukup variatif memperlihatkan upaya untuk menjangkau publik secara luas, terutama dalam isu penting seperti perlindungan anak dan pengawasan lembaga sosial.

#### 4.2.6 Pendekatan Pengemasan



Gambar 4. 77. Diagram Pendekatan Pengemasan Konten Bansos

Gambar 4.77 di atas menunjukkan distribusi pendekatan pengemasan dalam akun TikTok @kemensosri pada periode 2024. Hasil analisis menunjukkan bahwa pendekatan “Hope” (Harapan) mendominasi dalam pengemasan konten TikTok @kemensosri sepanjang tahun 2024, dengan total 109 konten atau 65,27% dari keseluruhan unggahan. Hal ini mencerminkan bahwa pesan-pesan bantuan sosial lebih sering dikemas dengan nuansa optimisme, motivasi, dan inspirasi, yang menekankan adanya harapan baru bagi penerima manfaat.

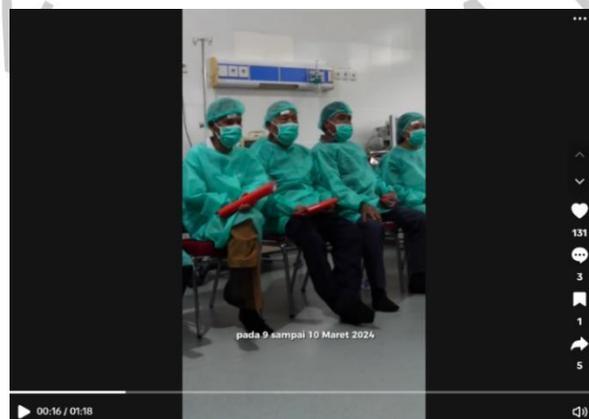
Pendekatan “Response” (Respons Cepat) digunakan dalam 37 konten atau 22,16%, umumnya menampilkan aksi cepat tanggap Kemensos terhadap kasus atau kondisi darurat di masyarakat, seperti bencana alam atau kekerasan terhadap kelompok rentan. Sementara itu, pendekatan “Economy/Normal Life Impacts” (Dampak Ekonomi/Kehidupan Normal) muncul dalam 17 konten atau 10,18%, yang menggarisbawahi kontribusi program sosial terhadap keberlanjutan hidup dan peningkatan ekonomi masyarakat penerima manfaat. Pendekatan berbasis hiburan atau “Humor” ditemukan dalam 3 konten atau 1,80%, yang menunjukkan adanya upaya membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui suasana yang ringan dan humanis.

Tidak ditemukan sama sekali penggunaan pendekatan negatif seperti “Alarm/Concern”, “Susceptibility”, atau “Severity” yang bersifat menakutkan atau mengintimidasi (0,00%). Hal ini menandakan bahwa pendekatan komunikasi yang digunakan oleh akun TikTok @kemensosri cenderung positif, empatik, dan berorientasi pada pemberdayaan.

### 1. Konten dengan Pendekatan “Hope” (Harapan)

Pendekatan harapan mendominasi karena mampu menggabungkan dampak program sosial dengan cerita positif yang menyentuh publik. Melalui kisah-kisah seperti diuraikan di bawah, Kemensos menunjukkan bantuan sosial bukan sekadar bentuk intervensi, tetapi sebagai jembatan menuju kehidupan yang lebih layak, bermakna, dan membangkitkan masa depan.

Berikut adalah beberapa contoh konten dengan pendekatan harapan yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



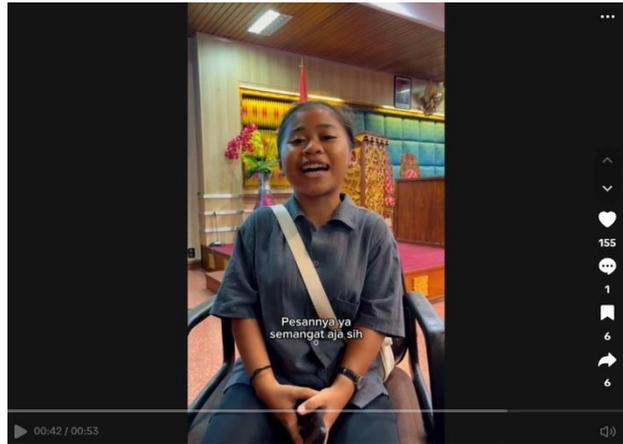
Gambar 4. 78. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.78 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 12 Maret 2024 menampilkan program operasi katarak gratis di Parigi Moutong, Palu, Sulawesi Tengah. *Caption*: “#InfoSosial Lebih dari 200 orang warga di Kab. Parigi Moutong... menerima manfaat operasi katarak gratis...” Dalam konten video ini, salah satu penerima manfaat, Wahid, menyampaikan harapannya untuk kembali melihat dengan normal, menegaskan bahwa bantuan yang diterima telah membangkitkan semangat dan harapan baru.



Gambar 4. 79. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.79 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 26 Maret 2024. Konten ini mendokumentasikan pemberian bantuan filter air bersih di Kabupaten Pesisir Selatan. Dalam konten ini, warga bernama Slamet Riyanto mengucapkan terima kasih kepada Kemensos atas program filter air bersih. Ia juga menyampaikan harapannya agar air bersih tersebut dapat digunakan terus-menerus, termasuk untuk beribadah. Nuansa optimisme terhadap perbaikan kualitas hidup menjadi sentral dalam narasi.



Gambar 4. 80. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.80 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 13 Mei 2024. Konten ini memiliki *caption*, yakni “Kalau Desak Saja Bisa, Masa Kita Engga? Semangat Desak Nyoman Pintarrasti (18), salah satu penyandang disabilitas asal Bali yang juga penerima manfaat alat bantu aksesibilitas dari Kemensos ini sangatlah luar biasa. Peraih medali emas pada di ajang PEPARNAS tahun 2023 pada kategori Tolak Peluru tersebut, turut memberikan motivasi untuk teman-teman lainnya. Seperti apa pesannya?” Konten ini menyoroti kisah Desak Nyoman Pintarrasti, atlet penyandang disabilitas yang menerima bantuan aksesibilitas dari Kemensos untuk mengikuti PEPARNAS. Konten ini memuat pesan kuat tentang harapan dan motivasi diri, memperlihatkan bahwa keterbatasan fisik tidak menghalangi untuk berprestasi.

## 2. **Konten dengan Pendekatan “Response” (Respons)**

Pendekatan “Response” (Response) berada di posisi kedua dalam pengemasan konten TikTok @kemensosri kemungkinan karena pendekatan ini menunjukkan kehadiran negara secara cepat, nyata, dan langsung ketika masyarakat menghadapi situasi genting atau darurat. Setiap konten dengan pendekatan respons menyoroti reaksi instan Kemensos terhadap kondisi krisis atau pelanggaran hak, misalnya pembebasan orang dengan disabilitas mental dari pasungan di Sumba Timur dan Kalimantan Selatan, dan pertolongan terhadap lansia terlantar (Madawi) di Tangerang. Dalam konten-konten tersebut, Kemensos tidak hanya hadir, tetapi juga langsung

bertindak, memperlihatkan turunnya pejabat negara ke lapangan, penyaluran bantuan konkret, dan pengawalan lanjutan seperti perawatan medis dan pendampingan keluarga.

Berikut adalah beberapa contoh konten dengan pendekatan respons yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 81. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.81 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 22 Mei 2024. Konten ini memiliki *caption*, yakni “Pastikan hak-hak penyandang disabilitas mental terpenuhi, Kementerian Sosial RI membebaskan 4 Penerima Manfaat (PM) asal Sumba Timur dari pasungan. Selain itu, Kemensos juga berikan dukungan sosial kepada keluarga agar PM bisa kembali berfungsi sosial.” Konten ini menunjukkan aksi cepat Kemensos membebaskan 4 penerima manfaat dengan disabilitas mental dari pasungan di Sumba Timur. Kemensos juga memberikan layanan 147uphoria147 dan pendampingan keluarga, menegaskan respon aktif terhadap kasus pelanggaran hak.



Gambar 4. 82. Video @kemososri (TikTok: kemososri)

Gambar 4.82 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 13 Juni 2024, konten ini menampilkan Mensos Risma membebaskan 12 ODGJ dari pasungan di Kalimantan Selatan. Konten ini memiliki *caption*: “Sebagai salah satu pemenuhan hak kepada penyandang disabilitas, Kementerian Sosial RI membebaskan 12 Orang Dengan Gangguan Jiwa (ODGJ) dari pasungan di Kabupaten Barito Kuala, Provinsi Kalimantan Selatan sejak awal Juni 2024. Pada kesempatan ini, Mensos Risma ikut turun langsung membebaskan salah satu ODGJ sekaligus memberikan motivasi kepada keluarga agar terus bisa mendukung pengobatan para ODGJ agar bisa berfungsi sosial.”

Pada konten tersebut menjelaskan bahwa Mensos Risma membebaskan 12 Orang Dengan Gangguan Jiwa (ODGJ) yang dipasung di Kabupaten Barito, Kalimantan Selatan, kemudian dibawa ke Rumah Sakit Jiwa untuk pengobatan sekaligus dipantau oleh puskesmas setempat. Pendekatan respons ini disampaikan secara visual melalui kehadiran langsung pejabat negara serta penyediaan layanan medis dan rehabilitasi.



Gambar 4. 83. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.83 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 13 Juni 2024. Konten ini memiliki *caption*, yakni “Merespon cepat laporan masyarakat terkait kisah Madawi (67), lansia yang tinggal sebatang kara di Tangerang ini, Mensos Risma turun langsung untuk berikan bantuan. Selain Madawi, Mensos juga akan berikan bantuan kepada masyarakat pra sejahtera yang tinggal di wilayah tersebut agar bisa meningkatkan taraf hidupnya.” Konten menampilkan Mensos Tri Rismaharini merespons laporan masyarakat terkait Madawi (67), seorang lansia yang tinggal sebatang kara di Tangerang. Kemensos langsung membawa Madawi ke Rumah Sakit Umum Daerah untuk perawatan intensif

### 3. **Konten dengan Pendekatan “Economy/Normal Life Impacts” (Dampak Ekonomi/Kehidupan Normal)**

Pendekatan “Economy/Normal Life Impacts” menempati posisi ketiga dalam strategi pengemasan konten TikTok @kemensosri kemungkinan karena pendekatan ini kurang menonjol secara emosional dan visual dibandingkan pendekatan “Hope” dan “Response” meskipun menyampaikan narasi yang kuat dan berdampak jangka 149uphori. Namun, konten dengan pendekatan ini tetap penting karena menawarkan nilai jangka panjang dan narasi pemberdayaan.

Berikut adalah beberapa contoh konten dengan pendekatan dampak ekonomi.kehidupan normal yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 84. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.84 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 31 Maret 2024. Konten ini memiliki *caption*, yakni “memastikan Penerima Manfaat (PM) dapat berfungsi sosial dengan baik, Kemensos melalui Program Pahlawan Ekonomi Nusantara (PENA) memberikan peluang usaha untuk Mery, salah satu PM disabilitas asal Pekalongan agar bisa meningkatkan penghasilannya. Terbukti, dari hasil jualan mi instan ia bisa meraih omset jutaan rupiah perbulan.” Dalam video tersebut, ditunjukkan bagaimana Mery menjalankan usahanya menjual mi instan dalam kemasan cup. Usaha ini menjadi titik balik kehidupan Mery yang sebelumnya mengalami keterbatasan dalam mencari nafkah. Dengan semangat dan kerja keras, ia kini mampu membuktikan bahwa keterbatasan fisik bukan penghalang untuk meraih kesuksesan. Berkat bantuan kewirausahaan dari Kemensos, ia memiliki omset penjualan Rp 5 juta sampai 6 juta per bulan. Kehadirannya sebagai pelaku usaha mandiri menggambarkan dampak positif program sosial Kemensos terhadap keberlangsungan ekonomi.



Gambar 4. 85. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.85 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 17 Februari 2024. Konten ini memiliki *caption*, yakni “Setelah berjuang melawan pahitnya hidup, kini Ilham Bocah penjual gulali itu sudah bisa merasakan manisnya hidup setelah mendapat layanan dari Kementerian Sosial.” Konten mnejelaskan Ilham sebelumnya harus bekerja di jalanan demi membantu keluarganya, hidup dalam keterbatasan dan jauh dari kenyamanan masa kanak-kanak yang seharusnya ia nikmati. Melalui intervensi Kementerian Sosial, Ilham kini mendapatkan berbagai bentuk bantuan, mulai dari pemenuhan kebutuhan dasar seperti sandang dan pangan, tempat tinggal yang lebih layak, hingga jaminan pendidikan. Ia juga didampingi oleh pekerja sosial untuk memastikan tumbuh kembangnya berjalan optimal secara fisik, mental, dan sosial. Tidak hanya itu, upaya reunifikasi keluarga pun dilakukan agar Ilham dapat hidup dalam lingkungan yang lebih aman dan mendukung. Kini, Ilham tak lagi berjualan gulali di jalan, tetapi bisa kembali menikmati masa kecilnya dengan lebih baik dan penuh harapan berkat layanan yang holistik dari Kemensos. Konten ini juga secara jelas menggambarkan bagaimana intervensi sosial berdampak langsung pada keberlangsungan hidup sehari-hari, yakni Ilham mendapatkan pemenuhan kebutuhan dasar (sandang, pangan, dan tempat tinggal). Ia juga menerima jaminan pendidikan dan layanan psikososial. Ada upaya reunifikasi keluarga, yang berarti restorasi kehidupannya secara menyeluruh. Perubahan ini mencerminkan pemulihan fungsi hidup normal, baik dari sisi ekonomi, sosial, maupun psikologis. Pendekatan ini

menunjukkan bahwa program Kemensos tidak hanya menyelamatkan Ilham dari situasi sulit, tetapi juga memberdayakan dan membangun fondasi hidup yang berkelanjutan.



Gambar 4. 86. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.86 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 25 Maret 2024. Konten memiliki *caption*, yakni “Kemensos respon cepat laporan dari masyarakat terkait keluarga prasejahtera di Banyumas, Jawa Tengah. Melalui Sentra Satria Baturraden, Kemensos berikan bantuan menyeluruh agar bisa meningkatkan kesejahteraannya. Simak selengkapnya.” Konten menjelaskan Kemensos merespons laporan masyarakat mengenai kondisi keluarga prasejahtera di Banyumas, Jawa Tengah. Dalam video tersebut, terlihat tim dari Sentra Satria Baturraden yang turun langsung ke lokasi untuk melakukan asesmen dan memberikan bantuan yang menyeluruh. Kementerian Sosial tidak hanya memberikan bantuan bersifat konsumtif, tetapi juga bantuan yang bersifat memberdayakan agar keluarga tersebut bisa keluar dari lingkaran kemiskinan secara berkelanjutan. Bantuan yang disalurkan mencakup kebutuhan dasar seperti paket sembako, perlengkapan rumah tangga, dan bantuan kesehatan. Selain itu, keluarga juga mendapatkan dukungan akses layanan sosial lainnya, termasuk peluang untuk mengikuti pelatihan keterampilan dan usaha agar dapat meningkatkan taraf hidup mereka. Pendekatan ini memperlihatkan bagaimana program sosial dirancang tidak hanya sebagai solusi jangka pendek, tetapi juga sebagai pemberdayaan ekonomi jangka panjang.

#### 4. Konten dengan Pendekatan “Humor”

Pendekatan “Humor” dalam konten TikTok @kemensosri minim digunakan karena kemungkinan pendekatan ini tidak cocok dengan tema yang diangkat dalam konten seperti isi disabilitas, kemiskinan, bencana, pasungan, kekerasan. Pendekatan humor juga kurang selaras dengan respons terhadap situasi krisis dan perlindungan kelompok marginal. Pendekatan humor dapat membuat konten terlihat tidak sensitif atau menimbulkan salah tafsir publik, terutama jika menyangkut penderitaan manusia.

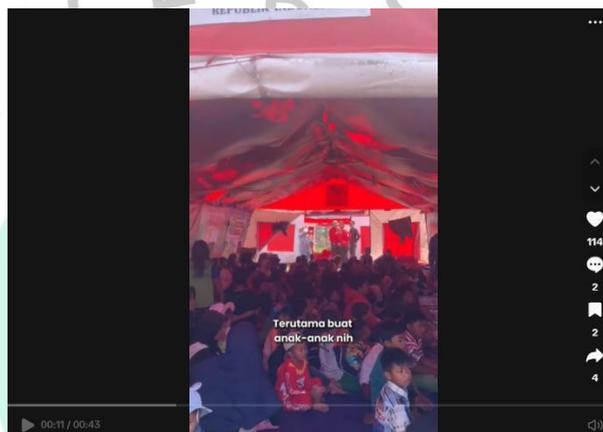
Berikut adalah beberapa contoh konten dengan pendekatan humor yang diunggah oleh akun TikTok @KemensosRI:



Gambar 4. 87. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.87 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 21 Agustus 2024. Konten ini memiliki *caption*, yakni “Semarak Hari Kemerdekaan Ke-79 masih terus dirasakan di berbagai daerah di Indonesia. Kementerian Sosial juga enggak mau kalah dong. Bersama Mensos Risma, anak-anak dari Orang-orang Rimba di pedalaman hutan Jambi atau biasa disebut Suku Anak Dalam (SAD) juga diajak merasakan 153uphoria mengikuti lomba-lomba khas 17-an nih.” Konten menampilkan Menteri Sosial Tri Rismaharini secara langsung hadir dan berinteraksi akrab dengan anak-anak dari komunitas SAD. Mereka diajak ikut serta dalam berbagai perlombaan khas 17 Agustus, seperti lomba makan kerupuk, balap karung, dan lomba tradisional lainnya yang penuh semangat dan gelak tawa. Kegiatan ini merupakan bentuk pendekatan kultural dan sosial dari Kementerian Sosial

dalam membangun kedekatan dengan masyarakat adat, khususnya komunitas terpencil seperti SAD. Melalui kegiatan ini, anak-anak dari Orang Rimba tidak hanya merasakan sukacita kemerdekaan, tetapi juga mendapatkan ruang untuk berbaur, berekspresi, dan merasa menjadi bagian dari bangsa Indonesia. Konten ini menampilkan berbagai lomba khas 17-an dengan gelak tawa dan interaksi hangat antara Mensos dan anak-anak.



Gambar 4. 88. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.88 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 27 September 2024. Konten ini memiliki *caption*, yakni “Kita intip yuk keceriaan anak-anak mengikuti berbagai aktivitas seru di posko pengungsian di Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung. Aktivitas ini merupakan upaya Kemensos dalam mengurangi rasa trauma akibat bencana gempa yang terjadi beberapa waktu lalu.” Konten ini memperlihatkan suasana hangat dan penuh keceriaan di posko pengungsian Kecamatan Kertasari, Kabupaten Bandung, pasca terjadinya bencana gempa, tampak anak-anak pengungsi mengikuti berbagai aktivitas seru seperti bermain, menggambar, bernyanyi, dan permainan kelompok yang dipandu oleh relawan dan tenaga pendamping dari Kementerian Sosial. Wajah ceria anak-anak menunjukkan bahwa kegiatan ini sangat membantu mereka melepas ketegangan dan rasa takut yang sempat dirasakan akibat bencana. Kegiatan ini merupakan bagian dari Layanan Dukungan Psikososial (LDP) yang digelar oleh Kemensos sebagai bentuk tanggap bencana yang tidak hanya fokus pada bantuan logistik, tetapi juga pada pemulihan mental dan

emosional para penyintas, khususnya anak-anak. Tujuannya adalah untuk memulihkan kembali semangat dan kondisi psikologis mereka agar bisa kembali menjalani hari dengan lebih positif. Kegiatan ini termasuk bagian dari Layanan Dukungan Psikososial (LDP) dan menggambarkan pemulihan trauma melalui pendekatan yang menyenangkan.



Gambar 4. 89. Video @kemensosri (TikTok: kemensosri)

Gambar 4.89 di atas menunjukkan konten yang diunggah pada 7 Desember 2024. Konten memiliki *caption*, yakni “Kementerian Sosial kembali bergerak cepat dalam penanganan bencana di Sukabumi dengan segera menyalurkan berbagai bantuan untuk pemenuhan kebutuhan dasar para penyintas.” Video menampilkan bahwa pada Sabtu (07/12), Wakil Menteri Sosial Agus Jabo Priyono turun langsung ke lokasi untuk meninjau kondisi terdampak bencana dan memastikan bantuan segera tersalurkan. Wakil Menteri Sosial Agus Jabo Priyono hadir langsung di lokasi bencana untuk meninjau kondisi para penyintas dan memastikan proses penyaluran bantuan berjalan dengan baik. Kehadiran Wamen menunjukkan keseriusan pemerintah dalam memberikan perlindungan dan pelayanan langsung kepada masyarakat terdampak. Berbagai bantuan yang disalurkan oleh Kemensos mencakup kebutuhan dasar seperti makanan siap saji, tenda, selimut, matras, perlengkapan kebersihan, dan kebutuhan khusus untuk kelompok rentan seperti anak-anak, lansia, serta penyandang disabilitas. Selain itu, tim Kemensos juga memberikan dukungan psikososial kepada para penyintas untuk membantu mereka menghadapi trauma pasca-bencana.

Meskipun fokus utamanya adalah penanganan bencana, nuansa positif dan ringan ditampilkan melalui interaksi hangat dengan warga dan anak-anak yang menunjukkan pemulihan semangat kolektif.

### 4.3 Pembahasan

Tabel 4. 4. Hasil Penelitian Pengemasan Konten Bantuan Sosial di Tiktok @Kemensosri

<b>Dimensi</b>	<b>Temuan Penelitian</b>
<b>Tema Konten</b>	Tema yang mendominasi adalah ATENSI dengan 59 unggahan (35,33%).
<b>Tipe Konten</b>	Konten news atau berita mendominasi dengan 73 unggahan (43,71%).
<b>Format Konten</b>	Video berdurasi panjang (61–121 detik) paling banyak digunakan, sebanyak 66 unggahan (39,52% dari total unggahan; 51,16% dari total video). Video yang menyertakan <i>subtitle</i> : 105 unggahan (81,40% dari total video; 62,87% dari total unggahan). Video tanpa teks tambahan: 92 unggahan (71,32% dari total video; 55,09% dari total unggahan). Video dengan <i>spoken language</i> : 84 unggahan (65,12% dari total video; 50,30% dari total unggahan). Semua unggahan (100%) menyertakan <i>caption</i> dan musik. Penggunaan hashtag sedikit (0–3) mendominasi dengan 105 unggahan (62,87%).
<b>Pendekatan Pengemasan</b>	Pendekatan pengemasan didominasi oleh pendekatan Hope (Harapan) dengan 109 unggahan (65,27%).

Sumber: Olahan Peneliti

Tabel 4.4 menunjukkan hasil analisis terhadap 167 unggahan akun TikTok resmi @KemensosRI selama periode Januari hingga Desember 2024. Temuan ini mengungkap strategi pengemasan konten bantuan sosial untuk menyampaikan pesan kepada publik melalui platform video pendek TikTok.

Dari sisi tema konten, program ATENSI (Asistensi Rehabilitasi Sosial) menjadi tema dominan dengan 59 unggahan (35,33%). Ini menandakan fokus kuat pada kelompok rentan seperti lansia dan penyandang disabilitas. Seluruh tema konten mencerminkan bentuk pelaksanaan dari amanat UU No. 11 Tahun 2009 dan PP No. 39 Tahun 2012 tentang Penyelenggaraan Kesejahteraan Sosial.

Menurut Retnaningsih (2020), bantuan sosial merupakan bentuk tanggung jawab negara dalam mengurangi penderitaan masyarakat miskin, tidak mampu, dan marginal. Fokus pada tema ATENSI menunjukkan komitmen tersebut dalam konten naratif digital.

Dari segi tipe konten, model news atau berita mendominasi dengan 73 unggahan (43,71%), memperlihatkan kecenderungan akun @KemensosRI untuk menekankan informasi yang aktual, faktual, dan relevan. Hal ini sesuai dengan pandangan Tuten & Solomon (2017) bahwa konten yang kuat harus dikonstruksi secara naratif dan visual agar mudah dipahami oleh khalayak.

Dalam dimensi format konten, sebagian besar video berdurasi panjang (61–121 detik), yaitu 66 unggahan (39,52% dari total unggahan; 51,16% dari total video). Ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok identik dengan konten singkat, Kemensos memilih durasi yang cukup untuk menyampaikan narasi lengkap dan kontekstual.

Sebanyak 105 dari 129 video (81,40%) menyertakan *subtitle*, yang menjadi media utama penyampaian narasi di tengah kecenderungan pengguna menonton dalam mode senyap. Teks tambahan hanya digunakan pada 37 video (28,68%), sementara *spoken language* digunakan pada 84 video (65,12%), menandakan preferensi terhadap penyampaian cerita lisan yang personal dan emosional.

Semua unggahan menyertakan *caption* dan musik, menunjukkan perhatian terhadap estetika audiovisual yang efektif untuk menarik perhatian pengguna TikTok. Menurut Li et al. (2021), musik adalah elemen penting dalam membangun daya tarik emosional dan memperkuat pesan dalam video pendek.

Dari aspek penggunaan hashtag, sebanyak 105 unggahan (62,87%) hanya menggunakan 0–3 tagar. Ini kemungkinan besar bertujuan menjaga fokus narasi dan memperkuat identitas kelembagaan, bukan sekadar mengikuti tren. Tagar yang digunakan pun umumnya bersifat programatik seperti #Kemensos, #ATENSI, atau #ResponKasus.

Dalam dimensi pendekatan emosional, mayoritas konten menggunakan pendekatan Hope (Harapan) sebanyak 109 unggahan (65,27%), yang menunjukkan narasi bantuan sosial dikemas secara positif: menekankan pemulihan, perubahan hidup, dan harapan baru. Tidak ditemukan penggunaan pendekatan seperti fear appeal, alarm, atau concern yang bersifat menakutkan atau intimidatif.

Ini sesuai dengan prinsip yang dikemukakan Kotler & Kartajaya (2021) dalam Syaifuddin (2025) bahwa konten bernilai adalah konten yang mampu membangun empati dan koneksi emosional di sepanjang user journey.

Akhirnya, pendekatan ini menjadikan TikTok bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai saluran komunikasi publik. Bonaraja Purba (2020) menyatakan bahwa komunikasi publik efektif jika sesuai dan dapat diterima oleh audiens sasaran. Boyd & Ellison (2017) menambahkan bahwa media sosial adalah ruang interaktif yang memungkinkan pertukaran informasi, identitas, dan koneksi sosial yang luas.

Menurut Van Houtte (2021) dan Zhao (2020), TikTok telah berevolusi menjadi platform yang bukan hanya untuk hiburan tetapi juga edukasi. Kemensos RI memanfaatkannya untuk menyampaikan pesan sosial secara kreatif dan emosional melalui fitur-fitur khas seperti *subtitle* , *spoken language*, musik latar, dan *caption*.