



# 1.95%

SIMILARITY OVERALL

SCANNED ON: 23 JUL 2024, 4:55 PM

## Similarity report

Your text is highlighted according to the matched content in the results above.

<span style="color: red;">●</span> IDENTICAL	<span style="color: orange;">●</span> CHANGED TEXT	<span style="color: blue;">●</span> QUOTES
0.04%	1.91%	0.76%

## Report #22131321

1 BAB I PENDAHULUAN AN 1.1 Latar Belakang Masalah Pendidikan dianggap sebagai proses yang berfokus pada pemberian instruksi, bimbingan, dan akuisisi pengetahuan dengan tujuan meningkatkan keterampilan, nilai, dan sikap individu. Edukasi dapat terjadi dalam berbagai konteks, termasuk formal seperti sekolah dan universitas, serta non-formal seperti kursus, pelatihan, dan pembelajaran mandiri. Menurut (Yong Zhao, 2020) edukasi adalah proses pemberdayaan individu untuk menjadi pembelajar yang mandiri, kreatif, dan mampu beradaptasi dengan perubahan yang cepat di masyarakat global. Pesan edukasi adalah informasi atau konten yang disampaikan dengan tujuan untuk memberikan pengetahuan, keterampilan, atau sikap tertentu kepada individu atau kelompok. Pesan ini biasanya disusun secara sistematis dan disampaikan melalui berbagai media untuk mencapai tujuan pendidikan. (Nugroho, 2021) menyatakan bahwa pesan edukasi adalah "materi komunikasi yang disusun secara terstruktur untuk memberikan pengetahuan, membentuk sikap, dan mengembangkan keterampilan pada penerima pesan, melalui berbagai media seperti buku, video, infografis, dan media sosial. Pesan edukasi sering kali ditemukan dalam berbagai bentuk, termasuk buku teks, video pendidikan, artikel ilmiah, infografis, dan postingan media sosial. Media sosial seperti Instagram, YouTube, dan TikTok menjadi platform populer untuk menyampaikan pesan edukasi karena jangkauannya yang luas dan kemampuannya untuk menyajikan konten secara menarik dan interaktif. Media

baru merujuk pada perangkat teknologi komunikasi yang menggunakan platform online. Keberadaan media baru tidak hanya memungkinkan digitalisasi tetapi juga menyediakan akses yang luas bagi penggunaan pribadi dan komunikasi dengan khalayak yang lebih besar. Media sosial yaitu bentuk dari media online yang memungkinkan pengguna lebih mudah untuk berinteraksi, sambil memberikan kemudahan dalam menemukan berbagai informasi. **6** Teknologi komunikasi media sosial mencakup platform seperti Instagram, YouTube, Facebook, dan TikTok. Tiktok juga merupakan tempat penyampaian informasi dengan cepat pada setiap individu masing- masing. Tiktok tidak hanya untuk tokoh publik saja, namun digunakan secara umum. Dengan adanya konten- konten serta fitur tiktok mempermudah bagi pengguna akun tiktok dalam meningkatkan kreativitas. Pembuatan konten yang sudah disebar luaskan akan memiliki tanggung jawab yang besar terhadap individu masing-masing. Ketika tiktok terdapat trend baru, para pengguna tiktok akan meniru yang mengaruskan untuk mengikuti trend tersebut. Tentunya ketika seseorang melihat suatu trend terbaru terhadap satu sama lain akan berbeda tergantung seseorang yang menilai kemampuan kognisi mereka. Oleh karena itu, pengguna akun tiktok dipermudah untuk disebar luaskan oleh masyarakat umum. TikTok telah memperluas basis penggunanya secara signifikan, memantapkan dirinya sebagai platform media sosial yang dianut secara luas secara global, 2 membangun lebih dari satu miliar pengguna aktif setiap bulan. Pengguna diberikan kesempatan untuk memproduksi dan mendistribusikan video singkat di berbagai topik, termasuk hiburan, pendidikan, dan konten informatif. **7** Dalam beberapa tahun terakhir, penggunaan TikTok sebagai media untuk komunikasi edukatif telah meningkat pesat. Hal ini menciptakan peluang dan tantangan baru dalam bagaimana pesan edukasi dikemas dan disampaikan kepada audiens yang beragam. Meskipun tidak mengenal satu sama lain atau terpisah secara fisik, mereka konten creator telah menggunakan teknologi untuk berkolaborasi dan menciptakan konten bersama-sama, contohnya yaitu seperti **3** seperti tantangan tari, lip-sync, atau tantangan DIY “ do-it-yoursel f ”.Tantangan yang dihadapi oleh masyarakat dan pemerintah seluruh dunia.

Oleh karena itu, tidak lain bahwa banyak orang, terutama kreator, Do It Yourself membagikan konten edukasi untuk menjelaskan bagaimana membuat barang mengenai konsep DIY "Do It Yourself" dan dekorasi di media sosial dalam waktu yang singkat. Contohnya adalah akun TikTok @Tiranissya, yang memiliki 902,6k pengikut, @Paperflower\_bylita, yang memiliki 387k pengikut, dan @Shadirafirdausi, yang memiliki 4,9 juta pengikut pada 28 Februari 2024. Salah satu dari tiga akun memikat peneliti, mengarahkan mereka untuk melanjutkan penyelidikan tambahan. Akun tersebut adalah akun milik Shadira Firdausi, yang memiliki jumlah pengikut yang meningkat menjadi 4,9 juta. Akun Shadira Firdausi memiliki beberapa kategori yang memberikan konten edukasi dengan menjelaskan bagaimana membuat barang mengenai konsep DIY dalam waktu kurang dari satu menit yang disebut "Bikin barang estetik dan beli barang estetik", serta beberapa video di TikTiknya yang tidak dikenal yang membahas konten edukasi. Menurut (Hootsuite and We Are Social, 2022), orang Indonesia rata-rata mengakses TikTok selama 23 jam sebulan. Ini lebih lama dari jumlah orang Indonesia yang mengakses Instagram dan Facebook, masing-masing sekitar 16 jam dan 15 jam sebulan, masing-masing. TikTok adalah platform informasi dan hiburan yang sederhana, sehingga banyak orang cenderung mempercayai konten yang terpercaya. Banyak konten meniru, jadi tidak mengherankan jika trend ini terus muncul dan menyebabkan konten meniru secara terus menerus. Acuan yang besar pada TikTok tergantung pada masyarakat masing-masing, karena penyampaian konten TikTok bisa berupa fakta atau sandiwara hanya untuk memperbanyak komen dan like. Maka dari itu menjadi banyak konten kreatif yang membuat konten edukasi yang memberikan pemahaman mengenai cara membuat barang-barang bekas dari berbagai macam variasi kontennya. TikTok memiliki penggunaan aplikasi yang tinggi, sehingga banyak kreator yang berbagi konten mereka di sana. Salah satu contohnya adalah Shadira Firdausi, yang membagikan ide-ide kreatifnya melalui akun TikTiknya. Gambar 1.1 TikTok Shadirafirdausi 4 Melalui konten yang disajikan oleh akun TikTok @Shadirafirdausi, konten-konten yang diunggah dan dibuat berdasarkan

kategori yang telah dibentuk dan disajikan dengan cara terstruktur. Dalam membuat 5 penelitian ini, konten-konten tersebut akan dianalisis berdasarkan konsep yang tertentu dan diorganisasikan kedalam beberapa bagian yang telah ditetapkan sebelumnya. Dengan demikian penelitian ini akan membahas mengenai Pengemasan Pesan Konten di TikTok. Studi ini akan menggunakan konsep yang terdiri dari ide- ide pendidikan yang menggambarkan cara untuk mengubah barang-barang bekas untuk memiliki tampilan baru. Akun TikTok @Shadirafirdaus adalah salah satu contoh yang menarik dalam penggunaan platform ini untuk tujuan edukasi. Akun ini dikenal dengan kontennya yang informatif dan mendidik, menyajikan berbagai topik mulai dari ilmu pengetahuan, teknologi, hingga tips kehidupan sehari-hari. Popularitas dan dampak dari akun ini menunjukkan bahwa ada strategi tertentu dalam pengemasan pesan yang dapat membuat konten edukasi menarik dan efektif di TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pesan edukasi dikemas dan disampaikan pada akun TikTok @Shadirafirdaus. Melalui penerapan teknik analisis konten kuantitatif, penelitian ini bertujuan untuk menentukan dengan tepat komponen tata graha pesan yang digunakan, seperti penggunaan teks, gambar, musik, dan teknik-teknik visual lainnya. Selain itu, penelitian ini akan mengevaluasi bagaimana elemen-elemen ini berkontribusi terhadap efektivitas penyampaian pesan edukasi. Seperti pada salah satu akun Tiktok @Shadirafirdausi yang memiliki banyak konten edukasi mengenai cara membuat barang-barang bekas menjadi terlihat berbeda pada sebelumnya. seperti pajangan rumah, furnitur rumah, dan Aksesoris. Shadira membuat kontennya mengenai bikin barang estetik. Shadirafirdausi adalah salah satu konten kreator dari Jogja dan sudah pindah menetap di Jakarta yang dikenal dengan konten Kreatifnya. Shadirafirdausi mahasiswa lulusan Universitas Islam Indonesia Jurusan Ilmu Komunika yang menguasai tiga bahasa seperti Italia, Inggris, Indonesia dan Prancis. Shadira pernah mengikuti kompetisi di Italia ia adalah orang satu-satunya dari Negara Indonesia, Shadira mulai menggemari dunia bernyanyi pada sejak usia muda, semakin beranjak dewasa

REPORT #22131321

Shadira semakin berani untuk menunjukkan keberanian dalam bernyanyi. Dunia digital telah membantu Shadira untuk percaya diri dan mimpinya mulai tercapai dari menggunggah konten melalui Instagran dan YouTube, kini Shadirafirdausi lebih sering menggunggah konten di media sosial Tiktoknya. Shadira Firdausi menerima respon yang positif dari video yang dia unggah. Akibatnya, dia memutuskan untuk lebih kreatif dengan membuat konten dengan judul Bikin barang estetik dan beli barang esteti ", serta video lainnya yang tidak diberi nama. Dalam video konten, akun @Shadirafirdausi sering membagikan konten edukasi mengenai cara membuat barang-barang bekas atau tentang hal-hal seperti DIY Do It Yoursel ", dekorasi, aksesoris, sehari dalam hidup saya, cover, dan unboxing . Selain itu, video yang bertujuan untuk mempromosikan konten edukasi dapat disampaikan dengan berbagai cara, seperti membuat video tutorial membuat barang DIY yang memulai dengan mengumpulkan barang yang tidak lagi berguna dan mengubahnya menjadi barang yang baru. Ada banyak video edukasi lainnya di akun Shadirafirdausi. 6 Berdasarkan pada fenomena tersebut peneliti berfokus untuk menganalisis isi pesan pada konten edukasi yang disampaikan pada akun TikTok @Shadirafirdausi dengan unggahan konten dari periode Februari 2023 – Maret 2024. Peneliti menggunakan judul “Pengemasan Pesan Konten Komunikasi Edukasi pada Akun TikTok (Analisis Isi Kuantitatif pada Akun Tiktok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023– Maret 2024)”. Peneliti menggunakan periode tersebut karena melihat dari seberapa melonjak tinggi konten edukasi dibandingkan pada tahun sebelumnya. Menurut (Sayuti, 2014), pengemasan pesan adalah strategi komunikasi yang digunakan untuk mencapai tujuan penyampaian informasi. Komunikator menggunakan teknik ini untuk memastikan pesan tersampaikan dengan jelas. Ada berbagai cara untuk menyampaikan pesan melalui media komunikasi, salah 7 satunya dengan menekankan ide dan nilai kepada audiens yang luas. Dalam proses pengemasan pesan, perhatian khusus diberikan pada pemilihan media dan konten pesan agar seefektif mungkin. Proses pengemasan pesan, yang disebut encoding, dilakukan oleh komunikator. Melalui encoding, pesan disusun dan diubah menjadi bentuk

yang dapat dipahami oleh penerima atau komunikan. Pesan yang telah melalui proses encoding kemudian dikirimkan kepada komunikan. Jika komunikan mampu memahami dan menginterpretasikan isi pesan dengan benar, maka proses komunikasi berhasil. Namun, jika komunikan tidak memahami pesan tersebut, komunikasi bisa menjadi tidak efektif atau terputus. Pengemasan pesan merupakan aspek penting dalam komunikasi, terutama dalam konteks media sosial. Efektivitas sebuah pesan tidak hanya ditentukan oleh kontennya, tetapi juga oleh cara pesan tersebut dikemas dan disampaikan. Pengemasan pesan yang baik dapat meningkatkan daya tarik dan pemahaman audiens, serta mendorong interaksi yang lebih aktif. Dalam konteks komunikasi edukatif di TikTok, pengemasan pesan menjadi lebih kompleks karena harus mempertimbangkan format video pendek, tren visual, dan preferensi audiens yang beragam. Adapun kaitannya Pesan dalam komunikasi edukasi adalah informasi atau pesan-pesan yang disampaikan kepada audiens dengan tujuan untuk mendidik, meningkatkan pemahaman, mengubah sikap, atau merangsang perilaku yang diinginkan. Pesan tersebut harus dirancang secara strategis agar dapat dipahami dan diterima dengan baik oleh target audiens. Hal-hal yang seringkali termasuk dalam pesan komunikasi edukasi meliputi: Informasi yang Akurat: Pesan harus berisi informasi yang benar dan dapat dipercaya untuk memberikan pemahaman yang tepat kepada audiens. Tujuan Edukatif: Pesan harus sesuai dengan tujuan pendidikan atau penyuluhan yang telah ditetapkan, seperti meningkatkan kesadaran akan masalah tertentu atau mendorong perubahan perilaku positif. Kesesuaian Konteks: Pesan harus disesuaikan dengan karakteristik dan kebutuhan audiens serta konteks komunikasi yang relevan. Keterbacaan dan Aksesibilitas: Pesan harus dirancang agar mudah dipahami dan diakses oleh audiens target, termasuk menggunakan bahasa yang sesuai dan tidak teknis jika diperlukan. Kreativitas dan Daya Tarik: Pesan dapat menggunakan kreativitas dan daya tarik visual atau naratif untuk menarik perhatian audiens dan meningkatkan daya ingat pesan tersebut. Dengan memperhatikan elemen-elemen ini, pesan komunikasi edukasi dapat menjadi alat yang

efektif dalam membawa perubahan positif dalam masyarakat atau kelompok tertentu. (Menurut Menurut Rogers, 2019) Komunikasi edukasi adalah proses komunikasi yang sengaja dirancang untuk mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku dari sasaran populasi tertentu " Sesuai Kamus Indonesia, istilah "konten " berkaitan dengan desain dan organisasi informasi yang ditampilkan di halaman web . 1

Konten mengacu pada informasi yang mudah diakses melalui berbagai media atau perangkat seluler. 1 2 Selain itu, dalam ranah media, konten mencakup beragam materi dalam lanskap teknologi saat ini, termasuk tetapi tidak terbatas pada blog, wiki, forum, gambar digital, video, file audio, iklan, dan berbagai bentuk konten media lainnya yang dihasilkan dan dibagikan oleh pengguna platform atau layanan online. 8 Menurut (Rulli Nasrullah, 2020), meskipun orang dapat melihat beberapa karakteristik media online, media sosial memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dari berbagai jenis media online lainnya. Media sosial memiliki batasan dan fitur unik yang membedakannya dari media online lainnya. 3 Salah satu perbedaan adalah bahwa media sosial berkembang dari pemahaman tentang bagaimana mereka digunakan sebagai alat sosial di dunia virtual. Seiring perkembangan zaman, media sosial semakin memiliki banyak manfaat yang dapat dimanfaatkan oleh seseorang, seperti memberikan ide kreatif tentang hal-hal yang sering terjadi dan bukan hanya berkomunikasi dan berinteraksi. Spesifik, bagaimana Shadira Firdausi 9 menggunakan media TikTok untuk menyampaikan pesan edukasi yang sangat membantu dalam mencari informasi. Penulis telah melakukan penelitian berdasarkan penelitian sebelumnya berjudul "Analisis Isi kualitatif Pesan Edukasi Positive Discipline Parenting Pada Media Sosial Instagram @Goodenoughparents.Id" yang ditulis oleh Noerazrie Imania Putri dari Universitas Pembangunan Nasional "Veteran Jawa Timur. Dalam penelitian ini, pemanfaatan teori dan konsep, khususnya pesan pendidikan, telah diamati. Tujuan utama penelitian ini adalah untuk mengkaji substansi pesan pendidikan parenting disiplin positif di platform media sosial Instagram, di bawah pegangan @goodenoughparents .id. Melalui penerapan metode analisis konten kuantitatif, menggabungkan teori media baru dan

konsep-konsep fundamental, temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pesan pendidikan dalam akun @goodenoughparents id sebagian besar informatif. In i lebih lanjut didukung oleh identifikasi empat kategori unggahan yang berbeda dalam subkategori informasi dan respons yang terkait dengan konsep yang mendasarinya. Studi ini menyoroti perspektif presenter dalam menawarkan panduan tentang pilihan bahasa yang tepat selama interaksi dengan anak -anak, yang bertujuan untuk meningkatkan tingkat dukungan dan keintiman antara orang tua dan keturunan mereka. Oleh karena itu penulis membaca mengenai penelitian yang memiliki judul Penggunaan Media Sosial untuk Pesan Edukasi Terkait Karir dan Pekerjaan yang ditulis oleh (Jewel Mardatillah Binuri, Dian Widya Putri pada tahun, 2024). Dari penelitian ini menggunakan konsep dan teori mengenai pesan edukasi, media sosial, dan TikTok. Metode penelitian kualitatif, dalam hubungannya dengan metode analisis konten, telah digunakan dalam penelitian ini. Hasil dari penelitian ini merupakan berkaitan dengan pesan edukasi terkait karir dan pekerjaan, khususnya unggahan dengan tema tips wawancara kerja. Penelitian ini akan meneliti tentang uraian secara rinci bagaimana isi pesan pada unggahan tersebut dikemas, misalnya adakah penggunaan komunikasi non-verbal pada konten tersebut. 11 Paradigma pada penelitian ini adalah paradigma konstruktivisme, karena peneliti percaya bahwa tidak ada kebenaran atau realitas yang sifatnya tunggal. Metode penelitian yang peneliti ambil adalah dengan menggunakan metode penelitian kualitatif karena peneliti lebih menekankan pada langkah analisisnya, dalam hal ini menganalisis obyek penelitian yang berupa tanda-tanda yang digunakan dalam video - video unggahan pada akun TikTok @Vmiuliana. pada penelitian terdahulu ini, peneliti tertarik pada konten-konten yang dibuat oleh akun TikTok milik @Shadirafirdausi dalam menginformasikan mengenai pesan edukasi . Pada akun TikTok milik @Shadirafirdausi fokus pada edukasi pembelajaran keterampilan. Dengan adanya media sosial TikTok @Shadirafirdausi meliha t bahwa terdapat peluang dari media sosial pada era ini. Media sosial disini dimanfaatkan untuk menginformasikan pesan edukasi. Studi ini



bertujuan untuk mengeksplorasi alasan di balik deskripsi dilator dan penerapannya dalam menyampaikan konten pendidikan di platform TikTok @Shadirafirdausi. Peneliti menggunakan akun TikTok @Shadirafirdausi sebagai objek dari 1 penelitian. Peneliti menggunakan data periode Februari 2023 – Maret 2024. Peneliti juga menganalisis isi kuantitatif untuk mengetahui adanya kategori, sifat pesan, tema pesan, bentuk konten, jenis konten, dan pesan edukasi.

1.1.2 Rumusan Masalah Rumusan masalah yang ingin diangkat oleh peneliti adalah **5 "Bagaimana Isi Pesan Konten Edukasi yang Diberikan Pada Akun TikTok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023–Maret 2024 ,** berdasarkan latar belakang di atas. Agar lebih jelas, beberapa pertanyaan akan diuraikan sebagai berikut: 1. Bagaimana sifat pesan konten edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023– Maret 2024? 2 . Bagaimana bentuk pesan konten edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023– Maret 2024? 3. Bagaimana tema pesan konten edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023– Maret 2024? 4. Bagaimana jenis konten edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi periode Februari 2023 – Maret 2024? 5. Bagaimana pesan edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi periode Februari 2023 – Maret 2024?

1.3 Tujuan Penelitian Tujuan dari penelitian ini, yaitu berdasarkan pada latar belakang dan rumusan masalah di atas, yaitu untuk "mengetahui isi pesan edukasi yang diberikan pada akun TikTok @Shadirafirdausi dari Februari 2023 hingga Maret 2024. 1. Menjelaskan sifat pesan konten edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023 - Maret 2024. 2. Menjelaskan bentuk konten edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023 - Maret 2024. 3. Menjelaskan tema pesan edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023 - Maret 2024. 4. Menjelaskan jenis konten edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi Periode Februari 2023 – Maret 2024. 5. Menjelaskan pesan edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi periode Februari 2023 – Maret 2024.

1.4 Manfaat Penelitian 1.4.1 Manfaat Akademis Pada Penelitian ini diharapkan dapat menjadikan salah satu referensi untuk memperlihatkan gambaran mengenai

edukasi cara untuk membuat barang bekas menjadi terlihat baru yang ada dalam akun TikTok milik @Shadirafirdausi. Dari penelitian ini pembaca dapat melihat gambaran mengenai konten edukasi yang terlihat dari sifat pesan, bentuk konten, tema pesan, jenis konten, pesan edukasi. Selain itu harapan dari peneliti ini menjadi sebuah bahan untuk perbandingan bagi 12 penelitian berikutnya. 13 1.4.2 Manfaat Praktis Penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk salah satu penyuluhan informatif dan juga sumber edukasi bagi para audiens untuk mengetahui gambaran mengenai konten edukasi cara membuat barang bekas menjadi baru yang ada pada akun TikTok milik @Shadirafirdausi. Gambaran tersebut dapat dilihat dari sifat pesan, bentuk konten, tema pesan, jenis konten, dan pesan edukasi TikTok @Shadirafirdausi. 6 14 BAB II TINJAUAN PUSTAKA 2.1

Penelitian Terdahulu Peneliti telah mencari judul penelitian sebelumnya yang sebanding dengan judul penelitian saat ini, yaitu edukasi, yang membahas konten edukasi.

Penelitian sebelumnya membantu peneliti menggunakan hasil penelitian mereka sebagai referensi dan meningkatkan pemahaman mereka tentang konsep dan teori yang sudah ada. 16 Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu Judul |

Penulisan | Nama | Tahun Afiliasi Universi tas Metod e Peneliti an

Kesimpulan Saran Perbedaan 1 13 NOERAZRIE IMANIA PUTRI, ANALISIS ISI

KUALITATIF PESAN EDUKASI POSITIVE DISCIPLINE PARENTING PADA MEDIA SOSIAL

INSTAGRAM @GOODENOUGH PARENTS ID |Noerazrie Imania Putri |2022. Universitas

Pembanguna n Nasional “Veteran” Jawa Timur Metod e Peneliti an Kualita

t if Hasil penelitian ini telah mengungkapkan bahwa cara pesan

pendidikan disajikan dalam akun @goodenoughpar ents id bersifat informatif.

Empat kategori unggahan yang berbeda telah diidentifikasi di bawah

subkategori informasi dan subkategori respons, dengan fokus pada pendekatan

disiplin positif yang dianjurkan oleh Joan E. Durrant. Secara khusus,

ada penekanan penting pada kategori yang berkembang, yang menggali

pemahaman proses kognitif dan emosional anak-anak. Ini termasuk

diskusi tentang tantangan orang tua yang timbul dari transformasi

fisik anak-anak di samping perkembangan otak mereka. Selain itu,

kategori berkaitan dengan komunikasi dan kerja sama menggarisbawahi pentingnya menumbuhkan kehangatan dan struktur. Nasihat yang diberikan mendorong pilihan kata yang cermat ketika 15 Penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana pesan edukasi ini dapat diterima dan merespon kebutuhan sosial terutama dalam menghadapi tantangan. Temuan para peneliti membangun korelasi antara latar belakang pengasuhan sosial dan media, mempromosikan kesejahteraan fisik dan kelangsungan hidup, menumbuhkan keterampilan perilaku untuk otonomi keuangan, dan memberikan nilai-nilai budaya seperti etika, status, dan kesuksesan. Perbedaan penelitian ini terletak pada fokus penelitian. Selain itu metode penelitiannya pun juga berbeda, penelitian ini menggunakan kualitatif dengan analisis isi. berinteraksi dengan 16 Judul | Penulisan | Nama | Tahun Afiliasi Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Saran Perbedaan anak-anak, yang bertujuan untuk meningkatkan dukungan dan keintiman dalam hubungan orang tua-anak. 8 2. Pesan Edukasi

Kecantikan melalui Video YouTube (Analisis Isi Kualitatif Video tentang Sunscreen di Kanal YouTube Beauty Influencer Liah Yoo) | Puput Kurniasari Satria | 2023 3.

Penggunaan Media Sosial untuk Pesan Universitas

Gadja Mada Universitas Tarumanegara Jakarta Metode Kualitatif Metode Kualitatif 17 Penelitian ini difokuskan pada pemeriksaan metode yang digunakan oleh Liah Yoo dalam menyampaikan pesan pendidikan kecantikan terkait tabir surya melalui konten videonya. Melalui pemanfaatan teknik analisis konten kualitatif, dua video khusus yang menampilkan Liah Yoo diteliti dengan cermat untuk mengidentifikasi komponen kunci dari pesan pendidikan yang disampaikan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Liah Yoo menggunakan beragam pendekatan dan format untuk mengkomunikasikan pesan pendidikan kecantikan, yang tidak hanya melayani tujuan pendidikan kecantikan tetapi juga menunjukkan penggabungan strategi komunikasi kesehatan ke dalam komunikasi sains. Elemen dominan yang diamati dalam video Liah Yoo termasuk penjelasan ilmiah, sudut pandang pribadi, pernyataan persuasif, dan kutipan teks. membagikan pesan-pesan



REPORT #22131321

dengan format Penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana pesan edukasi untuk kecantikan Pengguna an media sosial bisa menjadi Perbedaan penelitian ini adalah fokusnya lebih pada pengaruh kecantikan. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan penelitian kuantitatif untuk menilai pengaruh kecantikan secara keseluruhan terhadap beauty influencer. Perbedaan dengan penelitian ini 18 Judul | Penulisan | Nama | Tahun Afiliasi Universitas Metode Penelitian Kesimpulan Saran Perbedaan Edukasi Terkait Karir dan Pekerjaan | Jewel Mardatillah Binuri, Dian Widya Putri | 2024 visual berupa video singkat yang mampu membawa pesan berupa kata-kata/kalimat yang disampaikan oleh komunikator, yang menyampaiannya dengan intonasi suara maupun gesture tertentu sehingga sangat kuat dalam mengarahkan persepsi para penerima pesan serta memperkuat pengaruh komunikasi pada para penerima pesan tersebut. Salah satu akun TikTok, yaitu @Vmulliana, yang sering mengunggah konten-konten audio-visual yang berisi pesan-pesan edukasi berupa tips-tips maupun informasi umum terkait karir dan pekerjaan, terutama penting adalah tips wawancara kerja yang membantu pencari kerja dalam mencari pekerjaan. Penelitian dilakukan untuk menganalisis sifat konten video pendidikan terkait tips wawancara kerja dikemas pada unggahan-unggahan video pada akun TikTok @Vmulliana tersebut. 19 salah satu opsi untuk menerima informasi mengenai edukasi pekerjaan. adalah fokusnya karena lebih fokus pada edukasi mengenai karir dan pekerjaan, lalu metode penelitian ini memakai kualitatif. Sumber: Olahan Peneliti Dalam tiga penelitian sebelumnya, variasi dan kesamaan telah diidentifikasi. 21 Studi yang dilakukan oleh Noerazrie Imania Putri, berjudul 4 “Analisis Isi Kualitatif Pesan Edukasi Positive Discipline Parenting Pada Media Sosial Instagram @Goodenoughparents Id , menggunakan metode penelitian kualitatif untuk menganalisis isi pesan pendidikan di media sosial, berbeda dengan penelitian sebelumnya yang

juga 2 menggunakan teknik analisis data. Hasil dari penelitian ini adalah peneliti telah melakukan proses menggunakan analisis isi untuk melihat bagaimana pesan edukasi yang telah disampaikan oleh akun Instagram @Goodenoughparents.Id. Selain itu, ada perbedaan dalam salah satu konsep yang digunakan dalam studi sebelumnya, di mana pemanfaatan konsep pesan pendidikan berbeda dari penerapannya dalam penelitian ini. Kontras lain diamati dalam pemanfaatan platform media, dengan penelitian menekankan Instagram sebagai media utama. Studi sebelum yang terbaru ditulis oleh Binuri, Dian Widya Putri dan berjudul “Pesan Pendidikan Kecantikan melalui Video YouTube (Pesan Edukasi Kecantikan melalui Video YouTube (Analisis Isi Kualitatif Video tentang Sunscreen di Kanal YouTube Beauty Influencer Liah Yoo) . Penelitian sebelumnya berkonsentrasi pada pesan-pesan pendidikan dalam ranah kecantikan, sedangkan penelitian ini menggali cara pesan-pesan ini disajikan. Studi ini menggunakan pendekatan penelitian kualitatif. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Liah Yoo secara efektif mengkomunikasikan konsep pendidikan kecantikan melalui berbagai metode dan media, semakin memperkuat pentingnya pendidikan kecantikan. Upaya penelitian ini berusaha untuk memeriksa strategi yang digunakan oleh Liah Yoo dalam menyampaikan pesan pendidikan kecantikan yang berkaitan dengan tabir surya dalam konten videonya. Selain itu, sementara penelitian sebelumnya berpusat pada platform YouTube, penelitian ini mengalihkan fokusnya ke platform media sosial lain, khususnya TikTok. Penelitian terdahulu yang ketiga ialah berjudul “Penggunaan Media Sosial untuk Pesan Edukasi Terkait Karir dan Pekerjaan , Jewel Mardatillah Binuri, Dian Widya Putri Dalam penelitian ini berfokus pada unggahan video pada akun TikTok @Vmuliana yang berkaitan dengan pesan edukasi terkait karir dan pekerjaan, khususnya unggahan dengan tema tips wawancara kerja. Penelitian ini akan meneliti tentang uraian secara rinci bagaimana isi pesan pada unggahan tersebut dikemas, misalnya adakah penggunaan komunikasi non-verbal pada konten. Pendekatan penelitian yang dipilih untuk penelitian ini melibatkan pemanfaatan metode penelitian kualitatif, mengingat penekanannya pada proses analitis. Selain itu,

sementara penelitian sebelumnya berpusat di sekitar media sosial TikTok @Vmuliana, penelitian saat ini difokuskan pada pemeriksaan media sosial TikTok @Shadirafirdausi. Pada sub bab kerangka teori ini penulis akan memberikan mengenai penjelasan mengenai teori yang berhubungan dengan judul penelitian yang telah disusun oleh peneliti sebelumnya. Beberapa jurnal dari penelitian yang telah diambil oleh penulis, tidak terdapat penelitian yang sama dengan penelitian yang sedang disusun oleh penulis. Tetapi pada jurnal penelitian diatas masih relevan dengan judul yang telah disusun oleh penulis. Sehingga penulis dapat menjadikannya acuan sebagai referensi dalam menyusun penelitian ini.

## 2.2 Teori dan Konsep

### 2.2.1 Komunikasi dan Media Baru

21 Mengacu pada publikasi berjudul Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Saring Sebelum (Sharing, 2021) yang ditulis oleh Rahmanita Ginting dan rekan-rekannya, konsep media baru dijelaskan sebagai platform yang memanfaatkan teknologi Internet tersedia secara online. Platform semacam itu terkenal karena fleksibilitasnya, potensi interaksi, dan kemampuannya untuk melayani penggunaan pribadi dan publik. (Meifitri & Susanto, 2021), media baru adalah perubahan dari media lama yang berubah dan beradaptasi ke dalam rangkaian yang disebut "mediamorphosis". Khalayak dapat lebih mudah menemukan dan mengakses informasi yang tidak tersedia melalui media konvensional karena beralihnya media tradisional menjadi media online atau media online dalam jaringan. Media online juga menawarkan khalayak akses ke sumber daya yang dapat diakses melalui perangkat mobile. Media baru telah menjadi bagian penting dari kehidupan para kaum muda. Sangat dibutuhkan untuk membantu mereka berkomunikasi dengan teman dan keluarga mereka. Pada usia muda, membangun hubungan sosial dengan orang lain adalah sesuatu yang menyenangkan karena mereka belum merasa memiliki tanggung jawab untuk bekerja. Komunikasi adalah tindakan yang dilakukan oleh satu atau lebih individu, yang melibatkan pengiriman dan penerimaan pesan. Suara, atau gangguan, dapat mengubah pesan dan memengaruhi kejadian tertentu. Dalam proses ini, ada kemungkinan untuk memberikan umpan balik.

Komunikasi juga merupakan aktivitas manusia untuk memahami satu sama lain dan memahami pesan yang disampaikan antara pengirim dan penerima. Tujuan akhir dari komunikasi adalah untuk menghasilkan dampak. Terus berlangsungnya komunikasi bergantung pada kemampuan untuk memahami makna yang sama dalam percakapan atau penyampaian makna yang sama mengacu pada bahasa yang digunakan dalam penyampaian pesan. Ketika seseorang terlibat dalam komunikasi, mereka tidak hanya merespons apa yang secara harfiah dikatakan oleh pihak lain, tetapi juga bagaimana mereka mengartikan pesan tersebut. Ini berarti bahwa tindakan dan reaksi yang terjadi dalam komunikasi dipengaruhi oleh cara individu tersebut memahami pesan yang disampaikan, bukan hanya kata-kata yang sebenarnya diucapkan. Oleh karena itu, dalam beberapa kasus, orang yang berbeda dapat memberikan tanggapan yang berbeda terhadap pesan yang sama, karena mereka mungkin memiliki interpretasi yang berbeda terhadap pesan tersebut. Studi ini menggunakan konsep komunikasi media baru sebagai platform komprehensif untuk menyampaikan pesan pendidikan yang berasal dari konten akun TikTok Shadira Firdausi. Setiap kontennya yaitu memperlihatkan terkait cara membuat dan mengajak untuk membuat atau melakukan kegiatan kreatif di rumah. Karena keselarasan konsep ini dengan konten di akun TikTok @Shadirafurdausi, yang berfungsi sebagai titik fokus bagi para peneliti, dianggap bahwa konsep ini selaras dengan penelitian yang sedang berlangsung.

### 2.2.2 Pesan

Pesan adalah komponen dalam proses komunikasi yang melibatkan penggabungan pikiran dan emosi individu yang diekspresikan melalui simbol, bahasa, atau bentuk representasi lain kepada individu lain. Pesan juga dapat dianggap sebagai deklarasi yang diartikulasikan dalam bentuk simbolis yang mengandung signifikansi yang melekat (Suryanto, 2015). Setiap jenis pesan komunikasi, seperti pidato, berita, atau informasi, terdiri dari beberapa elemen pembentuk pesan itu sendiri. Peneliti dapat mengkaji dan melakukan riset untuk menemukan elemen-elemen apa saja yang efektif dan mengidentifikasi apa yang terkandung dalam pesan tersebut.

23 Dalam penelitian ini yang menjadi riset

merupakan isi pesan, maka dari itu metode yang digunakan adalah analisis ini. Setiap pesan yang terdiri dari elemen di bawah ini, yang merupakan kategorisasi yang bisa digunakan untuk didalam isi pesannya. Menurut Liliweri pesan merupakan gagasan, perasaan, atau pikiran yang berubah. Dalam penelitian ini, para peneliti telah menerapkan konsep pesan yang terdiri dari struktur pesan, daya tarik pesan, atau kandungan pesan untuk menentukan kategori dari setiap konten yang telah dibagikan pada akun TikTok milik @Shadirafirdausi. Konsep ini dirasa sesuai dan dapat dikatakan relevan pada penelitian ini. Konsep ini dengan demikian digunakan untuk mengatasi perumusan masalah yang dihadapi terapis dalam penelitian ini.

### 2.4.2.3 Pengemasan Pesan Effendy, seperti dikutip dalam (Rastama, 2018), menyarankan bahwa pengemasan pesan berfungsi sebagai sarana untuk mencapai tujuan dengan menyajikan pesan dengan cara yang dapat dipahami oleh komunikator. Oleh karena itu, penting bagi komunikator untuk mengemas pesan dengan terampil untuk memastikan komunikasi yang sukses. Proses kognitif dan keterampilan linguistik yang digunakan oleh komunikator disebut sebagai pengkodean. Hasil dari pengkodean ini adalah pesan yang ditransmisikan melalui media yang dipilih. Ketika komunikator memahami pesan atau ide, proses komunikasi dianggap telah terjadi. Pengemasan pesan memainkan peran penting dalam strategi komunikasi yang dirancang untuk memastikan komunikator dapat secara efektif memahami pesan yang disampaikan. Dalam kerangka ini, pengkodean pesan oleh komunikator sangat penting. Pengkodean melibatkan konversi konsep atau pemikiran menjadi simbol atau bahasa yang dapat dipahami oleh penerima pesan (Rastama, 2018). Proses pengemasan pesan harus memperhatikan sifat dan tema pesan yang ingin disampaikan. Ini berarti komunikator perlu memilih kata-kata, simbol, dan bahasa yang sesuai dengan audiens serta mencerminkan pesan yang ingin disampaikan secara akurat. Selain itu, konteks komunikasi juga harus dipertimbangkan. dipertimbangkan untuk memastikan bahwa pesan disampaikan dengan tepat dan efektif. Penting juga diingat bahwa pengemasan pesan tidak hanya mencakup



aspek verbal, tetapi juga non-verbal. **10** Bahasa tubuh, intonasi suara, ekspresi wajah, dan elemen-elemen non-verbal lainnya juga berperan penting dalam mempengaruhi pemahaman dan interpretasi pesan oleh komunikan. Dalam bidang pengemasan pesan, sangat penting untuk menggambarkan esensi dan tema yang mendasari pesan yang ditujukan untuk komunikasi kepada audiens, selaras dengan hasil yang diinginkan. Akibatnya, menguasai seni mengemas pesan yang dimaksudkan seseorang memiliki arti penting.

#### 2.2.4 Pesan Edukasi

Menurut (Salshabila, D.N., 2022), Effendy menguraikan gagasan bahwa pesan dapat dianggap sebagai kompilasi lambang atau simbol yang membawa makna tertentu. Lambang atau simbol ini mencakup bahasa, warna, gambar, gerakan, atau indikator lain yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari sumber informasi ke penerima. Bahasa menonjol sebagai salah satu simbol yang paling sering digunakan dalam komunikasi, memungkinkan pertukaran pikiran, emosi, konsep, dan informasi yang efektif dan efisien di antara individu atau kelompok. Baik tertulis, lisan, atau disampaikan melalui gerakan, bahasa memainkan peran penting dalam memfasilitasi komunikasi. Namun, penting untuk diingat bahwa bahasa dapat berdampak pada bagaimana pesan ditafsirkan dan dipahami. Bahasa datang dengan nuansa, konteks, dan konotasi budaya yang terkait dengan penggunaannya. Oleh karena itu, penting bagi penerima informasi untuk memahami konteks dan seluk-beluk bahasa yang digunakan oleh sumber informasi untuk memahami pesan secara akurat. Pendidikan merupakan proses pembelajaran yang bertujuan untuk memelihara potensi diri peserta didik dan menyadari potensi itu. Pendidikan bertujuan untuk menumbuhkan dan meningkatkan kepribadian, kecerdasan, dan menanamkan kemampuan pada peserta atau pengamat untuk mengatur diri mereka sendiri dan memperoleh kompetensi. Istilah pendidikan, yang secara luas diakui sebagai upaya individu yang lebih berpengalaman dan terampil, untuk memimpin individu yang tidak berpengalaman menuju kedewasaan, identik dengan pendidikan. (M.J. Langeveld di Kusniyati, Harni & Sitanggang, Nicky S.P., 2016) menguraikan konsep bahwa pendidikan berfungsi sebagai sarana untuk mendukung anak-anak dalam

menjalankan tugas hidup 26 mereka, sehingga memungkinkan mereka untuk meningkatkan kemandirian dan akuntabilitas moral mereka. Inti dari pendidikan terletak pada perjuangan menuju otonomi dan akuntabilitas. Pesan edukasi adalah jenis pesan edukatif yang mendorong individu untuk belajar melalui praktik langsung dan eksperimen mandiri. Pendekatan ini bertujuan untuk mengembangkan keterampilan praktis, kreativitas, dan pemecahan masalah melalui aktivitas yang dilakukan sendiri. Pesan edukasi dapat mencakup berbagai topik, mulai dari membuat sebuah barang, kerajinan tangan, perbaikan rumah, hingga Aksesoris. Pesan pendidikan, seperti yang disarankan oleh Potter dan Perry, dapat dilihat sebagai metode interaktif untuk menyampaikan pesan yang merangsang proses pembelajaran. Pendekatan ini bertujuan untuk memfasilitasi perolehan pengetahuan baru, membentuk sikap dan keterampilan dengan memperkuat pengalaman spesifik (Ihsani & Santoso, 2020). Pesan edukasi ini dapat digunakan untuk memotivasi dan mendukung individu dalam proses belajar mandiri. Dengan pendekatan ini, mereka dapat meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan rasa percaya diri melalui pengalaman langsung dan kreatif. Dalam kategori pesan edukasi di TikTok, terdapat pesan edukasi yang dilihat pada penyajian isi konten yang telah di gambarkan pada konten video milik @Shadirafirdausi yaitu sebagai berikut:

1. Interaktif Interaktif adalah pesan yang disusun untuk melibatkan penerima secara aktif melalui partisipasi, respons, atau interaksi langsung. Pesan ini bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan dan memberikan pengalaman yang lebih personal. Contoh dari interaktif yaitu survey atau poling, feedback langsung, kuis.
2. Mendorong Pembelajaran Mendorong pembelajarang adalah informasi atau instruksi yang dirancang untuk memotivasi individu agar belajar melalui praktik langsung dan eksperimen mandiri. Pendekatan DIY dalam pembelajaran menekankan pentingnya pengalaman langsung, kreativitas.
3. Membentuk Sikap Menurut (Ajzen, 2020) Membentuk sikap adalah proses yang melibatkan perubahan atau pengembangan persepsi, pandangan, dan respons emosional seseorang terhadap objek, ide, orang, atau situasi tertentu. Sikap dapat dipengaruhi oleh berbagai

faktor, termasuk pengalaman pribadi, interaksi sosial, media, dan pendidikan. 4. Menguatkan Pengalaman Pesan edukasi penguatan pengalaman adalah komunikasi atau informasi yang dirancang untuk memperkuat dan memperkaya pengalaman belajar seseorang melalui pembelajaran praktis dan langsung. Pesan ini bertujuan untuk memberikan dukungan, motivasi, dan pengetahuan yang relevan untuk membantu individu memanfaatkan pengalaman mereka sebaik mungkin. 27 Peneliti menggunakan konsep ini karena pesan pendidikan berfungsi sebagai elemen penting yang diperlukan oleh peneliti untuk memeriksa pesan di akun TikTok milik @Shadirafirdausi. Akun ini mengirimkan pesan yang dapat diambil untuk memberikan referensi pesan edukasi terbaru, seperti membuat barang estetik, membeli barang estetik, dan menghiasi kamar, antara lain. 28

#### 2.2.4.1 Sifat Pesan Berdasarkan temuan (A.W. Widjaja dan M. Arisyk Wahab di Sasongko, A.D., 2017), dapat diamati bahwa pesan tersebut menunjukkan ciri-ciri sebagai berikut:

1. Informatif Pesan informatif memiliki kemampuan untuk menawarkan informasi mengenai fakta dan data tanpa niat untuk mempengaruhi keputusan atau tindakan penerima. Pesan semacam itu dicirikan oleh objektivitas dan ketidakberpihakan, berkontribusi pada pemahaman yang lebih jelas tentang topik atau masalah tertentu.
2. Persuasif Ini akan berhenti untuk menyampaikan ajakan atau bujukan yang bertujuan untuk memberi tahu dan memahami penerima pesan sehingga mereka sadar dan memiliki keinginan untuk berubah. Selain itu, pesan persuasif biasanya disampaikan dengan cara yang tidak memaksa, memberikan penerima pesan kesempatan untuk berpikir dan membuat keputusan sendiri.
3. Koersif Penyampaian pesan dengan nada koersif, ditambah dengan penerapan metode penyampaian sanksi yang mapan, dapat dilihat sebagai bentuk agitasi yang bertujuan menanamkan rasa tekanan batin dan kekhawatiran di antara penduduk. Koherensi dipertahankan melalui penerbitan arahan dan panduan untuk menyampaikan tujuan tertentu (Widjaja & Wahab, 1987).

#### 2.2.4.2 Tema Pesan

Di ranah tema pesan di TikTok, berbagai tema diamati sesuai dengan bagaimana konten disajikan melalui video dan gambar. Di dalam konten

@Shadirafirdausi, ada beberapa tema pesan : 1. Pajangan Rumah Pajangan rumah adalah berbagai jenis objek atau dekorasi yang digunakan untuk menghias dan memperindah tampilan interior rumah. Pajangan ini bisa berupa benda seni, seperti lukisan, patung, atau kerajinan tangan, serta barang-barang dekoratif lainnya, seperti vas bunga, bingkai foto, lilin, atau cermin. Pajangan rumah bertujuan untuk menciptakan suasana yang menyenangkan dan estetis di dalam rumah, serta mencerminkan kepribadian dan selera pemilik rumah (Dwi S. Riyanti, 2019). Contoh bentuk pajangan ruman yaitu, lukisan atau poster yang digantung pada dinding, tanaman hias dalam pot yang diletakan di sudut ruangan, dan karpet atau permadani yang ditempatkan di lantai. 2. Furnitur Rumah Furnitur rumah adalah perabot yang dirancang untuk mendukung aktivitas 29 dalam rumah serta memberikan kenyamanan dan keindahan. Ia menekankan pentingnya pemilihan furnitur yang sesuai dengan kebutuhan dan gaya hidup penghuninya, serta memastikan bahwa furnitur tersebut dapat berfungsi secara optimal di dalam ruangan (Dwi S. Riyanti, 2019). Contoh bentuk dari furnitur rumah kursi Perabot untuk duduk, tersedia dalam berbagai jenis seperti kursi makan, kursi kerja, atau kursi santai, rak Digunakan untuk 3 menempatkan buku, dekorasi, atau barang-barang lainnya. Bisa berupa rak dinding atau rak berdiri, dan meja rias Meja yang digunakan untuk berhias, biasanya dilengkapi dengan cermin dan laci penyimpanan. 3. Aksesori Elektronik dan Fashion Aksesori adalah komponen tambahan yang dirancang untuk meningkatkan fungsionalitas dan estetika produk utama. Ia menyoroti bahwa dalam desain produk teknologi, aksesori seperti casing ponsel, stand laptop, dan earphone tidak hanya melindungi perangkat tetapi juga memberikan nilai tambah dalam penggunaan sehari-hari (Andre P. Siregar, 2020). Dalam penelitian ini, pemanfaatan pendekatan mengenai cara pesan disajikan pada akun TikTok milik @Shadirafirdausi adalah titik fokus. Pilihan ini dibuat untuk memeriksa esensi dan subjek pesan yang dimaksudkan untuk komunikasi. 2.2.5 Media Sosial Media sosial atau yang biasa di sebut medsos adalah media online yang bisa

di bilang baru dengan fitur-fitur yang memudahkan kegiatan manusia, dari membagi informasi, membuat karya, menambah wawasan dan sebagainya. Selain itu, media sosial menjadi media komunikasi kita dengan orang lain secara mudahnya melalui pesan, telfon, dan facetime sehingga membantu manusia melakukan interaksi dengan jarak yang tak terbatas. Media sosial juga berfungsi untuk kebutuhan bisnis seperti digital marketing, endorsement dan media sosial activation . (Mieke dan Young, 2015) menjelaskan ialah media sosial adalah konvergensi anantara komunikasi personal yang merupakan individu dapat saling berbagai (untuk dibagikan di satu platform ) dan platform publik, di mana siapa pun dapat mengaksesnya tanpa mengungkapkan informasi pribadi apa pun. Menurut Michael Haenlein dan Andrean Kaplan, dipahami bahwa istilah “media sosial ” berkaitan dengan pengelompokan aplikasi online yang telah dibuat berdasarkan prinsip dan alat gerakan Web 2.. Peneliti menggunakan ide ini karena media sosial merupakan komponen penting untuk menganalisis pesan akun TikTok @Shadirafirdausi. Akun ini mengirimkan pesan yang dapat diambil untuk memberikan referensi ide kreatif terbaru, seperti membuat barang estetik, membeli barang estetik, dan menghiasi kamar, antara lain.

2.2.5.1 Karakteristik Media Sosial Sesuai temuan (Nasrullah, 2017), berbagai karakteristik dapat diamati di platform media sosial: 1. Jaringan Koneksi perangkat keras ke berbagai perangkat difasilitasi oleh jaringan. Referensi dari (Joost Van Loon, 2006) dan (Nasrullah, 2017) menunjukkan bahwa memasukkan istilah “jaringan” ke dalam ranah konsep teoritis menimbulkan 31 tantangan. Perkembangan ini terjadi karena evolusi istilah dalam berbagai bidang termasuk antropologi, sosiologi, humaniora, dan ilmu sosial lainnya, dan tidak lagi mewakili istilah dan teknologi informasi tertentu. Media sosial memberi orang kesempatan untuk membentuk jaringan. Pada akhirnya, sebuah komunitas atau masyarakat akan terbentuk dari jaringan pengguna satu sama lain. Baik secara sadar maupun tidak sadar, nilai-nilai masyarakat muncul dalam masyarakat, menurut teori sosial. 32 2. Informasi Sangat penting untuk membangun kehadiran

di media sosial. Perbedaan media sosial dari platform online lainnya patut diperhatikan karena pengguna dapat membuat konten, membuat konten, dan berinteraksi berdasarkan informasi. Pengguna media sosial mengonsumsi informasi. Produksi dan distribusi komponen ini biasanya dilakukan oleh pengguna sendiri. Gagasan tentang masyarakat berjejaring mungkin muncul, baik secara sadar atau tidak sadar, dari setiap aktivitas pengguna karena setiap tindakan dapat menciptakan jaringan. 3. Arsip Arsip pada dasarnya adalah repositori informasi dan data berharga yang tersedia untuk dilihat dan diambil. Menurut (Nasrullah, 2017), pengguna media sosial memiliki kemampuan untuk menyimpan dan mengakses data mereka kapan pun mereka mau. Sebagai contoh, video pendek yang diunggah di media sosial TikTok tidak akan hilang secara instan setelah beberapa hari, bulan, atau tahun. 4. Interaksi Pembentukan sistem di mana beragam pengguna berkolaborasi secara harmonis sangat penting. Sangat penting bahwa jaringan ini memfasilitasi interaksi pengguna dan mendorong pertumbuhan hubungan dengan teman atau pengikut online. 5. Simulasi Sosial Adalah cara pengguna berinteraksi satu sama lain melalui antar muka. Menurut (Nasrullah, 2017), Bau Drillard menjelaskan simulasi sebagai berikut: imajinasi yang disajikan media secara teratur menyebabkan kesadaran khalayak tentang sesuatu yang sebenarnya semakin berkurang dan terganti dengan realitas semu. 6. Konten oleh Pengguna Distribusi konten di media sosial ditentukan oleh masukan pengguna atau pemilik akun, menampilkan kepemilikan penuh dan penyebaran konten. Selain itu, media sosial memainkan peran dalam mempromosikan demokratisasi informasi dan pengetahuan dengan mengalihkan keterlibatan audiens dari mengonsumsi konten ke memproduksinya. Di dunia sekarang ini, individu mengandalkan media untuk memenuhi banyak kebutuhan, seperti mengumpulkan pengetahuan dan bersenang-senang. Mengacu pada (An Drian et al, 2021) 2.2.5.2 Tiktok Tiktok merupakan salah satu dari media sosial selain instagram, facebook, dan sebagainya. Tiktok sendiri menjadi media hiburan terbaru mulai dari tahun 2018. Tiktok menjadi wadah untuk membuat content- content unik

seperti tips and trick , editor, video lucu dan lain-lain. Bedanya dengan youTube, tiktok memiliki durasi yang 33 pendek tidak sepanjang youTube. Sebagian besar user Tiktok adalah remaja hingga dewasa dengan rata-rata usa 15- 25 tahun. Kini tiktok menjadi tempat paling potensial dalam mencari uang atau mendapatkan pekerjaan di aplikasi tiktok. Bahkan, tiktok menjadi belanja online melauai tiktok shop, live streaming, dan endorsement. Selain itu, tiktok banyak di gemari pengguna karna memiliki filter-filter lucu 34 dan bagus sehingga pengguna tertarik memakainya lalu mengupload video tersebut dengan sound yang sudah di tentukan. Untuk mengumpulkan bahan dari data penelitian berupa video. Konten edukasi dapat berupa visualisasi dari penggabungan teks dan video, sehingga peneliti melihat bahwa media sosial TikTok sesuai untuk mengunggah semua konten berbentuk visual. Informasi yang dikumpulkan berasal dari akun TikTok milik @Shadirafirdausi untuk mengumpulkan konten mengenai edukasi cara membuat barang-barang bekas menjadi terlihat baru dengan periode Februari 2023 – Maret 2024. Informasi yang digunakan berupa konten video yang kemudian akan digunakan oleh penelliti untuk melihat gambaran edukasi berdasarkan daya tarik dan kandungan pesan. Seluruh konten akan dianalisis berdasarkan pesan yang tersurat pada konten.

### 2.2.5.3 Bentuk Konten

Bentuk konten digital yang memiliki beberapa format menurut (Jaimatul Husna, 2019), sebagai berikut:

1. Konten Gambar Pada saat ini, Gambar seperti ini mendapatkan lalu lintas yang padat dan digunakan di beberapa media online, termasuk aplikasi, media sosial, dan situs web . Foto, gambar, infografis, dan jenis materi visual lainnya termasuk dalam istilah umum "gambar".
2. Konten Video Video ini menampilkan aktivitas para pencipta. Video tersebut merinci aktivitas yang dilakukan oleh akun @Shadirafirdausi.
3. Konten Tulisan Konten tertulis adalah tulisan yang terdiri dari informasi yang ditulis oleh @Shadirafirdausi dalam isinya. Konten digital dapat bervariasi berdasarkan berbagai faktor, termasuk pilihan font, panjang artikel, format file, dan jenis font. Konten tulisan lebih ringan daripada

konten gambar atau video. Pada konten ini berisikan teks atau terdapat teks dengan angka yang ditemukan dalam informasi pesan edukasi. 4. Konten Suara Konten suara audio ialah informasi yang sangat dicari oleh mereka yang memanfaatkan internet saat ini. Yang seperti musik dan podcast. Rekaman audio, efek suara, dan sulih suara merupakan bentuk materi yang dapat diterima. 5. Konten Kombinasi Konten kombinasi merujuk mengenai konten yang mengintegrasikan banyak 35 format media, seperti visual dan teks, audio dan teks, atau bahkan video, teks, dan audio semuanya menjadi satu. Contoh konten kombinasi meliputi infografis yang menggabungkan gambar dengan teks, presentasi yang menyertakan gambar, dan video animasi yang dilengkapi dengan narasi suara. Jenis konten ini tidak hanya membuat pesan atau informasi lebih menarik, tetapi juga memudahkan audiens dalam memahaminya, Khususnya, bagi individu yang memiliki preferensi berbeda-beda dalam hal cara mereka menyerap informasi. Dengan 36 menggunakan berbagai jenis media dalam satu konten, pesan dapat disampaikan dengan cara yang lebih beragam dan menarik perhatian audiens dengan lebih efektif.

#### 2.2.6.2 Jenis Konten Di ranah media sosial, beragam keragaman diamati dalam pembuatan konten yang dibagikan dengan publik. Konten ini menampilkan fitur pembeda di berbagai jenis seperti yang diidentifikasi oleh (Moesasir A., 2002):

1. Hiburan Konten hiburan dibuat dengan tujuan memberikan pengikut atau pemirsa pengalaman menonton yang menyenangkan. Ini mencakup unsur-unsur seperti pesona dan sensasi yang ditemukan dalam perilaku atau narasi yang disajikan dalam berbagai bentuk konten, termasuk gambar, teks, atau video.
2. Informasi Peran konten informasi adalah untuk secara efektif mencerahkan dan mendidik audiens tentang mata pelajaran penting. Informasi dapat terdiri dari fakta otentik atau temuan aktual.
3. Inspirasi Jenis konten inspirasi mencakup berbagai bentuk materi yang dirancang untuk memotivasi, mempengaruhi, dan menginspirasi audiens. Hal ini bertujuan untuk mendorong perubahan positif, memberikan wawasan baru, atau menggerakkan seseorang untuk bertindak. Peneliti menggunakan konsep ini karena konsep ini yang



sudah dipilih merupakan komponen yang dibutuhkan oleh peneliti untuk menganalisis pesan di akun TikTok @Shadirafirdausi. Akun ini mengirimkan pesan yang dapat diambil untuk memberikan referensi konten edukasi, seperti membuat barang estetik, membeli barang estetik, dan menghiasi kamar, antara lain.

### 2.3 Kerangka Berpikir Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Perumusan kerangka berpikir dimulai dengan pemeriksaan fenomena meningkatnya konten kreatif di media sosial dalam memberikan pesan edukasi lalu masuk dalam konten edukasi pada akun TikTok @Shadirafirdausi yang memberikan ide-ide kreatif kepada followers nya. Lalu peneliti ingin mengetahui bagaimana isi pesan konten pesan edukasi yang diunggah pada akun TikTok @Shadirafirdausi periode Februari 2023- Maret 2024.

## 38 BAB III METODOLOGI PENELITIAN

### 3.1 Pendekatan Penelitian Menurut (Manziliati, 2017)

menjelaskan bahwa paradigma merupakan sebuah tahapan dasar yang dilakukan melihat, berpikir, menilai, dan bertindak atas hal-hal yang berkaitan dengan kenyataan. Menurut (Yasin, 2022), mengartikan paradigma sebagai sebuah peraturan yang mengartikan batasan dan menjelaskan tentang bagaimana sesuatu hal perlu dilakukan di dalam batasan tersebut agar berhasil.

22

Pendekatan ini menggunakan paradigma post positivisme.

19

Menurut Guba (Heru, 2009) menjelaskan bahwa pendekatan post positivisme merupakan bentuk pembaruan dari positivisme. Post positivisme dihadirkan karena menurut para ahli positivisme memiliki kekurangan sehingga kehadiran post positivisme ini ditujukan untuk meminimalisir kekurangan yang dimiliki oleh positivisme. Menurut (Manziliati, 2017) Paradigma post positivism ialah aliran untuk memperbaiki kelemahan dari paradigma positivisme. Paradigma postpositivisme didasarkan pada asumsi fundamental bahwa pengetahuan ilmiah secara eksklusif dicapai melalui pengamatan, pengukuran, dan eksperimen terkontrol. Dalam ranah postpositivisme, diakui bahwa kapasitas manusia untuk membedakan kebenaran mengenai realitas terhambat oleh perbedaan yang ada antara dua alam. Paradigma yang digunakan oleh para peneliti adalah postpositivisme, karena menawarkan pemeriksaan yang unik dan saling berhubungan secara sistematis. Selain itu, paradigma ini menempatkan

kepercayaan pada keragaman dan daya tarik subjektif peneliti yang berbeda dengan realitas tunggal. Rentang pendekatan prediktif akan memfasilitasi teknik untuk mengumpulkan data dan memeriksa data yang ada dalam penelitian. Penulis dalam penelitian ini memakai kuantitatif sebagai pendekatannya dikarenakan berkaitan dengan makhluk hidup yang terikat dengan observasi. Menurut (Creswell, 2013), penelitian kuantitatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk meneliti dan mempelajari arti dari individu atau kelompok dengan suatu permasalahan sosial yang berfungsi untuk memahami secara lebih dalam mengenai segi tertentu dari sisi sikap, kepercayaan dan perilaku. Sedangkan menurut (Triyono, 2021), pendekatan kuantitatif merupakan sebuah penelitian dengan tujuan menyeluruh untuk mendeskripsikan dan meneliti sikap subjek, cara pandang, motivasi, perilaku, dan aspek lain yang berkaitan dengan suatu peristiwa. Berdasarkan tiga pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan kepada subjek dari penelitian tersebut yang dapat berupa tempat, orang, ataupun benda dan hasil penelitian yang diperoleh dari subjek penelitian diolah atau diuraikan dalam bentuk narasi atau tertulis. (Yasin, 2022), penelitian kuantitatif disebut sebagai sebuah penelitian yang bersifat faktualisme. Penelitian kuantitatif merupakan sebuah penelitian yang bersifat kuantitatif karena tidak menggunakan alat untuk mengukur suatu hal baik itu objek atau fenomena. Selain itu, faktualisme karena penelitian kuantitatif bersifat apa adanya tidak dimanipulasi. Pada penelitian kuantitatif, peneliti merupakan suatu hal penting dikarenakan menjadi hal utama yang dapat menentukan suatu masalah di dalam publik. Peneliti ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui pesan komunikasi kreatif apa yang dilakukan oleh Shadirafirdausi yang lebih tepatnya dilakukan pada media sosial TikTok.

### 3.2 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan bentuk penelitian kuantitatif yang biasa disebut sebagai penelitian deskriptif, dengan fokus pada analisis. Salah satu metode penelitian kuantitatif adalah deskripsi. (Sugiyono, 2015) 4 menyatakan

bahwa metode deskriptif kuantitatif, yang didasarkan pada paradigma post positivisme, banyak digunakan untuk memberikan gambaran atau analisis dari hasil penelitian. Metode ini menggunakan peneliti sebagai instrumen utama untuk mengumpulkan data, menggunakan teknik pengumpulan data triangulasi, dan menekankan hasil penelitian pada makna (Sugiyono, 2015). Menurut (Creswell, 2013), penelitian kuantitatif yaitu pendekatan yang digunakan untuk meneliti dan mempelajari arti dari individu atau kelompok dengan suatu permasalahan sosial yang berfungsi untuk memahami secara lebih dalam mengenai segi tertentu dari sisi sikap, kepercayaan dan perilaku. Sedangkan menurut (Triyono, 2021), pendekatan kuantitatif merupakan sebuah penelitian dengan tujuan menyeluruh untuk mendeskripsikan dan meneliti sikap subjek, cara pandang, motivasi, perilaku, dan aspek lain yang berkaitan dengan suatu peristiwa. Berdasarkan tiga pengertian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa pendekatan kuantitatif merupakan sebuah pendekatan yang dilakukan kepada subjek dari penelitian tersebut yang dapat berupa tempat, orang, ataupun benda dan hasil penelitian yang diperoleh dari subjek penelitian diolah atau diuraikan dalam bentuk narasi atau tertulis. Data yang signifikan sering kali berasal dari penelitian kuantitatif, hal ini memerlukan pengumpulan informasi dari berbagai sumber dengan menggunakan berbagai metode pengumpulan data (triangulasi) untuk memastikan keakuratan dan kekonsistenan. 27 Dalam menganalisis data, peneliti menggunakan model analisis yang telah ditetapkan, seperti model Miles and Huberman, yang mengharuskan peneliti untuk secara seksama menganalisis data yang dikumpulkan. Penting bagi peneliti untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan tepat dan akurat, meskipun mungkin ada perbedaan dalam informasi yang diberikan oleh berbagai sumber. Proses analisis data memerlukan upaya dan perhatian yang intensif, serta pemahaman yang mendalam terhadap literatur yang relevan untuk mendukung teori yang diajukan (Sumarno, 2020). Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penelitian kuantitatif merupakan metode yang efektif untuk menyampaikan pesan edukasi di media sosial TikTok, seperti dalam akun

TikTok @Shadirafirdausi. Peneliti menggunakan metode analisis ini karena ingin menemukan gambaran mengenai konten yang berhubungan dengan konten edukasi pada akun milik @Shadirafirdausi, dengan menggunakan metode mengartikulasikan teks dengan cara yang meningkatkan elemen dan atribut konten tertentu dan terstruktur ke pesan yang diamati dalam konten.

Untuk melihat dari efektifitas akun @Shadirafirdausi dalam menginformasikan edukasi mengenai cara membuat barang bekas peneliti akan melihat dari berbagai aspek, dari daya tarik pesan, dan akndungan pesan yang ada pada konten @Shadirafirdausi. Untuk mengidentifikasi subjektivitas dalam studi penelitian, disarankan agar peneliti terlibat dalam pengkodean bersama pembuat kode lain. Selain itu, pemanfaatan analisis konten Holsti dapat membantu dalam menghitung hasil pengkodean selama fase pengujian data dengan menerapkan rumus Holsti. Hasilnya, peneliti akan diperlengkapi untuk memberikan wawasan mengenai konten pendidikan yang berfokus pada proses pembuatan barang bekas yang ditampilkan di akun TikTok @Shadirafirdausi.

3.3 Unit Analisis 41 Menurut (Sugiyono, 2016), fokus penelitian ditentukan oleh unit analisis. Unit analisis dapat terdiri dari individu, kelompok, objek, atau konteks kejadian sosial yang diteliti. Dalam konteks studi kasus, unit analisis utama mungkin merupakan individu-individu yang saling berhubungan dan berinteraksi, sehingga setiap individu tersebut menjadi objek kajian yang penting. Dalam penelitian ini, unit analisisnya adalah bagaimana pesan edukasi, seperti yang teramati dalam unggahan konten di akun TikTok milik Shadira Firdausi, menyampaikan pesan edukasi cara membuat barang bekas. Dengan mempertimbangkan unit analisis ini, penelitian akan fokus pada analisis konten edukasi yang diposting oleh Shadira Firdausi di platform TikTok sebagai representasi dari pesan edukasi yang diamati. 42 Tabel 3.1 Contoh Unit Analisis No. 4 Visual Caption

Durasi Kategori Sumber: Olahan Peneliti 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan untuk penelitian mereka. Pentingnya teknik pengumpulan data sangatlah besar dalam meningkatkan kualitas data yang

diperoleh dalam suatu penelitian. (Sugiyono, 2018) mengemukakan bahwa observasi, dan pencatatan adalah beberapa dari banyak cara pengumpulan data. Karena postingan video adalah fokus penelitian ini, Penelitian ini menggunakan metodologi pengumpulan data melalui metode kompilasi dokumen. Pemeriksaan dokumen melibatkan pemanfaatan teknik pengumpulan data yang sama, termasuk gambar dan video. Teknik pengumpulan data ini dapat berfungsi sebagai instrumen berharga bagi peneliti untuk memeriksa dan menguraikan data. Biasanya digunakan dalam penelitian kuantitatif, metode ini melibatkan pengumpulan dan analisis data terkait yang terkait dengan subjek penelitian, yang kemudian diatur ke dalam repositori dokumen yang dipilih yang disesuaikan dengan persyaratan penelitian. Oleh karena itu, individu yang melakukan penelitian harus memiliki kesadaran teoretis tentang fenomena tersebut. Mendoron g Pesan Edukasi Pajangan Rumah Tema Pesan Inspira si Jenis Konten Bentuk Konten Konten Video Informa tif Sifat Pesan Bagian 8 akkkksjsh ag dgjdk aku terobsesi 2 . Mendoron g Pesan Edukasi Pajangan Rumah Tema Pesan Inspira si Jenis Konten Konten Video Bentuk Konten Informa tif Sifat Pesan Bagian 6| Balik sama shadira si 1 .

15 43 3.4 1 5 15 18 1 Data Primer Data primer mengacu pada data yang diperoleh langsung dari sumber aslinya, tanpa melibatkan perantara. Banyak jenis penelitian lain, termasuk dapat memberikan informasi semacam ini. Nur Indrianto dan Bambang Supono mendefinisikan data primer sebagai informasi yang diambil langsung dari sumber aslinya (Syafnidawaty, 2020). Oleh karena itu, dalam penyelidikan ini, data utama yang digunakan berasal dari pemeriksaan posting yang dibagikan oleh Shadira Firdausi di platform media sosial TikTok. Analisis ini difokuskan untuk mengidentifikasi pesan pendidikan yang sedang disampaikan oleh Shadira Firdausi melalui konten yang dibagikan di TikTok. Dengan memanfaatkan dan memaksimalkan platform media sosial tersebut sebagai sumber konten edeukasi, data primer dari postingan Shadira Firdausi digunakan sebagai data pendukung utama untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, data primer ini menjadi landasan utama dalam memahami dan menganalisis pesan edukasi yang

tersampaikan dalam konteks media sosial TikTok. Untuk tujuan penelitian ini, data primer yang digunakan termasuk: 1. Video-video yang terdapat pada akun @Shadirafirdausi (TikTok) periode Februari 2023 –Maret 2024. 3.4 1 5 20 2

Data Sekunder Data sekunder diperoleh melalui media perantara atau sumber selain sumber data asli. Contoh dari data sekunder ini meliputi catatan, dokumentasi, laporan, isi majalah, dan sebagainya. Menurut Nur Indrianto dan Bambang (koessiantara, 2021), data sekunder adalah sumber informasi penelitian yang berharga yang diperoleh oleh peneliti melalui perantara media. 14 Dalam

penelitian ini, data sekunder yang digunakan terdiri dari dokumentasi posting TikTok Shadira Firdausi. Data ini digunakan sebagai bahan analisis untuk memperoleh pemahaman lebih lanjut tentang pesan komunikasi kreatif yang disampaikan oleh Shadira Firdausi melalui konten edukasinya. Dengan menggunakan data sekunder ini, penelitian dapat mendalami dan menganalisis konten yang telah dibuat oleh Shadira Firdausi dalam konteks media sosial TikTok. Dengan demikian, data sekunder ini memberikan kontribusi yang signifikan dalam memahami serta mengeksplorasi pesan- pesan komunikasi kreatif yang tersirat dalam konten yang diposting di TikTok. 3.5 Metode

Pengujian Data Salah satu elemen penting dalam proses penelitian melibatkan evaluasi data. Pengujian data menjadi krusial dalam penelitian kuantitatif karena menjamin kredibilitas dan keandalan data atau informasi yang dikumpulkan. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa data penelitian memiliki kevalidan yang memadai. Uji validitas digunakan untuk memeriksa apakah temuan penelitian terkait dengan realitas yang diamati, sementara uji reliabilitas digunakan untuk memeriksa konsistensi hasil pengukuran. Sugiyono, seperti yang disebutkan dalam studi oleh (Santy, 2021), telah menyoroti berbagai tes validitas data dalam penelitian kuantitatif seperti uji kredibilitas, 44 keandalan, transferabilitas, dan konfirmasi. Sangat penting untuk melakukan tes validitas ini untuk menjamin validitas yang memadai dari data yang digunakan dalam penelitian. Jika hasil penelitian telah disetujui atau diterima oleh subjek atau pihak terkait, maka penelitian tersebut dapat

dianggap objektif. Uji validitas dalam penelitian kuantitatif mengevaluasi apakah temuan penelitian terhubung secara konsisten dengan proses penelitian yang dilakukan. Dengan demikian, validitas data menegaskan bahwa temuan penelitian merupakan cerminan dari realitas yang diamati. Validitas data juga menjamin bahwa data yang dikumpulkan oleh peneliti adalah representasi yang akurat dari kejadian yang sebenarnya dalam konteks penelitian, sehingga peneliti dapat dipercaya atas keabsahan data yang mereka sajikan. 45 Konfirmasi penelitian ini didasarkan pada fakta bahwa setiap penelitian diuji secara objektif. konfirmasi penelitian adalah untuk memverifikasi temuan studi terkait proses. Penelitian memenuhi persyaratan konfirmabilitas jika temuannya merupakan produk sampingan yang tidak dapat dihindari dari prosedur tersebut. Dokumentasi dari video konten pada akun @Shadirafirdausi di TikTok akan menjadi sumber data utama. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi data saat ini dan menyajikannya kepada pembuat kode untuk seleksi oleh peneliti yang melakukan penelitian analisis konten dan memenuhi kriteria yang diuraikan dalam penelitian ini. Ini akan dicapai melalui pemanfaatan lembar pengkodean yang telah ditetapkan sebelumnya, hasil dari narasumber akan dibandingkan dengan hasil dari peneliti akan memilih seorang pembuat kode dan meminta mereka menggunakan data ini untuk menguji data sebelumnya. Temuan dari sumber akan dibandingkan dengan hasil penelitian sebelumnya dengan menggunakan lembar koding yang telah dibuat sebelumnya. Peneliti akan menghitung reliabilitas pengkodean setelah kedua data dikumpulkan dengan menggunakan rumus hostli. Tabel 3.2 Hasil Pengujian Reliabilitas Konten Konten

Kategori Indikator Coder 1 Coder 2 Uji Realibilitas Presentase Persuasif

2(0)/0+0 - Sifat Pesan Informatif 32 32 2(32)/32+32 10% Koersif

2(0)/0+0 - Gambar 2(0)/0+0 - Video 5 5 2(5)/5+5 10% Bentuk

Tulisan 2(0)/0+0 - Suara 2(0)/0+0 - Kombinasi 27 27 2(27)/27

+27 100% Hiburan 2(0)/0+0 - Jenis Inspirasi 32 32 2(32)/32+32

100% Informasi 2(0)/0+0 - Pajangan Rumah 16 16 2(16)/16+16 100

% Tema Pesan Furnitur Rumah 13 13 2(13)/13+13 100% Aksesoris

elektronik dan 3 3 2(3)/3+3 10% Fashion Pesan Interaktif 2(0)/0+0  
- 46 Edukasi 47 Mendorong Pembelajaran Membentuk Sikap Menguatkan  
Pengalaman Sumber: Olahan Peneliti Prosedur untuk memeriksa hasil  
penelitian terkait dengan proses yang akan datang sedang dipertimbangkan.  
Penilaian konfirmasi berfungsi sebagai evaluasi ketidakberpihakan upaya  
penelitian. Penelitian ini dianggap telah mencapai objektivitas ketika data  
yang ada sesuai dengan kesepakatan di antara banyak individu. Memenuhi  
kriteria konfirmasi melibatkan hasil penelitian yang mencerminkan tujuan  
dan prosedur penelitian. Mencapai konfirmasi memerlukan pengumpulan masukan  
dari berbagai pihak untuk memvalidasi perspektif tentang hal-hal yang  
berkaitan dengan fokus penelitian. Dalam penelitian ini, para peneliti  
berencana melakukan pengujian data dengan bantuan Dosen Naurissa Biasini,  
S.Si., M.I.Kom, yang akan mengambil peran coder 2 dan memanfaatkan  
lembar coding yang sebelumnya dikembangkan oleh peneliti. Masukan informasi  
oleh Dosen Naurissa Biasini akan dirujuk silang dengan masukan peneliti  
sendiri pada lembar pengkodean. Selanjutnya, peneliti akan menganalisis  
kedua set data lengkap menggunakan rumus Hostli untuk menilai keandalan  
antar-coder. Gambar 3.1 Rumus Hostli Keterangan: CR : Coefficient  
reliability (reabilitas antar-coder) M : Jumlah coding yang sama  
(disetujui oleh semua coder) N1: Jumlah Coding yang dibuat oleh coder  
1 N2 : Jumlah coding yang dibuat oleh coder 2 Nilai valid terendah  
pada rumus Hostli adalah 0,7 yaitu 70%. Sederhananya, jika nilai  
ketergantungan lebih dari 0,7 seperti yang terlihat pada hasil  
perhitungan, maka alat ukur tersebut dapat dianggap benar-benar akurat.  
Namun, alat pengukur tidak akurat jika nilai yang dihitung kurang dari  
0,7 (suadah, 2016). Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan 32  
konten yang telah diunggah di akun TikTok milik @Shadirafirdausi. Peneliti  
sendiri bertindak sebagai coder pertama dalam penelitian ini, yang  
bertugas menonton dan mengikuti konten edukasi yang 28 28 2(28)/28+28  
100% 2(0)/0+0 - 4 4 2(4)/4+4 10% 48 diposting, seperti tutorial "cara membuat  
barang bekas dan pembuatan barang-barang estetik. 3.6 Metode Analisis



Data primer (dokumen) dan sekunder (karya ilmiah peneliti sebelumnya) dianalisis dalam penelitian kuantitatif. Karena kurangnya signifikansi kuantitatif dan ketidakmampuannya untuk diorganisasikan ke dalam 49 kategori atau kerangka klasifikasi, data empiris yang dikumpulkan untuk penelitian ini bersifat kuantitatif. Meskipun penelitian kuantitatif cenderung subjektif, peneliti diharapkan untuk menjaga kualitas penelitian mereka. Oleh karena itu, metode analisis data kuantitatif yang dapat dipertanggungjawabkan dari tahap awal hingga akhir penelitian sangat penting. Menurut (Sarosa, 2021), penelitian ini melibatkan interaksi.

1. Reduksi Data Reduksi data merupakan proses yang bertujuan untuk menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasikan data yang telah dikumpulkan dalam bentuk catatan atau tulisan menjadi ringkasan yang dapat dianalisis kembali. Proses ini dapat dilakukan secara berkelanjutan selama pengumpulan data. Dalam reduksi data, peneliti mencari tema dan pola yang muncul dari data yang telah dikumpulkan. Tujuan utama dari penelitian kuantitatif ini adalah untuk mencapai hasil yang signifikan. Oleh karena itu, jika dalam proses penelitian peneliti menemukan hal-hal yang unik, tidak biasa, atau memiliki pola tertentu, maka penting bagi mereka untuk melakukan reduksi data. Melalui proses ini, peneliti dapat menghasilkan lebih banyak informasi baru yang dapat digunakan untuk memperkaya data yang telah dikumpulkan sebelumnya. Dengan demikian, temuan yang diperoleh dari data akan menjadi lebih jelas.
2. Penyajian Data Ringkasan naratif, infografis, atau hubungan antar kategori adalah cara umum penelitian kuantitatif menyajikan data. Penyajian data adalah bagian penting dari penelitian kuantitatif karena membantu membuat materi yang dikumpulkan lebih mudah dipahami, dianalisis, dan digunakan untuk mengambil kesimpulan serta tindakan lanjutan. Menyusun informasi yang diperoleh ke dalam pola-pola yang saling berhubungan merupakan cara penyajian data dilakukan. Tergantung pada kebutuhan penelitian kuantitatif ini, data mungkin ditampilkan melalui penjelasan singkat, ilustrasi, atau hubungan antar kategori. Selain itu, prosa naratif terkadang digunakan untuk

menyajikan materi secara lebih komprehensif. Dengan penyajian data yang tepat, pembaca akan lebih mudah memahami konteks dan implikasi dari temuan penelitian, yang dapat digunakan sebagai dasar untuk perencanaan langkah-langkah selanjutnya. **12** 3. Verifikasi/ penarikan kesimpulan Setelah penarikan kesimpulan, kegiatan analisis lanjutan akan dilakukan dengan merujuk pada data yang telah disajikan. Dalam tahap ini, hasil penelitian dapat divalidasi lebih lanjut selama proses penelitian masih berlangsung. Hasil yang mungkin awalnya kurang jelas akan menjadi lebih terperinci dan mendalam, sehingga memungkinkan identifikasi hubungan kausal, interaktif, hipotesis, atau teori yang lebih jelas. **2 3 17** Penelitian kuantitatif sering kali menghasilkan temuan yang baru dan belum pernah ditemukan sebelumnya. **1 3 9** Temuan tersebut dapat berupa hubungan kausal atau interaktif, teori atau hipotesis baru, atau deskripsi yang lebih mendalam tentang fenomena yang sebelumnya kurang dipahami. Proses analisis dalam penelitian kuantitatif biasanya menggunakan strategi coding, seperti yang diajukan oleh Strauss dan Corbin, untuk mengorganisir dan memahami data dengan lebih baik. 5 Pemilihan analisis inersia dilakukan untuk penelitian ini karena pemanfaatan data yang terdiri dari dokumen yang disajikan dalam format video atau kompilasi materi dari akun TikTok dengan nama mili @Shadirafirdausi. Peneliti akan menganalisis dokumen dengan hati-hati menggunakan tiga prosedur manajemen data mulai dari fase pengurangan data dan mengubahnya menjadi format deskriptif naratif, yang akan menjelaskan informasi yang terkandung dalam data untuk interpretasi. Selanjutnya, semua makna yang tertanam dalam data akan ditafsirkan oleh peneliti untuk mengatasi impulsif. Ini akan memungkinkan peneliti untuk menyimpulkan wawasan dari pesan pendidikan yang digambarkan di akun TikTok @Shadirafirdausi. 51 3.7 Keterbatasan Penelitian Dalam penelitian ini , kendala tertentu perlu diperhatikan, khususnya yang diuraikan sebagai berikut: 1. Peneliti hanya akan berfokus pada konten pada akun TikTok @Shadirafirdausi mengenai pesan edukasi dalam jangka waktu Februari 2023 - Maret 2024 2. Peneliti tidak akan dapat memeriksa semua konten yang

diposting di akun @Shadirafirdausi yang tidak berkaitan dengan topik pendidikan. Peneliti hanya akan meneliti video yang tersurat pada konten milik @Sahadirafirdausi, yang tidak meneliti dari makna symbol-simbol dan pesan yang tersirat didalam konten. Tabel 3.3 Tabel Alat Ukur

Kategori Indikator Definisi Sifat Pesan Informatif Memberikan informasi mengajak Tidak memaksa persuasif Memberikan informasi, memperpanjang undangan tidak wajib, dan paksaan tidak diterapkan. Koersif Memberikan informasi, menyampaikan undangan, dan dengan lembut mendorong. Bentuk Konten Tulisan Konten yang berisikan Teks Gambar Konten yang hanya terdiri dari gambar non- animasi. Suara Konten yang hanya terdiri dari audio stasioner. Video Konten dengan suara dan gambar bergerak kombinasi Konten yang terdiri dari teks, audio, gambar, baik diam maupun bergerak, disertakan. Jenis Konten Hiburan Konten yang mengandunghal lucu dan seru Inspirasi Konten yang dapat memberikan semangat dan menumbuhkan keinginan 52 Informasi Memberikan informasi berupa data atau fakta dari penemuan Shadira 53 Tema pesan Pajangan Rumah Furnitur Rumah berbagai jenis objek atau dekorasi yang digunakan untuk menghias dan memperindah tampilan interior rumah. Pajangan ini bisa berupa benda seni, seperti lukisan, patung, atau kerajinan tangan, serta barang-barang dekoratif lainnya, bentuk dari furnitur rumah kursi Perabot untuk duduk, tersedia dalam berbagai jenis seperti kursi makan, kursi kerja, atau kursi santai, rak Digunakan untuk menempatkan buku, dekorasi, atau barang-barang lainnya. Aksesoris Elektronik dan Fashion Aksesori adalah komponen tambahan yang dirancang untuk meningkatkan fungsionalitas dan estetika produk utama. Pesan Edukasi Interaktif Interaktif bertujuan untuk meningkatkan keterlibatan atau memberikan pengalaman. serta pesan yg disusun untuk melibatkan penerima seperti partisipasi atau respon an interaksi. Mendorong Pembelajaran Mendorong pembelajaran merupakan informasi yang dirancang untuk motivasi agar belajar dengan cara praktik dan eksperimen. Membentuk Sikap Merupakan melibatkan perubahan atau pengembangan persepsi, pandangan, dan respon emosional terhadap objek ide

dan situasi. Menguatkan Pengalaman Merupakan pengalaman belajar seseorang melalui pembelajaran praktis dan langsung. Bertujuan untuk memberikan motivasi dan pengetahuan. Sumber: Olahan Peneliti 54 BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 4.1 Gambaran Umum Subjek/Objek Penelitian Dalam penelitian ini, peneliti bermaksud untuk memberikan gambaran komprehensif tentang objek yang sedang diselidiki. Peneliti akan menggambarkan profil konten pembuat konten yang ditampilkan di akun Tiktok @shadirafirdausi, bersama dengan ringkasan akun itu sendiri. Selanjutnya, para peneliti akan menguraikan jumlah posting yang dibagikan di akun TikTok @shadirafirdausi antara Februari 2023 dan Maret 2024. Selanjutnya, peneliti akan mengklasifikasikan data video yang ada di akun dengan menggunakan kerangka analisis dan akan mengidentifikasi konten video tertentu yang berkaitan dengan kategori penting berdasarkan kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. @Shadirafirdausi merupakan sebuah akun yang membahas mengenai edukasi cara membuat barang bekas atau cara mendekorasi dan mudah untuk diakses melalui akun TikTok. Melalui pendekatan yang kreatif dan inovatif, @Shadirafirdausi menyampaikan informasi mengenai pesan edukasi melalui seni mudah dimengerti oleh pengikut atau masyarakat dan dijadikannya alat yang efektif untuk pengetahuan. Klarifikasi akan dikembangkan lebih lanjut melalui berbagai sub-bagian yang berfokus pada berbagai jenis pesan yang ditemukan di platform, termasuk elemen informatif, persuasif, dan koersif. Berbagai bentuk konten dikategorikan berdasarkan penggunaan gambar, video, teks tertulis, audio, dan kombinasinya. Klasifikasi konten didasarkan pada indikator hiburan, inspirasi, dan informasi. Kategori tema pesan edukasi dengan indikator Pajangan Rumah, Furnitur Rumah, dan Aksesori Elektronik dan Fashion, yang dilakukan oleh akun TikTok @shadirafirdausi yang diunggah selama periode Februari 2023 – Maret 2024. 1. Profil Shadira Firdausi 2 . Gambaran Umum Akun TikTok @Shadirafirdausi Gambar 4.1 Gambaran Umum Akun TikTok @Shadirafirdausi (TikTok 55 Shadira Firdausi) Akun @shadirafirdausi merupakan akun tiktok milik seorang konten kreator yang

banyak memiliki ide konten kreatif di dalam akunnya. Akun awal diikuti oleh 5,9 juta pengguna dan telah menerima 387,6 juta suka di 725 video (informasi akurat per 19 Mei 202). Dalam perspektif tubuh, seseorang dapat menemukan teks yang 56 dibuat secara kreatif dan berbakat merupakan anak muda yang berbakat dan kreatif Shadira dapat menguasai 3 bahasa dan memiliki banyak ide-ide kreatif yang ia tuangkan pada akun TikTiknya dan sudah tonton oleh banyak audiens. Shadira Firdausi mulai memproduksi konten pendidikan untuk pertama kalinya di akun TikTok-nya pada 26 Juli 2021, disertai dengan judul “a day in my life part uno!!”. Sejak itu, dia telah mendiversifikasi kontennya untuk memasukkan beragam materi terkait DIY, video unboxing, membeli item yang menyenangkan secara estetika, dan banyak lagi, yang semuanya dapat ditemukan di akun TikTok-nya. Platform ini berfungsi sebagai jalan utama bagi Shadira Firdausi untuk berbagi konsep inovatifnya. Bila melihat dari konten-konten Shadira Firdausi pada akun Tiktoknya, terdapat konten edukasi dengan beragam macam mulai dari Tips dan Trik, Informasi Kegiatan, dan kata-kata yang disampaikan melalui konten video tersebut dikemas dan disampaikan secara menarik dan bervariasi. Tingkat interaksi dari pengikut TikTok @Shadirafirdausi terkenal dalam hal memberikan umpan balik melalui komentar dan suka pada konten yang dibagikan. Tabel 4.1 Deskripsi Kategori Konten

Kategori	Indikator	Sifat Pesan	Informatif	Persuasif	Koersif
Bentuk Konten	Tulisan	Gambar	Suara	Video	Kombinasi
Jenis Konten	Hiburan	Inspirasi	Informasi	Tema pesan	Pajangan
Rumah	Furnitur	Rumah	Aksesoris Elektronik	dan Fashion	Pesan Edukasi
Interaktif	Mendorong	Pembelajaran	57	Membentuk Sikap	Menguatkan Pengalaman
Sumber:	Olahan	Peneliti	58	4.2 Hasil dan Analisis Penelitian	Pada bagian penelitian ini, pemeriksaan disajikan mengenai perumusan masalah yang digunakan oleh para sarjana untuk meneliti representasi konten kreatif yang dibuat oleh Shadira Firdausi di profil TikTok-nya dengan nama pengguna @shadirafirdausi dalam jangka waktu mulai dari Februari 2023 hingga Maret 2024. Deskripsi masalah akan diperiksa berdasarkan formulasi masalah yang telah

ditetapkan sebelumnya oleh peneliti. Secara khusus, peneliti akan menganalisis pesan-pesan pada akun Shadira Firdausi secara kategoris, membedakan antara elemen informatif, persuasif, dan koersif. Kategori-kategori ini mencakup berbagai bentuk konten seperti teks tertulis, gambar, audio, video, dan kombinasinya. Selain itu, jenis konten diklasifikasikan ke dalam kategori hiburan, inspirasi, dan informasi. Kategori tema pesan dengan indikator Pajangan Rumah, Furnitur Rumah, Aksesoris Elektronik dan Fashion. Pesan pendidikan, bersama dengan indikator interaktif, berfungsi untuk mendorong pembelajaran berdasarkan pengalaman, membentuk sikap, dan memperkuat pengalaman sebelumnya.

4.2.1. Frekuensi Postingan Akun TikTok @ShadiraFirdausi Terkait Konten Kreatif Para peneliti menilai posting video di akun TikTok @Shadirafirdausi dengan menganalisis frekuensi konten video yang menampilkan tema kreatif yang diunggah antara Februari 2023 dan Maret 2024. Analisis ini dilakukan untuk menentukan proporsi dari 32 video TikTok yang diunggah selama periode yang sama. Tabel 4.2 Frekuensi postingan Video TikTok @Shadirafirdausi terkait Konten Kreatif Bulan Jumlah Postingan Persentase

Bulan	Jumlah Postingan	Persentase
2023 Februari	4	12.5%
2023 Maret	4	12.5%
2023 April	0	0%
2023 Mei	0	0%
2023 Juni	1	3.12%
2023 Juli	1	3.12%
2023 Agustus	2	6.25%
2023 September	0	0%
2023 Oktober	1	3.12%
2023 November	4	12.5%
2023 Desember	7	21.90%
2024 Januari	4	12.5%
2024 Februari	2	6.25%
2024 Maret	2	6.25%
<b>Total</b>	<b>32</b>	<b>100%</b>

10 % Sumber: Olahan Peneliti 6 Gambar 4.2 Diagram Frekuensi Postinga Shadira Firdausi Pada konten TikTok @shadirafirdausi, total keseluruhan Postingan konten edukasi pada periode Februari 2023 – Maret 2024 sebanyak 32 konten (100%). Jika ditinjau, maka persentase bulan dari yang terendah sampai yang paling tinggi dari unggahan akun TikTok Shdaira Firdausi, di urutan pertama ialah dengan persentase terbesar pada bulan Februari, Maret, November 12.5%, Desember 21.90% 2023 dan Januari 12.5% 2024. Pada urutan kedua dengan persentase sedang pada bulan Agustus 2023, Februari, dan Maret 2024 6.25%. Urutan terakhir dengan persentase terkecil pada bulan Juni, Juli dan Oktober 2023 3.12%.

Berdasarkan informasi yang disajikan dalam tabel dan diagram yang diberikan, dapat dipastikan bahwa Desember 2023 mencatat jumlah posting tertinggi. Bulan khusus ini menonjol sebagai periode dengan volume terbesar bagi Shadira Firdausi untuk berbagi konten pendidikan. 4.2.2 Sifat Pesan Analisis konten dalam penelitian ini akan digunakan untuk memastikan jenis pesan yang ada di setiap konten, sesuai kategori yang telah ditentukan. Inti dari sebuah pesan mewakili komunikasi yang disampaikan oleh seseorang kepada audiens, disajikan dengan cara tertentu. Mengenai konten, esensi pesan sebagian besar bergantung pada penyampaiannya yang dimaksudkan. Dalam penelitian ini, jenis pesan dalam konten yang diamati dikategorikan ke dalam bentuk komunikasi persuasif, informatif, dan koersif. Penelitian ini memberikan bahwa akun TikTok milik @Shadirafirdausi dapat menggambarkan dan mempengaruhi bagaimana pesan tersebut disampaikan, diterima, dan dipahami semua pihak. Dengan adanya @Shadirafirdausi diharapkan pesan-pesan yang telah disampaikan memberikan dampak yang positif dan meningkatkan pemahaman mengenai pesan edukasi. Jenis pesan awal dapat digambarkan sebagai Informatif, dengan tujuan mendorong individu untuk terlibat dalam kegiatan seperti proyek kreatif di rumah. Jenis Februari Maret April Mei Juni Juli Agustus September % 3% 12% 7% 23% 12% 3% 3% 12% 12% 7% 6% 61 pesan berikutnya juga bersifat informatif, menyajikan data dan visual dengan cara yang berusaha untuk beresonansi dengan audiens. Variasi tambahan dari pesan paksaan melibatkan unsur-unsur paksaan, seperti intimidasi, ancaman, dan memberikan tekanan pada orang lain. 62 Tabel 4.3 Tabel Sifat Pesan Kategori Indikator Definisi Jumlah % Postingan Sifat Pesan Persuasif Memberikan informasi mengajak Tidak memaksa % Informatif Koersif Menawarkan informasi, daripada memperluas undangan, dan menahan diri dari memberikan tekanan. Menyediakan data, 32 10% % memperluas undangan, dan menggerakkan paksaan adalah semua bentuk komunikasi yang umum. Sumber: Olahan Peneliti Gambar 4.3 Diagram Sifat Pesan Berdasarkan temuan yang digambarkan dalam tabel tersebut, para peneliti telah memperoleh banyak

penemuan menarik: 1. Video yang diproduksi oleh Shafira Firdausi menampilkan atribut pesan paling informatif yang digunakan di akun TikTok @shadirafirdausi, mencakup 32 unggahan konten video. 2. Sedangkan untuk akun TikTok @shadirafirdausi tidak memiliki video yang memiliki persuasi dan juga koersif atau memaksa para penontonya. Dampaknya dapat dikurangi dengan konten yang dibagikan di akun TikTok Shadira Firdausi, di mana @shadirafirdausi menyajikan video yang sangat informatif tentang konten pendidikan mengenai repurpose item. Video yang diposting oleh akun secara konsisten menghindari elemen paksaan. A. Informatif Sifat Pesan % Persuasif Informatif Koersif 10% 63 Dengan menggunakan metode analisis konten, telah diamati bahwa Shadira Firdausi meneliti sifat pesan informatif yang digunakan dalam produksi video oleh akun TikTok memperlihatkan secara langsung konten- konten yang diunggah oleh Shadira Firdausi yang bernama @shadirafirdausi biasanya digunakan untuk melakukan konten edukasi cara membuat barang bekas kegiatan yang dilakukan oleh Shadira Firdausi pada akun TikTiknya. Ketika Shadira Firdausi awalnya membuat video DIY, dia mendemonstrasikan proses pembuatan barang 64 menggunakan bahan bekas yang ditemukan di dalam atau di sekitar kediamannya. Shadira Firdausi juga memberikan tutorial bagaimana cara untuk membuat barang- barang bekas tersebut sehingga mempermudah bagi semua yang menonton konten video Shadira Firdausi. Karakter informatif pada pesan ini dapat dihubungkan dengan konsep pesan edukasi atau komunikasi informasi. Dengan tujuan untuk memberikan pemahaman kepada audiens mengenai topik tertentu. Dengan model komunikasi transmisi atau interaksi dapat digunakan untuk memahami bagaimana informasi yang disampaikan dan diterima oleh audiens. Teks berikutnya merupakan analisis konten yang berfokus pada sifat pesan informatif yang telah dipilih peneliti untuk menjadi unit analisis utama untuk penelitian ini: Gambar 4.4 Postingan Sifat Informatif Februari 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Ilustrasi yang disajikan di atas menunjukkan bahwa posting video dari akun TikTok dengan nama pengguna @Shadirafirdausi diterbitkan pada Februari 2023. Konten menampilkan



bahan-bahan yang diperlukan untuk proyek DIY. Konten video mengumpulkan 709,8 ribu suka dan 757 komentar. Berdasarkan umpan balik yang diberikan dalam posting yang disebutkan di atas, dapat diamati bahwa sebagian besar komentar menyatakan kepositifan. Secara khusus, komentar terutama terdiri dari kekaguman terhadap konten DIY yang inovatif. Selain itu, ada individu, seperti Shadira Firdausi, yang telah menunjukkan minat dan terlibat dengan proyek DIY. Video dapat diklasifikasikan sebagai informatif karena penyediaan informasi yang jelas dan penggunaan contoh untuk meningkatkan informasi yang disajikan. Selain itu, video ini mencakup tutorial untuk meningkatkan daya tarik estetika barang bekas. Sejalan dengan konsep yang disebutkan sebelumnya dalam pasal dua, menyampaikan informasi dengan jelas merupakan aspek kunci dari konten informatif tersebut dan mudah dipahami, pesan ini dapat dihubungkan dengan pesan edukasi, karena informasi yang disampaikan dengan tujuan untuk mendidik atau memberikan pengetahuan kepada penerima pesan dan dirancang untuk meningkatkan pemahaman, keterampilan. Selain itu 65 video yang diambil oleh Shadira Firdausi dengan cara selfi dan bantuan tripod, video tersebut diambil seperti seseorang yang sedang mengajarkan sesuatu kegiatan. Dengan menuliskan caption “Balik Lagi Sama Shadira si Tukang Diy menyatakan bahwa Shadira Firdausi memang senang melakukan kegiatan Kreatif di rumahnya. 66 Gambar 4.5 Postingan Sifat Pesan Informatif Februari 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Pada gambar di atas yaitu tanggal 8 Februari 2023, akun TikTok yang bernama @Shadirafirdausi membagikan konten informatif dengan tema “Bikin Barang Estetik pesan ini dapat dikategorisasikan sebagai informatif, karena fokus pada Kreativitas dan Inovasi Konten DIY mendorong orang untuk berpikir kreatif dan menemukan solusi inovatif. Melalui DIY, seseorang dapat mengeksplorasi ide-ide baru dan mempraktikkan keterampilan desain dan kreativitas. Konten tersebut, dalam bentuk kombinasi teks dan elemen visual dengan memberikan penjelasan yang jelas terhadap DIY. Dari prespektif ilmu komunikasi, pesan ini termasuk dengan teori Komunikasi edukasi yang merupakan proses

penyampaian informasi dengan tujuan mendidik atau meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu. Konten DIY sering kali berisi instruksi dan pengetahuan praktis yang dapat membantu individu belajar dan mengembangkan keterampilan baru. Berdasarkan umpan balik yang diberikan dalam posting yang disebutkan di atas, tampaknya sebagian komentar mengungkapkan kepositifan. Komentar sebagian besar terdiri dari kekaguman terhadap konten DIY yang inovatif. Kemudian, terdapat beberapa followers yang telah mengikuti DIY seperti Shadira Firdausi. 67 Gambar 4.6 Postingan Sifat Pesan Persuasif Maret 2023 (TikTok Shadira Firdausi) 68 Konten di atas menggambarkan esensi dari pesan informatif yang disampaikan dalam format video. Video, yang dibagikan pada 1 Maret 2023, dan berdurasi 56 detik, menarik penonton 7,4 juta, bersama dengan menerima 968,3 ribu suka dan 1.468 juta komentar. Perlu dicatat bahwa semua komentar mengungkapkan sentimen positif terhadap posting ini. Kontennya berbentuk kombinasi yang berisi teks dan elemen visual, yang memberikan cara bagaimana membuat pot bekas menjadi barang estetik. Dari perspektif ilmu komunikasi, pemberian informasi mengenai cara membuat barang bekas pesan ini termasuk edukasi karena bertujuan untuk proses penyampaian informasi dengan tujuan mendidik atau meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu. Konten DIY biasanya mencakup panduan langkah demi langkah tentang cara melakukan atau membuat sesuatu sendiri. Ini membantu audiens mempelajari keterampilan baru, seperti kerajinan tangan, pertukangan, atau perbaikan rumah. Gambar 4.7 Postingan Sifat Pesan Persuasif 4 Desember 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Konten di atas telah dipublikasikan pada 4 Desember 2023 yang mendapatkan like sebanyak 502,6 ribu like, dengan komen sebanyak 956 ratus komen yang pada posting ini berisikan, semua komentar memberikan tanggapan yang positif. Sifat informatif pesan tersebut menunjukkan bahwa pesan ini dirancang untuk memberikan informasi mengenai cara membuat jam dinding dari barang-barang bekas dirumah. Hal ini dapat membantu audiens untuk lebih memahami bagaimana cara membuat jam dinding tersebut. Sifat pesan yang digunakan adalah informatif, di mana

akun @tanyapsikologi memberikan penjelasan atau pemahaman tentang cara DIY barang. Penggunaan video, mungkin disertai dengan teks atau audio, dapat membantu menyampaikan informasi dengan jelas dan menarik. Dalam perspektif ilmu komunikasi, pesan ini dapat dikaitkan dengan teori komunikasi edukasi. Pemberian informasi mengenai cara DIY barang tujuan mendidik atau meningkatkan pengetahuan dan keterampilan individu. Selain itu, penggunaan kombinasi konten dapat membantu memperkuat pesan dan meningkatkan daya tangkap audiens melalui media sosial. 69 Gambar 4.8 Postingan Sifat Pesan Persuasif 6 Desember 2023 (TikTok Shadira Firdausi)

Pada konten tanggal 6 Desember 2023, akun @Shadirafirdausi membegikan kontennya dengan tema “Bikin Barang Estetik” konten ini memiliki sifat pesan informatif dengan tujuan untuk memberikan informasi kepada audiens mengenai cara DIY barang bekas. Telah mendapatkan like sebanyak 1 juta like, dengan komen sebanyak 1.553 ribu komen yang ada keseluruhannya berisikan komentar yang positif. Komentar yang didapat berupa pujian terhadap konten kreatifnya yang membuat DIY. Kemudian, terdapat beberapa followers yang telah mengikuti DIY seperti Shadira Firdausi. Sifat pesan yang diunggah yaitu informasi, akun @Shadirafirdausi menyampaikan bagaimana cara membuat DIY cermin dinding. Jenis konten ini dapat mencakup teks informatif atau menggunakan video dan diberikan dukungan visual pada pesan. Dalam perspektif ilmu komunikasi, pesan ini dapat dikaitkan dengan teori komunikasi edukasi. Pemberian informasi mengenai cara DIY barang bekas bertujuan untuk mencakup panduan langkah demi langkah tentang cara melakukan atau membuat sesuatu sendiri. Ini membantu audiens mempelajari keterampilan baru, seperti kerajinan tangan, pertukangan, memasak, atau perbaikan rumah.

4.2.3 Bentuk Konten Penelitian analisis konten kuantitatif ini telah digunakan untuk mengidentifikasi tema konten sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan sebelumnya. Kategori ditentukan berdasarkan relevansi konten di akun Instagram @Shadirafirdausi. Setiap bagian konten yang dipilih sebagai unit analisis dalam penelitian ini adalah salah satu yang paling akurat mewujudkan tema yang diidentifikasi dalam setiap

kategori. Pemeriksaan dilakukan dengan menggunakan teks tertulis, visual, audio, video, dan perpaduan elemen- elemen ini. @shadirafirdausi secara strategis menggunakan konten tertentu untuk memikat audiensnya. Setelah mengkategorikan materi, temuan mengenai data statistik yang berasal dari format konten disajikan di sini: 7 Tabel 4.4 Jumlah postingan Berdasarkan Sifat Pesan Video TikTok @Shadirafirdausi Kategori Indikator Definisi Jumlah % Postingan Tulisan Konten yang berisikan Teks % Gambar Konten yang hanya terdiri dari gambar non-animasi 0% Bentuk Konten Suara Konten yang hanya berisi suara tak bergerak 0% Video Puas dengan konten yang menggabungkan elemen audio dan visual. kombinasi Konten yang terdiri dari teks, audio, gambar diam, serta gambar bergerak. 5 16% 27 84% Sumber: Olahan Peneliti Gambar 4.9 Diagram Bentuk Konten Berdasarkan hasil yang disajikan dalam tabel di atas, perlu dicatat bahwa para peneliti telah menemukan beberapa penemuan menarik: 1. Saat mengembangkan konten untuk akun Instagram @shadirafirdausi, kombinasi formulir konten sebagian besar digunakan. Ini termasuk video yang menggabungkan musik dan teks dalam konten. 2. Bentuk konten yang tidak terpilih adalah tulisan, gambar, suara. Ini menunjukkan bahwa konten yang diproduksi dan dibagikan oleh Shadira Firdausi menggunakan penggabungan konten 100%, yang bertujuan untuk memikat dan melibatkan pemirsa secara lebih efektif dibandingkan dengan konten tertulis, gambar, suara, dan video. Pengamatan dari profil TikTok Shadira Firdausi menunjukkan kecenderungan untuk sebagian besar berbagi video yang berisi berbagai bentuk konten terintegrasi. Gambar Video Tulisan Suara 84 % 0% 0% 16 % % Bentuk Konten 71 A. Bentuk Konten Kombinasi Pada akun @Shadirafirdausi memiliki pengalaman baik yaitu dengan membuat konten kombinasi dalam setiap postingannya. @Shadirafirdausi secara konsisten telah menyajikan informasi bukan hanya memberikan wawasan mendalam mengenai cara DIY barang, tetapi juga memberikan pesan dengan format yang menarik 72 disetiap kontennya. Pada setiap konten mencakup elemen seperti teks dan audio sebagai pendukung pesan yang disampaikan. Dengan konten

kombinasi, akun @Shadirafirdausi menciptakan pengalaman yang menarik dan memberikan informasi yang bermakna. Dokumen berikutnya merupakan analisis konten dalam bentuk informasi gabungan oleh peneliti. Pendekatan ini mungkin bertujuan untuk menjangkau audiens dengan cara yang kreatif dan edukatif, menggabungkan kekuatan visual dan pesan-pesan bermakna untuk meningkatkan kualitas pemahaman dan kesadaran masyarakat sajian untuk menjadi unit analisis penelitian ini: Gambar 4.10 Postingan Bentuk Konten Video 10 Maret 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Gambar di atas menggambarkan bahwa posting video dari akun TikTok dengan nama pengguna @Shadirafirdausi dibagikan pada Februari 2023. Posting ini menampilkan materi yang diperlukan untuk konten yang disajikan dalam video, yang telah mengumpulkan 922,5 ribu suka dan 869 komentar. Berdasarkan umpan balik yang diberikan dalam posting yang disebutkan di atas, tampaknya sebagian besar komentar positif. Komentar sebagian besar terdiri dari pujian yang diarahkan pada konten kreatif DIY yang disajikan. Kemudian, terdapat beberapa followers yang telah mengikuti DIY seperti Shadira Firdausi. Pada gambar di atas memperlihatkan salah satu postingan video pada akun TikTok yang bernama @Shadirafirdausi. Video tersebut dapat dikategorikan bentuk konten kombinasi karena konten tersebut berisikan suara dan gambar yang bergerak dilengkapi dengan. Dengan menambahkan caption “Alat Dapur Habis Aku DIY Semua” menjelaskan bahwa, dari konten tersebut Shadira Firdausi telah melakukan banyak sekali kegiatan DIY dengan menggunakan barang yang berada di rumahnya. Durasi konten ini diatur pada 49 detik, memungkinkan objek dalam video untuk transisi dengan lancar dan berkembang selaras dengan jangka waktu yang ditentukan, semua sambil ditingkatkan dengan iringan musik. Berdasarkan klarifikasi ini, dapat disimpulkan bahwa konten ini termasuk dalam kategori konten gabungan. 73

Gambar 4.11 Postingan Bentuk Konten Video 3 Maret 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Hasil dari tangkapan layar konten video di atas di unggah dalam TikTok @Shadirafirdausi pada 22 Maret 2023 termasuk kedalam bentuk konten kombinasi. konten kombinasi juga mencakup elemen edukasi atau

REPORT #22131321

penyampaian informasi yang bermanfaat. Konten tersebut telah di tonton sebanyak 6,6 Juta, 7667 ribu like , dan 1.708 kali di bagikan ke media sosial lain dengan komentar sebanyak 859. Komentar pada konten ini dipenuhi oleh komentar positif seperti, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Konten video di atas merupakan studio baru milik Shadira Firdausi di rumah barunya, ia membuat DIY untuk digunakan pada kasur di kamar barunya. Cara Shadira membuat DIY tersebut dengan menggunakan kardus yang sudah tidak terpakai dan dibentuk seperti hiasan untuk kasur. Pada konten video ini berisikan caption “Next Bikin Apa Lagi Niww?! , shadira semakin bersemangat membuat konten karena memiliki studio baru. Konten video dengan durasi 59 detik, disertai dengan voice-over yang memberikan keselarasan untuk konten. 74 Gambar

4.12 Postingan Bentuk Konten Video 29 Maret 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Hasil tangkapan layar dari konten video ini di unggah dalam akun TikTok @Shadira Firdausi pada 29 Maret 2023. Konten tersebut telah ditonton sebanyak 2,5 Juta, 239,4 ribu like , 1.425 dibagikan ke media sosial lain serta sebanyak 539 komentar. Komentar pada konten ini dipenuhi oleh komentar positif seperti, memberikan 75 apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Pada konten ini milik @Shadirafirdausi termasuk kedalam bentuk konten kombinasi yang konten tersebut berisikan berbagai efek visual dan filter yang dapat memperindah atau mengubah penampilan video, menggabungkan beberapa efek ini untuk menciptakan konten yang unik atau menarik perhatian lebih banyak penonton. Konten video di atas dengan caption “Sambil Buka Puasa Bikin Ini!! Abis Ini Bikin Apa Lagii Yaa!! menjelaskan bahwa kegiatan ini bisa membuat seseorang menjadi produktif dan lebih kreatif dengan menggunakan waktu senggang untuk menunggu berbuka puasa bisa menghasilkan barang yang bermanfaat. Durasi dalam konten video ini selama 43 detik yang di lengkapi oleh voice over untuk menjelaskan video sehingga memperindah

REPORT #22131321

konten. Gambar 4.13 Posingan Bentuk Konten 6 Juni 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Konten di atas yang diunggah pada akun TikTok @shadirafirdausi pada 6 Juni 2023 merupakan masuk kedalam kategorisasi bentuk pesan kombinasi karena konten Kolaborasi di TikTok merupakan gabungan teks dan audio dengan cara yang kreatif untuk menciptakan konten yang menarik dan informatif. pada konten tersebut Shadira mendapatkan 379,4 ribu like dan 981 komentar. Komentar di dalam konten tersebut berisi hal-hal positif yang memberikan ucapan semangat, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Dalam konten tersebut berisi Shadira sedang membuat DIY gelang atau gantungan Handphone yang dibuat sendiri. Shadira mendambahkan caption “udah lama ga DIY nii!! Next bikin apaa!!, dari caption tersebut menjelaskan bahwa shadira akhir-akhir ini jarang membuat konten DIY tetapi pada konten video ini shadira menyampaikan pesan bahwa DIY ini bisa menjadi ide di jualan. Konten memiliki durasi 1 menit dan 40 detik, di mana objek dalam video akan secara konsisten mengalami gerakan atau perubahan. Proses ini dilengkapi dengan narasi Shadira Firdausi.

#### 4.2.4 Jenis Konten 76

Dalam penelitian ini, analisis kuantitatif dilakukan oleh para peneliti untuk mengidentifikasi berbagai jenis konten yang digunakan dalam kemasan konten di platform media sosial TikTok oleh pengguna @Shadirafirdausi seesau, selaras dengan metrik terkait dari konten penelitian. Studi ini mengungkapkan tiga 77 kategori konten yang berbeda yang diposting oleh Shadira, khususnya konten Hiburan, Inspirasi, dan Informasi. Setelah kategorisasi konten, temuan menyajikan hasil statistik yang sesuai dengan setiap jenis konten: Tabel 4.5 Jumlah Postingan Berdasarkan Jenis Konten

Kategori Indikator	Definisi	Jumlah	% Postingan
Jenis Konten Hiburan			
Inspirasi	Konten yang mengandung hal lucu dan seru		31 %
Konten yang dapat memberikan semangat			86 %
Memberikan informasi berupa data atau fakta dari penemuan Shadira		5	13 %

Sumber: Olahan Peneliti Gambar 4.14 Diagram Jenis Konten Menurut

informasi yang disajikan dalam tabel, para peneliti telah membuat penemuan penting 1. Jumlah konten yang sering diunggah di akun TikTok @Shadirafirdausi terutama terdiri dari materi inspirasional 2. Jenis konten hiburan dan informasi cenderung lebih jarang diunggah, seperti yang diamati oleh @Shadirafirdausi Pada akun @Shadirafirdausi, fokusnya terletak pada menghasilkan konten yang secara efektif mengkomunikasikan pesan yang diinginkan kepada pengikut, terutama melalui sarana inspirasional pada tingkat 98%. Akibatnya, jelas bahwa dengan menginspirasi khalayak luas, sejumlah besar akan termotivasi untuk terlibat dalam upaya inovatif. Itulah tujuan Shadira, yang bertujuan untuk mendorong pengikutnya untuk berkolaborasi dalam pengejaran kreatif mereka. 10 % Hiburan Inspirasi i Jenis Konten % % 78 1. Inspirasi Kategori konten motivasi adalah materi yang menumbuhkan pengaruh positif dalam komunitas atau pendukungnya dengan menghasilkan antusiasme dan merangsang keinginan di antara audiensnya. Konten inspirasi di TikTok memiliki daya tarik yang kuat karena mampu menggerakkan perasaan dan memotivasi penonton untuk bertindak atau merenungkan hal-hal penting dalam kehidupan mereka Dengan menyajikan cerita- cerita yang 79 autentik, saran praktis, atau pesan positif, pengguna dapat membangun hubungan yang lebih dalam dengan audiens. Dalam akun TikTok @Shadirafirdausi konten inspirasi ini memperlihatkan bagaimana shadira membawa suasana kepada khalayak untuk sama-sama memulai kegiatan positif berupa membuat kerajinan atau DIY dengan barang yang sudah tidak terpakai di sekitar rumah. Setelah melakukan analisis menyeluruh terhadap isi penelitian, fokusnya adalah pada jenis konten inspirasional yang berfungsi sebagai unit analisis utama untuk penelitian ini: Gambar 4.15 Postingan Jenis Konten 5 Juli 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Gambar yang digambarkan di atas mewakili konten video yang dibagikan pada 5 Juli 2023, melalui akun TikTok @shadirafirdausi. Didalam konten ini memperlihatkan bahwa shadira sedang memberikan inspirasi berupa membuat case handphone sendiri. Inspirasi merupakan Konten yang menampilkan seni atau karya kreatif yang memotivasi penonton untuk mengeksplorasi



bakat mereka sendiri atau mencoba hal-hal baru. Dalam konten tersebut dilengkapi dengan voice over Shadira, untuk menjelaskan tutorial cara membuat barang tersebut sehingga followers yang menonton konten tersebut bisa mencontoh di Rumah. Selain itu konten ini dilengkapi dengan caption berisikan “ Akhirnya DIY lagi, next bikin apa lagi ya? Shadira selalu menuliskan kalimat “bikin apa lagi ya? di akhir caption, maksud dari kalimat itu untuk menanyakan kepada followers nya dan menjadikannya banyak referensi untuk membuat DIY selanjutnya. Konten tersebut telah menarik perhatian 8,9 juta orang, menghasilkan 872 ribu suka, dibagikan 2.892 ribu kali di berbagai platform media sosial, dan menerima 1.145 ribu komentar. Di antara komentar yang diberikan, sebagian besar terdiri dari umpan balik positif yang memuji konten DIY yang inovatif. Kemudian, terdapat beberapa followers yang telah mengikuti DIY seperti Shadira Firdausi. Maka konten ini termasuk kedalam jenis konten inspirasi. 8 Gambar 4.16 Postingan Jenis Konten 20 Agustus 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Pada konten di atas merupakan salah satu gambaran dari konten yang di unggah pada 20 Agustus 2023 masuk kedalam kategorisasi jenis konten Inspirasi karena konten ini memperlihatkan Panduan untuk membuat atau memodifikasi kostum, aksesoris mode khusus untuk acara tertentu atau gaya sehari-hari. Konten di atas berisikan tutorial membuat DIY case bekas menjadi tampilan lebih baru. dalam konten video tersebut berisikan tulisan dan voice over untuk menjelaskan arahan untuk membuat case tersebut. Dilengkapi dengan caption “ asli lucu pol dan gada yang nyamain gasi kalo bikin sendiri <3 dari kalimat tersebut menjelaskan bahwa dengan menggunakan barang bekas bisa merubah barang menjadi baru dan terlihat unik. Dilihat dari komentar pada konten ini banyak yang sudah meniru dari kegiatan positifnya Shadira. Pada konten ini berisikan komen mengenai hal-hal positif yang memberikan ucapan semangat, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Gambar 4.17 Postingan Jenis Konten 12 Oktober 2023 (TikTok Shadira 81

REPORT #22131321

Firdausi) Pada tangkapan layar di atas merupakan salah satu konten video yang diunggah oleh Shadira Firdausi pada 12 Oktober 2023 dalam akun TikTok @shadirafirdausi. Dalam konten ini memperlihatkan bahwa shadira sedang melakukan kegiatan positif membuat gantungan handphone dengan aksesoris atau benda-kecil, shadira 82 melakukan ide baru dengan membuat gantungan dari bahan manik manik yang biasanya orang-orang membuat gelang atau kalung. Dalam konten di atas dilengkapi dengan voice over Shadira dengan menjelaskan cara membuat case handphone tersebut, agar followers yang menonton konten video tersebut tidak bertanya-tanya bagaimana cara membuat DIY tersebut. Selain itu konten ini di lengkapi dengan caption “kok jadinya begini y maksud dari caption tersebut adalah shadira salah dalam memilih ukuran untuk DIY dan menjadi ukuran yang lebih kecil. Dengan begitu bukan berarti Shadira tidak pernah berbuat kesalahan dalam membuat DIYnya, dari kesalahan tersebut tidak membuat Shadira berhenti untuk membuat DIY ia semakin semangat dalam membuat hal-hal dan ide baru mengendai DIY. Pada konten di atas diputar sebanyak 16.4 juta kali , mendapatkan like sebanyak 1,5 juta like , mendapatkan sebanyak 2.923 dibagikan ke media sosial lain, dan 1.504 ribu komentar. Pada konten ini berisikan komen mengenai hal-hal positif yang memberikan ucapan semangat, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Gambar 4.18 Postingan Jenis Konten 23 November 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Pada konten di atas adalah salah satu video yang di unggah pada 23 November 2023 masuk kedalam kategorisasi jenis konten Inspirasi karena membagikan mengenai Tips dan trik untuk memperbaiki atau memperbarui bagian rumah seperti perbaikan furnitur, renovasi kecil, atau proyek perbaikan yang memungkinkan pengguna menghemat biaya. Konten ini berisikan video yang merupakan tidak membuat barang bekas jadi estetik atau DIY, video ini berisikan mengenai studio baru Shadira di rumah barunya dah ingin dihias menggunakan barang-barang DIY yang sudah dibuat oleh Shadira di studio lamanya. Dalam konten video

REPORT #22131321

ini sedikit berbeda, karena Shadira sedang mendecor ruangan studio barunya menjadi estetik. Shadira menjelaskan didalam video tersebut bahwa ini merupakan studio yang sudah diimpi-impikan dan akhirnya tercapai. Dengan membuat konten DIY ia sudah mempunyai studio dan rumah sendiri hasil dari kerja kerasnya. konten ini akan menjadi inspirasi untuk followers atau masyarakat yang menonton konten videonya. Dilengkapi dengan caption “kalau ga karna kalian aku ga bakal punya studio ini. Makasih banyak ya :) makasih juga ya Allah udah ngabulin mimpi aku :)” MashaAllah TabarakAllah maksud dari caption tersebut Shadira berterimakasih kepada followers nya yang sudah mengikuti dan memberikan semangat serta dukungan kepada shadira sehingga dia berada sampai dititik ini. 84 Pada penjelasan diatas, konten ini sudah di putar sebanyak 5,3 Juta kali , mendapatkan like sebanyak 614,8 ribu like , 1.113 kali dibagikan ke media sosial lain, dan komentar sebanyak 1.824 komentar dengan mayoritas komen mengenai hal-hal positif yang memberikan ucapan semangat, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira.

Gambar 4.19 Postingan Jenis Konten 30 November 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Pada konten video di atas merupakan salah satu gambaran dari konten yang diunggah pada 30 November 2023 . Konten ini berisikan mengenai DIY barang memakai bahan Styrofoam bekas dan kardus bekas dari sisaan barang elektronik, dengan menggunakan bahan-bahan bekas bisa menjadi barang yang mewah contohnya seperti pada tangkapan layar diatas. Pada konten ini termasuk kedalam kategorisasi jenis konten inspirasi yaitu Membuat hiasan dinding, bantal dekoratif, atau mengubah furnitur lama menjadi baru. Dalam video tersebut berisikan voice over Shadira yang sedang menjelaskan mengenai tutorial cara membuat styrofoam bekas menjadi kaca hiasan yang sangat lucu untuk dipajang di rumah. Sehingga banyak followers yang berkomentar untuk membuat DIY yang lain dan diberikan referensi pada followers nya Shadira. Sehingga konten video ini memberikan inspirasi pada followers nya. 85 Gambar 4.20 Postingan Jenis

Konten 1 Agustus 2023 (TikTok Shadira Firdausi) Pada gambar di atas merupakan tangkapan video dari akun TikTok @shadirafirdausi periode 1 Agustus 2023. Konten ini berisikan mengenai cuplikan video shadira sedang memberikan informasi mengenai barang- barang barunya untuk mengisi studio baru. shadira memberikan informasi dimana ia membeli barang-barang tersebut. Konten ini termasuk dalam jenis konten inspirasi karena memberikan ide mengenai dekorasi dinding. Selain itu pada video di atas, Shadira memberitahukan dimana ia sedang mereviews di dalam video. Dengan adanya konten ini follower menjadi lebih mudah untuk mencari dan membeli barang yang sama dengan Shadira. mendapatkan komentar sebanyak 1.015 berisikan komen mengenai hal-hal positif yang memberikan ucapan semangat, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Gambar 4.21 Postingan Jenis Konten 15 Februari 2024 (TikTok Shadira Firdausi) Pada gambar di atas merupakan hasil tangkapan layar dari akun TikTok @shadirafirdausi pada periode 15 Februari 2024 . Konten di atas berisikan mengenai cuplikan video yang sedang membuat pajangan rumah yaitu cermin konten ini merupakan termasuk kedalam kategorisasi jenis konten karena membuat DIY untuk hiasan di rumah. Selain itu video ini, menampilkan video disaat Shadira sedang merakit lego yang sudah dibelinya, dalam kontn video tersebut ia memberikan informasi mengenai dimana lego hiasan itu bisa dibeli dan bagaimana cara merakitnya. Ini merupakan hobby baru dari Shadira karena ia senang untuk merakit dan membeli lego pada saat itu. komentar berisikan mengenai hal-hal positif yang memberikan ucapan semangat, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Video ini sudah di bagikan sebanyak 7.725 ribu telah dibagikan ke media sosial lainnya dan diputar sebanyak 21,8 juta kali. 86 4.2.5

Tema Pesan Dalam penelitian analisis konten kuantitatif, metode ini digunakan untuk mengidentifikasi tema konten sesuai dengan kategori yang

ditetapkan oleh peneliti sebelumnya. Kategorisasi akan didasarkan pada pentingnya 87 konten yang dibagikan di akun TikTok @shadirafirdausi. Konten yang dipilih, berfungsi sebagai unit analisis dalam penelitian ini, mewakili tema yang ditemukan dalam setiap kategori. Tema pesan mencakup perpaduan konsep dan refleksi pada subjek yang ingin dikomunikasikan oleh pengirim kepada penerima pesan (Narudin, 2016). Untuk memastikan aspek tema pesa, para sarjana awalnya melakukan pemeriksaan menyeluruh dan mengkategorikannya ke dalam beberapa indikator berdasarkan konten yang diposting di akun TikTok @shadirafirdausi. Indikator-indikator ini termasuk Pajangan Rumah, Furnitur Rumah, dan, Aksesoris Elektronik dan Fashion. Tabel 4.6 Jumlah Postingan Berdasarkan Tema Pesan Kategori Indikator Definisi Jumlah % Postingan Tema Pesan Pajangan Rumah Konten yang mengandung panduan untuk mencapai tujuan 16 50% Furnitur Rumah Konten yang dapat memberikan data yang valid 13 41% Aksesori s Elektroni k dan Fashion Memberikan informasi berupa kegiatan yang mencakup tanggal, lokasi, dan agenda 3 9% Sumber: Olahan Peneliti

Gambar 4.22 Diagram Tema Pesan Dari informasi yang disajikan dalam tabel di atas, para peneliti telah mengidentifikasi temuan menarik tertentu, khususnya: 1. Pesan yang dimaksudkan Shadira Firdausi berkisar pada pentingnya menyoroti konten tampilan rumah, yang saat ini memegang jumlah posting terbesar. 2. Furnitur rumah yaitu memiliki jumlah postingan yang sedang dan yang memiliki jumlah paling sedikit adalah aksesoris elektronik dan fashion. Yang artinya dalam membagi konten ini berdasarkan dengan tema, Shadira Firdausi banyak melakukan konten membuat DIY pajangan rumah yang merupakan Aksesoris Elektronik dan Fashion 41 % 50 % Pajangan Rumah Furnitur 9 % Tema Pesan 88 kegiatan ini memberikan cara bagaimana membuat barang estetik yaitu DIY. Sedangkan untuk tema pesan Furnitur Rumah dalam konten Shadira Firdausi masih termasuk dalam kereteria. Sedangkan untuk tema aksesoris elektronik dan fashion konten merupakan yang paling sedikit. 89 1. Pajangan Rumah DIY pajangan rumah adalah proyek kerajinan tangan yang dibuat sendiri untuk

menghiasi rumah. Proyek-proyek ini sering kali menggunakan bahan-bahan sederhana dan mudah ditemukan, seperti kayu, kain, kertas, atau bahan daur ulang, dan dapat mencakup berbagai macam dekorasi, seperti lukisan, patung kecil, tanaman hias, atau barang-barang fungsional yang juga memiliki nilai estetika. pajangan rumah merupakan yang sesuai dari konten yang dijadikan unit analisis yaitu: Gambar 4.23 Postingan Tema Pesan 12 Maret 2024 (TikTok Shadira Firdausi) Tema pesan yang diunggah dalam akun instagram @shadirafirdausi adalah konten yang ingin memperlihatkan mengenai Pajangan Rumah yang dibuat dengan barang bekas menjadi estetik, Shadira Firdausi menyebut konten video yang bertemakan bikin jadi estetik itu dengan nama "Bikin Barang Estetik". Pada gambar di atas merupakan salah satu postingan @shadirafirdausi yang sedang melakukan DIY dengan menggunakan prabotan rumah yaitu mangkok sehingga menjadi pajangan rumah berupa lampu hias. Konten tersebut merupakan konten yang sering ditunggu-tunggu oleh followers nya, dengan like sebanyak 81,4 ribu like, 306 ratus komentar, dan sebanyak 1,5 kali diputar. Dalam postingan diatas menunjukan bahwa Shadira Firdausi sedang melakukan kegiatan membuat pajangan rumah tambahan teks diatasnya Shadira mengajak teman-teman onlinenya untuk membuat pajangan rumah dari mangkok bekas agar menjadi lampu hias.

2. Furnitur Rumah Furnitur rumah adalah proses membuat atau merakit furnitur sendiri, daripada membeli yang sudah jadi di toko. Ini bisa melibatkan berbagai proyek, mulai dari membuat meja, kursi, rak, tempat tidur, hingga dekorasi dinding dan penyimpanan. Berikut adalah konten yang masuk kedalam kategorisasi tema pesan furniture rumah dan di jadikan unit analisis yaitu: 9 Gambar 4.24 Postingan Tema Pesan 30 Desember 2024 (TikTok Shadira Firdausi) Pada gambar di atas, yaitu salah konten Shadira Firdausi yang di unggah dalam akun TikTok pada periode 19 Maret 2024. Memiliki komentar yang berisikan komen mengenai hal-hal positif yang memberikan ucapan semangat, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Pada konten di atas

termasuk dalam kategorisasi dari tema pesan furnitur rumah karena konten ini memperlihatkan bagaimana cara membuat rak kecil untuk digunakan menyimpan aksesoris. Furnitur rumah adalah perabotan atau barang-barang yang digunakan untuk melengkapi dan memperindah interior rumah. Furnitur berfungsi tidak hanya sebagai elemen dekoratif, tetapi juga memiliki peran praktis dalam mendukung berbagai aktivitas sehari-hari di dalam rumah. Dalam konten tersebut yang berbentuk video memperlihatkan bahwa Shadira sedang membuat DIY laci dengan bahan kardus bekas yang sudah tidak terpakai dan seketika menjadi sebuah karya yang indah dan bisa menjadi hiasan rumah. Hal ini menjadi alasan mengapa konten ini termasuk dalam tema pesan furnitur rumah karena memperlihatkan shadira memberikan cara membuat DIY barang bekas sehingga menjadi sebuah rak kecil.

#### 4.2.6 Pesan Edukasi

Pada penelitian ini menggunakan pesan edukasi untuk menemukan berdasarkan dari kategori-kategori yang pada sebelumnya telah di tentukan oleh peneliti. Sesuai dengan penelitian ini terdapat 4 pesan edukasi yang unguah oleh akun TikTok milik @Shadirafirdaus i yaitu, Interaktif, Mendorong Pembelajaran, Membentuk Sikap, Menguatkan Pengalaman. berikut merupakan hasil angka yang telah dihasilkan dari pesan edukasi

Kategori	Indikator	Definisi	Jumlah	% Postingan
Pesan Edukasi Interaktif	Pesan yang bertujuan untuk melibatkan penerima secara aktif atau berinteraksi langsung	92		
Mendorong Pembelajaran	Untuk memotivasi individu agar belajar untuk praktik dan eksperimen sendiri.	28	87%	
Membentuk Sikap	yang melibatkan perubahan	0%		
Menguatkan atau pengembangan persepsi.	Bertujuan untuk memberikan	4	13%	
Pengalaman dukungan, motivasi, dan pengetahuan yang relevan.	Sumber: Olahan Peneliti	Pesan Edukasi	0%	13%
Interaktif	Mendorong Pembelajaran	Membentuk Sikap	87%	

Menguatkan Pengalaman Gambar 4.25 Diagram Pesan Edukasi Dari informasi yang diberikan dalam tabel di atas, telah menjadi perhatian kami bahwa para pencari telah menemukan beberapa temuan menarik, khususnya: 1. Pada pesan edukasi yang ingin disampaikan oleh Shadira Firdausi adalah mendorong pembelajaran merupakan konten yang memiliki jumlah postingan yang paling banyak dan yang memiliki jumlah posting sedang ada pada Menguatkan pengalaman. 2. Interaktif, dan membentuk pesan merupakan yang memiliki jumlah postingan yang paling sedikit. Oleh karena itu dalam membagi konten ini berdasarkan dengan pesan edukasi, Shadira Firdausi lebih banyak melakukan konten membuat DIY pajangan rumah yang merupakan kegiatan mendorong pembelajaran untuk memberikan cara bagaimana membuat barang estetik yaitu DIY. Sedangkan untuk pesan edukasi menguatkan pengalaman dalam konten Shadira Firdausi masih termasuk dalam kereteria. Lalu untuk pesan edukasi interaktif dan menguatkan merupakan yang paling sedikit. 93 1. Mendorong Pembelajaran Gambar 4.26 Postingan Pesan Edukasi Mendorong Pembelajaran (TikTok Shadira Firdausi) Tangkapan layar yang disediakan menggambarkan posting video dari akun TikTok bernama @Shadirafirdausi, berfokus pada konten pendidikan dan mempromosikan pengembangan karir. Konten menampilkan bahan yang diperlukan untuk proyek DIY dan memberikan panduan untuk membuat item DIY. Video khusus ini telah mengumpulkan 757.5K suka dan 1.486 komentar. Jika dilihat pada komentar, postingan ini memiliki komentar yang keseluruhannya berisikan komen positif, mengenai pujian untuk shadira, memberikan semangat, dan memberikan ide-ide baru mengenai DIY Video tersebut dapat di kategorikan pesan edukasi dan indikator mendorong pembelajaran dikarenakan video tersebut memberikan sebuah penjelasan mengenai cara bagaimana membuat barang-barang bekas, video tersebut hanyalah memberikan pembelajaran bagaimana mendorong semua orang untuk mengembangkan keterampilan kritis seperti membuat barang dari bahan bekas, Gambar 4.27 Kategori Pesan Edukasi Mendorong Pembelajaran (TikTok Shadira 94 Firdausi) Pada gambar di atas merupakan hasil tangkapan layar dari akun TikTok @shadirafirdaus



i pada periode 6 Januari 2024. Pada konten di atas berisikan mengenai cuplikan video yang sedang membuat pajangan rumah yaitu 95 cermin konten ini merupakan termasuk kedalam kategorisasi pesan edukasi karena pada video di atas telah mengajarkan cara membuat cermin dari sekumpulan cerin yang sudah tidak terpakai dan dibuat seperti barang yang lebih bagus dan terlihat baru. pada konten- konten @Shadirafirdausi Memungkinkan semua orang yang menonton konten DIY bebas untuk memilih barang apa yang mereka minati dan membuatnya secara mandiri atau bersama. komentar berisikan mengenai hal-hal positif yang memberikan ucapan semangat, memberikan apresiasi untuk hasil karya yang buat, memberikan rekomendasi mengenai DIY selanjutnya, dan memberikan pujian serta semangat untuk Shadira. Video ini sudah di bagikan sebanyak 1.083 ribu telah dibagikan ke media sosial lainnya dan diputar sebanyak juta kali. 96

BAB V PENUT UP 5.1 Kesimpulan Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan pengemasan pesan edukasi pada akun TikTok @ShadiraFirdausi i selama periode Februari 2023 hingga Maret 2024. Melalui pendekatan analisis isi kuantitatif, penelitian ini berusaha mengidentifikasi bagaimana konten yang disajikan oleh Shadira Firdausi bertujuan untuk memotivasi pengikutnya serta masyarakat umum mengenai kegiatan kreatif yang dapat dilakukan dengan barang- barang bekas, menjadikannya lebih estetik dan fungsional. Kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini didasarkan pada perumusan masalah dan tujuan penelitian, yang bertujuan untuk menjelaskan penyajian pesan konten pendidikan di akun TikTok melalui analisis konten kuantitatif akun @shadirafirdausi dari Februari 2023 hingga Maret 2024. Secara garis besar, penelitian ini berusaha mengungkapkan bahwa konten yang ditampilkan di akun Shadira Firdausi dimaksudkan untuk mencerahkan pengikut dan publik tentang upaya inovatifnya di media sosial, dengan tujuan mengubah materi yang kurang dimanfaatkan menjadi sesuatu yang segar dan menarik. Kesimpulan yang ditarik dalam penelitian ini berasal dari analisis data yang bersumber dari platform media sosial akun TikTok @Shadirafirdausi, yang berlangsung dari Februari 2023 hingga Mare

REPORT #22131321

t 2024. Fokus penelitian ini adalah pada konten yang memenuhi kriteria tertentu, berfungsi sebagai subjek utama pemeriksaan. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan penyajian konten pendidikan di akun TikTok @shadirafirdausi, yang dikategorikan ke dalam empat kelompok yang berbeda. Pertama, kategori sifat pesan dimana kategori ini merupakan yang paling menggambarkan konten- konten Shadira Firdausi ialah sifat pesan informatif. Karena terlihat dari dominasi unggahan konten yang terdapat pada akun TikTok @shadirafirdausi yang berarti bentuk pesan informatif ini memperlihatkan sisi perjuangan Shadira Firdausi untuk memberikan informasi dengan melakukan cara membuat barang estetik dengan barang yang sudah tidak terpakai, sehingga bisa menjadi tampilan yang berbeda dan bisa untuk hiasan untuk di rumah. dengan memperlihatkan ke kreatifitasnya untuk membuat barang bekas atau bisa disebut dengan DIY dapat menumbuhkan proses berpikir untuk followers nya atau masyarakat yang menonton konten video tersebut sehingga menjadi tergerak mempunyai keinginan untuk membuat DIY seperti Shadira Firdausi. perlahan tergerak dari hal ini dapat juga didukung dari komentar-komentar yang saling memberikan ide-ide kreatif lainnya. Kedua, merupakan kategori dari bentuk konten adalah melihat bentuk-bentuk konten yang diunggah pada akun TikTok Shadira Firdausi yaitu adalah bentuk konten Kombinasi. Hal ini diperlihatkan dengan rutinitas konten Shadira Firdausi cara membuat barang bekas menjadi baru. Hal ini menggarisbawahi pentingnya menyampaikan pesan Home Exhibition dengan fokus utamanya adalah memanfaatkan barang-barang daur ulang untuk membuat tampilan fungsional yang selaras dengan tujuan Shadira Firdausi, yang berfungsi sebagai inspirasi bagi khalayak yang lebih luas. 97 Penelitian ini menunjukkan bahwa konten-konten yang diunggah oleh Shadira Firdausi berhasil menggunakan elemen-elemen komunikasi edukasi untuk mendidik atau meningkatkan pengetahuan pengikutnya. Penggunaan pesan informatif yang merupakan edukasi dan visual dalam bentuk video terbukti efektif dalam menyampaikan pesan edukasi dan DIY. Pengikutnya tidak hanya terhibur tetapi juga termotivasi untuk mengikuti jejak

Shadira dalam menciptakan barang-barang estetik dari barang bekas penelitian ini juga menekankan pentingnya strategi komunikasi yang baik dalam menyampaikan pesan Informatif di media sosial. Kombinasi antara kreativitas, konsistensi, dan relevansi pesan dengan isu-isu sosial yang ada dapat meningkatkan efektivitas pesan edukasi dan menghasilkan dampak positif bagi masyarakat. 98 5.2. Saran Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pesan pendidikan disajikan di akun TikTok @Shadirafirdausi, menampilkan aktivitas kreatif yang mengubah item bekas menjadi kreasi yang menyenangkan secara estetika dari Februari 2023 hingga Maret 2024. Aspek penting termasuk kualitas informatif pesan dan kemampuan untuk menginspirasi dan mendapatkan reaksi positif. Namun, penting untuk mengakui bahwa ada batasan tertentu dalam penelitian ini yang mungkin memerlukan eksplorasi lebih lanjut dalam upaya penelitian di masa depan. 5.2.2

Saran Akademis 1 Penelitian lanjutan dapat menggunakan metode analisis isi dengan melakukan wawancara sebagai alat pengumpulan data. Tujuannya adalah untuk mengungkapkan pemaknaan pesan konten secara langsung dari Shadira Firdausi. Melalui wawancara mendalam, peneliti dapat menggali lebih dalam mengenai bagaimana Shadira Firdausi memahami dan mengartikulasikan pesan-pesan yang mereka sampaikan, serta strategi yang mereka gunakan dalam menciptakan konten yang persuasif. 2. Selain itu, penelitian selanjutnya dapat membandingkan konten yang dihasilkan oleh Shadira Firdausi dengan konten dari Konten kreator lain yang juga terlibat dalam melakukan kegiatan kreatif. Banyak pengguna TikTok yang mengikuti jejak Shadira Firdausi, sehingga komparasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi perbedaan dan persamaan dalam cara pengemasan pesan, serta efektivitas masing-masing dalam mempengaruhi audiens. Analisis ini dapat membantu memahami kekuatan dan kelemahan pendekatan masing-masing konten kreator. 3. Bagi peneliti selanjutnya yang tertarik melakukan penelitian serupa terkait pengemasan pesan, disarankan untuk menggunakan alat ukur yang telah dikembangkan dalam penelitian ini. Alat ukur ini telah terbukti efektif dalam menganalisis pengemasan pesan dan dapat menjadi

REPORT #22131321

panduan yang berguna dalam penelitian di masa mendatang. Dengan menggunakan alat ukur ini, peneliti dapat memperoleh data yang konsisten dan relevan, sehingga memudahkan dalam melakukan analisis dan komparasi.

5.2.3 Saran Praktis Saran untuk temuan ini dapat digunakan dari dalam sejumlah kalangan, yaitu: 1. Ini dapat digunakan sebagai sumber daya berharga bagi individu yang terlibat dalam pembuatan konten, terutama mereka yang berfokus pada konten kreatif dalam ranah media sosial, seperti TikTok. Ini memiliki potensi untuk menghasilkan peningkatan minat di antara semakin banyak individu muda dalam berpartisipasi dalam upaya kreatif.



REPORT #22131321

## Results

Sources that matched your submitted document.

● IDENTICAL ● CHANGED TEXT

INTERNET SOURCE		
1.	<b>0.28%</b> repository.uinsaizu.ac.id <a href="https://repository.uinsaizu.ac.id/24263/1/Vivi%20Alfiani_Analisis%20Konten%20..">https://repository.uinsaizu.ac.id/24263/1/Vivi%20Alfiani_Analisis%20Konten%20..</a>	●
INTERNET SOURCE		
2.	<b>0.23%</b> repository.stei.ac.id <a href="http://repository.stei.ac.id/2172/4/BAB%20III.pdf">http://repository.stei.ac.id/2172/4/BAB%20III.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
3.	<b>0.21%</b> lms.syam-ok.unm.ac.id <a href="https://lms.syam-ok.unm.ac.id/pluginfile.php/458566/mod_resource/content/1/..">https://lms.syam-ok.unm.ac.id/pluginfile.php/458566/mod_resource/content/1/..</a>	●
INTERNET SOURCE		
4.	<b>0.17%</b> ejournal.unsrat.ac.id <a href="https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download..">https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/download..</a>	●
INTERNET SOURCE		
5.	<b>0.15%</b> prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id <a href="https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article...">https://prosidingfrima.digitechuniversity.ac.id/index.php/prosidingfrima/article...</a>	●
INTERNET SOURCE		
6.	<b>0.15%</b> repo.darmajaya.ac.id <a href="http://repo.darmajaya.ac.id/14349/14/bab%202%20revisi%205.pdf">http://repo.darmajaya.ac.id/14349/14/bab%202%20revisi%205.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
7.	<b>0.14%</b> eprints.ums.ac.id <a href="https://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB_III_bner.pdf">https://eprints.ums.ac.id/12891/6/BAB_III_bner.pdf</a>	●
INTERNET SOURCE		
8.	<b>0.13%</b> etd.repository.ugm.ac.id <a href="https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/231119">https://etd.repository.ugm.ac.id/penelitian/detail/231119</a>	●
INTERNET SOURCE		
9.	<b>0.12%</b> eprints.uny.ac.id <a href="http://eprints.uny.ac.id/24772/5/5.%20BAB%20III.pdf">http://eprints.uny.ac.id/24772/5/5.%20BAB%20III.pdf</a>	●



REPORT #22131321

INTERNET SOURCE		
10.	0.12% jurnalisticomah.org	●
	<a href="https://jurnalisticomah.org/index.php/arima/article/view/663/583">https://jurnalisticomah.org/index.php/arima/article/view/663/583</a>	
INTERNET SOURCE		
11.	0.11% www.gamedia.com	●
	<a href="https://www.gamedia.com/literasi/paradigma-penelitian/">https://www.gamedia.com/literasi/paradigma-penelitian/</a>	
INTERNET SOURCE		
12.	0.11% repository.iainkudus.ac.id	●
	<a href="http://repository.iainkudus.ac.id/611/6/FILE%206%20BAB%20III.pdf">http://repository.iainkudus.ac.id/611/6/FILE%206%20BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
13.	0.1% repository.upnjatim.ac.id	●
	<a href="https://repository.upnjatim.ac.id/8296/45/18043010066_cover.pdf">https://repository.upnjatim.ac.id/8296/45/18043010066_cover.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
14.	0.09% repository.ummat.ac.id	●
	<a href="https://repository.ummat.ac.id/7972/1/COVER-BAB%20III.pdf">https://repository.ummat.ac.id/7972/1/COVER-BAB%20III.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
15.	0.09% repository.ar-raniry.ac.id	●
	<a href="https://repository.ar-raniry.ac.id/36501/1/Dina%20Hanifa%2C%20200802060%2...">https://repository.ar-raniry.ac.id/36501/1/Dina%20Hanifa%2C%20200802060%2...</a>	
INTERNET SOURCE		
16.	0.09% repository.unpas.ac.id	●
	<a href="http://repository.unpas.ac.id/37051/4/BAB%202.pdf">http://repository.unpas.ac.id/37051/4/BAB%202.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
17.	0.08% repo.uinsatu.ac.id	●
	<a href="http://repo.uinsatu.ac.id/5778/6/BAB%203.pdf">http://repo.uinsatu.ac.id/5778/6/BAB%203.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
18.	0.08% repository.uin-suska.ac.id	●
	<a href="http://repository.uin-suska.ac.id/13509/8/8.BAB%20III_2018266ADN.pdf">http://repository.uin-suska.ac.id/13509/8/8.BAB%20III_2018266ADN.pdf</a>	
INTERNET SOURCE		
19.	0.08% download.garuda.kemdikbud.go.id	●
	<a href="http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2476967&amp;val=179...">http://download.garuda.kemdikbud.go.id/article.php?article=2476967&amp;val=179...</a>	
INTERNET SOURCE		
20.	0.07% raharja.ac.id	●
	<a href="https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/">https://raharja.ac.id/2020/11/08/data-sekunder/</a>	



REPORT #22131321

INTERNET SOURCE

21. **0.05%** repository.unhas.ac.id

[http://repository.unhas.ac.id/31259/2/E022211028\\_tesis\\_09-08-2023%20bab%2...](http://repository.unhas.ac.id/31259/2/E022211028_tesis_09-08-2023%20bab%2...)

INTERNET SOURCE

22. **0.04%** eprints.upj.ac.id

<https://eprints.upj.ac.id/id/eprint/1249/6/15.%20BAB%203.pdf>

## QUOTES

INTERNET SOURCE

1. **0.3%** eprints.iain-surakarta.ac.id

[https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6652/1/Full%20Teks\\_171211035.pdf](https://eprints.iain-surakarta.ac.id/6652/1/Full%20Teks_171211035.pdf)

INTERNET SOURCE

2. **0.23%** repository.radenfatah.ac.id

<https://repository.radenfatah.ac.id/32695/4/BAB%20II%20FEBY%20RINANDA.pdf>

INTERNET SOURCE

3. **0.12%** repository.uin-suska.ac.id

[http://repository.uin-suska.ac.id/15938/7/7.%20BAB%20II\\_2018268KOM.pdf](http://repository.uin-suska.ac.id/15938/7/7.%20BAB%20II_2018268KOM.pdf)

INTERNET SOURCE

4. **0.09%** repository.unhas.ac.id

[http://repository.unhas.ac.id/31259/2/E022211028\\_tesis\\_09-08-2023%20bab%2...](http://repository.unhas.ac.id/31259/2/E022211028_tesis_09-08-2023%20bab%2...)

INTERNET SOURCE

5. **0.08%** repositori.uma.ac.id

<https://repositori.uma.ac.id/jspui/bitstream/123456789/18896/1/188320285%20...>

INTERNET SOURCE

6. **0.07%** mtarget.co

<https://mtarget.co/blog/contoh-konten-digital-marketing/>

INTERNET SOURCE

7. **0.07%** www.blog.slice.id

<https://www.blog.slice.id/blog/tiktok-vs-youtube-mana-yang-lebih-menjanjikan...>