

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.

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| Judul Penulisan Nama Tahun | Afiliasi Universitas | Metode Penelitian | Kesimpulan | Saran | Perbedaan |
|--|---|------------------------------|--|---|---|
| 1. NOERAZRIE IMANIA PUTRI, ANALISIS ISI KUALITATIF PESAN EDUKASI POSITIVE DISCIPLINE PARENTING PADA MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @GOODENOUGH PARENTS.ID Noerazrie Imania Putri 2022. | Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur | Metode Penelitian Kualitatif | Hasil penelitian ini telah mengungkapkan bahwa cara pesan pendidikan disajikan dalam akun @goodenoughparents 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 yang berkaitan dengan komunikasi dan kerja sama menggarisbawahi | Penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana pesan edukasi ini dapat diterima dan merespon di 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 |

| Judul Penulisan Nama Tahun | Afiliasi Universitas | Metode Penelitian | Kesimpulan | Saran | Perbedaan |
|--|-------------------------|-------------------|---|---|--|
| | | | pentingnya menumbuhkan kehangatan dan struktur. Nasihat yang diberikan mendorong pilihan kata yang cermat ketika berinteraksi dengan anak-anak, yang bertujuan untuk meningkatkan dukungan dan keintiman dalam hubungan orang tua-anak. | | kualitatif dengan analisis isi. |
| 2. Pesan Edukasi Kecantikan melalui Video YouTube (Analisis Isi Kualitatif Video tentang Sunscreen di Kanal YouTube Beauty Influencer Liah Yoo) Puput Kurniasari Satria 2023 | Universitas Gadjah Mada | Metode Kualitatif | 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 | Penelitian lebih lanjut mengenai bagaimana pesan edukasi untuk kecantikan | 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 influecer. |

| Judul Penulisan Nama Tahun | Afiliasi Universitas | Metode Penelitian | Kesimpulan | Saran | Perbedaan |
|---|----------------------------------|-------------------|---|--|--|
| 3. Penggunaan Media Sosial untuk Edukasi Karir dan Pekerjaan Jewel Mardatillah Binuri, Dian Widy Putri 2024 | Universitas Tarumanegara Jakarta | Metode Kualitatif | ilmiah, sudut pandang pribadi, pernyataan persuasif, dan kutipan teks. membagikan pesan -pesan dengan format audio-visual berupa video singkat yang mampu membawa pesan berupa kata-kata/kalimat yang disampaikan oleh komunikator, yang menyampaikannya 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 @Vmuliana, 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 mencapai kesuksesan dalam mengamankan pekerjaan. Penelitian ini dilakukan untuk memastikan sifat konten video pendidikan terkait tips wawancara kerja dikemas pada unggahan- unggahan video pada akun TikTok @Vmuliana ter | Pengguna an media sosial bisa menjadi salah satu opsi untuk menerima informasi mengenai edukasi pekerjaan. | Perbedaan dengan penelitian ini adalah fokusnya karena lebih fokus pada edukasi mengenai karir dan pekerjaan, lalu metode penelitian ini memakai kualitatif. |

| Judul Penulisan Nama Tahun | Afiliasi Universitas | Metode Penelitian | Kesimpulan | Saran | Perbedaan |
|-------------------------------------|-------------------------|----------------------|------------|-------|-----------|
| sebut. | | | | | |

Sumber: Olahan Peneliti

Dalam tiga penelitian sebelumnya, variasi dan kesamaan telah diidentifikasi. Studi yang dilakukan oleh Noerazrie Imania Putri, berjudul “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 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

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 @Shadirafirdausi, 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.

Dalam penelitian ini yang menjadi riset merupakan isi pesan, maka dari itu metode yang digunakan adalah analisis isi. 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.

2.2.3 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. 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 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 pembelajaran 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. Memperkuat 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.

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.

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 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 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. Aksesoris Elektronik dan Fashion

Aksesori adalah komponen tambahan yang dirancang untuk meningkatkan fungsionalitas dan estetika produk utama. Ia menyoroti bahwa dalam desain

produk teknologi, aksesoris 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 disebut 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 anatara 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 Andrian Kaplan, dipahami bahwa istilah “media sosial” berkaitan dengan pengelompokan aplikasi *online* yang telah dibuat berdasarkan prinsip dan alat gerakan *Web 2.0*.

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 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.

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 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 melaui tiktok shop, live

streaming, dan endorsement. Selain itu, tiktok banyak di gemari pengguna karna memiliki filter-filter lucu 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 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 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

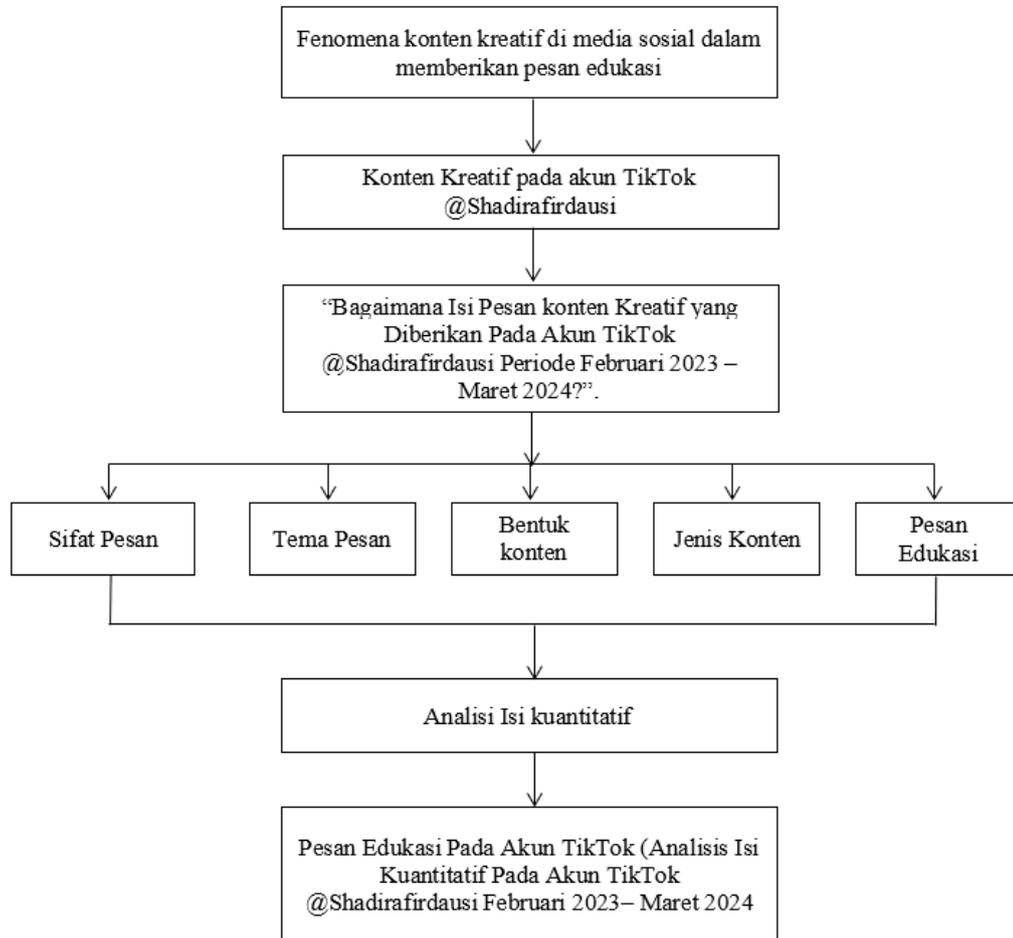
Peran konten informasi adalah untuk secara efektif mencerahkan dan mendidik audiens tentang mata pelajaran penting. Informasi dapat terdiri dari fakta otentik atau temuan aktual.

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 *followersnya*. Lalu peneliti ingin mengetahui bagaimana isi pesan konten pesan edukasi yang diunggah pada akun TikTok @Shadirafirdausi periode Februari 2023- Maret 2024.

