

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah membawa perubahan dampak yang sangat besar terhadap dinamika komunikasi modern. Sosial media sekarang menjadi alat utama yang digunakan oleh masyarakat untuk berinteraksi, menyebarkan informasi, yang mudah diakses oleh bermacam-macam kelompok. Salah satu media sosial yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok, yang memberikan konten video pendek untuk menyebar luaskan informasi dalam waktu singkat. TikTok bukan hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi media yang strategis dalam menyusun dan menyampaikan pesan (Fitriany, Fatimah, Destalpia, & Laksana, 2024).

Menurut (Angelin & Paramita, 2024), strategi komunikasi di TikTok menuntut kreativitas tinggi karena keberhasilan konten bergantung pada cara penyampaian, waktu publikasi, serta kemampuan memahami kebutuhan audiens digital. Fenomena menarik terkait penerapan strategi komunikasi juga ditemukan dalam konteks konten non-komersial. (Sintia Putri Andani & Parihat Kamil, 2023) menjelaskan bahwa penyusunan pesan dalam dakwah digital di TikTok memerlukan pendekatan yang komunikatif, kontekstual, dan disesuaikan dengan karakteristik audiens muda. Dengan gaya penyampaian yang santai, serta menggunakan bahasa yang dekat dengan audiens, konten

dapat diterima tanpa menurunkan nilai yang disampaikan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kesuksesan membuat konten di TikTok dipengaruhi oleh kemampuan kreator dalam mengembangkan strategi komunikasi yang sesuai dengan media dan target audiens.

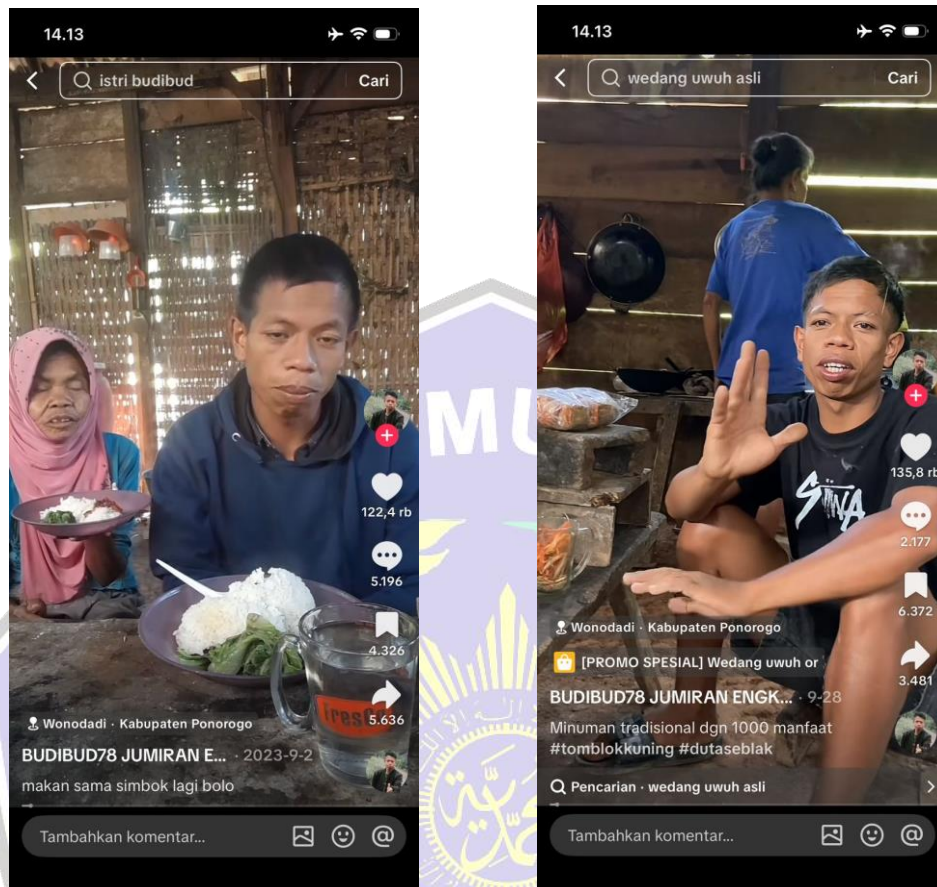
Sejalan dengan itu, (Kemala Dewi, 2023), menegaskan bahwa dalam era komunikasi digital, konten TikTok yang efektif harus memenuhi prinsip komunikasi pemasaran yang berbasis nilai (*value-based communication*). Pesan yang disusun melalui pendekatan ini tidak hanya berfungsi untuk memberikan informasi, tetapi juga membentuk opini, menumbuhkan empati, dan mengajak audiens untuk terlibat. Ini berarti, dalam strategi penyusunan pesan, aspek waktu, tren sosial, dan budaya lokal harus dipertimbangkan agar pesan diterima oleh masyarakat digital. TikTok memberdayakan pesan lokal untuk berkompetisi dengan pesan global, selama kreator dapat menyiapkan strategi dalam mempromosikan nilai-nilai lokal dengan gaya komunikasi yang modern.

Penelitian yang dilakukan oleh (Soraya et al., 2024), juga memperkuat pandangan tersebut. Mereka menjelaskan bahwa strategi komunikasi di TikTok efektif apabila pesan dikemas secara interaktif dan kolaboratif. Strategi komunikasi partisipatif memungkinkan kreator memanfaatkan fitur-fitur TikTok seperti duet, *stitching*, dan *hashtag challenge* untuk membangun komunikasi interaktif yang mendekatkan diri dengan audiens. Dalam hal ini, pesan yang disusun tidak hanya berfokus pada konten tetapi juga pada bentuk komunikasi dan partisipasi audiens. Cara ini sangat cocok dengan kondisi kreator lokal, seperti @budibud78jumiranengkling, yang berhasil membuat

interaksi sosial yang tinggi dengan audiens serta memanfaatkan latar apa adanya, bahasa daerah, dan penggambaran budaya Ponorogo.

Selain itu, (Lasono & Novita, 2024), menemukan bahwa penyusunan pesan yang efektif di TikTok ditentukan oleh konsistensi tema dan gaya komunikasi kreator. Mereka menjelaskan bahwa dalam praktik komunikasi digital, pesan yang disusun secara konsisten dan autentik akan membentuk profil kreator yang kuat dan kredibel di mata audiens. Keaslian konten yang dibuat menjadi salah satu unsur penting untuk menjadikan pesan tidak hanya sebagai bentuk hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi. Dalam konteks ini, akun TikTok @budibud78jumiranengklung memanfaatkan pendekatan lokalitas dan autentisitas budaya sebagai daya tarik utama.

Pesan yang disampaikan oleh keator menggambarkan kehidupan masyarakat Ponorogo dengan bahasa daerah, situasi komedi, serta nilai sosial yang dibuat secara langsung. Pada penelitian sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa strategi penyusunan pesan di TikTok tidak hanya berfokus pada bagaimana pesan dibuat, tetapi juga bagaimana pesan tersebut dipahami dan diterima oleh audiens. Kreator akun ini mampu menggabungkan unsur verbal, visual, dan emosional dalam setiap pesan yang disusunnya, sehingga kontennya tidak hanya menghibur, tetapi juga mencerminkan nilai-nilai sosial dan kultural masyarakat Ponorogo. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang strategi penyusunan pesan yang digunakan kreator lokal dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi budaya dan sosial di era digital.



Gambar 1.1 Beberapa Content yang paling banyak penonton

1.1 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas untuk mengetahui bagaimana strategi penyusunan pesan yang digunakan Budibud pada akun TikTok @budibud78jumiranengkling.

1.2 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan latar belakang yaitu untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi penyusunan pesan yang digunakan oleh akun TikTok @budibud78jumiranengkling dalam pembuatan kontennya.

1.3 Manfaat Penelitian

1.3.1 Manfaat Teoretis:

a) Pengembangan Teori Strategi Pesan di Platform Video Pendek

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi teoretis pada literatur komunikasi digital tentang bagaimana teori penyusunan pesan dan model perencanaan komunikasi (mis. audience analysis, pesan persuasif, penggunaan CTA, adaptasi format audiovisual) dapat diadaptasi ke karakteristik platform video pendek seperti TikTok. Hasil penelitian diharapkan memperkaya kajian mengenai hubungan antara elemen pesan dan metrik engagement khususnya pada konteks akun lokal Indonesia.

b) Model Analitik untuk Studi Kasus Akun Tiktok Lokal

Dengan memformulasikan kerangka analisis yang menggabungkan aspek isi (content), format (form), dan distribusi (platform/algoritme), penelitian ini diharapkan menghasilkan model analitik yang dapat diaplikasikan untuk studi-studi kasus akun TikTok lain di kemudian hari.

1.3.2 Manfaat Praktis

a) Bagi Praktisi Konten dan UMKM (Praktik Lokal)

Temuan penelitian dapat menjadi panduan praktis bagi pembuat konten lokal dan pelaku UMKM yang menggunakan TikTok untuk menyusun pesan yang lebih efektif agar mencapai

audiens yang relevan dan meningkatkan interaksi mengacu pada praktik dan fitur yang diuraikan dalam liputan Kompas dan Detik.

b) Bagi Pengelola Media Sosial Pemerintahan/Komunitas

Hasil penelitian berguna untuk merancang komunikasi publik yang mempertimbangkan aspek etika dan regulasi (sejalan dengan sorotan Detik terkait risiko dan tantangan platform).

c) Bagi Peneliti dan Akademisi

Penelitian ini menyediakan data empiris dan metodologi yang dapat digunakan untuk studi lanjut, termasuk perbandingan antar akun, studi longitudinal efek strategi pesan, atau penelitian intervensi untuk meningkatkan efektivitas pesan di platform video pendek.

