

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI KONTEN EDUKATIF
PADA AKUN TIKTOK @SILVIA_ASSOBURU**

Musdalipah¹, Silvia A.², Iripinsyah³

^{1,2,3} Manajemen Dakwah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang

22musdalipah@gmail.com¹,

selviasassoburu@radenfatah.ac.id², irpinskyah_uin@radenfatah.ac.id³

ABSTRACT

This study aims to analyze the communication strategies used in delivering educational content on the TikTok account @silvia_assoburu. The focus of this research is to examine how content strategies are implemented in conveying educational messages and how audiences respond to such content. This study employs a qualitative approach using content analysis techniques on several types of content, including thesis supervision, campus introduction, student thesis defense, and classroom activities. The results show that the communication strategies applied include the use of engaging hooks at the beginning of videos, authentic (real-life) visual presentations, the use of natural audio and relevant background music, as well as concise, clear, and easily understandable message delivery. Content that incorporates emotional elements and real academic experiences is proven to be more effective in attracting attention and increasing audience engagement. Furthermore, audience responses, as reflected in the comment section, indicate positive reactions such as empathy, appreciation, pride, motivation, and educational aspirations. Therefore, the TikTok account @silvia_assoburu is considered effective as a communication medium for delivering educational content, as well as in building a positive institutional image and emotional connection with the audience. This study is expected to serve as a reference for developing digital communication strategies, particularly in utilizing TikTok as an educational media platform.

Keywords: *Communication Strategy, Educational Content, Tiktok, Audience Response, Social Media*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi dalam penyampaian konten edukatif pada akun TikTok @silvia_assoburu. Fokus penelitian ini adalah bagaimana strategi konten yang digunakan dalam menyampaikan pesan edukatif serta bagaimana respon audiens terhadap konten tersebut. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik analisis isi terhadap beberapa konten yang meliputi bimbingan skripsi, pengenalan kampus, sidang mahasiswa, dan kegiatan perkuliahan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang digunakan dalam konten TikTok meliputi penggunaan hook yang menarik pada awal video, penyajian visual yang autentik (real-life), penggunaan audio natural maupun musik yang relevan, serta penyampaian pesan yang singkat, jelas, dan mudah dipahami. Konten yang mengandung unsur emosional dan realitas kehidupan akademik terbukti lebih efektif dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan audiens. Selain itu, respon audiens yang dianalisis melalui komentar menunjukkan adanya reaksi positif berupa empati, apresiasi, kebanggaan, motivasi, dan aspirasi terhadap dunia pendidikan. Dengan demikian, akun TikTok

@silvia_assoburu dinilai efektif sebagai media komunikasi dalam menyampaikan konten edukatif, serta mampu membangun citra positif dan kedekatan emosional dengan audiens. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dalam pengembangan strategi komunikasi digital, khususnya dalam pemanfaatan media sosial TikTok di bidang pendidikan.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Konten Edukatif, Tiktok, Respon Audiens, Media Sosial

A. Pendahuluan

Perkembangan media sosial telah membawa perubahan besar dalam cara masyarakat memperoleh informasi dan pengetahuan. Salah satu platform yang mengalami perkembangan pesat adalah TikTok. Awalnya dikenal sebagai media hiburan, TikTok kini berkembang menjadi sarana edukasi yang efektif karena mampu menyajikan informasi secara singkat, menarik, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan, khususnya mahasiswa.

Fenomena tersebut terlihat pada akun TikTok @silvia_assoburu yang dikelola oleh Dr. Silvia Assoburu, M.Hum. Akun ini secara aktif membagikan berbagai konten edukatif yang berkaitan dengan dunia akademik, seperti bimbingan skripsi, pengenalan kampus, motivasi belajar, serta pengalaman mahasiswa selama menempuh pendidikan tinggi. Melalui pendekatan yang komunikatif dan visual yang menarik, akun ini

berhasil menarik perhatian audiens dan memperoleh tingkat keterlibatan yang cukup tinggi.

Dalam konteks komunikasi digital, keberhasilan penyampaian pesan tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh strategi komunikasi yang digunakan. Strategi komunikasi mencakup perencanaan, penyusunan pesan, pemilihan media, serta cara penyampaian yang disesuaikan dengan karakteristik audiens. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan pada akun TikTok @silvia_assoburu dalam menyampaikan konten edukatif kepada audiens.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis isi (content analysis). Objek penelitian adalah akun TikTok @silvia_assoburu yang secara konsisten mengunggah konten edukatif terkait dunia akademik. Sumber data

terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer diperoleh dari observasi terhadap konten-konten edukatif yang diunggah pada akun TikTok @silvia_assoburu serta wawancara dengan pemilik akun. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari buku, jurnal, artikel ilmiah, dan berbagai referensi yang relevan dengan penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi konten, wawancara, dokumentasi, dan studi kepustakaan. Analisis data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian menunjukkan bahwa akun TikTok @silvia_assoburu memanfaatkan TikTok sebagai media komunikasi edukatif yang bertujuan menyampaikan informasi akademik secara menarik dan mudah dipahami. Berdasarkan hasil analisis, ditemukan beberapa strategi komunikasi yang digunakan dalam penyampaian konten edukatif.

1. Strategi Penyampaian Informasi

Konten edukatif yang diunggah memuat informasi mengenai kehidupan

akademik mahasiswa, pengenalan kampus, bimbingan skripsi, dan aktivitas perkuliahan. Informasi disampaikan secara ringkas dan langsung sehingga mudah dipahami oleh audiens. Penyajian visual yang menarik serta penggunaan caption yang relevan membantu memperkuat pesan yang disampaikan.

2. Penggunaan Hook yang Menarik

Sebagian besar konten diawali dengan hook atau pembuka yang mampu menarik perhatian audiens dalam beberapa detik pertama. Strategi ini efektif karena mampu meningkatkan minat audiens untuk menyaksikan video hingga selesai.

3. Penyajian Visual yang Autentik

Konten yang ditampilkan menggunakan visual yang menggambarkan kondisi nyata kehidupan akademik. Pendekatan ini membuat audiens merasa dekat dengan pesan yang disampaikan karena sesuai dengan pengalaman yang mereka alami.

4. Penggunaan Audio yang Relevan

Audio yang digunakan berupa suara asli, percakapan langsung, maupun musik latar yang sedang populer. Penggunaan audio yang sesuai mampu meningkatkan daya tarik konten sekaligus memperkuat suasana

pesan edukatif.

5. Penyampaian Pesan yang Komunikatif

Bahasa yang digunakan dalam konten bersifat sederhana, santai, dan mudah dipahami. Penyampaian pesan dilakukan secara singkat namun tetap mengandung informasi yang jelas sehingga sesuai dengan karakteristik pengguna TikTok.

6. Respons Audiens terhadap Konten Edukatif

Respons audiens terlihat melalui komentar, jumlah suka, serta interaksi lainnya. Mayoritas audiens memberikan tanggapan positif berupa apresiasi terhadap konten yang dibagikan. Selain itu, banyak audiens yang mengaku termotivasi, memperoleh informasi baru, serta merasa lebih memahami kehidupan akademik setelah melihat konten yang diunggah.

Temuan ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang diterapkan pada akun TikTok @silvia_assoburu berhasil menciptakan komunikasi yang efektif dan meningkatkan keterlibatan audiens terhadap konten edukatif.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa akun TikTok @silvia_assoburu menerapkan strategi komunikasi yang efektif dalam menyampaikan konten edukatif. Strategi tersebut meliputi penggunaan hook yang menarik, penyajian visual yang autentik, penggunaan audio yang relevan, serta penyampaian pesan yang singkat, jelas, dan mudah dipahami.

Konten edukatif yang disajikan berfokus pada dunia akademik dan kehidupan mahasiswa sehingga relevan dengan kebutuhan audiens. Respons audiens yang ditunjukkan melalui komentar, likes, dan berbagai bentuk interaksi lainnya menunjukkan bahwa pesan edukatif yang disampaikan berhasil menarik perhatian dan diterima dengan baik.

Dengan demikian, akun TikTok @silvia_assoburu dapat dianggap berhasil memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi edukatif yang efektif dalam menyampaikan pesan pendidikan kepada masyarakat, khususnya mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

- Azzahra. (2022). Deskriptif Kualitatif dalam Studi Komunikasi Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 7(2), 45–52.
- Basarah. (2022). Komunikasi Edukatif di Era Digital. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Cangara, H. (2021). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2019). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. Los Angeles: SAGE Publications.
- Effendy, O. U. (2021). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2023). *Komunikasi dan Masyarakat Modern*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The Co-Evolution of Two Chinese Mobile Short Video Apps: Parallel Platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media & Communication*, 9(2), 229–253.
- Moleong, L. J. (2021). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Putri, A. R., & Nugroho, C. (2022). Analisis Konten sebagai Metode Penelitian Komunikasi Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 145–158.
- Rahmawati, T. (2021). *Komunikasi Massa Modern*. Yogyakarta: Pustaka Komunika.
- Rosyadi. (2023). *Metode Penelitian dalam Studi Media Digital*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.