BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era digital saat ini media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat di seluruh dunia, khususnya di Indonesia. Karena perkembangan dan inovasi teknologi saat ini, penggunaan media sosial semakin meningkat dari hari ke hari. Media sosial merupakan salah satu kebutuhan dasar teknologi di masyarakat Indonesia. Media sosial meliputi WhatApp, Telegram, Instagram, Facebook, Line. Hal ini menghilangkan status sosial yang sering bertindak sebagai penghalang komunikasi (Rahman et al., 2023). Media sosial adalah media sosialisasi timbal balik dimana dilakukan secara online, yang memungkinkan orang untuk saling berinteraksi tanpa batasan ruang dan waktu (Dwistia et al., 2022). Bahkan menurut (Andi Asari, 2023). Media sosial dapat digunakan sebagai media pembelajaran agar proses belajar mengajar tetap berjalan.

Kemajuan media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan masyarakat modern, tidak hanya sebagai sarana hiburan tetapi juga sebagai platform edukasi dan interaksi sosial. Salah satu platform yang berkembang pesat dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok, yang memungkinkan pengguna berbagi konten video pendek yang interaktif dan menarik. TikTok memanfaatkan algoritma berbasis preferensi pengguna, sehingga konten yang relevan lebih mudah diakses oleh audiens yang sesuai (Hasan et al., 2023).

Perkembangan TikTok dari platform hiburan menjadi wadah edukasi sangat relevan dengan fenomena yang sedang terjadi di dunia digital saat ini. TikTok, yang awalnya dikenal sebagai platform berbagi video pendek yang lebih berfokus pada hiburan, kini semakin dikenal karena kontribusinya dalam menyebarkan konten edukatif yang bermanfaat bagi penggunanya Platform seperti TikTok telah berkembang menjadi "digital learning environments," yang menyediakan berbagai jenis konten edukatif yang dapat diakses oleh pengguna

Interaksi Public.., Deni Armanda, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

dari berbagai kalangan. Kehadiran kanal "STEM" di TikTok, yang mencakup sains, teknologi, rekayasa, dan matematika, merupakan bentuk dukungan terhadap upaya ini dengan menyediakan platform khusus bagi kreator untuk berbagi pengetahuan ilmiah yang memperkaya wawasan penggunanya (Rahman et al., 2023).

Penambahan platform khusus ini juga mencerminkan bagaimana TikTok beradaptasi dengan tren kebutuhan pengguna yang semakin menginginkan konten yang tidak hanya menghibur, tetapi juga memberikan manfaat edukasi. Bahkan, menurut studi oleh (Hapsari et al., 2022). Keberadaan konten edukasi di TikTok telah merubah pola konsumsi media digital, dengan pengguna aktif mencari dan berbagi informasi ilmiah yang relevan dalam kehidupan sehari-hari mereka.

TikTok mengadakan tagar #samasamabelajar dengan tujuan untuk menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi media yang berguna untuk menambah informasi dan edukasi tidak hanya sebagai hiburan mengingat TikTok pernah dianggap sebagai media sosial yang berisi konten negatif sehingga kini populer. Program pendukung staf pengajar #samasamabelajar membantu mereka yang memiliki pengetahuan untuk menyebarkan informasi pendidikan dan materi yang berguna melalui pembelajaran jarak jauh dalam format yang lebih menarik dan ramah pengguna. Media TikTok dapat digunakan untuk media pembelajaran dari segi positif dan informasi langsung dari para ahli berkat program #samasamabelajar yang menyajikan edukasi dalam format yang menghibur sekaligus berisi informasi edukasi yang dapat menambah pengetahuan dan informasi masyarakat (Nursawiyah & Purwaningtyas, 2024).

Secara keseluruhan, perkembangan TikTok menjadi ruang edukasi ini menunjukkan bagaimana platform digital bertransformasi untuk memenuhi kebutuhan pengguna akan informasi yang bermanfaat dan mudah diakses (Pebrimireni & Fauziya, 2024). Dengan Banyaknya konten konten edukasi membuat pengguna tiktok bisa mengakses system pembelajaran dimanapun dan kapanpun. adanya kanal seperti STEM dan tagar edukasi yang semakin populer,

TikTok berhasil menciptakan ruang bagi para kreator konten dan public influencer untuk berbagi ilmu, memperkaya pengetahuan pengguna, dan memfasilitasi pembelajaran yang lebih mudah diakses oleh masyarakat Indonesia (Dwistia et al., 2022).

Konten edukatif merupakan konten yang ditujukan untuk memberikan informasi berupa materi pembelajaran yang diharapkan bisa menambah ilmu para penontonnya, konten edukatif mencangkup banyak hal, namun biasanya 7 berisi tentang materi materi pembelajaran pelajaran umum, ilmu kesehatan, ilmu sains, tutorial, dan lain sebagainya. (Moedasir, 2022).

Craven dan Hirnle menyatakan bahwa, "konten edukasi adalah penambahan pengetahuan dan kemampuan seseorang maupun kelompok melalui praktek belajar ataupun yang disajikan dalam bentuk data, desain, fakta ataupun bentuk observasi lainnya bersadarkan pengalaman atau hasil pemikiran manusia". Sejalan dengan itu, peran public influencer menjadi semakin penting dalam menyebarluaskan konten edukasi, karena mereka dapat memanfaatkan platform digital untuk menyampaikan informasi secara lebih luas, interaktif, dan mudah diakses oleh berbagai kalangan. (Nurjanah, 2018)

Seiring dengan perkembangan ini, muncul banyak *public influencer* yang menggunakan media sosial sebagai wadah untuk menyampaikan informasi dan edukasi, termasuk dalam bidang *public speaking*. *Public speaking* merupakan keterampilan esensial yang diperlukan dalam berbagai aspek kehidupan profesional dan sosial. Menurut *National Institute of Mental Health* (NIMH), sekitar 75% orang mengalami kecemasan saat berbicara di depan umum (NIMH, 2023). Oleh karena itu, keberadaan influencer yang mengedukasi mengenai *public speaking* menjadi relevan dan dibutuhkan.

Menurut jurnal penelitian oleh (Uyuni et al., 2024). Berbeda dengan konten kreator, public influencer merupakan seseorang yang menjadi tokoh publik yang memiliki banyak pengikut di media sosial yang dapat memengaruhi opini publik yang memiliki konten dengan tema tertentu seperti Pendidikan, pekerjaan, tips and trik, kecantikan, fasion, memasak atau menciptakan permainan, yang menjadi ciri khas atau daya tarik sipemili untuk dikenal. Public

influencer memiliki kriteria tertentu yaitu, Memiliki banyak pengikut di media sosial, berprofesi sebagai blogger, YouTuber, selebritas, atau publik figure, dianggap penting di lingkungan komunitas tertentu, dapat memengaruhi, dapat membentuk wacana publik, dapat memengaruhi opini publik.

Salah satu *public influencer* yang aktif dalam memberikan edukasi mengenai *public speaking* adalah Teuku Daffa dengan akun TikTok @daffaspeak. Pada tanggal 2 maret 2025 akun ini memiliki lebih dari 495,7 ribu pengikut dan fokus pada konten edukatif tentang teknik berbicara di depan umum, membangun kepercayaan diri, serta tips dan trik berbicara yang efektif. Melalui interaksi aktif di kolom komentar Teuku Daffa tidak hanya memberikan materi tetapi juga membangun komunikasi langsung dengan pengikutnya, menjawab pertanyaan dan bahkan menciptakan tantangan berbicara di depan umum untuk meningkatkan partisipasi *audiens*.



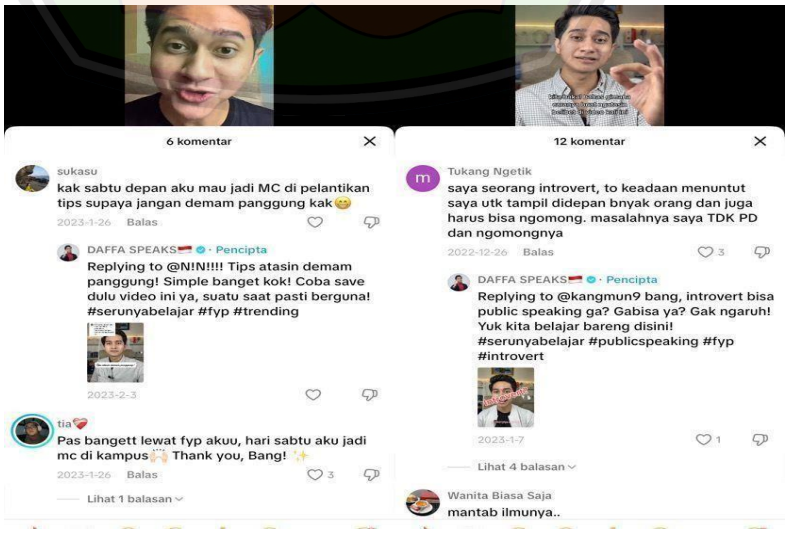
Gambar 1. 1 Akun TikTok @daffaspeak

Sumber : TikTok.com/2025

@daffaspeak adalah sebuah akun yang dibuat oleh seseorang yang bernama Teuku Daffa merupakan seorang public influencer yang berfokus pada bidang public speaking karena dari keresahannya melihat banyak masyarakat Indonesia merasa kurang percaya diri dalam berpublic speaking. Sehingga membuat konten

yang edukatif, memberikan informasi terkait public speaking, pengetahuan dan tips agar percaya diri dalam berpublic speaking. Setiap konten yang ia buat pun selalu berkaitan dengan teori dan pengalaman sehingga sangat related dengan kondisi yang pernah dia hadapi atau orang lain dengan Teknik interaksi saling membalas komentar melalui media sosial yang dia punyai Selain Instagram salah satunya Tiktok.

Menurut jurnal penelitian dari (Paramita, 2023) interaksi Digital adalah bentuk interaksi antara manusia dan teknologi digital, seperti perangkat lunak, aplikasi, platform media sosial, dan perangkat mobile. Ini bisa meliputi segala hal mulai dari chat dan pesan teks hingga konferensi video dan transaksi bisnis online. Interaksi digital telah menjadi bagian yang semakin penting dari kehidupan sehari-hari kita, terutama di era digital saat ini di mana teknologi semakin canggih dan terjangkau. Interaksi digital memberikan cara baru bagi orang untuk terhubung, berkomunikasi, dan berinteraksi dengan dunia di sekitar mereka. Namun, perlu diingat bahwa interaksi digital juga dapat memiliki dampak negatif pada kesehatan mental dan fisik, sehingga penting untuk tetap seimbang dalam penggunaannya dan mengambil tindakan untuk menjaga kesehatan dan keseimbangan dalam kehidupan digital.



Gambar 1. 2 Interaksi Followers Pada Akun @Daffaspeak

Akun @daffaspeak aktif dalam memberikan edukasi public speaking melalui interaksi langsung dengan *followers*-nya di media sosial. Dalam contoh gambar, terlihat bahwa Daffa merespons pertanyaan pengikutnya dengan memberikan tips dan motivasi terkait *public speaking*, seperti cara mengatasi demam panggung dan keyakinan bahwa introvert juga bisa berbicara di depan umum. Respon ini menunjukkan bagaimana interaksi digital dapat menjadi alat pembelajaran yang efektif, di mana edukator dapat memberikan informasi yang relevan dan mudah diakses oleh audiensnya.

Hasil observasi yang ditemukan terdapat unsur pada konten @Daffaspeak. Dalam penelitian ini, @daffaspeak berperan sebagai komunikator utama yang membagikan wawasan mengenai *public speaking*. Eksistensinya sebagai kreator edukatif didukung oleh gaya komunikasi yang persuasif, interaktif, dan mendukung audiens dalam mengembangkan keterampilan berbicara di depan umum. Hal ini sesuai dengan prinsip komunikasi digital yang menekankan peran komunikator dalam membangun hubungan dengan audiens agar pesan lebih mudah diterima. Pesan yang disampaikan dalam konten ini bersifat edukatif, persuasif, dan aplikatif, bertujuan untuk membantu audiens memahami serta mengatasi tantangan dalam *public speaking*. Media sosial, dalam hal ini TikTok, menjadi saluran utama dalam interaksi edukasi digital ini, yang memungkinkan komunikasi dua arah melalui fitur komentar, like, dan video balasan.

Audiens yang terlibat dalam interaksi ini terdiri dari individu yang ingin belajar atau meningkatkan kemampuan *public speaking*, baik pemula maupun yang sudah memiliki sedikit pengalaman, serta mereka yang menghadapi tantangan psikologis seperti demam panggung dan introversi. Salah satu keunggulan utama dari interaksi digital adalah adanya *feedback* langsung dari audiens, yang terlihat dalam bentuk komentar berupa pertanyaan, ucapan terima kasih, serta apresiasi terhadap materi yang disampaikan. Interaksi ini terjadi dalam konteks edukasi *public speaking* tertentu, yakni kebutuhan akan peningkatan keterampilan *public speaking* di era digital, di mana komunikasi lisan semakin menjadi aspek penting dalam berbagai bidang. Efek dari interaksi ini dapat diukur melalui peningkatan keterampilan

audiens, perubahan pola pikir, serta bertambahnya kepercayaan diri dalam berbicara di depan umum.

Dampak dari komunikasi ini terlihat dari reaksi *followers* yang merasa terbantu dengan tips yang diberikan. Beberapa *followers* secara langsung mengungkapkan bahwa mereka merasa lebih siap dan percaya diri untuk berbicara di depan umum setelah mendapatkan wawasan dari konten @daffaspeak. Hal ini menunjukkan bahwa edukasi melalui media sosial dapat menjadi sarana pembelajaran yang efektif, khususnya dalam bidang keterampilan komunikasi. Dengan pendekatan yang interaktif dan berbasis komunitas, akun ini berhasil menciptakan efek positif bagi pengikutnya, memperkuat pemahaman bahwa *public speaking* bukanlah keterampilan yang terbatas oleh usia atau kepribadian, tetapi dapat dipelajari oleh siapa saja dengan bimbingan yang tepat.

Selain @daffasepak, terdapat beberapa pembuat konten *public speaking* lain yang juga cukup dikenal, seperti @kemalmochtar dengan 323,6 ribu pengikut, dan akun TikTok @radenhanif yang memiliki 152 ribu pengikut. Keberhasilan @daffaspeak bila dibandingkan dengan kreator edukasi *public speaking* lainnya, menimbulkan ketertarikan audience terhadap pengelolaan konten edukasi media sosial yang diterapkannya di akun TikTok. Dengan semakin banyaknya konten kreator TikTok, masing-masing berusaha untuk membuat konten yang menarik, informatif, dan disukai oleh *audiens*. Fenomena saat ini menunjukkan bahwa para konten kreator juga berfungsi sebagai wadah untuk media edukasi, di mana konten yang mereka buat sering dimanfaatkan untuk mendukung bisnis, membangun branding produk, corporate branding, dan personal branding (Sundawa & Trigartanti, 2018). Oleh karena itu, penting bagi konten kreator untuk memahami betul bagaimana mengelola akun media sosial dan konten-konten yang ada di dalamnya.

Tabel 1. 1 Daftar Akun Kreator *public Speaking Populer Di TikTok*

No.	Nama Kreator Media sosial	Nama Akun Tiktok	Jumlah Pengikut	Jumlah Penyuka

1.	Teuku Daffa	@daffaspeak	495,7k	6,8 M
2.	Kemal Mochtar	@Kemalmochtar	323, 6k	6,4 M
3.	Raden Hanif	@Radenhaniff	154, 7K	1,6 M

Hal ini berlaku pada konten yang dibuat oleh Teuku Daffa, yang bersifat informatif dan edukatif dalam menjelaskan pemaparan materi mengenai *public speaking*. Gaya uniknya ini telah menjadi daya tarik yang berhasil memiliki lebih dari 400 ribu pengikut di Tiktok. Ciri khas tersebut tidak hanya terlihat dari cara bicaranya yang terstruktur serta konten yang informatif, edukatif, tetapi juga dari gaya penyampaianya yang digunakan kreator, dianggap menarik oleh banyak orang.

Di era yang serba digital seperti sekarang, kemampuan *public speaking* atau berbicara di depan umum semakin penting. Bukan hanya bagi pekerja di bidang komunikasi, tetapi juga untuk individu di berbagai profesi. Sesuai data pada laman takterlihat.com 75% Orang Merasa Takut Berbicara di Depan Umum. Kita mengalami ketakutan berbicara di depan umum, hal ini sangat umum dan bisa dialami oleh siapa pun, dari pekerja kantoran hingga mahasiswa. Tak heran banyak orang yang menghindari kesempatan untuk berbicara di depan umum.

Terdapat beberapa penelitian lain yang yang membahas mengenai *public speaking* terhadap sebuah konten ataupun akun dari media sosial terkait yang digunakan. Mengacu pada penelitian yang dilakukan oleh Sisi rosida (2021) dari hasil penelitian ini menunjukan bahwa Perkembangan teknologi memungkinkan kita untuk mengkomunikasikan gagasan secara efektif dan efisien, termasuk melalui platform virtual. Namun, fenomena kurangnya kemampuan public speaking di kalangan remaja masih menjadi perhatian.

Penelitian selanjutnya yang di teliti oleh Alfiani (2024), Berdasarkan penelitian, ditemukan bahwa Teuku Daffa berhasil mengaplikasikan lima Teknik *public speaking* yang direkomendasikan oleh Ongky Hojanto dalam konten TikTok- nya.

Teknik-teknik ini mencakup pembukaan yang kuat, modulasi suara, penutup yang berkesan, ekspresi wajah yang mendukung, dan penggunaan suara yang efektif.

Berdasarkan latar belakang di atas penulis mengajukan judul penelitian untuk penulisan skripsi "Interaksi *Public Influencer* dan *Followers* Melalui Kolom Komentar Dalam Mengembangkan Konten Edukasi *Public Speaking* (Studi Pada Kolom Komentar di Akun @daffaspeak)" untuk mengetahui secara mendalam mengenai bagaimana interaksi followers mengenai tayangan konten pada akun @daffaspeak.

1.2 Fokus Penelitian

Penelitian ini berfokus pada interaksi yang terjadi antara *public influencer* dan *followers* di kolom komentar akun TikTok @daffaspeak dalam mengembangkan konten edukasi *public speaking*.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana interaksi *public influencer* dan *followers* melalui kolom komentar dalam mengembangkan konten edukasi *public speaking* (studi pada kolom komentar di akun @daffaspeak)?

1.4 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui interaksi *followers* pada tayangan konten edukasi pada akun @daffaspeak dalam mengembangkan *public speaking*

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan studi komunikasi digital dan interaksi online khususnya dalam ranah edukasi digital dan *public speaking*.

1.5.2 Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi *content creator*, akademisi, serta praktisi komunikasi dalam memahami strategi interaksi yang efektif di media sosial guna meningkatkan efektivitas konten edukasi