BAB I
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Informasi maupun pengetahuan tidak lagi terbatas pada buku sebagai sumber utamanya. Pada era dimana bidang teknologi informasi semakin canggih dan cepat, memungkinkan orang berkomunikasi, mengakses informasi lewat media sosial. Media sosial yang terhubung dengan internet merupakan bentuk media baru dalam media massa dimana beragam informasi dan hiburan dapat ditemukan dengan mudah dan cepat. Keuntungan media sosial yang masuk dalam kategori media baru memberikan kemudahan dalam melepaskan kelelahan dan kejenuhan dari rutinitas sehari-hari tempat menerima dan memberi informasi dan sebagai ajang eksistensi diri (Arventine & Yuliarti, 2021).

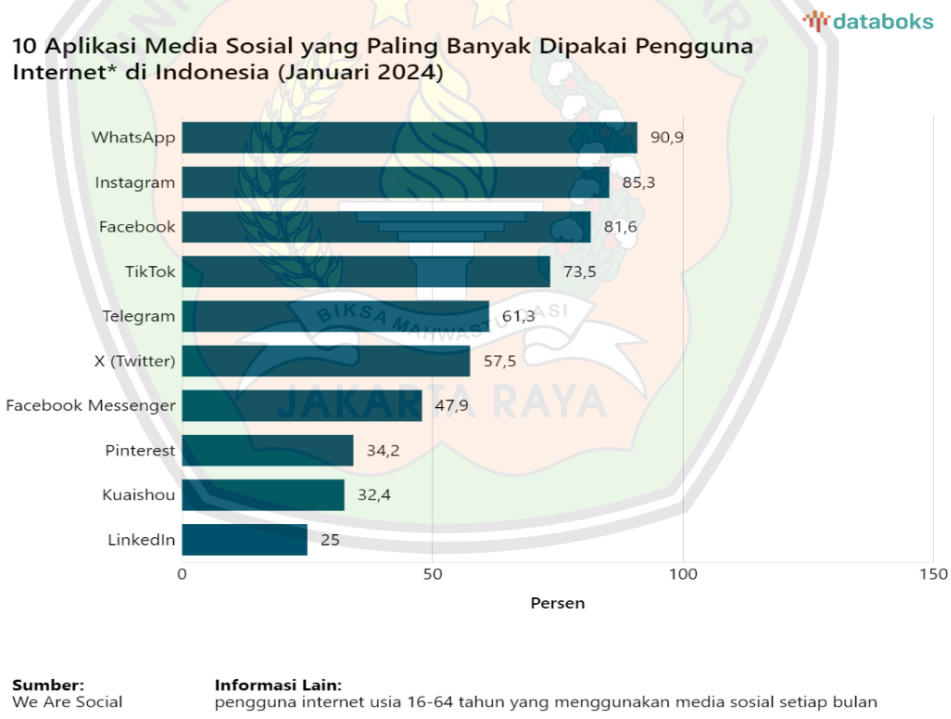
Perkembangan teknologi yang semakin pesat juga membuat akses terhadap informasi dan pengetahuan menjadi lebih terbuka bagi siapa saja, tanpa terikat oleh jarak maupun waktu. Selagi memiliki akses ke internet siapapun dapat dengan mudah mendapatkan, berbagi dan juga mengakses informasi. Media sosial, selain menjadi platform untuk berbagi pesan dan ajang eksistensi diri dengan banyaknya pengguna kini juga berfungsi sebagai media untuk berbagi informasi berupa berita, gambar maupun video secara luas. Hal ini memungkinkan informasi untuk tersebar dengan cepat dan mencapai banyak orang dalam waktu singkat.

Kemudahan informasi pada media sosial tidak terlepas dari peran konten kreator yang menyajikan berbagai konten secara konsisten. Konten kreator bertanggung jawab mengubah informasi menjadi konten yang menarik dan mudah dipahami oleh audiens dan proses ini penting agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kesalahpahaman dan dapat diterima dengan baik oleh masyarakat (Yuliaty, 2022).

Manajemen Pengetahuan.., Sarah Putri Wulandari, Fakultas Ilmu Komunikasi, 2025

Konten kreator merupakan sosok yang memberikan informasi ke berbagai jenis media, termasuk media digital untuk keperluan tertentu mereka akan bertindak untuk mengelola dan memperbarui situs web seperti blog, artikel, fotografi, video grafi, mengelola media sosial, mengedit, dan mendistribusikan konten di media digital adalah ciri dari konten kreator (Salsabila, 2021).

Ada banyak media sosial yang menawarkan kemudahan pengguna untuk saling komunikasi, berbagi dan mendapatkan informasi dengan orang di seluruh dunia dengan mudah tergantung kebutuhan dan preferensi seperti contohnya WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, dan X, yang merupakan jajaran aplikasi media sosial yang populer dan sering di gunakan di Indonesia di tahun 2024.



Gambar 1.1 Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia Awal 2024.

Sumber: https://databoks.katadata.co.id/teknologi-telekomunikasi/statistik/66ea436ab12f2/ini-media-sosial-paling-banyak-digunakan-di-indonesia-awal-2024

Dari data di atas TikTok menempati posisi ke-4 dalam kategori aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2024. TikTok merupakan aplikasi yang di dirikan pada tahun 2016 dan memungkinkan penggunanya untuk saling berinteraksi, berkreasi, dan menikmati berbagai video menarik dengan berbagai genre. Tidak hanya sebagai wadah untuk mencari hiburan TikTok mewadahi pada penggunanya untuk berkreasi dengan berbagai efek khusus yang menarik, dan mengunggah dan membagikan video ataupun foto karya mereka kepada khalayak luas.

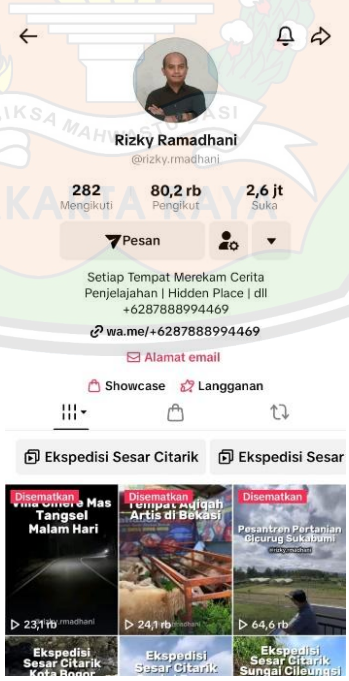
Seiring berjalannya waktu TikTok telah berkembang menjadi lebih dari sekadar wadah untuk hiburan semata. TikTok kini juga digunakan sebagai sarana untuk menyampaikan informasi edukatif terkait *fashion*, gaya hidup, dan bahkan pemberitaan. Melalui kreativitas konten kreator di TikTok, banyak konsep informatif terkait sejarah juga banyak yang disajikan secara menarik dan sederhana, sehingga dapat lebih mudah dipahami oleh khalayak umum dan juga mengedukasi. Edukasi merupakan proses interaktif yang mendorong terjadinya pembelajaran dan berupaya untuk menambah pengetahuan baru, sikap, serta keterampilan melalui penguatan praktisi dan pengalaman tertentu (Lenggogeni, 2023).

Beberapa konten kreator yang membagikan pengetahuannya lewat media sosial terkait sejarah dan budaya seperti konten kreator @rizky.rmadhani dengan konten Jelajah Bareng Rizky Ramadhani yang membahas tempat-tempat tersembunyi yang menyimpan sejarah dan informasi yang jarang diketahui orang. Lalu konten kreator @victoria_esje dengan total 33 ribu pengikut dengan konten "*Spill n Tell"* yang menceritakan (*heritage*) warisan, peninggalan atau pusaka dari museum atau tempat-tempat bersejarah, dan juga akun @maria.oldiest dengan 800 ribu pengikut lewat konten "apa cuman gua", yang membahas tempat sejarah, dan penjelajahan kuliner legendaris.

Pemilihan akun @rizky.rmadhani dikarenakan kontennya yang berfokus dalam pembahasan sejarah dan budaya yang jarang diketahui oleh orang banyak. Melalui penyajian konten dalam bentuk video pendek yang

informatif berdurasi antara 60 sampai 90 detik, @rizky.rmadhani berhasil membagikan pengetahuannya terhadap sejarah maupun budaya di tempat yang ia kunjungi. Konsistensinya dalam memproduksi konten juga menjadi alasan pemilihan akun @rizky.rmadhani Dengan frekuensi pembuatan konten yang mencapai 3 hingga 4 video setiap minggunya, @rizky.rmadhani mampu menjaga keterlibatan audiens dan menarik perhatian mereka secara terus-menerus. Hal ini tidak hanya mendemonstrasikan komitmennya terhadap penyampaian informasi, tetapi juga menunjukkan dedikasinya untuk mengedukasi masyarakat tentang sejarah dan budaya yang kaya dan beragam. Edukasi bertujuan untuk memberikan banyak manfaat kepada orang lain, seperti memberikan pengetahuan yang sangat luas, mengembangkan kepribadian dan melatih untuk mengembangkan bakat/talenta yang dimiliki untuk hal positif (Aulia et al., 2021).

Tercatat pada penelitian ini dilakukan, akun @rizky.rmadhani telah memiliki lebih dari 80 ribu pengikut dan telah mendapatkan 2 juta suka dengan total jumlah lebih dari 400 konten yang telah di hasilkan.



Gambar 1.2 Akun TikTok Rizky Ramadhani.

Sumber: https://www.tiktok.com/@rizky.rmadhani

Kehadiran konten kreator dalam membagikan konten edukasi maupun informatif menjadi salah satu bentuk pemanfaatan media baru dalam menyampaikan informasi dan berbagi pengetahuan. Melalui platform media sosial seperti TikTok, konten kreator dapat menyajikan materi yang sebelumnya sulit diakses atau jarang diketahui banyak orang. Penyederhanaan topik yang rumit serta menyajikannya konten video teks informatif dengan visual yang menarik, yang sejalan dengan preferensi generasi muda terhadap media visual dan narasi yang singkat namun padat membuat kelebihan tersendiri pada akun TikTok @rizky.rmadhani.

Tetapi konten sejarah di media sosial memiliki beberapa tantangan, karena sejarah dikaitkan sebagai materi yang berat dan memerlukan pemahaman lebih lanjut. Sedangkan generasi muda seperti gen Z lebih menyukai konten interaktif, seperti video singkat, tren viral, dan konten hiburan ringan (Ramdani & Sudarto, 2024).



Gambar1.3 Jelajah Bareng Rizky Ramadhani.
Sumber: https://www.tiktok.com/@rizky.rmadhani

Konten “Jelajah Bareng Rizky Ramadhani” merupakan konten dimana penonton diajak berkeliling dan merasakan pengalaman di tempat yang ia kunjungi sambil membahas berbagai informasi sejarah atau budaya yang ada di dalam konten tersebut. Dalam setiap konten yang ada di akun Rizky Ramadhani tidak hanya bercerita mengenai sejarah atau fakta menarik tentang tempat-

tempat tersebut, tetapi dia juga menampilkan teks informatif yang disertai visual mengenai tempat yang dimaksud.

Beberapa konten menampilkan Rizky yang melakukan pengambilan gambar dari "*first person view"* saat berkeliling di lokasi, membawa suasana jalan-jalan yang seru dan tidak monoton. Dengan gaya penyampaian yang serius tapi tetap santai dan informatif, Rizky mengajak penonton untuk seolah-olah ikut serta dalam penjelajahannya. Kombinasi teks, visual, dan narasi langsung ini juga membuat "Jelajah Bareng Rizky Ramadhani" menjadi konten yang informatif sekaligus menghibur, untuk penonton yang ingin belajar sejarah dan budaya dengan cara yang lebih santai namun menarik.

Tantangan dalam memproduksi konten di media digital menuntut seorang kreator tidak hanya kreatif, tetapi juga mampu mengelola dan membagikan pengetahuan secara efektif. Dalam konteks ini, *personal knowledge management* menjadi penting agar ide dan informasi yang dimiliki dapat dikemas menjadi konten yang bermakna dan mudah diakses publik. "Jelajah Bareng Rizky Ramadhani" menjadi contoh praktik *knowledge sharing* yang baik, di mana pengetahuan tentang sejarah tidak hanya disimpan sebagai informasi pribadi, tetapi juga dibagikan secara terbuka kepada publik. Selain itu akun @rizky.rmadhani menjadi bukti bahwa konten sejarah bisa dikemas sederhana dan menarik hingga konten-kontennya rata-rata ditonton dengan lebih dari 100 ribu kali dan bahkan kontennya ada yang mencapai lebih dari 2 juta *views*.

Dengan demikian proses produksi konten "Jelajah Bareng Rizky Ramadhani" di aplikasi TikTok sebagai media informatif dan edukasi seputar sejarah menjadi menarik untuk diteliti karena fenomena ini mencerminkan adanya pemanfaatan media sosial sebagai media penyebaran pengetahuan di era digital. TikTok, yang awalnya dikenal sebagai platform hiburan semata, kini juga berperan sebagai sarana edukasi alternatif, di mana para pengguna dapat belajar sambil menikmati konten visual yang informatif dan menarik. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana Rizky Ramadhani, khususnya melalui akun @rizky.rmadhani, mengelola *personal*

knowledge management dan membagikan pengetahuannya kepada publik melalui TikTok.

Namun, belum ada penelitian yang secara khusus menyoroti bagaimana proses *knowledge sharing* dan *personal knowledge management* dilakukan oleh kreator konten Jelajah Bareng Rizky Ramadhani. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami peran TikTok dalam transformasi penyebaran pengetahuan serta strategi yang digunakan oleh kreator dalam mengelola dan menyampaikan pengetahuannya kepada khalayak luas.

Melalui penelitian ini, peneliti ingin memahami bagaimana proses *personal knowledge management* dilakukan oleh pemilik akun TikTok @rizky.rmadhani dalam manajemen dan membagikan pengetahuannya agar dapat disampaikan secara menarik namun juga berdampak positif di media digital. Penelitian ini menyoroti langkah-langkah pengelolaan pengetahuan pribadi yang mencakup proses *Seek, Sense,* dan *Share* Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti memilih judul **"Manajemen Pengetahuan Kreator Konten "Jelajah Bareng Rizky Ramadhani" Dalam Memberikan Edukasi Sejarah di TikTok"** untuk menggambarkan secara lebih mendalam bagaimana pengetahuan didapatkan, diolah, dan dibagikan dalam format konten digital.

1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, fokus penelitian ini adalah mengeksplorasi bagaimana Rizky Ramadhani, khususnya melalui akun @rizky.rmadhani, mengelola *personal knowledge management* dan membagikan pengetahuannya kepada publik melalui platform TikTok dengan menggunakan *personal knowledge management* (PKM) Harold Jarche yaitu *Seek, Sense, and Share.*

1.3 Pertanyaan Penelitian

Bagaimana Rizky Ramadhani melakukan manajemen pengetahuan pribadinya dengan model PKM Harold Jarche: *Seek, Sense, & Share*.

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan pertanyaan penelitian diatas tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis proses PKM yang dilakukan Rizky Ramadhani dalam produksi konten edukatif sejarah di TikTok.

1.5 Manfaat Penelitian

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat, baik secara teoritis maupun secara praktis. Adapun manfaat tersebut ialah:

1.5.1 Secara teoritis

Sebagai sumbangan pengetahuan dalam pengembangan kajian komunikasi, khususnya dalam konteks personal *knowledge management* dan *knowledge sharing* di media digital.

1.5.2 Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tentang bagaimana strategi yang digunakan oleh Rizky Ramadhani dalam pembuatan memanajemen pengetahuannya dan membagikannya di sosial media. Penelitian ini dapat memberikan gambaran bagi konten kreator, edukator digital, dalam merancang strategi penyampaian pengetahuan yang menarik, informatif, dan mudah dipahami oleh khalayak luas di era digital.