
BUANA KOMUNIKASI

Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi
<http://jurnal.usbykp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

PEMANFAATAN *TIKTOK* OLEH GEN-Z SEBAGAI PLATFORM EDUKASI MELALUI KONTEN *TIKTOK* EDUKASI

Adzan Desar Deryansyah¹

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI
deryansyahadzan@gmail.com

Rina Rachmadani²

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI
rina.shinoda2305@gmail.com

Synthia Sumartini Putri³

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI
tiaputri2510@gmail.com

Abstract

Lack of social media literacy is a problem in the digitization process and TikTok provides room to utilize digitization through TikTok Education. Title Utilization of TikTok by Gen Z As an Educational Platform Through TikTok Content Education is carried out using qualitative methods that describe by elaborating phenomena in which researchers make direct observations and interact directly with information conveyed directly with the phenomenon under study. The researcher conducts Observations and interviews about the phenomenon under study. The data collection technique used in this study is a semi-structured interview with questions related to the phenomenon as the core of the study. The results of the study indicate that the development of communication in the present is not only on the new platform but also increases the content of its content, changing the insight and level of user interaction thus providing great courage.

Keywords: *Social Media, Content, Education, TikTok, Digital*

Abstrak

Kurangnya literasi media sosial menjadi masalah dalam proses digitalisasi dan TikTok memberikan ruang pemanfaatan digitalisasi melalui TikTok Edukasi. Judul Pemanfaatan TikTok oleh Gen Z Sebagai Platform Pendidikan Melalui Konten TikTok Pendidikan dilakukan menggunakan metode kualitatif yang mendeskripsikan dengan menjabarkan fenomena di mana peneliti melakukan observasi langsung dan berinteraksi langsung dengan informasi yang disampaikan langsung dengan fenomena yang diteliti. Peneliti melakukan Observasi dan wawancara tentang fenomena yang diteliti. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara yang dilakukan secara semi-terstruktur dengan pertanyaan terkait fenomena sebagai inti dalam penelitian ini Hasil penelitian menyatakan perkembangan komunikasi dalam kekinian bukan hanya pada platform baru saja tetapi juga meningkatkan konten kontennya, mengubah wawasan dan tingkat interaksi pengguna sehingga memberikan keberanian yang besar.

Kata kunci: *Media Sosial, Konten, Edukasi, Tiktok, Digital*

**BUANA
KOMUNIKASI**

Jurnal Penelitian & Studi
Ilmu Komunikasi
Volume 04
Nomor 02
Halaman 68-74
Bandung, Desember 2023

p-ISSN : 2774 - 2342
e-ISSN : 2774 - 2202

Tanggal Masuk :
12 November 2023
Tanggal Revisi :
09 Desember 2023
Tanggal Diterima :
18 Desember 2023

PENDAHULUAN

Komunikasi adalah salah satu ilmu yang dinamis baik dari segi ilmu maupun praktiknya, kedinamisan ilmu ini tidak mengenal waktu dimana berarti setiap saat perkembangan terhadap ilmu ini dapat terjadi kapan saja. Salah satu produk komunikasi adalah media, media secara konsep dasar termasuk kedalam konsep dasar komunikasi, media dalam komunikasi berperan sebagai penyampai atau istilah lain di sebut dengan saluran. Dalam definisi ahli seperti Laswell yang menyebutkan “*in which channel*” dapat di maknai sebagai media / saluran atau definisi dari Rogers yang menggunakan kata “pengalihan” ide dari satu sumber kepada sumber lainnya juga dapat di maknai sebagai media / saluran, artinya media dalam komunikasi sangatlah memiliki peranan vital terhadap proses penyampain pesan sebagai nadi dari proses komunikasi.

Media adalah salah satu unsur dasar dalam ilmu komunikasi, para ahli mengklasifikasikan jenis jenis media seperti audio, visual dan audio visual. Kekinian media audio visual di pandang dapat memberikan dampak yang lebih efektif terhadap penyampaian informasinya sehingga massif di dimanfaatkan oleh banyak orang , salah satu media audio visual yang banyak di dimanfaatkan adalah kehadiran media sosial. Permasalahan dalam menyikapi perkembangan media sosial ialah kurangnya kemampuan literasi media sosial dan memasuki era digital hampir semua aspek kehidupan manusia di hiasi dengan digitalisasi termasuk cara bersosialisasi karena itu saat ini media sosial menjadi salah satu cara favorit untuk bersosialisasi, salah satu yang massif di dimanfaatkan ialah aplikasi *TikTok*.

Pada tahun 2017 Yiming sebagai CEO ByteDance meluncurkan *TikTok* sebagai platform media sosial global dan resmi masuk ke Indonesia pada tahun 2018 walaupun setahun setelahnya sempat di blokir oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Komunikasi dan Informasi (Kominfo) pada tahun 2019 karena dinilai memberikan pengaruh yang buruk bagi pergaulan remaja saat itu namun selang delapan hari kemudia Kominfo mencabut pemblokiran tersebut karena *TikTok* dinilai telah memenuhi tuntutan dan persyaratan dari Kominfo. Fenomena *TikTok* menjadi salah satu media yang memberikan dampak terhadap pola berkomunikasi di media sosial mulai dari keterlibatan setiap pengguna untuk membuat konten nya sendiri, mengkolaborasikan konten yang ada dengan konten dirinya dan pola aktivitas komunikasi di dunia digital lainnya. Tak ayal pekembangan pengguna *TikTok* sangat signifikan dan menjadikan *TikTok* menguasai jumlah pengguna dari media media sosial sejenis seperti *Instagram, Facebook dan Twitter*. Signifikansi tersebut juga disinyalir karena jenis konten yang disediakan dianggap akan menjadi kebutuhan semua orang yaitu masifnya konten hiburan yang bersifat mengajak usernya aktif menjadi kreator dalam aplikasi tersebut, maka *TikTok* saat itu di penuhi dengan konten hiburan seperti konten dance atau berjoget yang di lakukan oleh user nya sesuai dengan tren yang sedang berlaku. Namun tren tersebut membuat berbagai pihak khawatir dan cemas karena cukup banyak konten dance yang bersifat sensualitas.

Sebagai jenis media yang sangat cepat perkembangannya, tren tren di media sosial *TikTok* pun berubah dengan sangat cepat hingga akhirnya kekinian konten konten yang ada di *TikTok* lebih bersifat edukatif dan hal ini di tindaklanjuti oleh pengembang aplikasi *TikTok* dengan membuat perlombaan para konten kretaor dengan tema edukatif atau hiburan yang edukatif, sehingga banyak konten konten yang bermanfaat karena sarat dengan informasi yang menarik dan bermanfaat. Tujuan dalam penelitian ini ialah untuk mengetahui persepsi generasi Z terhadap kehadiran aplikasi *TikTok* dan pemanfaatan *TikTok* sebagai platform edukasi dan untuk mengetahui alasan Gen-Z memanfaatkan *TikTok* sebagai platform edukasi melalui *TikTok* edukasi. Mengingat perkembangan media sosial dan segala aspek komunikasi di dalamnya yang cepat berubah maka peneliti menilai belum banyak penelitian

tentang fenomena fenomena dalam media sosial yang diangkat dalam penelitian yang berkelanjutan. Penelitian ini di harapkan mampu memberikan pandangan dan inspirasi terhadap persepsi kepada kehadiran media sosial dan segala dampaknya.

LITERATUR

Media secara harfiah berarti “pertengahan”, “perantara” atau “pengantar”, media juga di definisikan sebagai materi yang membuat situasi dan kondisi yang membuat mendapatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap. Sedangkan sosial berasal dari bahasa latin yaitu Socius yang memiliki arti kawan, sosial adalah proses kemasyarakatan dalam mendahulukan kepentingan bersama. (Salim, 2002)

Media sosial adalah sebuah medium yang memberikan kesempatan pengguna dalam mempresentasikan dirinya, berinteraksi dan saling membagikan informasi dalam upaya membentuk ikatan sosial secara virtual. (Nasrullah, 2017)

Edukasi adalah aktivitas perubahan sikap dengan cara memberikan pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui proses pembelajaran dengan harapan merubah posisi dari yang tidak tahu menjadi tahu. (Fitriani, 2011)

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif untuk menjelaskan Pemanfaatan *TikTok* oleh Gen Z Sebagai Platform Edukasi Melalui Konten *TikTok* Edukasi.

Paradigma Penelitian

Paradigma memiliki pengertian sebagai pemberian informasi dalam sebuah aktivitas dan sebagai usaha penyelesaian yang jelas. Pada penelitian ini, peneliti melihat bahwa perkembangan yang terjadi pada bidang Informasi, Komunikasi dan Teknologi secara tidak langsung juga merubah penggunaan media sosial saat ini. Perubahan Informasi, Komunikasi dan Teknologi menggambarkan bahwa pemanfaatan media sosial harus menyesuaikan dengan perkembangan zaman. Maka dalam penelitian ini, peneliti berupaya mendapat pandangan yang objektif dari informan dalam melihat dan merasakan fenomena penggunaan bidang Informasi, Komunikasi dan Teknologi.

Metodologi Penelitian

Metodologi secara harfiah berasal dari dua kata dasar, yaitu metode dan *logos*. Dari segi istilah Metode adalah cara atau tehnik sedangkan *logos* memiliki arti sebuah ilmu. Maka Metodologi Penelitian adalah ilmu yang berfokus pada cara yang di gunakan peneliti dalam melihat dan melakukan aktivitas penelitian. (Moelong, 2006) Maka dalam penelitian ini, peneliti memilih menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan penjabaran fenomena untuk lebih memahami fenomena yang terjadi dengan melakukan pengamatan / observasi secara langsung dan berinteraksi langsung dengan informan yang sesuai dengan fenomena yang diteliti .

Sumber Data

Menurut Lofland dalam penelitian kualitatif sumber data utama nya adalah, “kata-kata, dan sikap, dan data penunjang lainnya seperti dokumen dan lain-lain. Kata-kata dan sikap orang yang diobservasi beririsan langsung dengan fenomena tersebut merupakan sumber data utama. Dalam prosesnya pencatatan sumber data utama dilakukan melalui proses wawancara atau pengamatan secara langsung seperti bertemu, melihat, mendengar, dan bertanya”. (Moelong, 2006)

Data menurut sumbernya dan yang dikumpulkan jenis data dapat di bedakan menjadi dua, yaitu data internal dan eksternal.

1. Data internal didapat dari hasil observasi dan wawancara dengan informan. Observasi dan wawancara kepada informan tentang persepsi Informan dalam menggunakan media sosial TikTok sebagai sarana edukasi.

2. Data eksternal diperoleh dari opini publik tentang fenomena konten edukasi di TikTok, situasi dan kondisi sosial yang menjadi bahan informasi terkini dan faktual dalam proses riset. (Ruslan, 2017)

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data (input) merupakan satu langkah dalam metode ilmiah melalui prosedur berurutan, logis dan berdasarkan data yang valid, baik diperoleh secara langsung (primer) maupun yang tidak langsung (sekunder) untuk keperluan analisis dalam usaha untuk menemukan kesimpulan. Sedangkan memperoleh jawaban (output) sebagai upaya untuk memecahkan suatu persoalan yang dihadapi peneliti. (Ruslan, 2017)

Dari uraian di atas, penulis memperoleh data dan membagikannya kedalam dua jenis data yaitu :

1. Data Primer adalah data yang langsung memberikan data kepada proses pengumpulan data yang peneliti lakukan. (Sugiyono, 2005)

Teknik pengumpulan data untuk data primer yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara. Wawancara di lakukan secara semi terstruktur dengan pertanyaan terkait fenomena fenomena sebagai inti dalam penelitian ini

2. Data Sekunder adalah data yang diperoleh secara tidak langsung, melalui media perantara (pihak ketiga). Data sekunder umumnya berbentuk catatan atau laporan data dokumentasi dan peneliti mendapatkan data sekunder ini dari pihak pihak yang mempublikasikan terkait aktivitas komunikasi di media sosial TikTok. Teknik pengumpulan yang digunakan dalam tahap ini adalah dengan melakukan studi kepustakaan dari sumber referensi terkait yang dapat ditemukan berdasarkan buku, dan dokumen terkait yang berhubungan dengan fenomena yang diteliti. Data sekunder didapatkan dari materi-materi publikasi terkait fenomena yang dapat digunakan sebagai bahan penunjang dalam penelitian. Studi Kepustakaan dilakukan bertujuan untuk mencari data penunjang dalam memperoleh data sekunder yang relevan dengan masalah yang akan diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini ditemukan temuan persepsi dari generasi Z mengakses media sosial *TikTok* bukan hanya untuk mengakses konten hiburan namun juga mengakses kebutuhannya terhadap informasi informasi yang dibutuhkan. Informan dalam penelitian ini adalah empat orang yang terdiri dari satu orang Siswa, satu orang Siswi dan dua orang Mahasiswi yang peneliti kategorikan masuk ke dalam golongan generasi Z yang intens dalam mengakses media sosial *TikTok*. Para Informan menuturkan bahwa jangka waktu informan memiliki media sosial sejak periode 2019-2021 tepatnya setelah *TikTok* di *banned* oleh pemerintah karena dianggap membawa pengaruh buruk dan belum memenuhi berbagai syarat yang di perintahkan oleh Kominfo. Jika di lihat dari waktu awal informan memiliki akun dan mengaksesnya menunjukkan informan termasuk mengikuti media sosial *TikTok* sejak awal dan merasakan perkembangan perkembangan tren dalam media sosial *TikTok* tersebut.

Dalam penelitian informan pertama bernama Syafina Maulida mengatakan secara keseluruhan menunjukkan bahwa informan adalah pengguna aktif media sosial dan dapat di

buktikan dengan kepemilikan pada akun Media Sosial selain *TikTok* “*Saya sih hampir punya banyak media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Twitter dan TikTok*” informan Syafina mengkuai bahwa mengetahui *TikTok* sejak tahun 2021 “*saya baru buat akun di awal tahun 2021 dan alasan saya membuat akun karena saya lihat aplikasinya menarik sih ya*” Informan Syafina juga mengatakan bahwa ia mengetahui tentang *TikTok* Edukasi “*Ya saya tahu tentang TikTok Edukasi, semacam jenis jenis konten yang bersifat edukatif gitu*” dalam melihat konten yang berjenis *TikTok* Edukasi, Syafina menuturkan bahwa ia sangat menyukai Jeremy Owen “*saya sih sering lihatnya konten Jeremy Owen karena dia membahas tentang bagaimana kita harus menjaga lingkungan*” Jeremy Owen yang sering di lihat oleh Informan Syafina adalah konten creator yang kerap membuat konten bertema urgensi menjaga lingkungan, tentang teknologi lingkungan bahkan sampai membahas tentang energi terbarukan. Informan Syafina menyampaikan banyak manfaat yang ia dapat dari dengan melihat konten konten Jeremy Owen “*sangat bermanfaat banget sih karena konten edukasinya in ikan penting banget ya terus dia juga emang orang yang belajar tentang ilmu itu jadi nambah referensi buat aku juga untuk mengetahui lebih mendalam tentang lingkungan, teknologi lingkungan sampai energi terbarukan*” sedangkan alasannya menyukai konten Jeremy Owen ialah karena skill berkomunikasi dan pengetahuannya tentang isi konten yang di sampaikan “*walaupun temanya kan beda dari yang lain ya, terus juga terlihat agak sedikit berat isi kontennya tapi bisa di kemas dengan menarik dan mudah di pahami karena dia kaya bercerita gitu ngejelasinnya dan pake Bahasa sehari hari, jadi gampang juga di pahami*”.

Informan selanjutnya ialah Haikal Hassan, Haikal adalah informan yang berusia 16 Tahun dan duduk di kelas 2 SMA di salah satu Sekolah Menengah Atas yang ada di Jakarta. Haikal menuturkan bahwa ia mengakses *TikTok* karena melihat peluang mendapatkan informasi tapi dengan cara yang menarik “*alasan saya akses TikTok sih karena banyak konten informatif dan di kemas dengan seru begitu*” senada dengan Informan Syafina yang menyukai Konten Kreator bernama Jeremy Owen, Haikal menuturkan tertarik dengan konten konten Jeremy Owen “*Konten Jeremy Owen ini keren sih, bikin konten yang beda dari yang lain. Dia bawa konten tentang lingkungan dan energy terbarukan dengan sangat mudah di pahami karena biasa nya tema tema tentang ini biasanya di sampaikan dalam acara acara forman tapi Jeremy Owen bawain pakai media sosial TikTok.*” Haikal menuturkan bahwa ia juga jadi lebih memahami terhadap tema konten Jeremy Owen “*saya sih jadi lebih paham apa itu lingkungan, kenapa harus menjaganya, larangan larangannya dan energi terbarukan yang kayaknya akan jadi pembahasan menarik di masa depan*”

Sedangkan informan ketiga bernama Rumaisa Putri, seorang Mahasiswi di salah satu Universitas di Jakarta. Rumai memiliki *TikTok* sejak tahun 2021 “*saya baru buat akun di tahun 2021 sih*” alasan Informan bernama Rumaisa ini baru membuat *TikTok* di tahun 2021 ialah karena sempat mengira bahwa ini adalah aplikasi yang kurang memberikan manfaat, Rumai menuturkan “*saya sempat mikir ini aplikasi yang gak jelas karena banyak orang cuma bikin konten joget joget aja tapi ternyata banyak info bermanfaat juga*” Rumai menyampaikan konten yang di saksikan adalah konten konten yang sifatnya informatif “*sebenarnya apapun yang bersifat informatif saya suka dan sering lihat sih seperti konten creator seperti Vina Muliana, Jeremy Owen dan Erika Richardo, masing masing kan bawa konten konten informatif yang simple tapi berguna banget*”.

Informan pun menyampaikan bahwa ada alasan alasan tertentu mengikuti konten dari Vina Muliana, Jeremy Owen dan Erika Richardo “*saya suka lihat Vina Muliana karena informasinya tentang dunia karir ya, terutama pembuatan CV itu kan penting buat saya nanti buat CV, kalo Erika itu saya suka karena kemampuannya melukisnya bagus banget,*

jadi menginspirasi sedangkan kalau Jeremy tuh informasinya seperti berat tapi di kemas dengan menarik jadi mudah di pahami sih”

Informan keempat bernama Gita, yang juga seorang mahasiswi di salah satu Universitas di Jakarta. Gita mengatakan baru memiliki akun di tahun 2021 “Kalau *TikTok* aku baru punya akunnya di tahun 2021 ” Persepsi Gita terhadap *TikTok* pun sedikit menarik ia mengatakan “aku kira media sosial ini kaya media sosial *Musically* sih karena yang aku tahu isi kontennya tentang *joget* dan *dance* gitu” namun persepsi itu berubah setelah intens mengaksesnya “setelah aku sering akses, ternyata bukan hanya *dance* *dance* begitu tapi juga isinya beragam mulai dari konten lucu dan informatif” Informan Gita pun menyampaikan bahwa apa yang di lihat dalam *TikTok* berdasarkan yang terlihat aja “aku sih lihatnya berdasarkan *For Your Page (FYP)* dalam akun aku tapi kebanyakan konten tentang tutorial *make up*, *skripsi*, *buat CV* dan *ceramah agama* sih ” berdasarkan konten konten tersebut Gita pun merasakan dan sekaligus memanfaatkan konten konten yang berjenis *TikTok* edukasi, Informan Gita mengatakan lebih sering melihat secara intensif konten Vina Muliana dan Ira Mirawati “Kalau yang intens banget sih lihat konten Vina Muliana dan Ira Mirawati ya karena sebagai mahasiswi semester 5 kan aku sudah bentar lagi bikin *skripsi* nah konten bu Ira itu isinya penjelasan tentang *skripsi* dan *teknik* *teknik* membuat *skripsi* sedangkan Vina Muliana aku lihat karena sering informasikan tentang dunia kerja dan etika sebagai pekerja ditambahkan suka kasih tips *buat CV* dan itu kan penting banget buat aku nanti melamar kerja ” sementara alasan Informan Gita adalah “menurut aku dari semua konten informatif di *TikTok* yang aku sering lihat itu mudah di akses, dan di sampaikan dengan menarik, unik dan lucu sehingga mudah di pahami ”

Dari hasil wawancara tersebut mengindikasikan bahwa upaya *TikTok* untuk ubah persepsi pengguna dari aplikasi yang konten nya hiburan semata ke konten konten informatif melalui *TikTok* edukasi sudah sukses di lakukan, hal ini dapat di buktikan dengan kebutuhan pengguna terhadap informasi yang bermanfaat sehingga melahirkan konten konten creator yang basis nya adalah menyampaikan konten yang bersifat informatif. Baik itu konten informatif tentang hal hal personal seperti konten tutorial *make up* , tutorial masak hingga konten tentang cara membuat CV, *Skripsi* sampai informasi tentang lingkungan dan energi yang terbaru.

Menurut peneliti apa yang di lakukan Informan Syafina dan Informan Haikal yang masih duduk di bangku SMA lalu mendapatkan dan mengakses informasi seperti kampanye peduli lingkungan dan energi terbaru adalah hal yang mungkin sedikit waktu yang mereka dapatkan pembahasan tersebut di sekolah. Ditambah informasi seperti itu di sampaikan oleh orang yang mungkin satu generasi sehingga berhubungan dengan apa yang mereka rasakan. Seperti kita ketahui dalam komunikasi terjadinya komunikasi yang efektif adalah jika dalam proses tersebut komunikator dan komunikan saling mengetahui satu sama lain sehingga pemilihan kata kata dan gaya komunikasi pun dapat di sesuaikan sehingga mudah di terima. Senada dengan apa yang di sampaikan oleh Prof Deddy Mulyana bahwa semakin adanya kesamaan antara komunikator dan komunikan dalam berbagai hal seperti agama, bahasa dan tingkat pendidikan akan membuat komunikasi lebih efektif. (Effendy, 1993)

Saat ditanya alasan memilih *TikTok* sebagai salah satu media yang dijadikan rujukan untuk mendapatkan informasi yang diinginkan adalah informan merasa pesan pesan yang di sampaikan oleh *creator* sangat informatif, pesan yang informatif ini menjadi mengingatkan peneliti dengan pendapat yang mengatakan bahwa secara umum media massa termasuk di dalamnya media sosial sebagai salah satu perkembangan dari media massa memiliki tiga fungsi umum diantara sebagai fungsi informasi, fungsi pendidikan dan fungsi mempengaruhi (Effendy, 1993) dan media sosial saat ini termasuk konten konten edukasi di

TikTok telah mampu menjalankan fungsi fungsi tersebut. Fungsi Informasi dalam konten edukasi di *TikTok* diakses secara langsung oleh pengguna sebagai personal sesuai dengan kepentingannya karena khalayak sebagai mahluk sosial di Yakin akan selalu merasa haus dengan informasi.

Selain itu fungsi lainnya yang pastinya terasa dalam konten edukasi di *TikTok* adalah fungsi Pendidikan sebagai fungsi umum yang kedua karena konten konten tersebut memberikan wadah kepada *creator* maupun *user* untuk saling berdiskusi dengan ide dan gagasan yang telah di visualisasikan. Dan fungsi umum yang terakhir adalah fungsi mempengaruhi dimana fungsi ini secara implisit dapat mempengaruhi *user* nya untuk mempercayai ,melakukan validasi dan melakukan apa yang kita sampaikan dalam konten tersebut.

SIMPULAN

Maka dari fenomena tersebut satu hal yang pasti perkembangan komunikasi dalam kekinian bukan hanya pada *platform* nya saja namun juga merambah pada konten konten nya, dari persepsi yang kurang baik kepada platform berubah menjadi persepsi positif terhadap *platform* dan konten dalam *platform* tersebut sedangkan dari sisi manfaat, *user* merasa mendapat kebermanfaatan dari konten dalam platform tersebut untuk mendapatkan informasi dengan mudah karena dapat di akses siapapun dan disampaikan dengan unik dan menarik sesuai dengan tren gaya komunikasi yang berlaku atau yang sedang di sukai pengguna *platform* tersebut. Penelitian masih membahas fenomena konten konten edukasi *TikTok* dari sisi pengguna, kedepannya peneliti merasa konteks penelitian perlu untuk di lanjutkan dengan melihat dari sisi konten kreator membangun personal branding dirinya dan proses penyampaian informasi yang di lakukan dengan tujuan berdampak pada banyak orang. Dalam penelitian ini juga peneliti melihat adanya kebersinambungan dari teori dasar tentang komunikasi yang efektif dan teori dasar tentang komunikasi masih sesuai dengan aplikasinya di lapangan terutama dalam konteks media sosial sebagai *underbow* dari komunikasi massa atau yang sering di kenal dengan *New Media*.

DAFTAR PUSTAKA

- Effendy, O. U. (1993). *Ilmu Komunikasi :Teori dan Praktek*. Rosdakarya.
- Fitriani, S. (2011). *Promosi Kesehatan*. Graha Ilmu.
- Moelong, L. J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Ruslan, R. (2017). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Rajawali Press.
- Salim, A. (2002). *Perubahan Sosial Sketsa Teori dan Refleksi Metodologi Kasus Indonesia*. Tiara Wacana Yogya.
- Sugiyono. (2005). *Memahami Penelitian Kualitatif*. CV Alfabeta.