

**ANALISIS KONTEN EDUKASI TEKNIK *PUBLIC SPEAKING* PADA
AKUN TIKTOK @DAFFASPEAKS**



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji
Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Oleh:

VIVI ALFIANI
NIM. 2017102138

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
JURUSAN MANAJEMEN KOMUNIKASI ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UIN PROF. K. H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Vivi Alfiani

NIM : 2017102138

Jenjang : S1

Fakultas/Prodi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul Skripsi : **ANALISIS KONTEN EDUKASI TEKNIK *PUBLIC SPEAKING* PADA AKUN TIKTOK @DAFFASPEAKS**

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian tertentu yang telah dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 17 Maret 2024

Yang menyatakan,



Vivi Alfiani

NIM. 2017102138



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS DAKWAH
Jalan Jenderal A. Yani, No. 40A Purwokerto 53126
Telepon (0281) 635624 Faksimili (0281) 636553, www.uinsaizu.ac.id

PENGESAHAN

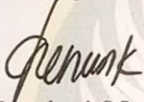
Skripsi Berjudul


**ANALISIS KONTEN EDUKASI TEKNIK *PUBLIC SPEAKING* PADA AKUN
TIKTOK @DAFFASPEAKS**

Yang disusun oleh **Vivi Alfiani** NIM. 2017102138 Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Manajemen dan Komunikasi Islam** Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari Kamis tanggal **18 April 2024** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** dalam **Ilmu Komunikasi** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

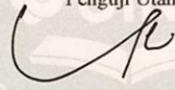
Ketua Sidang/Pembimbing

Sekretaris Sidang/Penguji II


Siti Nurmahyati, S.Sos.I, M.S.I
NIP. -


Atipa Muji, M.Kom
NIP. -

Penguji Utama


Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom
NIP. 19870525 201801 1 001

Mengesahkan,
Purwokerto, ~~2024~~ **2024**
Dekan,



Dr. Muskinu Fuad, M.Ag.
NIP. 19741226 200003 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Dakwah
UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri
Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah melakukan proses bimbingan, koreksi, dan perbaikan terhadap naskah skripsi:

Nama : Vivi Alfiani
NIM : 2017102138
Jenjang : S-1
Fakultas/Prodi : Dakwah/Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul Skripsi : Analisis Konten Edukasi Teknik *Public Speaking*
Pada Akun Tiktok @Daffaspeaks

Dengan ini menyatakan bahwa naskah skripsi tersebut, dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam sidang munaqosyah.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Purwokerto, 21 Maret 2024

Pembimbing,



Siti Nurmahyati, S.Sos.I M.S.I.

NIP.

ANALISIS KONTEN EDUKASI TEKNIK *PUBLIC SPEAKING* PADA AKUN TIKTOK @DAFFASPEAKS

Vivi Alfiani

NIM. 2017102138

vivialfiani054@gmail.com

Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah, UIN
Prof K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Dalam era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin pesat memberikan kemudahan dan manfaat dalam berinteraksi sosial, salah satunya dalam berkomunikasi dengan menggunakan media sosial. Media sosial yang sedang tren digunakan masyarakat Indonesia belakangan ini adalah TikTok. Saat ini Media sosial TikTok tidak hanya dipergunakan sebagai media hiburan saja, tetapi kini aplikasi tersebut menawarkan berbagai macam konsep konten yang diperlihatkan, salah satunya adalah konten edukasi. Salah satu *content creator* yang telah memanfaatkan kehadiran media sosial TikTok adalah Teuku Daffa. Teuku Daffa menggunakan sosial media TikTok untuk memberikan konten edukasi yang berisikan pembelajaran mengenai *public speaking*.

Dalam penelitian ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kualitatif dengan jenis penelitian pada tinjauan literatur. Untuk Metode pengambilan data, peneliti memilih metode dokumentasi dan menerapkan teknik analisis isi Phillip Mayring yaitu penelitian yang dilakukan terhadap informasi yang tercatat dalam berbagai format seperti gambar, rekaman suara, dan teks dengan menggunakan pengembangan kategori deduktif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik *public speaking* pada akun TikTok @daffaspeaks memakai lima teknik yang sesuai dengan teori Ongky Hojanto pada konten *public speaking* milik Teuku Daffa. Lima teknik *public speaking* tersebut meliputi teknik pembukaan yang powerful, teknik vokal yang memperhatikan *speed* atau tempo, teknik penutupan yang berkesan dengan menggunakan kalimat ajakan kepada audiens, teknik menjadi pembicara yang menyenangkan dengan memperhatikan mimik wajah dalam presentasi, dan teknik Mengoptimalkan suara.

Kata kunci: Teknik *Public Speaking*, Analisis Isi, Konten Edukasi, TikTok

**ANALYSIS OF EDUCATIONAL CONTENT ON PUBLIC SPEAKING
TECHNIQUES ON TIKTOK @DAFFASPEAKS ACCOUNT**

Vivi Alfiani

NIM. 2017102138

vivialfiani054@gmail.com

**Islamic Communication and Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah,
UIN Prof K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto**

ABSTRACT

In the current era of digitalization, technological developments are increasingly rapidly providing convenience and benefits in social interaction, one of which is in communicating using social media. Social media that is trending used by Indonesian people lately is TikTok. Currently, TikTok social media is not only used as an entertainment medium, but now the application offers a variety of content concepts shown, one of which is educational content. One of the content creators who has taken advantage of TikTok's social media presence is Teuku Daffa. Teuku Daffa uses TikTok social media to provide educational content containing learning about public speaking.

In this study using a qualitative descriptive approach method with the type of research on literature review. For the data collection method, researchers choose documentation methods and apply content analysis techniques Phillip Mayring, which is research conducted on information recorded in various formats such as images, sound recordings, and text using inductive category development.

The results showed that the public speaking technique on the TikTok account @daffaspeaks using five techniques that are in accordance with Ongky Hojanto's theory in Teuku Daffa's public speaking content. The five public speaking techniques include powerful opening techniques, vocal techniques that pay attention to speed or tempo, effective closing techniques using invitation sentences to the audience, techniques to be a pleasant speaker by paying attention to facial expressions in presentations, and techniques to optimize sound.

Keywords: Public Speaking Techniques, Content analysis, Educational Content, TikTok

MOTTO

“Ada dua tipe pembicara di dunia ini, yaitu mereka yang gugup dan mereka yang berani”.

-Mark Twain-

“Bicaralah dengan jelas, jika kamu berbicara segalanya. Ukir setiap kata sebelum kamu membiarkannya terdengar oleh lawan bicara”.

-Oliver Wendell Holmes-



PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil'alamin, berkat rahmat Allah SWT semua nikmat dan karunia-Nya, pada kesempatan ini saya berhasil menyelesaikan tugas akhir berupa skripsi, meskipun jauh dari kata sempurna. Semoga skripsi ini bisa memberikan manfaat serta keberkahan kepada semua orang. Skripsi ini saya persembahkan untuk almamater tercinta Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto dan seluruh mahasiswanya semoga tetap semangat dalam beraktivitas mengisi hari-harinya dikampus UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.



KATA PENGANTAR

Dengan penuh rasa syukur, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Allah SWT yang telah memberikan berkah dan petunjuk-Nya sehingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini sebagai tahapan akhir studi. Semoga rahmat dan keberkahan senantiasa dilimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW hingga akhir zaman.

Dalam proses penulisan skripsi ini, berbagai pihak telah memberikan bantuan, arahan, dan dukungan yang tak terhingga. Sehubungan dengan hal tersebut, penulis dengan tulus mengungkapkan rasa terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Uus Uswatusholihah, M.A., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dedy Riyadin Saputro, M.I.Kom., Koordinator Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Siti Nurmahyati, S.Sos.I, M.S.I., Dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan dan arahan, dan memberikan motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. Segenap dosen, karyawan dan seluruh civitas akademika UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah membekali berbagai ilmu pengetahuan, keterampilan, dan pengalaman selama menempuh studi di Fakultas Dakwah.
7. Teuku Daffa selaku pemilik akun yang menjadi objek penelitian penulis, terimakasih sudah memberikan inspirasi untuk menjadi anak muda yang selalu semangat belajar.
8. Kedua Orang tua, Teguh Prayitno dan Rahmawati yang tidak hentinya selalu memberikan dukungan, doa terbaik, dan pengorbanan serta kerja kerasnya untuk bisa membiayai pendidikan hingga selama ini.

9. Keluarga besar alm. Marim dan Madrusdi yang telah mendukung dan memberi doa terbaik.
10. Manthiq Widaty, Arina Qonita, Lestiana Dita Nurafifah, Setia Ayu Kurniasari, Indah Gita Cahyani, Sindi Milawati, Triana Wulandari, Nirmala Azzahra Yulianti, Kartika Maharani dan Baeti Raudotul Husnaeni yang telah menemani penulis selama perkuliahan dan mendukung satu sama lain untuk selalu semangat.
11. Teman seperjuangan "*Nak Ciawi*" yang selalu memberikan keceriaan dan menghibur dalam banyak hal.
12. Teman Organisasi Himpunan Mahasiswa Jurusan KPI tahun 22/23 yang tidak pernah terlupakan selama berproses dan mendukung satu sama lain.
13. Kelompok PPL Museum Nasional yang sudah berjuang dan berproses bersama.
14. Kelompok KKN 113 angkatan 52 yang sudah memberikan semangat dan dukungan.
15. Teman kelas KPI C angkatan tahun 2020 yang selalu bekerja sama dan belajar Bersama selama delapan semester ini.
16. Teman kost musawwah yang sudah mendukung dan memberikan semangat selama menyelesaikan tugas akhir.
17. Segala pihak yang telah mendoakan, memberikan bantuan, dan memberikan dukungan kepada penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Penulis mengucapkan terima kasih, atas bantuan, bimbingan, dukungan, serta doanya semoga ini semua bisa menjadi amal baik. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan masih terdapat kesalahan serta keterbatasan dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis lainnya dan bagi para pembacanya.

DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
ABSTRAK.....	iv
<i>ABSTRACT</i>	v
MOTTO.....	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah.....	7
1. Analisis Isi.....	7
2. Konten Edukasi.....	8
3. Teknik.....	8
4. <i>Public Speaking</i>	9
5. TikTok @daffaspeaks.....	9
C. Rumusan Masalah.....	10
D. Tujuan Penelitian.....	10
E. Manfaat Penelitian.....	10
1. Manfaat Teoritis.....	10
2. Manfaat Praktisi.....	11
F. Kajian Pustaka.....	11
G. Sistematika Penulisan.....	15
BAB II.....	16
LANDASAN TEORI.....	16
A. <i>Public Speaking</i>	16

1. Pengertian <i>Public Speaking</i>	16
2. Unsur - Unsur <i>Public Speaking</i>	18
a. Pembicara	18
b. Pesan.....	19
c. Medium.....	19
d. Pendengar	20
e. Umpan Balik.....	20
f. Gangguan	21
g. Situasi	22
3. Elemen <i>Public Speaking</i>	23
4. Teknik <i>Public Speaking</i>	24
5. Manfaat <i>Public Speaking</i>	26
6. Topik dan Tujuan <i>Public Speaking</i>	27
a. Menyampaikan Informasi	27
b. Mempengaruhi.....	27
c. Menyampaikan Pendapat.....	27
d. Memotivasi.....	28
e. Menghibur.....	28
B. Konten Edukasi	29
C. Jenis - Jenis Media Sosial	31
D. Media Sosial TikTok	33
1. Pengertian TikTok	34
2. Karakteristik TikTok.....	37
3. Manfaat TikTok	39
E. Analisis Isi.....	40
BAB III	45
METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian	45
B. Sumber Data.....	46
1. Data Primer	46
2. Data Sekunder.....	46
C. Subjek dan Objek Penelitian	47

1. Subjek penelitian.....	47
2. Objek Penelitian.....	47
D. Teknik Pengumpulan Data.....	47
1. Observasi.....	47
2. Wawancara.....	48
3. Dokumentasi	49
E. Teknik Analisis Data.....	49
1. Pengumpulan Data	50
2. Reduksi Data.....	50
3. Penyajian Data	51
4. Penarikan Kesimpulan	51
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	52
A. Profil Teuku Daffa.....	52
B. Gambaran Umum TikTok @daffaspeaks	55
C. Sajian Data <i>Public Speaking</i> Teuku Daffa Melalui Media Sosial TikTok.....	57
1. <i>Public Speaking Challenge</i>	61
2. <i>Opening</i> Presentasi.....	65
3. Cara Mengatasi Belibet.....	68
D. Analisis Konten Edukasi Teknik <i>Public Speaking</i> Pada Akun TikTok @daffaspeaks	70
E. Analisis Data	86
BAB V.....	92
PENUTUP.....	92
A. Kesimpulan	92
B. Saran.....	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN	100

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1 Sajian Data Konten *Public Speaking* Pada TikTok @daffaspeaks..... 57



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data (Tren) Pengguna Internet Dan Media Sosial Di Indonesia Tahun 2023	2
Gambar 1. 2 Screenshot Akun Tiktok @Daffaspeaks.....	4
Gambar 2. 1 <i>The Mehrabian Formula</i>	23
Gambar 2. 2 Logo TikTok	35
Gambar 2. 3 Langkah Pengembangan Kategori Model Induktif Phillip Mayring	43
Gambar 3. 1 Komponen dalam Analisis Data (<i>Interactive Model</i>)	50
Gambar 4. 1 Foto Teuku Daffa	52
Gambar 4. 2 Tangkap Layar Tiktok @Daffaspeaks	56
Gambar 4. 3 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks	61
Gambar 4. 4 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks	62
Gambar 4. 5 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks.....	63
Gambar 4. 6 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks	64
Gambar 4. 7 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks	65
Gambar 4. 8 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks	66
Gambar 4. 9 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks	67
Gambar 4. 10 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks	68
Gambar 4. 11 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks	69

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

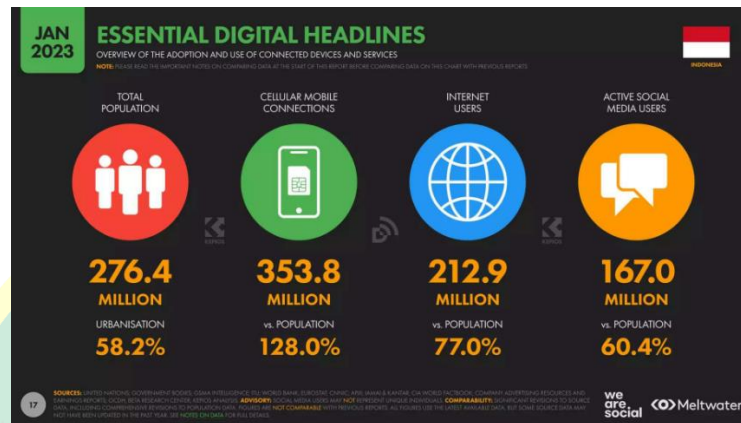
Dalam era digitalisasi saat ini, perkembangan teknologi semakin pesat memberikan kemudahan dan manfaat dalam berinteraksi sosial, salah satunya dalam berkomunikasi. Seiring majunya dunia teknologi, memudahkan kita untuk dapat berkomunikasi kepada orang lain. Tentunya karena dengan adanya teknologi saat ini kita dapat melakukan pertukaran informasi dan berkomunikasi tetap efektif dan efisien dengan memanfaatkan media sosial yang menggunakan jaringan internet.

Kotler dan Keller berpendapat bahwa media sosial adalah suatu platform di mana pengguna dapat berinteraksi dengan orang lain secara publik melalui berbagai bentuk komunikasi seperti pesan teks, gambar, audio, video, dan berbagi informasi.¹ Media sosial merujuk kepada layanan-layanan berbasis internet dan *mobile* yang memfasilitasi pengguna untuk bergabung dengan komunitas *online*, berinteraksi dalam percakapan daring, serta mengunggah konten pribadi mereka sendiri. Media sosial adalah suatu proses dimana orang dapat saling berinteraksi, berbagi, bertukar, dan mengubah ide atau gagasan melalui komunikasi virtual atau melalui jaringan. Media sosial juga mampu menghasilkan beragam bentuk komunikasi dan informasi yang dapat diakses oleh setiap individu yang memakainya.

Banyak media sosial yang berkembang dengan cepat dari tiap tahunnya dan memiliki beberapa karakteristik yang berbeda dengan setiap kualitas dan keunikannya. Tujuannya untuk memudahkan komunikasi dan pengumpulan informasi dalam penggunaan media sosial. Berdasarkan pada pendapat yang dikemukakan dari para ahli, bisa ditarik kesimpulan

¹ Philip Kotler, Kevin Lane Keller, “*Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*”, (Cambridge: IGI Global, 2016), hlm. 338.

bahwa media sosial dianggap sebagai wadah bersosialisasi yang terdiri dari kegiatan berbagi informasi, teks, gambar, dan video, serta elemen lainnya. Dengan menggunakan jaringan internet, orang yang menggunakan media sosial memungkinkan adanya interaksi antara pengguna satu sama lain.



Gambar 1. 1 Data (Tren) Pengguna Internet Dan Media Sosial Di Indonesia Tahun 2023

Berdasarkan data diatas, pengguna internet dan media sosial di Indonesia Tahun 2023 yang bersumber dari laporan *We Are Social* terhitung mulai dari bulan januari 2023 Total Populasi (jumlah penduduk) sebesar 276,4 juta, perangkat *mobile* yang terhubung sebesar 353,8 juta (128% dari total populasi), pengguna internet sebesar 212,9 juta (77% dari total populasi), dan pengguna media sosial aktif 167 juta (60,4% dari total populasi).²

Salah satu aplikasi yang sangat konvensional dan diminati oleh dunia saat ini adalah TikTok. Pada tahun 2016, perusahaan Tiongkok, ByteDance, meluncurkan aplikasi ini. Awalnya, mereka merilis versi pendek dari aplikasi yang dikenal sebagai Douyin, dengan jumlah pengguna sekitar 100 juta dan 1 miliar penayangan setiap hari dalam waktu satu tahun.

² Andi Dwi Riyanto, *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> (diakses pada 14 Januari 2024, pukul 16.35)

Popularitas luar biasa Douyin membuatnya berkembang dengan nama TikTok di luar China.

TikTok telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, karena TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang paling populer dan diminati saat ini. Menurut survei Aplikasi Sensor Tower, TikTok saat ini menjadi platform media sosial yang sudah banyak diunduh oleh pengguna di seluruh dunia. TikTok dalam versi ini telah mencatat lebih dari 63,3 juta unduhan di perangkat Android dan iOS,³

TikTok adalah sebuah platform jejaring sosial yang memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk membagikan video-video singkat dengan berbagai fitur menarik seperti musik, filter, dan fitur-fitur menarik lainnya. Akan tetapi, saat ini pengguna dapat mengunggah video selama 10 menit. Ketentuan ini akan menjadi sebuah tantangan yang baru bagi para pembuat konten dalam menumbuhkan kreativitas mereka dan memanfaatkan fitur TikTok untuk berbagi konten. Awalnya aplikasi TikTok dibuat sebagai hiburan semata, tetapi kini aplikasi tersebut menawarkan berbagai macam konsep konten yang diperlihatkan, salah satunya adalah konten edukasi. Berbagai macam konten edukasi yang tersebar di media sosial TikTok membuat siapapun yang menontonnya dapat menambah pengetahuan sesuai isi video dari yang menyampaikannya. Hal ini memunculkan banyak konten kreator baru yang dapat membagikan ilmunya kepada pengguna TikTok, karna dapat diketahui bahwa pengguna TikTok bisa berasal dari kalangan manapun tanpa terkecuali.

Kegiatan mempelajari *public speaking* di media sosial dimanfaatkan oleh salah satu *content creator* di Indonesia untuk mengembangkan karirnya. Seperti akun milik Teuku Daffa yang merupakan seorang *content creator* edukasi di TikTok sekaligus seorang *public speaker* dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP) merupakan badan independen nasional

³ Putri Rahmi Pertiwi, "Studi Literatur: Pengaruh Pendekatan Matematika Realistik Terhadap Penguatan Kemampuan Koneksi Matematis Siswa". (Universitas Pendidikan Indonesia, 2016)

yang dibentuk oleh pemerintah dengan tujuan memberikan sertifikasi kompetensi kerja di Indonesia.⁴ Teuku Daffa menggunakan sosial media untuk memberikan konten edukasi yang berisikan pembelajaran mengenai *public speaking*. Di antara para kreator konten yang menonjol adalah Teuku Daffa, seorang pembicara motivasi dan pelatih *public speaking* yang memiliki pengikut yang besar dan pengaruh yang luas di kalangan mahasiswa dan generasi muda. Teuku Daffa yang karismatik, cerdas, dan bersemangat telah membantu banyak orang menemukan kepercayaan diri dan keterampilan berbicara mereka. Dalam video-videonya, ia tidak hanya membagikan tips dan teknik-teknik berbicara yang efektif, tetapi juga menantang para penontonnya untuk meningkatkan ketrampilan berbicara mereka.



Gambar 1. 2 Screenshot Akun Tiktok @Daffaspeaks

Akun Teuku Daffa menghasilkan sebanyak 536.7K pengikut dan 6.3M menyukai videonya (dilihat pada 14 September 2023, pukul 13.14). Isi kontennya terdiri dari *public speaking challenge*, *tips dan trick public speaking*, dan cara mengatasi terbelit-belit saat berbicara. Pertama,

⁴ AHS Manajemen, *Bnsp : Apa Itu Bnsp Dan Apa Tugasnya?* <https://ahsmanajemen.com/apa-itu-bnsp-dan-apa-tugasnya/> (diakses pada tanggal 4 Juli 2023, pukul 12.34)

mengenai *Public speaking challenge* Teuku Daffa yang terbagi menjadi 3 tingkatan dan level. Kedua, mengenai *tips and trick public speaking* Teuku Daffa seperti *tips opening* presentasi dan *opening* sidang skripsi. Ketiga, cara mengatasi masalah ketika berbicara di depan umum seperti mengatasi bicara yang berbelit saat presentasi, mengatasi gugup saat presentasi, mengatasi pikiran kosong saat *public speaking* dan lain sebagainya. Tiga tema konten tersebut menduduki jumlah *views* dan *likes* terbanyak dari konten lain yang disajikannya, karena konten tersebut sangat diminati bagi para pelajar yang ingin memperdalam ilmu *public speaking*.

Pada masa sekarang, keahlian berbicara di depan umum telah menjadi salah satu keterampilan lunak (*soft skill*) yang bisa dikembangkan dan penting bagi setiap individu. Mampu berbicara di depan umum dianggap sebagai indikator seseorang yang memiliki kemampuan komunikasi yang baik. *Public speaking* tidak hanya relevan bagi mereka yang secara profesional bekerja sebagai pembicara publik dengan melibatkan pekerjaan di bidang pendidikan, seperti menjadi guru atau dosen, tetapi juga bagi setiap orang yang ingin berhubungan dan berkomunikasi efektif dengan banyak orang. Kemampuan yang buruk untuk berkomunikasi dengan orang lain tidak diragukan lagi karena akan mempengaruhi aktivitas.

Berbicara di depan umum juga merupakan keterampilan yang dibutuhkan karena dapat menyatukan empat unsur pendidikan, yaitu pengetahuan, keterampilan, kesenian dan kejiwaan.⁵ Ada banyak teori *public speaking* yang dapat dipelajari. Namun, untuk menjadi pembicara yang andal, seseorang harus belajar lebih dari hanya memahami teori saja. Salah satu cara untuk membiasakan diri berbicara di depan umum adalah dengan berlatih, karena latihan berbicara dapat meningkatkan percaya diri dan mempermudah menyampaikan ide.

⁵ Anna Gustina Zainal, *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum* (Purbalingga, Eureka Media Aksara: 2022) hlm. 6

Kemampuan berbicara di depan umum adalah salah satu keterampilan interpersonal yang bernilai penting dan banyak orang yang berupaya meningkatkan dan memperbaiki keahlian mereka dalam hal tersebut. Menonton video edukasi tentang *public speaking* dan mengikuti pelatihan secara daring maupun tatap muka adalah beberapa tindakan yang bisa dilakukan untuk meningkatkan kemampuan berbicara di depan umum. Ada banyak referensi untuk meningkatkan belajar *public speaking*, bisa dengan belajar dari *public figure* maupun dari para konten kreator.

Seorang mahasiswa juga pastinya terlibat dalam kegiatan *public speaking* yang merupakan bagian penting dari pengalaman belajar. Namun, tidak semua mahasiswa merasa percaya diri dalam situasi ini. Banyak dari mereka mengalami ketidakpastian, kecemasan, dan bahkan ketakutan yang mendalam saat harus berbicara di depan umum. Faktor-faktor seperti kurangnya pengalaman atau kurangnya keterampilan komunikasi yang efektif dapat menjadi hambatan utama dalam menghadapi tugas-tugas seperti presentasi kelas atau seminar.

Banyak mahasiswa yang mengalami kesulitan dalam *public speaking*, salah satunya yaitu Esa Nurul Fitriani, mahasiswi UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto angkatan 2020 yang telah mengatasi kesulitannya melalui konten-konten @daffaspeaks. Melalui pandangan baru yang disajikan dalam video-videonya, mereka mulai melihat *public speaking* bukan lagi sebagai hambatan yang tidak dapat diatasi, tetapi sebagai kesempatan untuk tumbuh dan berkembang sebagai individu yang percaya diri dan berpengaruh. Dengan menghadirkan teknik-teknik yang selalu dipakainya, Teuku Daffa membuktikan bahwa setiap orang dapat belajar dan tumbuh, bahkan dari tantangan-tantangan yang paling sulit sekalipun. Kesuksesannya dalam membantu mahasiswa mengatasi kesulitan *public speaking* telah menunjukkan betapa pentingnya pendekatan yang kreatif dan berwawasan masa depan dalam pendidikan dan pengembangan pribadi.

Nasrullah mengungkapkan bahwa media sosial merupakan sebuah platform yang tersedia di internet yang memungkinkan pengguna untuk mempresentasikan diri mereka sendiri dan berinteraksi, berkolaborasi, berbagi, dan berkomunikasi dengan pengguna lain dengan tujuan membentuk ikatan sosial virtual.⁶ Hal ini dimanfaatkan oleh para konten kreator ketika membagikan konten terkait *public speaking* di media sosial melalui TikTok. Sesuatu yang menarik dari objek yang diteliti ada pada konten yang dihasilkan oleh Teuku Daffa yang memiliki perbedaan dengan konten kreator lainnya. Ini dikarenakan ketika dia menciptakan dan membagikan kontennya, dia juga mendorong pengikutnya atau orang yang melihatnya untuk aktif mempraktekannya. Sebaliknya, kebanyakan dari konten kreator lain hanya menyampaikan konten dalam bentuk materi tanpa mendorong praktik langsung.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti menemukan beberapa hal untuk diteliti yaitu menemukan sesuatu yang berbeda TikTok, dimana platform media sosial ini bukan hanya dipakai untuk hiburan semata saja, melainkan juga dipakai sebagai sarana pendidikan. Salah satu contohnya adalah melalui konten edukasi yang disajikan di dalamnya. Karena alasan tersebut, peneliti mengajukan judul penelitian "**Analisis Konten Edukasi Teknik *Public Speaking* Pada Akun TikTok @daffaspeaks**".

B. Penegasan Istilah

Dalam rangka membahas masalah penelitian ini, perlu adanya penegasan terkait beberapa kata kunci yang digunakan, termasuk pengertian dan batasannya.

1. Analisis Isi

Analisis isi merupakan suatu metode penelitian yang melibatkan pengkajian yang mendalam terhadap informasi yang terdapat dalam media massa, baik dalam bentuk tertulis maupun cetak yang kemudian diberi penjelasan secara rinci. Menurut Rahmat Kristayanto, metode

⁶ Rulli Nasrullah, *Media Sosial*, (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2015), hlm. 13

analisis isi merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengobservasi dan menganalisis isi perilaku komunikasi yang terbuka dari seorang komunikator tertentu, atau sebagai pendekatan sistematis untuk menganalisis pesan dan mengolahnya.⁷

2. Konten Edukasi

Istilah "konten" sendiri berasal dari bahasa Inggris dengan makna "*content*", yang mengacu pada isi, substansi, atau materi yang terkandung dalam suatu hal. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konten didefinisikan sebagai informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. konten adalah beragam macam informasi yang disajikan melalui berbagai jenis media, biasanya konten dapat berupa tulisan, gambar, suara, atau video.

Fitriani mendefinisikan edukasi atau pelatihan adalah berbagi pengetahuan dan kemampuan seseorang melalui belajar, sehingga seseorang atau sekelompok orang yang terlatih dapat melakukan apa yang diharapkan oleh guru dari mereka yang tidak tahu atau tidak bisa mengatasi kesehatan sendiri secara mandiri.

Jadi dapat disimpulkan konten edukasi adalah jenis konten yang bertujuan untuk memberikan nilai kepada *audiens* dengan mengajarkan mereka sesuatu yang baru. Konten edukasi dapat berupa video, gambar, atau tulisan yang memberikan informasi dan pengetahuan baru kepada audiens.

3. Teknik

Teknik merujuk pada metode atau cara khusus yang digunakan untuk mencapai tujuan tertentu. Teknik bukan hanya tentang pengetahuan teoritis, tetapi juga melibatkan penerapan praktis dari pengetahuan tersebut. Teknik berkaitan erat dengan keahlian praktis dan pengalaman dalam menerapkan metode yang tepat untuk mencapai hasil yang diinginkan. Teknik dapat digunakan dalam berbagai bidang,

⁷ Jurnal Ahmad, *Desain Penelitian Analisis Isi (content Analysis) dalam jurnal Analisis Isi, Research Gate 5 (9), 1-20, 2018* (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), hlm 2

seperti pendidikan, penelitian, dan teknologi. James Havery membagi teknik menjadi dua pengertian: 1) teknik adalah suatu prosedur yang rasional untuk menggabungkan unsur yang saling berkaitan, 2) teknik digunakan untuk membantu mencapai tujuan yang sudah ditetapkan.⁸

4. *Public Speaking*

Menurut Dedy Mulyana *public speaking* adalah salah satu bentuk penjelasan dalam *one way communication* (model komunikasi satu arah) dimana pesan yang disampaikan dalam bentuk searah dari seorang komunikator dengan komunikan.⁹ Sedangkan dari sudut pandang komunikator, *public speaking* juga bisa dianggap sebagai bentuk komunikasi kelompok, karena dalam proses penyampaian pesan, komunikator berinteraksi langsung dengan para komunikan saat menyampaikan pesannya.

5. **TikTok @daffaspeaks**

TikTok adalah aplikasi yang menawarkan efek unik khusus menariknya, pengguna bisa menggunakan aplikasi ini untuk menghasilkan video pendek yang menjadi daya tarik besar dari banyak orang yang menyaksikannya. TikTok adalah sebuah platform media sosial dan musik yang diluncurkan di Tiongkok pada bulan September 2016. Aplikasi ini banyak digemari oleh orang dewasa dan anak di bawah umur yang sangat menyukai program produksi video pendek yang diiringi dengan musik.

TikTok adalah aplikasi yang bisa menonton video pendek dengan ekspresi yang berbeda-beda untuk setiap kreator. Dan pengguna aplikasi ini juga dapat meniru video pengguna lain saat sedang tren. Saat ini banyak konten kreator yang memanfaatkan TikTok untuk membagikan ilmunya kepada pengguna TikTok, salah satunya yaitu pada akun @daffaspeaks. Teuku Daffa merupakan pemilik akun TikTok

⁸ Sugy Xo, *Pengertian Teknik*, <https://www.infomase.com/pengertian-teknik/> (diakses pada 24 Juni 2023, pukul 00.27)

⁹ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2008), Hal.61

@daffaspeaks yang merupakan *public speaker* dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). Teuku Daffa menggunakan sosial media untuk memberikan konten edukasi yang berisikan pembelajaran mengenai *public speaking*.

C. Rumusan Masalah

Mengangkat tentang *public speaking*, saat ini sangat penting untuk terus melatih keterampilan berbicara didepan umum. Perlunya memiliki keterampilan yang baik ketika berbicara didepan umum, karena dapat meningkatkan kepercayaan diri, menumbuhkan *leadership*, dan menyampaikan ide atau pendapat dengan lancar, sehingga membutuhkan seorang mentor untuk melatih *public speaking*.

Diera digital saat ini, sudah banyak sekali konten kreator yang memanfaatkan media sosial sebagai ajang pembelajaran, seperti pada akun tiktok @daffaspeaks, seorang konten kreator TikTok yang sering membahas mengenai *public speaking*. Dengan memperhatikan latar belakang yang telah diuraikan sebelumnya, permasalahan yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah **bagaimana analisis konten edukasi teknik *public speaking* pada akun tiktok @daffaspeaks?**

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan analisis konten edukasi teknik *public speaking* yang terdapat di akun TikTok dengan nama pengguna @daffaspeaks.

E. Manfaat Penelitian

Untuk memperjelas struktur pembahasan dan mempertahankan fokus pada inti permasalahan, berikut ini adalah manfaat dari penelitian yang dilakukan:

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat menggambarkan isi pesan yang disampaikan oleh konten kreator @daffaspeaks mengenai teknik *public speaking*. Diharapkan juga bahwa penelitian ini akan meningkatkan pengetahuan tentang *public speaking*. Kemudian memberikan

inspirasi dan motivasi untuk terus melatih keterampilan berbicara didepan umum.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat membantu kemajuan ilmu komunikasi, khususnya mengenai teknik *public speaking* melalui media sosial TikTok *content creator*.
- c. Untuk mengetahui dan menjadi bahan referensi oleh peneliti berikutnya yang berhubungan dengan keterampilan *public speaking* melalui media sosial yaitu melalui media TikTok.

2. Manfaat Praktisi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber informasi dan referensi yang berguna untuk para pelajar dalam meningkatkan keterampilan *public speaking* mereka.

F. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka mengkaji beberapa penelitian sebelumnya yang akan dibahas dan digunakan sebagai acuan untuk penelitian ini. Berikut adalah beberapa penelitian sebelumnya yang digunakan sebagai acuan dalam penelitian ini:

Pertama, skripsi Meta Chania yang berjudul *Personal Branding Vina Muliana Melalui Media Sosial Tiktok (Analisis Isi Kualitatif Akun Tiktok @vmuliana)* dari Fakultas Ushuluddin Dan Dakwah Universitas Islam Negeri Raden Mas Said Surakarta tahun 2023. Hasil dari penelitian ini diperoleh bahwa bentuk *personal branding* Vina Muliana melalui media sosial TikTok @vmuliana menyoroti bagaimana Vina Muliana dipandang sebagai seorang kreator konten pendidikan dengan keahlian di bidang karir dan BUMN dengan fokus pada konten dan kebutuhan *followers* serta masyarakat yang bukan ahli dalam bidang tersebut yang ingin memperoleh pemahaman yang lebih mendalam tentang negara dan perusahaan yang berhubungan dengan karir.¹⁰

¹⁰ Meta Chania, *Personal Branding Vina Muliana Melalui Media Sosial TiKToK (Analisis Isi Kualitatif Akun TiKTok @vuliana)*, Fakultas Ushulludin Dan Dakwah, UIN Raden Mas Said, 2023, Hal. 61

Persamaan dengan penelitian Meta Chania dengan peneliti yang dilakukan adalah serupa dalam menggunakan analisis data yaitu analisis isi (*content analysis*) dan jenis penelitian ini menggunakan metode analisis isi kualitatif deskriptif. Isi komunikasi yang sebenarnya dapat dijelaskan secara objektif, metodelis, dan kuantitatif menggunakan analisis isi, hal tersebut dikemukakan oleh Barelson. Tujuan dari penelitian kualitatif adalah untuk memperoleh pemahaman yang lebih dalam tentang fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Perbedaan antara penelitian yang dilakukan oleh Meta Chania dengan penelitian ini terletak pada subjek dan objek yang menjadi fokus dalam penelitian tersebut.

Kedua, skripsi dari Ibnu Hamdan Muzakki pada tahun 2021 yang berjudul *Upaya Peningkatan Kemampuan Public Speaking Dan Pola Pengembangan Seni Dakwah Mahasiswa Di Ukm Uki Ulin Nuha Iain Ponorogo* dari Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo. Hasil dari penelitian ini diperoleh adanya banyak cara yang dapat dilakukan siswa untuk meningkatkan keterampilan berbicara di depan umum. Kegiatan berbicara di depan umum merupakan pengertian dari *public speaking*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengungkapkan dan menyampaikan pikiran, pendapat, pemikiran, dan gagasan, serta memberikan gambaran yang jelas tentang suatu topik atau pembahasan tertentu. UKM UKI Ulin Nuha sendiri mengembangkan keterampilan berbicara yang tertata rapi dengan strategi.¹¹

Persamaan penelitian Ibnu Hamdan Muzakki dengan penelitian yang dilakukan adalah serupa dalam menggunakan jenis penelitian yaitu deskriptif kualitatif dan objeknya sama membahas mengenai *Public Speaking*. Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ibnu Hamdan Muzakki dengan peneliti yaitu ada pada subjeknya yang berbeda dan penelitian ini membahas mengenai upaya peningkatan kemampuan *public*

¹¹ Ibnu Hamdan Muzakki, *Upaya Peningkatan Kemampuan Public Speaking Dan Pola Pengembangan Seni Dakwah Mahasiswa Di Ukm Uki Ulin Nuha Iain Ponorogo*, Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo, 2021, Hal. 70

speaking dan pola pengembangan seni dakwah, sedangkan peneliti membahas mengenai pelatihan *public speaking* pada konten kreator di TiKTok.

Ketiga, jurnal dari Reza Putri, Ari Sulistyanto, dan Imaddudin yang berjudul Analisis Isi Konten Edukasi *Funfact* Pada Akun TikTok @buiramira dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya. Jurnal ini membahas isi dan tema konten edukasi *funfact* tentang skripsi dalam pembelajaran menyenangkan di akun TikTok @buiramira. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tujuh konten yang menggambarkan konten edukasi *funfact*. Konten tersebut dikelompokkan ke dalam dua tema utama, yaitu proses pengerjaan skripsi dan pelaksanaan sidang skripsi. Selain itu, tema-tema tersebut dibagi lagi menjadi dua kategori, yaitu kategori diskusi dan kategori tips.¹²

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Reza Putri dalam hal metode penelitian yang digunakan, yaitu metode analisis isi deskriptif kualitatif, serta memanfaatkan teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi. Perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya adalah bahwa penelitian ini difokuskan pada pengkajian konten edukasi *funfact* pada akun TikTok @buiramira, sedangkan peneliti membahas mengenai konten edukasi pelatihan *public speaking* pada akun TikTok @daffaspeaks.

Keempat, jurnal dari Adinda Hexa Virginia yang berjudul Analisis Isi Konten Video Edukasi Tentang 3M (Memakai Masker, Menjaga Jarak, dan Mencuci Tangan) Pada Akun TikTok @Alodokter.id dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bhayangkara. Jurnal ini membahas tentang makna isi pesan edukasi yang terdapat dalam konten video yang dipublikasikan di akun TikTok @alodokter.id. Penelitian ini menemukan terdapat lima konten video edukasi di akun TikTok @alodokter.id yang mengandung pesan edukasi. Pertama, disarankan masyarakat untuk

¹² Reza Putri, Ari Sulistyanto, dan Imaddudin, *Analisis Isi Konten Edukasi Funfact Pada Akun TikTok @buiamira*, Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3 No. 1 (Maret, 2022), hlm 48.

menggunakan masker jika berada di luar ruangan dengan benar dan baik. Kedua, menjaga jarak minimal satu meter. Ketiga, mencuci tangan dengan air dan sabun.¹³

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Adinda Hexa Virginia dalam hal penggunaan metode analisis isi deskriptif kualitatif dan media yang digunakan sebagai sumber data. Namun, perbedaan utamanya terletak pada objek dan subjek penelitian yang berbeda antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan oleh Adinda Hexa Virginia.

Kelima, jurnal dari Maya Retnasary dan Diny Fitriawati yang berjudul Analisis akun Tik Tok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya. Jurnal ini membahas kemunculan aplikasi Tik Tok sebagai salah satu aplikasi yang paling diminati oleh para remaja dan anak-anak dimanfaatkan oleh salah satu akun bernama @buiramira. Penelitian menunjukkan bahwa seiring dengan meluasnya globalisasi di seluruh dunia, termasuk di Indonesia, beberapa perubahan dalam gaya hidup manusia semakin didukung. Media sosial, yang juga telah hadir, ternyata memberikan dampak yang dirasakan oleh berbagai kelompok, bukan hanya dipandang sebagai alat hiburan semata. Sejumlah orang menggunakannya sebagai platform untuk pengembangan pengetahuan dan pendidikan.¹⁴

Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian Maya Retnasary dan Diny Fitriawati dalam hal penggunaan metode penelitian analisis isi kualitatif dan media yang digunakan sebagai sumber data. Perbedaannya terletak pada objek dan subjek penelitian yang berbeda antara penelitian ini dan penelitian yang dilakukan.

¹³ Adinda Hexa Virginia, *Analisis Isi Konten Video Edukasi Tentang 3M (Memakai Masker, Menjaga Jarak, dan Mencuci Tangan) Pada Akun TikTok @Alodokter.id*, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Bhayangkara, (2021), hlm 1-5.

¹⁴ Maya Retnasary, Diny Fitriawati, *Analisis akun TikTok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi*, (Jurnal Ilmu Komunikasi, 2022) hlm. 1 - 11

G. Sistematika Penulisan

Dalam menyusun pembuatan skripsi ini, maka terlebih dahulu peneliti menjelaskan sistematika penulisannya. Sehingga dapat menggambarkan inti permasalahan beserta pemecahannya dengan jelas.

BAB I Pendahuluan

Bab ini membahas latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, tinjauan pustaka, dan sistematika penulisan.

BAB II Landasan Teori

Bab ini berisi teori-teori yang menjadi landasan dan dasar pemikiran dalam penelitian ini dengan membahas inti permasalahan yang akan diteliti. Penelitian ini akan membahas landasan teori mengenai *public speaking*, teknik *public speaking* Ongky Hojanto, konten edukasi, media sosial, TikTok dan analisis isi Phillip Mayring.

BAB III Metode Penelitian

Bab ini membahas metode yang berisi jenis penelitian, sumber data, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini membahas hasil penelitian berdasarkan rumusan masalah yang akan dibahas mengenai analisis konten edukasi teknik *public speaking* pada akun TikTok @daffaspeaks.

BAB V Penutup

Bab ini berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan serta saran yang diberikan oleh peneliti yang berkaitan dengan kesimpulan penelitian.

BAB II LANDASAN TEORI

A. *Public Speaking*

Dalam proses komunikasi, *public speaking* adalah salah satu bentuk penjelasan dalam *one way communication* (model komunikasi satu arah) dimana pesan yang disampaikan dalam bentuk searah dari seorang komunikator dengan komunikan.¹⁵ Sedangkan dari sudut pandang komunikator, *public speaking* juga bisa dianggap sebagai bentuk komunikasi kelompok, karena dalam proses penyampaian pesan, komunikator berinteraksi langsung dengan para komunikan saat menyampaikan pesannya.

1. Pengertian *Public Speaking*

Istilah *public speaking* berasal dari ahli retorika, yang mendefinisikan retorika sebagai seni atau keterampilan berbicara dan berpidato yang telah ada sejak zaman pra-Masehi. Secara umum, *public speaking* dapat dijelaskan sebagai proses berbicara kepada sekelompok orang dengan tujuan memberikan informasi, memengaruhi, dan menghibur audiens.

Public speaking menurut ahli retrorika, David Zarefsky: *Strategic for Success*; “*public speaking is a continious communication process in which massage and signals circulate back and forth between speaker and listeners.*” (*public speaking* adalah proses komunikasi yang berkelanjutan dimana pesan dan sinyal beredar bolak-balik antara pembicara dan pendengar). Menurut Ys. Gunadi, dalam Himpunan Istilah Komunikasi, *public speaking* adalah bentuk komunikasi lisan tentang suatu topik yang disampaikan di depan orang banyak. Tujuan dari *public speaking* termasuk mengajak, mempengaruhi, memberikan

¹⁵ Deddy Mulyana, Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar, (Jakarta: Remaja Rosdakarya, 2008), Hal.61

pendidikan, mengubah pandangan, memberikan penjelasan, dan menyampaikan informasi kepada khalayak di suatu tempat tertentu.¹⁶

Public speaking adalah proses berbicara di hadapan publik atau khalayak untuk menyampaikan informasi, menghibur, dan mempengaruhi mereka. Meskipun banyak yang menganggap bahwa kemampuan berbicara di depan umum adalah sesuatu yang mudah, namun dalam kenyataannya, melakukan *public speaking* memerlukan latihan dan penerapan teknik tertentu agar dapat dilakukan dengan baik.

Dari segi pandangan islam, dalam surah Al-A'raf (7:199) dalam Al-Qur'an menyampaikan petunjuk tentang etika berbicara dan komunikasi yang baik yang berbunyi:

خُذِ الْعَفْوَ وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ

Artinya: "Jadilah engkau pemaaf dan suruhlah orang mengerjakan yang ma'ruf, serta berpalinglah dari pada orang-orang yang bodoh."¹⁷

Ayat ini memberikan tiga petunjuk penting terkait berbicara dan berkomunikasi:

1. Jadilah engkau pemaaf (خُذِ الْعَفْوَ): Petunjuk ini menekankan pentingnya memberikan maaf dan menerima maaf dalam interaksi manusiawi. Ketika berbicara, sebaiknya kita menjaga hati-hati, dan jika ada kesalahan atau konflik, sikap memaafkan menjadi tindakan yang mulia.
2. Suruhlah Berbuat Baik (وَأْمُرْ بِالْعُرْفِ): Allah menyarankan agar kita selalu mendorong kebaikan dalam berbicara dan berinteraksi. Memberikan nasihat yang baik, memberikan dukungan, dan mendorong tindakan positif adalah hal-hal yang ditekankan dalam petunjuk ini.
3. Berpalinglah dari Orang-orang Bodoh (وَأَعْرِضْ عَنِ الْجَاهِلِينَ): Dalam konteks ini, "orang-orang bodoh" merujuk pada mereka yang

¹⁶ Jalaluddin Rahmat, *Retorika Modern Pendekatan Praktis*, (Bandung; Remaja Rosda Karya, 1994), Hlm. 5

¹⁷ tafsirq.com, <https://tafsirq.com/7-al-araf/ayat-199> (Diakses pada 5 Februari 2024)

bersikap sombong, tidak menghargai nasihat baik, atau bersikap kasar. Allah mengajarkan agar kita menjauhi konfrontasi yang tidak produktif dan berpaling dari perilaku yang tidak bijaksana.

Dengan demikian, dapat didefinisikan bahwa *public speaking* adalah tindakan menyampaikan pesan secara verbal kepada khalayak tertentu dalam situasi formal yang telah direncanakan sebelumnya. Untuk memahami *public speaking* dengan lebih mendalam, kita harus mempertimbangkan berbagai unsur yang terlibat di dalamnya. Dalam berbicara di depan umum, secara keseluruhan mengajarkan pentingnya menjaga etika berbicara yang baik, memberikan manfaat serta kebaikan, dan menjauhi konflik yang tidak perlu.

2. Unsur - Unsur *Public Speaking*

Unsur-unsur komunikasi juga berlaku dalam *public speaking*, karena berbicara di depan umum merupakan salah satu bentuk komunikasi kelompok. Berikut ini unsur - unsur *public speaking*:¹⁸

a. Pembicara

Pembicara adalah seseorang yang terlibat dalam kegiatan berbicara di depan publik atau melakukan *public speaking*, dengan maksud untuk memberikan informasi, memengaruhi, atau menghibur para pendengar secara verbal. Seorang pembicara yang baik perlu memiliki kemampuan berbicara yang terstruktur, mudah dipahami, dan sesuai dengan khalayak yang dituju. Selain itu, seorang pembicara juga perlu mempersiapkan materi yang akan disampaikan dan menguasai teknik-teknik *public speaking* untuk mempengaruhi audiens dan membangun hubungan dengan mereka.

¹⁸ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, Cet Ke 2, (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2007), Hlm. 95

b. Pesan

Pesan adalah kumpulan simbol yang memiliki arti yang disampaikan oleh pengirim pesan.¹⁹ Pesan mencakup segala informasi yang disampaikan oleh pembicara dan diterima oleh pendengar, terdiri dari pesan yang disampaikan secara lisan dan yang tidak, seperti pesan verbal dan non-verbal. Pesan yang disampaikan secara verbal melibatkan penggunaan bahasa, sementara pesan non-verbal mencakup berbagai aspek seperti intonasi suara, kontak mata, ekspresi wajah, gerakan tubuh, postur tubuh, dan penampilan fisik. Idealnya, kedua aspek ini harus berjalan sejalan dan seimbang dalam komunikasi. Jika tidak, pendengar dapat memilih untuk fokus pada pesan verbal atau non-verbal. Untuk mengatasi potensi ketidakselarasan ini, penting bagi pembicara untuk memastikan bahwa pesan non-verbal mereka mendukung pesan verbal yang mereka sampaikan. Dalam konteks penelitian ini, fokusnya adalah pada penggunaan pesan verbal dalam interaksi melalui media sosial.

c. Medium

Medium merujuk pada sarana atau alat yang digunakan untuk mengirimkan pesan. Sebuah pidato dapat disampaikan kepada pendengar dengan berbagai metode, seperti melalui suara, radio, televisi, pidato di hadapan publik (*public address*), dan multimedia. Pemancar pesan akan memilih media atau saluran tersebut berdasarkan situasi, tujuan yang ingin dicapai, dan jumlah penerima pesan yang terlibat.²⁰ Ketika berbicara di hadapan rekan kerja, penggunaan medium *public address* dapat menjadi pilihan yang

¹⁹ Onong Uchjana Effeandy, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2007) Hal.18

²⁰ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014) Hlm. 70

efektif. Efektivitasnya akan tergantung pada kondisi ruangan dan kualitas akustik yang mendukungnya.²¹

d. Pendengar

Pendengar merupakan penerima pesan yang dikirim oleh pembicara. Meskipun kemampuan berbicara pembicara sangat penting dan dinamis, keberhasilan pidato dalam *public speaking* tergantung pada kemampuan pendengar untuk menerima dan menginterpretasikan pesan dengan benar. Gagalnya proses komunikasi bisa terjadi karena pembicara atau pendengar, walaupun pembicara memiliki peran utama, namun pendengar juga memiliki peran yang signifikan. Pendengar yang baik adalah mereka yang mampu menerima pesan dengan pikiran terbuka, menahan diri untuk menilai pembicara sebelum mendengarkan dengan cermat.²²

e. Umpan Balik

Umpan balik adalah tanggapan yang diberikan oleh pendengar kepada pembicara, yang bisa berbentuk komunikasi verbal atau non-verbal. Umpan balik verbal sering kali terjadi dalam bentuk pertanyaan atau komentar dari salah satu atau beberapa audiens. Biasanya, audiens menahan diri untuk memberikan umpan balik hingga pembicara selesai menyampaikan materi, ketika sesi tanya jawab dimulai. Selain itu, audiens juga dapat memberikan umpan balik secara non-verbal. Misalnya, ketika pendengar mengangguk dan tersenyum, itu menunjukkan persetujuan terhadap pesan yang disampaikan oleh pembicara. Di sisi lain, jika pendengar terlihat murung, duduk dengan tangan terlipat, atau menunjukkan ekspresi kosong sambil menguap, itu menandakan bahwa mereka mungkin merasa bosan atau lelah.

²¹ Ibid Hlm. 97

²² Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014) Hlm. 73

Umpan balik (*feedback*) adalah informasi yang diberikan oleh penerima pesan kepada sumber pesan. Informasi ini digunakan oleh sumber pesan sebagai panduan untuk mengevaluasi sejauh mana pesan yang telah disampaikan sebelumnya berhasil. Dalam umpan balik, pertimbangan meliputi apakah pesan itu dipahami, diterima dengan baik, menghadapi hambatan, dan sebagainya. Dengan demikian, berdasarkan umpan balik tersebut, sumber pesan dapat memodifikasi pesan berikutnya agar sesuai dengan tujuannya sebagai pengirim.²³ Tidak semua tanggapan dari penerima pesan dapat dianggap sebagai umpan balik. Sebuah respon dianggap sebagai umpan balik ketika itu merupakan respons terhadap pesan yang telah dikirim oleh pengirim dan memiliki pengaruh terhadap perilaku pengirim ke depannya.

f. Gangguan

Gangguan merujuk pada segala faktor yang menghalangi atau menghambat penyampaian pesan dengan tepat dalam proses komunikasi. Terdapat tiga jenis gangguan, yaitu

- 1) Gangguan eksternal merupakan gangguan yang berasal dari faktor-faktor di luar diri pendengar, seperti suara bayi yang menangis, kebisingan dari kendaraan yang melintas di luar ruangan, udara AC yang terlalu dingin, atau kondisi ruangan yang tidak nyaman. Kondisi yang tidak nyaman ini dapat menghambat kemampuan pendengar untuk fokus.
- 2) Gangguan internal adalah gangguan yang timbul dari dalam diri pendengar itu sendiri. Ini bisa berupa masalah pribadi, khayalan, atau rasa lelah. Pembicara dapat mengatasi gangguan internal ini dengan menyusun pidato atau presentasi yang menarik dan dinamis agar audiens terus terlibat dan tetap fokus.

²³ Dedy Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: Remaja Rosda Karya, 2014) Hlm. 73

3) Gangguan yang berasal dari dalam diri pembicara dapat muncul ketika pembicara menggunakan kata-kata yang tidak akrab bagi pendengarnya atau jika isi pesan yang disampaikan tidak dipahami dengan benar oleh audiens sesuai dengan maksud pembicara. Hal yang sama berlaku jika pembicara mengenakan pakaian yang mencolok, karena pendengar cenderung akan lebih memperhatikan penampilan fisik pembicara daripada pesan yang disampaikan. Terkadang, pendengar dapat mencoba mengatasi gangguan tersebut sendiri, tetapi ada juga yang tidak berusaha untuk melakukannya. Jika situasi ini terjadi, komunikasi dapat terhambat. Oleh karena itu, seorang pembicara perlu peka terhadap tanda-tanda gangguan dan berusaha mengatasi gangguan tersebut dengan efektif.

g. Situasi

Situasi merujuk pada konteks dimana waktu dan tempat komunikasi berlangsung. Setiap situasi yang berbeda membutuhkan pendekatan komunikasi yang berbeda, baik dari sisi pembicara maupun pendengar. Waktu juga memiliki peran penting dalam menentukan bagaimana audiens akan merespons. Dalam *public speaking*, situasi juga dapat memengaruhi cara seorang pembicara menyampaikan pesan dan berinteraksi dengan audiens. Oleh karena itu, seorang pembicara perlu memahami situasi yang terjadi dalam lingkungan sekitarnya untuk dapat menyampaikan pesan dengan efektif dan membangun hubungan yang positif dengan audiens. Ketika seorang pembicara melakukan persiapan, penting bagi mereka untuk mengumpulkan informasi sebanyak mungkin tentang situasi yang akan mereka hadapi. Seorang *public speaker* harus memiliki kemampuan untuk mengidentifikasi dan menyesuaikan diri dengan kondisi yang ada.

3. Elemen *Public Speaking*

Public speaking merupakan seni berbicara yang melibatkan tiga aspek komunikasi lisan yang dikenal sebagai 3V: verbal, vokal, dan visual. Verbal merujuk pada penggunaan kata-kata, sedangkan vokal mengacu pada penggunaan suara. Sementara itu, visual berkaitan dengan bahasa tubuh yang dapat diamati oleh audiens, termasuk postur dan gerakan tubuh. Dengan demikian, *public speaking* memanfaatkan kata-kata, suara, dan ekspresi tubuh untuk berkomunikasi dengan efektif kepada audiens.²⁴



Gambar 2. 1 The Mehrabian Formula

Dalam Teori Albert Mehrabian menunjukkan bahwa ketika seseorang mengkomunikasikan perasaan, ada elemen 3V yaitu pesan (Verbal), nada suara (Vokal), dan ekspresi wajah (Visual). Elemen tersebut berkontribusi secara berbeda terhadap seberapa banyak orang lain untuk mengidentifikasi tentang komunikasi yang efektif. Secara khusus, terdapat 55% visual yaitu penampilan atau *body language*, 38%

²⁴ Anna Gustina Zainal. *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022) hlm. 8-9

vokal yaitu *voice* atau suara, serta *tone* atau nada, dan 7% verbal yaitu *spoken words* atau kata-kata.²⁵

Dapat disimpulkan, bahasa tubuh (Visual) memiliki peran paling dominan dalam komunikasi, terutama dalam konteks *public speaking*. Kemudian, suara, terutama intonasi (Vokal) berada di urutan kedua. Sementara itu, ucapan, kata-kata, atau kalimat (Verbal) memiliki dampak yang lebih kecil. Namun, perbandingan ini dapat berubah tergantung pada jenis komunikasi yang sedang berlangsung.

4. Teknik *Public Speaking*

Teknik *public speaking* memegang peran kunci dalam kesuksesan seorang pembicara dalam menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens. Teknik-teknik tertentu memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan keterampilan berbicara seseorang di depan umum. Dalam buku *public speaking mastery* milik Ongky Hojanto membahas mengenai teknik-teknik *public speaking* yaitu sebagai berikut:

1. Teknik Pembukaan yang powerful

Menurut Ongky Hojanto, penting bagi kita untuk menarik perhatian seseorang pada kesempatan pertama berbicara dengan teknik pembukaan yang menarik. Ada tiga alasan utama teknik pembukaan sangat penting dalam presentasi untuk menarik perhatian audiens, Untuk mencairkan kekakuan, Memberikan informasi.²⁶

²⁵ Amanda Pratiwi Ismail, *The Usage of Combined Components of Verbal L, Vocal and Visual (3-V Components) of Children in Daily Conversation: Psycholinguistic Observation*, (ELSJournal on Interdisciplinary Studies in Humanities, 2019) hlm 292

²⁶ Ongky Hojanto, *Public speaking mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 79-80

2. Teknik Penutupan yang Berkesan

Setelah menampilkan pembukaan yang mengesankan dan isi presentasi yang mudah dimengerti serta diingat, tugas terakhir seorang *public speaking* adalah membuat penutupan yang berkesan.²⁷ Penutupan yang berkesan dalam *public speaking* bukan hanya sekedar mengakhiri sebuah presentasi, tetapi juga memastikan bahwa pesan Anda tertanam dalam ingatan audiens. Teknik penutupan yang efektif dapat memperkuat poin utama yang telah disampaikan, memberikan kesan yang mendalam, dan bahkan memotivasi audiens untuk mengambil tindakan.

3. Teknik Menjadi Pembicara yang Menyenangkan

Menjadi pembicara yang menyenangkan bukan hanya tentang menyampaikan pesan yang menarik, tetapi juga tentang bagaimana Anda menghubungkan diri dengan audiens dan membuat setiap orang merasa terlibat dan dihargai. Hal ini telah dijelaskan oleh Ongky Hojanto yang mencakup berbagai aspek, mulai dari bahasa tubuh yang terbuka dan ekspresif, hingga penggunaan humor yang tepat.²⁸

4. Teknik Vokal

Dalam *public speaking* suara perlu mendapat perhatian khusus. Ongky Hojanto berpendapat suara yang bagus adalah suara yang mampu membuat orang yang mendengarnya merasa nyaman, atau dikenal dengan istilah *smiling voice*.²⁹

5. Teknik Mengoptimalkan Suara

Mengoptimalkan suara adalah elemen penting dalam *public speaking* yang seringkali diabaikan. Suara yang jelas dan terkontrol tidak hanya membantu dalam menyampaikan pesan secara efektif

²⁷ Ongky Hojanto, *Public speaking mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 107

²⁸ Ongky Hojanto, *Public speaking mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 41

²⁹ Ongky Hojanto, *Public speaking mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 164

tetapi juga meningkatkan daya tarik dan kredibilitas pembicara di mata audiens. Teknik-teknik seperti latihan mengucapkan huruf, kata, dan kalimat adalah teknik penting yang perlu dilakukan untuk mengatasi permasalahan terbelit-belit saat berbicara.³⁰

5. Manfaat *Public Speaking*

Selama berapa dekade, kemampuan *public speaking* telah memainkan peran penting dalam berbagai bidang seperti pendidikan, pemerintahan, dan bisnis. Penggunaan kata-kata memiliki kekuatan untuk memberikan informasi, mempengaruhi, mendidik, dan bahkan menghibur. Ungkapan lisan sering kali lebih efektif daripada tulisan, terutama jika disampaikan oleh seorang pembicara yang mahir. Baik dari seorang pemilik usaha kecil atau seorang pelajar, dalam peningkatan keterampilan *public speaking* dapat memberikan manfaat yang signifikan. Beberapa manfaat dari *public speaking* antara lain yaitu:³¹

1. Meningkatnya rasa percaya diri
2. Kemahiran dalam melakukan penelitian yang lebih baik
3. Peningkatan dalam kemampuan berpikir deduktif
4. Memiliki kemampuan untuk memperjuangkan suatu tujuan atau penyebab

Public speaking memiliki peranan penting dalam upaya pemasaran bisnis. Kemampuan ini memungkinkan perusahaan untuk menyampaikan pesan mereka secara langsung kepada calon pelanggan. Keterampilan berbicara di depan umum yang baik sering menjadi harapan bagi tenaga penjualan dan eksekutif untuk memastikan efektivitas dalam berkomunikasi.

³⁰ Ongky Hojanto, *Public speaking mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 165

³¹ Anna Gustina Zainal. *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022) hlm. 8-9

6. Topik dan Tujuan *Public Speaking*

Pada hakikatnya, *public speaking* merupakan kegiatan menyampaikan presentasi secara langsung di depan audiens dengan topik dan tujuan yang spesifik. Konten pembicaraan dalam *public speaking* biasanya disesuaikan dengan tujuan dari *public speaking* tersebut. Secara umum, tujuan dari *public speaking* meliputi:

a. Menyampaikan Informasi

Tujuan dari *public speaking* sama dengan tujuan komunikasi pada umumnya yaitu untuk menyampaikan informasi (*to inform*). Informasi yang disampaikan dapat berupa kebijakan, program, proyek, ide, pemikiran, hasil penelitian, atau instruksi. Menurut KBBI, secara bahasa, informasi diartikan sebagai penerangan, pemberitahuan, kabar, atau berita tentang suatu hal, serta keseluruhan makna yang mendukung pesan yang terlihat dalam bagian-bagian pesan tersebut.

b. Mempengaruhi

Salah satu tujuan yang penting juga dalam *public speaking* adalah untuk merubah dan mempengaruhi pemikiran serta tindakan dari para pendengar. Tujuan ini tidak hanya dimiliki oleh pembicara dalam acara seminar, tetapi juga oleh profesional lain seperti pemasar yang bertujuan untuk memengaruhi konsumen agar menggunakan produk yang ditawarkannya. Pembicara yang baik dan mahir adalah mereka yang dapat memengaruhi publik atau audiens agar mengadopsi pemikiran yang akan diimplementasikan dalam materi selanjutnya, serta mampu meyakinkan mereka. Ini merupakan salah satu aspek dari komunikasi efektif.³²

c. Menyampaikan Pendapat

Public speaking memiliki tujuan lain yaitu untuk menyampaikan pendapat yang sejalan dengan pemikiran pembicara

³² Anna Gustina Zainal. *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022) hlm. 9-10

kepada khalayak. Proses ini memudahkan ketika audiens dipengaruhi dalam berpikir dan mengalami perubahan dalam cara mereka memandang suatu hal. Sebagai contoh, dalam konteks penjualan, seorang sales akan mencapai tahap ini ketika ia berhasil mempengaruhi dan menyampaikan pendapatnya, mencapai tujuan utama yakni penjualan atau pembelian.

Public speaking juga memiliki kemampuan untuk mengubah situasi atau suasana. Misalnya, dalam situasi bencana di tempat kerja yang menimbulkan kepanikan, *public speaking* dapat digunakan untuk menenangkan situasi. Di sisi lain, dalam konteks pertemuan, suasana yang awalnya sunyi dapat diubah menjadi ramai karena kehadiran pembicara yang mampu menghidupkan atmosfer melalui cerita, materi, atau gaya penyampaian yang menarik.³³

d. Memotivasi

Seringkali, tujuan umum dari *public speaking* melibatkan motivasi, melalui pidato motivasional kepada audiens atau arahan dari seorang pemimpin kepada bawahannya. Sasaran utama yang paling diinginkan dalam *public speaking* adalah menginspirasi audiens agar melangkah menuju arah yang lebih positif. Kita sering melihat berbagai motivator di televisi atau acara lain yang dengan antusias menyampaikan gagasan mereka, mempengaruhi penonton untuk berpikir lebih positif, dan mendorong mereka untuk menjalani kehidupan dengan semangat yang tinggi.

e. Menghibur

Sebagian besar orang menikmati hiburan, itulah sebabnya *public speaking* kini digunakan secara luas untuk menghibur masyarakat. Kita bisa melihat semakin banyaknya acara televisi yang menawarkan hiburan seperti *talk show*, dan pertunjukan komedi. Komedian baru bermunculan dengan gaya yang berbeda-

³³ Anna Gustina Zainal. *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022) hlm. 10

beda. Salah satu genre hiburan yang sedang populer saat ini adalah *Stand Up Comedy*, di mana seseorang berbicara di depan audiens dengan tujuan membuat mereka tertawa. Saat tampil di atas panggung, Anda bisa menggunakan humor melalui cerita lucu, bahasa tubuh, atau ekspresi wajah yang menghibur untuk membuat audiens tertawa. Ini tidak hanya menciptakan momen hiburan, tetapi juga membantu mengurangi jarak antara pembicara dan audiens.³⁴

B. Konten Edukasi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), konten adalah informasi yang dapat diakses melalui media atau perangkat elektronik. Informasi ini dapat disampaikan secara berurutan melalui berbagai media sosial, seperti televisi, CD audio, dan bahkan saat ini dapat diakses melalui telepon genggam (ponsel). Selain itu, menurut Ikatan Penerbit Indonesia (Ikapi) seperti yang dikutip oleh Finy F. Basarah dan Gustina, konten mengacu pada struktur informasi yang terdapat di halaman situs web atau informasi yang tersedia melalui media. Istilah ini digunakan untuk mengenali dan menilai berbagai format dan jenis informasi sebagai elemen tambahan dalam media.³⁵

Maka bisa disimpulkan bahwa konten merupakan cara untuk menyampaikan informasi yang bisa mencakup hiburan, berita, atau informasi lainnya yang dapat memberikan pengetahuan dan manfaat bagi semua orang. Konten ini disajikan melalui berbagai media seperti artikel, video, audio, dan multimedia yang dapat diunggah di internet, sehingga mudah diakses.

Konten yang tersebar di media sosial dapat bersifat positif ataupun negatif, maka perlunya konten yang memuat nilai positif daripada nilai negatifnya. Saat ini, diharapkan remaja dapat berperan untuk menciptakan ide-ide konten media sosial yang memiliki nilai positif, terutama yang

³⁴ Anna Gustina Zainal. *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum*, (Purbalingga: Eureka Media Aksara, 2022) hlm. 11

³⁵ Finy F. Basara dan Gustina, *Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial*, Jurnal Abdi Masyarakat 5, no. 2 (2020) hlm. 24

berfokus pada edukasi. Meskipun media sosial memiliki karakteristik yang unik, yang berbeda dari beberapa jenis media siber lainnya.³⁶

Dengan maraknya media sosial saat ini, dampaknya sangat terasa pada jenis konten yang dipersembahkan kepada masyarakat.³⁷ Jenis konten ini menunjukkan ciri dan karakteristik khas sesuai dengan platform atau media sosial tertentu. Seperti yang dijelaskan dalam buku "Menjadi Kreator Konten di Era Digital", berbagai jenis konten dapat diklasifikasikan berdasarkan tujuan tertentu, antara lain:³⁸

1. Konten Edukasi

Konten edukasi adalah jenis konten yang dirancang untuk memberikan informasi atau pembelajaran kepada audiens. Fokus utamanya adalah memberikan nilai tambah pengetahuan atau keterampilan kepada pemirsa. Konten edukasi dapat dihadirkan dalam berbagai format, termasuk teks, gambar, audio, dan video. Menurut pendapat Shannon Hilson, konten edukasi adalah jenis konten yang dirancang untuk memberikan nilai kepada audiens dengan mengajarkan mereka hal-hal baru.

Tujuan dari konten edukasi bisa bermacam-macam, seperti mengajarkan keterampilan baru, memberikan informasi faktual, atau memecahkan masalah tertentu. Konten ini seringkali digunakan di platform media sosial, blog, atau situs web pendidikan untuk mendukung proses pembelajaran dan memperluas pemahaman audiens terhadap suatu topik.

³⁶ Azuna Vion Harnadi, *Analisis Konten Serial Fil Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran*, Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan 6, no. 4 (2017) hlm. 384

³⁷ Muhammad Iqbal. *TIPS & TRIK Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, dan Etika Membuat Konten*, <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/> (Diakses pada 5 Februari 2024, pukul 08.00)

³⁸ Lathifah Edib. *Menjadi Kreator Konten di Era Digital*. (Yogyakarta: Diva press, 2021) hlm. 21 – 25

Contoh konten edukasi meliputi tutorial, panduan langkah demi langkah, artikel informatif, webinar, dan video pembelajaran. Pentingnya konten edukasi terletak pada kontribusinya dalam memberdayakan orang untuk belajar dan tumbuh dalam berbagai bidang kehidupan.

2. Konten Informatif

Konten informatif adalah jenis konten yang bertujuan untuk menyampaikan informasi melalui berbagai format, seperti teks, gambar, atau video. Informasi yang disajikan dalam konten ini mencakup aspek penting, seperti rincian produk, alamat toko, daftar produk, dan komponen penting lainnya yang bertujuan memberikan pengetahuan yang bermanfaat kepada pembaca atau pemirsa.

3. Konten *Review*

Konten *review* adalah ulasan satu produk barang atau jasa. Umumnya, konten ini mencakup testimoni dari konsumen sehingga memberikan penonton wawasan tambahan mengenai produk atau layanan yang sedang diulas. Konten *review* bisa berupa ulasan tentang produk, layanan, atau pengalaman tertentu. Misalnya konten *review* mengenai sebuah restoran, tempat wisata, penggunaan produk kosmetik dan lain sebagainya.

4. Konten Interaksi

Konten interaksi memiliki tujuan untuk berhubungan langsung dengan pengguna akun media sosial. Interaksi ini menjadi penting dalam meningkatkan keterlibatan pengguna di platform tersebut. Jenis konten interaksi mencakup QnA (Tanya Jawab), kuis, sesi curhat, dan variasi lainnya. Keberadaan konten interaksi menjadi kunci dalam memperkuat engagement pada media sosial.

C. Jenis - Jenis Media Sosial

Media sosial adalah sarana yang memungkinkan semua individu untuk bersosialisasi, berinteraksi, berbagi informasi, dan berkolaborasi satu sama lain. Penggolongan jenis media sosial ini bertujuan untuk

mengidentifikasi berbagai macam platform di internet dan aplikasi yang dapat diinstal di telepon genggam (ponsel), tanpa bermaksud untuk menghambat perkembangannya. Berikut ini jenis-jenis media sosial;³⁹

1. Jejaring sosial atau *social net working* adalah salah satu sarana yang paling terkenal dalam berbagai jenis media sosial lainnya. Di dalam media sosial, pengguna memiliki kemampuan untuk menjalin hubungan sosial melalui platform *online*. Interaksi ini tidak terbatas pada teks semata, melainkan juga mencakup berbagi foto dan video yang dapat menarik perhatian pengguna media sosial lainnya. *Social networking* adalah media sosial yang memfasilitasi interaksi pengguna dengan pengguna lain, menambahkan teman, berkomentar dan mengajukan pertanyaan hingga berdiskusi.⁴⁰
2. Blog adalah media sosial yang menyediakan penggunanya dapat menulis konten seperti buku harian. pengguna blog dapat mempublish tulisannya seperti artikel maupun karya tulis lainnya melalui pengguna blog itu sendiri.⁴¹ Blog dapat dianggap sebagai bentuk aplikasi web yang berisi sejumlah tulisan yang dipublikasikan di sebuah halaman web. Pada dasarnya, blog adalah singkatan dari "web log" yang diartikan sebagai website untuk menyimpan catatan atau "log", yang dikelola oleh satu atau lebih penulis, yang disebut blogger.⁴² Biasanya, blog memiliki karakter dinamis dengan konten yang harus diperbarui secara berkala. Biasanya, blog memiliki karakter dinamis, dimana kontennya harus secara berkala diperbarui dan bertambah, serta dapat dimiliki oleh individu, bisnis, perusahaan, atau lembaga untuk tujuan promosi dan strategi pemasaran. Blog juga merupakan bentuk media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi aktivitas sehari-hari,

³⁹ Vega Karina Andira Putri, "Media Sosial Terintegrasi dalam Komunikasi Pemasaran Brand: Sudi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Oleh *High dan Low Involvement Decision Brand*," Jurnal Komunikasi Indonesiat 4, no. 2 (2015): 110-111

⁴⁰ Arif Rahmadi, *Tips Produktif Ber-Social Media*, Jakarta, PT. Elex Media Komputindo (2016) hlm. 1

⁴¹ Ibid, hlm. 11

⁴² Nasrullah, R, *Teori dan Riset Cybermedia*, Jakarta, 2014

berinteraksi dengan pengguna lainnya, dan melibatkan diri dalam berbagai aspek web, termasuk tautan, informasi dari situs web lain, dan sebagainya.

3. *Social Sharing* merupakan salah satu jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten seperti foto dan video dengan pengguna lainnya. *Social sharing* biasanya lebih fokus pada sisi visual dan berbeda dengan *social networking* yang lebih fokus pada interaksi antar pengguna. Contoh dari *social sharing* adalah Instagram, YouTube, Snapchat, dan TikTok. *Social sharing* dapat digunakan untuk mempromosikan bisnis secara visual dan menarik perhatian calon pengguna.⁴³
4. Forum dapat diartikan sebagai tempat dimana orang berkumpul untuk berdiskusi dan bertukar ide secara bebas. Forum bisa diadakan dalam berbagai bentuk, seperti forum diskusi, forum seminar, forum musyawarah, dan lain sebagainya. Forum juga dapat diadakan secara *online* melalui forum internet atau forum diskusi *online*. Forum bisa menjadi sumber utama bagi individu dalam mencari informasi dari banyak khalayak yang memiliki pengetahuan lebih dalam bidang yang diminati. Dengan kata lain, para pengunjung bekerja sama dalam memberikan penjelasan dan mengisi konten forum dengan pengetahuan dan pengalaman yang mereka miliki.

D. Media Sosial TikTok

Media sosial adalah gabungan dua kata, yakni media dan sosial. Media mengacu pada alat, sarana komunikasi, penghubung, atau perantara, sementara sosial menunjukkan kaitannya dengan masyarakat atau kecenderungan untuk memperhatikan kepentingan bersama. Dengan demikian, media sosial diartikan sebagai platform untuk berkomunikasi dan berbagi informasi.

⁴³ Maulana Adieb, *7 Jenis Media Sosial Beserta Contohnya yang Perlu Kamu Tahu*, <https://glints.com/id/lowongan/tipe-media-sosial/> (diakses pada 22 Juni 2023, pukul 21.57)

Media sosial adalah situs web atau aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berbagi konten, serta terlibat dalam jaringan sosial. Gohar F. Khan, dalam bukunya "*Social Media For Government*", menggambarkan media sosial sebagai platform berbasis internet yang mudah digunakan, memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan berbagai jenis konten seperti informasi, opini, dan minat dalam berbagai konteks, termasuk yang informatif, edukatif, satir, kritis, dan lainnya, kepada khalayak yang lebih luas tanpa batasan geografis atau jarak.⁴⁴

Salah satu media sosial baru yang berkembang pada saat ini adalah TikTok, sudah banyak sekali yang *install* aplikasi TikTok di zaman sekarang ini. Berikut penjelasan mengenai TikTok:

1. Pengertian TikTok

TikTok merupakan aplikasi yang menawarkan berbagai efek khusus yang unik dan menarik, memungkinkan pengguna untuk membuat video pendek yang menarik dengan mudah, dan mampu menarik perhatian banyak penonton. Sebagai sebuah jejaring sosial dan platform video musik asal Tiongkok yang diluncurkan pada bulan September 2016, TikTok telah menjadi favorit banyak orang, termasuk kalangan dewasa dan remaja, karena digunakan untuk membuat video pendek yang didukung oleh berbagai jenis musik.⁴⁵

TikTok adalah sebuah aplikasi yang memungkinkan pengguna untuk menonton beragam video pendek yang menampilkan berbagai ekspresi dari pembuatnya. Selain itu, pengguna juga dapat meniru atau membuat video dengan musik yang diiringi oleh tarian, yang sering dibuat oleh banyak orang.

⁴⁴ Atik Faozi, Skripsi, *Isi Pesan Dakwah Dalam Tayangan "Tauhid Dan Toleransi" Di Channel Youtube Adi Hidayat Official*, (Purwokerto: UIN Saifuddin Zuhri, 2021)

⁴¹ Rinta Setyo Rahajeng, *Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini Di Kabupaten Magetan*, (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2022) hlm. 7



Gambar 2. 2 Logo TikTok

Aplikasi TikTok memungkinkan pengguna untuk membuat video musik berdurasi pendek. Diluncurkan pada bulan September 2016 oleh pengembang asal Tiongkok, ByteDance Inc. Aplikasi ini memperluas jangkauannya ke Indonesia dengan meluncurkan platform video musik dan jejaring sosial bernama TikTok. Pada kuartal pertama tahun 2018, TikTok menegaskan posisinya sebagai aplikasi paling banyak diunduh dengan jumlah unduhan mencapai 45,8 juta kali.⁴⁶

Bagi para pengguna TikTok, penggunaan media sosial ini menjadi sarana untuk mengekspresikan diri melalui pembuatan video kreatif dan menarik. Sebagai ajang untuk menunjukkan eksistensi diri, banyak orang yang aktif mengunduh dan menggunakan TikTok saat ini. Hal ini memberikan kesenangan kepada para pengguna karena mereka dapat terhibur dengan menonton dan membuat video-video yang disediakan di platform tersebut. Berikut adalah beberapa fitur yang tersedia di TikTok diantara yaitu:

1. Penambahan musik: TikTok memungkinkan pengguna untuk menambahkan musik ke dalam video mereka. Ini memungkinkan pengguna untuk menyesuaikan video mereka dengan lagu yang sesuai dengan suasana hati atau tema video.

⁴² Rinta Setyo Rahajeng, *Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini Di Kabupaten Magetan*, (Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, 2022) hlm. 7

2. Filter pada video: TikTok menyediakan berbagai filter yang dapat digunakan untuk memperindah video. Filter ini dapat digunakan untuk menyesuaikan tampilan video dengan suasana hati atau tema video.
3. Filter *sticker* dan efek video: TikTok juga menyediakan filter *sticker* dan efek video yang dapat digunakan untuk memperindah video. Filter ini dapat digunakan untuk menambahkan elemen visual yang menarik ke dalam video.
4. Filter *voice changer*: TikTok memiliki fitur *voice changer* yang memungkinkan pengguna untuk mengubah suara mereka. Fitur ini dapat digunakan untuk menambahkan efek suara yang unik ke dalam video.
5. Filter *beautify*: TikTok memiliki fitur *beautify* yang dapat digunakan untuk memperindah wajah pengguna. Fitur ini dapat digunakan untuk membuat video yang lebih menarik secara visual.
6. Fitur *live*: TikTok memiliki fitur *live streaming* yang memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung. Fitur ini dapat digunakan untuk berinteraksi dengan pengikut dan menampilkan konten secara *real-time*.
7. Fitur pesan langsung: TikTok memiliki fitur pesan langsung yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dengan pengguna lain. Fitur ini dapat digunakan untuk berinteraksi dengan pengikut dan membangun jaringan sosial.
8. Fitur *screen time*: TikTok memiliki fitur *screen time* yang memungkinkan pengguna untuk mengatur waktu penggunaan aplikasi. Fitur ini dapat digunakan untuk membantu pengguna mengelola waktu mereka di TikTok.
9. Fitur *family pairing*: TikTok memiliki fitur *family pairing* yang memungkinkan orang tua untuk mengontrol penggunaan aplikasi oleh anak-anak mereka. Fitur ini dapat digunakan untuk memastikan

bahwa anak - anak menggunakan aplikasi dengan aman dan bertanggung jawab.

10. Fitur *personal branding*: TikTok dapat digunakan sebagai platform untuk personal branding. Ini memberikan kesempatan bagi siapa saja untuk membranding diri mereka di depan publik.
11. Fitur Sumber Penghasilan: TikTok memberikan kesempatan bagi pembuat konten untuk menghasilkan uang melalui konten yang mereka buat. Banyak pembuat konten yang telah meningkatkan situasi ekonomi mereka melalui aplikasi ini.
12. Fitur belanja: salah satu tambahan terbaru dalam aplikasi TikTok yang memungkinkan pengguna untuk melakukan belanja *online* langsung melalui platform tersebut.

Secara keseluruhan, TikTok memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk membuat video yang menarik dan memperindah tampilan video. Selain itu, TikTok juga memiliki fitur personal branding dan sumber penghasilan yang dapat dimanfaatkan oleh pengguna.

2. Karakteristik TikTok

TikTok adalah platform media sosial yang unik dengan beberapa karakteristik antara lain:⁴⁷

1. Dengan durasi video yang singkat, maksimal 10 menit, TikTok memberikan pengguna kemampuan untuk membuat konten yang padat dan mudah dinikmati. Hal ini tidak hanya menghibur pengguna, tetapi juga memungkinkan mereka untuk menyalurkan kreativitas dan menghabiskan waktu luang dengan menelusuri berbagai video yang tersedia. Fitur yang melimpah dalam aplikasi ini, serta antarmuka yang ramah pengguna, semakin meningkatkan pengalaman pengguna.

⁴⁷ Fadhilah, Galih Ginanjar Saputra. *Analisis Content Marketing, E-Wom, Dan Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tiktok*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021) hlm. 16

2. TikTok menawarkan banyak efek kreatif dan pilihan musik yang dapat meningkatkan kualitas video. Setiap fitur dalam aplikasi ini terdiri dari berbagai modul atau unit kecil yang bekerja bersama-sama untuk memberikan hasil yang berkualitas tinggi kepada pengguna. Misalnya, untuk pembuatan video, TikTok memiliki modul audio dan video yang bekerja sama untuk menerjemahkan dan menggabungkan konten dengan musik, serta menempatkan versi final pada platform. Selain itu, pengeditan video melibatkan berbagai modul yang bekerja bersama-sama untuk memberikan efek, warna, stiker, dan filter kepada pengguna selama proses pengeditan.
3. Indikator utama dalam interaksi di TikTok mencakup durasi menonton video, berbagi, dan keputusan pengguna untuk mengikuti pembuat konten yang mencerminkan minat dan respons pengguna terhadap konten yang mereka konsumsi.⁴⁸
4. Algoritma TikTok menggunakan *machine learning* untuk menyajikan feed pengguna yang disesuaikan dengan preferensi dan perilaku mereka, sehingga memudahkan mereka menemukan konten yang sesuai dengan minat mereka. Faktor keberhasilan TikTok lainnya adalah kemampuan untuk menyesuaikan konten secara kustom menggunakan algoritme berbeda. TikTok merekomendasikan konten kepada pengguna berdasarkan preferensi dan interaksi mereka, seperti jumlah suka, bagikan, atau komentar pada konten tertentu. Algoritme kecerdasan buatan TikTok menganalisis dan menyaring konten secara otomatis, menyediakan pengguna dengan video yang dipilih khusus untuk mereka. (Wang, 2019).
5. Aplikasi ini tidak berbayar dan melibatkan pengguna untuk membuat serta bertukar Konten Buatan Pengguna (*User Generated*

⁴⁸ Fadhilah, Galih Ginanjar Saputra. *Analisis Content Marketing, E-Wom, Dan Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tiktok*, (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021) hlm. 16

Content). Selain itu, TikTok sangat populer di kalangan generasi muda dan menekankan ekspresi kreatif, tantangan, dan tren. Fitur kolaborasi juga sering terjadi di platform ini, memungkinkan pengguna untuk berduet atau bekerja sama dalam membuat konten. Kesemuanya ini menciptakan ekosistem yang dinamis dan berorientasi pada hiburan.⁴⁹

3. Manfaat TikTok

TikTok bukan hanya platform untuk hiburan, tetapi juga memiliki beberapa manfaat lainnya. Berikut adalah beberapa manfaat menggunakan TikTok:

1. Menjangkau audiens yang lebih luas: TikTok memiliki lebih dari 2 miliar unduhan di seluruh dunia, yang berarti bisnis dan pembuat konten dapat menjangkau audiens yang besar melalui platform.
2. Membuat konten yang menarik: TikTok memungkinkan pengguna membuat video pendek dan menarik yang dapat digunakan untuk mempromosikan produk, layanan, atau ide.
3. Relevan dengan tren: TikTok memiliki algoritme efektif yang menampilkan video yang sedang tren kepada pengguna berdasarkan minat mereka. Ini berarti bisnis dan pembuat konten dapat tetap relevan dengan tren terbaru dan menjangkau audiens target mereka dengan lebih mudah.⁵⁰
4. Mempromosikan *personal branding*: TikTok dapat digunakan untuk mempromosikan *personal branding* dan menampilkan bakat atau keterampilan.
5. Memberikan informasi: TikTok menawarkan beragam konten, termasuk berita, tutorial, dan video informatif yang dapat digunakan untuk mendidik dan memberi tahu pengguna.

⁴⁹ Fadhillah, Galih Ginanjar Saputra. *Analisis Content Marketing, E-Wom, Dan Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tiktok*. (Bandung: Widina Bhakti Persada, 2021) hlm. 16

⁵⁰ Amelia Ristika, "Bukan Hanya Entertainment, Ini 7 Manfaat TikTok Untuk Bisnis" [Bukan Hanya Entertainment, Ini 7 Manfaat TikTok untuk Bisnis \(sircl.com\)](#) (diakses pada 23 Juni 2023, pukul 19.16)

6. Meningkatkan kreativitas: TikTok dapat digunakan untuk meningkatkan kreativitas dan mengembangkan keterampilan baru, seperti menari, memasak, atau melukis.⁵¹
7. Menghasilkan pendapatan: TikTok menawarkan berbagai cara bagi pembuat konten untuk memonetisasi konten mereka, seperti melalui kemitraan merek, sponsor, dan pendapatan iklan.
8. Membangun persahabatan: TikTok dapat digunakan untuk membangun persahabatan dan terhubung dengan individu yang berpikiran sama

Singkatnya, TikTok menawarkan berbagai manfaat bagi bisnis, pembuat konten, dan individu, termasuk menjangkau audiens yang lebih luas, membuat konten yang menarik, tetap relevan dengan tren, menghasilkan pendapatan, mempromosikan *personal branding*, memberikan informasi, meningkatkan kreativitas, dan membangun persahabatan.

E. Analisis Isi

Analisis isi adalah metode penelitian yang digunakan untuk menyusun kesimpulan dengan cara sistematis dan objektif dengan mengenali ciri-ciri tertentu dari suatu teks. Dalam konteks penelitian komunikasi, analisis ini melibatkan proses mengidentifikasi dan mengkaji pesan-pesan yang terdapat dalam teks tersebut.⁵² Analisis isi merupakan bentuk penelitian yang menyelidiki secara mendalam isi informasi yang tertulis atau tercetak dalam media massa. Menurut Krippendorff, Analisis isi adalah suatu teknik penelitian yang bertujuan untuk membuat inferensi yang dapat diulang dan data yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan

⁵¹ Nurul Fauziah, “Selain untuk Entertain, Ternyata Ini 5 Manfaat TikTok Lainnya” [Selain Entertain, Ini 5 Manfaat TikTok Lainnya \(jurnalistika.id\)](#) (diakses 23 Juni 2023, pukul19.19)

⁵² Asep Saiful Muhtadi dan Maman Abd. Djaliel, *Metode Penelitian Dakwah* (Bandung: Cv. Pustaka Setia, 2003), hlm. 112

dengan memerhatikan. Metode ini merupakan salah satu pendekatan utama yang dipakai dalam bidang ilmu komunikasi.⁵³

Analisis isi dirancang untuk menghasilkan perhitungan yang obyektif, terukur, dan telah diuji terhadap isi pesan. Yang dianalisis adalah makna dasar atau makna denotatif dari isi pesan, yang disebut sebagai "*The denotative order of signification*" yaitu urutan denotatif dari penandaan. Analisis isi dilakukan dengan mengidentifikasi dan menghitung unit analisis yang telah dipilih dalam konteks sistem komunikasi.⁵⁴

Analisis isi memiliki lima tujuan penggunaan yaitu:

1. Menggambarkan isi komunikasi
2. Menguji hipotesis karakteristik-karakteristik suatu pesan
3. Membandingkan isi media dengan "dunia nyata"
4. Melalui imej suatu kelompok tertentu dan masyarakat
5. Menciptakan titik awal terhadap studi efek media.⁵⁵

Pada Analisis isi kualitatif Gagasan utama dari prosedur analisis menurut adalah untuk melestarikan keunggulan analisis isi kuantitatif sebagaimana dikembangkan dalam ilmu komunikasi dan untuk mentransfer dan mengembangkannya lebih lanjut ke langkah-langkah analisis kualitatif-interpretatif.⁵⁶

Analisis isi kualitatif dapat memeriksa berbagai jenis rekaman komunikasi, termasuk transkrip wawancara, teks wacana, catatan observasi, video rekaman, dokumen, dan lainnya. Analisis isi tidak hanya membatasi diri pada materi konkret, sesuai dengan namanya, melainkan juga dapat menyelidiki makna yang tersembunyi dalam teks atau komunikasi tersebut. Becker & Lissmann memiliki tingkatan konten yang berbeda: tema dan

⁵³ Eriyanto, *Analisis Isi Pengantar Metode untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Penerbit Kencana Prenda Media Group, 2010), hlm. 11

⁵⁴ Ohn Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2012), hlm. 223

⁵⁵ Andi Bulaeng, *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer* (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 171.

⁵⁶ Phillip Mayring, *Qualitative Content Analysis*. (Forum: Qualitative Social Research Sozialforschung, 2000) Vol. 1 No. 2. hlm. 1

gagasan utama teks sebagai konten utama; informasi konteks sebagai konten laten. Analisis aspek formal materi juga termasuk dalam tujuannya. Analisis isi mengintegrasikan teks ke dalam kerangka model komunikasi, dimana tujuan analisis ditetapkan. Krippendorff menjelaskan bahwa "analisis isi adalah penggunaan metode yang dapat diulang dan valid untuk mengambil kesimpulan yang spesifik dari teks ke keadaan atau sifat lain dari sumbernya."⁵⁷

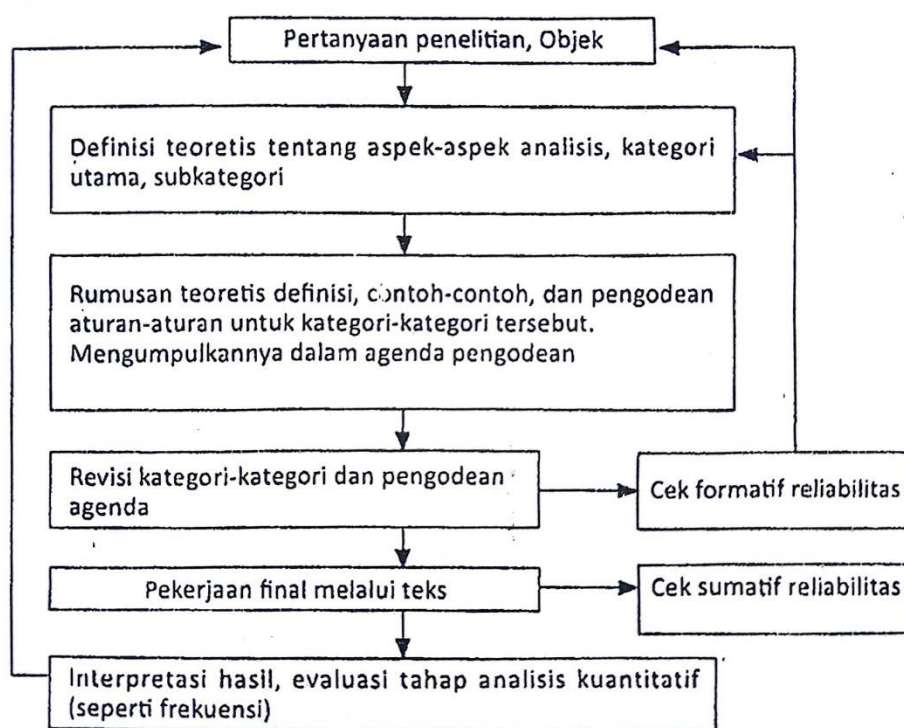
Phillip Mayring mendefinisikan analisis isi kualitatif dalam kerangka ini sebagai pendekatan analisis teks yang empiris dan terkontrol secara metodologis dalam konteks komunikasinya, mengikuti aturan analisis konten dan model langkah demi langkah, tanpa kuantifikasi yang terburu-buru. Dapat dikatakan, analisis isi kualitatif ingin mempertahankan keunggulan analisis isi kuantitatif untuk interpretasi teks yang lebih kualitatif. Ada 4 Kelebihan Analisis Isi Kualitatif Phillip Mayring.

1. Memasukkan materi ke dalam model komunikasi: Harus ditentukan bagian mana dari komunikasi yang akan diambil kesimpulannya, terhadap aspek komunikator (pengalamannya, perasaan pendapatnya), terhadap situasi produksi teks, hingga latar belakang sosial budaya pada teks itu sendiri atau pada efek pesan.
2. Aturan analisis: Materi dianalisis langkah demi langkah, mengikuti aturan prosedur, merancang materi ke dalam unit analisis isi.
3. Kategori yang menjadi pusat analisis: Aspek penafsiran teks, setelah pertanyaan penelitian, dimasukkan ke dalam kategori, yang secara hati-hati didasarkan dan direvisi dalam proses analisis (putaran umpan balik).
4. Kriteria reliabilitas dan validitas: Prosedur memiliki pretensi untuk dapat dipahami secara intersubjektif, untuk membandingkan hasilnya

⁵⁷ Phillip Mayring, *Qualitative Content Analysis*. (Forum: Qualitative Social Research Sozialforschung, 2000) Vol. 1 No. 2. hlm. 1

dengan penelitian lain dalam arti triangulasi dan untuk melakukan pemeriksaan reliabilitas.⁵⁸

Philipp Mayring mengembangkan sejumlah prosedur analisis isi kualitatif diantaranya dua pendekatan yang merupakan sentral pengembangan kategori induktif dan aplikasi kategori deduktif. Penelitian ini menggunakan pengembangan kategori induktif.⁵⁹



Gambar 2. 3: Langkah Pengembangan Kategori Model Deduktif
Phillip Mayring (Mayring, 2000)

Jadi ide pokok di sini adalah memberikan definisi-definisi yang eksplisit, contoh-contoh dan menyandigkan aturan-aturan untuk setiap kategori deduktif, menentukan secara pasti di bawah keadaan apa sebuah bagian teks dapat dikodekan/diberi kode dengan sebuah kategori. Definisi-

⁵⁸ Phillip Mayring, *Qualitative Content Analysis*. (Forum: Qualitative Social Research Sozialforschung, 2000) Vol. 1 No. 2. hlm. 3

⁵⁹ Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*. (Depok: Rajawali Pers, 2008) hlm. 287

definisi kategori itu ditempatkan satu sama lain dalam suatu agenda pengodean.⁶⁰

Kategori deduktif dibentuk berdasarkan teori atau kerangka teoretis yang sudah ada sebelumnya. Peneliti menggunakan pengetahuan teoritis atau hipotesis yang telah ditetapkan untuk mengembangkan kategori sebelum menganalisis data. Dalam pendekatan deduktif, kategori diidentifikasi dan didefinisikan sebelum penelitian dimulai. Proses ini melibatkan penentuan kriteria yang jelas untuk inklusi dan eksklusi konten ke dalam kategori tersebut. Tujuan utama pendekatan ini adalah untuk menguji teori atau hipotesis tertentu dalam konteks data baru atau untuk menggeneralisasi temuan penelitian sebelumnya ke dalam sampel atau situasi yang berbeda.



⁶⁰ Emzir, *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*. (Depok: Rajawali Pers, 2008) hlm. 289-290

BAB III

METODE PENELITIAN

Penggunaan metode penelitian membantu peneliti dalam menyusun skripsi dengan lebih terarah dan terstruktur. Oleh karena itu, skripsi dapat disusun dengan baik. Metode yang diterapkan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi deskriptif kualitatif.

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif. Barselon mendefinisikan bahwa analisis isi adalah metode penelitian untuk secara objektif, sistematis, dan kualitatif menggambar isi komunikasi yang sebenarnya.⁶¹ Menurut Denzin dan Lincoln, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menggunakan pendekatan alamiah untuk menginterpretasikan fenomena yang terjadi, serta melibatkan penggunaan beragam metode yang tersedia saat ini.

Analisis isi deskriptif bertujuan untuk menguraikan secara rinci pesan atau teks tertentu dan untuk menggambarkan aspek - aspek dan karakteristik pesan tersebut. Menurut Moleong mengemukakan bahwa metode deskriptif melibatkan analisis data yang terdiri dari kata-kata, bukan angka, seperti dokumen, catatan lapangan, foto, video, dan wawancara.

Analisis isi adalah pendekatan terkontrol dan empiris untuk teks menurut Marying. Sedangkan menurut Krippendorff, menyatakan bahwa analisis isi merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan untuk menghasilkan kesimpulan yang akurat dan dapat diandalkan berdasarkan keaslian data, dengan mempertimbangkan konteksnya. Menurut Muhadjir, Analisis isi pesan adalah sebuah metode analisis ilmiah yang berkaitan dengan konten atau isi pesan dalam komunikasi. Analisis isi melibatkan pengelompokan tanda-tanda yang digunakan dalam komunikasi menggunakan

⁶¹ Rachmat Kristiyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Perdana Media Group, 2009) hlm. 230

standar klasifikasi dan juga menerapkan teknik analisis khusus untuk membuat prediksi.

B. Sumber Data

Bagian penting dalam sebuah penelitian adalah data dan sumber data. Segala informasi dan kumpulan data dipengaruhi oleh seberapa tepat mencari dan menemukan sumber data. Pemilihan sumber data yang tepat dibutuhkan dalam memperoleh data yang komprehensif dan akurat. Sumber data merujuk pada segala hal yang dapat memberikan informasi tentang data yang diperlukan. Data dapat dikategorikan menjadi dua jenis berdasarkan sumbernya, yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah informasi atau data yang dikumpulkan oleh peneliti secara langsung dari sumber yang relevan dengan tujuan khusus untuk memecahkan permasalahan yang sedang diteliti. Data primer dikumpulkan langsung oleh peneliti dari sumber pertama atau lokasi dimana objek penelitian berada. Secara singkat, Data primer merujuk pada data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber aslinya yang sedang diteliti, tanpa melalui perantara atau pengolahan tambahan.⁶² Penelitian ini mengandalkan data primer yang diperoleh melalui pengamatan langsung dan video hasil observasi konten Teuku Daffa mengenai *public speaking* di TikTok @daffaspeaks.

2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data penelitian yang diperoleh secara tidak langsung melalui sumber lain, seperti media perantara atau pihak lain yang telah mengumpulkan dan mencatat data tersebut sebelumnya. Data sekunder bisa digunakan sebagai dokumentasi pendukung dalam melengkapi data asli dan digunakan untuk menguji temuan sebelumnya.⁶³ Sumber data sekunder yang digunakan dalam penelitian ini

⁶² Rianto Adi. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum*, (Jakarta: Buku Obor, 2021), hlm 65.

⁶³ Herein Puspitasari, Tin herawati, *Metode Penelitian Keluarga*, (Bogor IPB Press, 2018), hlm. 172

meliputi literatur, artikel, jurnal, dan situs dari internet yang berkaitan dengan Teuku Daffa.⁶⁴

C. Subjek dan Objek Penelitian

1. Subjek penelitian

Subjek penelitian merupakan individu atau entitas yang menjadi fokus dalam pengumpulan informasi atau orang yang berada dalam konteks penelitian. Dalam beberapa sumber, subjek penelitian juga dapat merujuk pada informan atau orang yang menjadi latar penelitian yang dimanfaatkan untuk mengumpulkan data. Subjek penelitian dalam konteks analisis isi adalah dokumen atau teks tertentu yang dianalisis. Subjek dalam penelitian ini adalah akun TikTok Teuku Daffa.

2. Objek Penelitian

Arikunto berpendapat bahwa objek penelitian merupakan inti dari permasalahan yang diteliti dalam penelitian.⁶⁵ Analisis isi menggambarkan objek penelitian sebagai isi atau konten dari dokumen atau teks yang dianalisis. Objek penelitian dapat berupa laporan, artikel, buku, atau dokumen lainnya yang berkaitan dengan topik yang diteliti. Objek penelitian ini adalah teknik *Public Speaking* di media sosial TikTok.

D. Teknik Pengumpulan Data

Supaya data yang diperoleh bisa relevan untuk menjawab rumusan masalah yang telah diajukan, pengumpulan berbagai sumber data memerlukan teknik yang tepat. Peneliti memakai teknik dokumentasi dan pengamatan (observasi). Berikut adalah paparan mengenai teknik pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti yaitu:

1. Observasi

Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, di mana peneliti secara langsung memperhatikan dan mengamati aspek-aspek yang terkait dengan ruang, objek, waktu, peristiwa, lokasi, tujuan, pelaku,

⁶⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009, Cet. Ke 8, hlm. 137.

⁶⁵ Arikunto, S. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2013) hlm. 161

kegiatan, dan perasaan.⁶⁶ Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan secara langsung mengamati objek yang menjadi fokus penelitian.⁶⁷ Pada penelitian ini, digunakan teknik observasi non partisipan, dimana peneliti tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan yang diamati, namun mengamati dari luar sebagai pengamat. Observasi dilakukan secara virtual, artinya pengamatan dilakukan melalui platform online atau media elektronik karena peneliti hanya mengamati objek melalui akun TikTok @daffaspeaks. Peneliti mengamati serta mengumpulkan data - data terkait teknik *public speaking* dalam akun TikTok @daffaspeaks.

2. Wawancara

Wawancara adalah salah satu teknik yang umum digunakan dalam pengumpulan data, terutama dalam penelitian kualitatif. Menurut Black dan Champion, wawancara adalah suatu komunikasi verbal yang bertujuan untuk memperoleh informasi dari salah satu pihak.⁶⁸ Wawancara adalah langkah dalam mendapatkan penjelasan untuk menghimpun data dengan bertanya dan menjawab secara langsung, baik melalui pertemuan langsung ataupun komunikasi jarak jauh melalui media telekomunikasi, bisa dengan atau tanpa pedoman tertentu.⁶⁹

Dalam wawancara, seorang peneliti berinteraksi langsung dengan responden untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Teknik ini memungkinkan peneliti untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang pandangan, pengalaman, dan pendapat responden terkait dengan topik penelitian. Penulis mengajukan serangkaian pertanyaan kepada informan, yang merupakan salah satu *members community* Daffaspeaks. Wawancara tersebut dilakukan secara daring, dengan tujuan untuk mengumpulkan sebanyak mungkin informasi yang akan menjadi sumber penting bagi penelitian lanjutan.

⁶⁶ Ghony, M. Djunaidi, Fauzan Almanshur, *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media, 2017)

⁶⁷ Marzuki, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta: BPFE-UII, 2000), hlm. 58

⁶⁸ R. A. Fadhallah, *Wawancara*, (Jakarta: UNJ Press, 2020), hlm 1-2

⁶⁹ V Wiratna Sujaweni, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustakabaru Press, 2020), hlm.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah salah satu teknik penting dalam pengumpulan data. Teknik ini melibatkan pengumpulan informasi dari berbagai sumber tertulis atau dokumen yang berkaitan dengan subjek atau responden yang tinggal atau melakukan aktivitas sehari-harinya.⁷⁰ Dokumen dapat berupa tulisan, gambar, atau karya-karya besar yang dibuat oleh seseorang. Bentuk dokumen dapat bersifat dokumen pribadi, seperti surat pribadi, autobiografi dan catatan harian. Kemudian dokumen yang bersifat resmi yaitu surat keputusan, surat instruksi, dan surat bukti kegiatan yang dilakukan oleh lembaga tertentu.⁷¹ Dokumentasi pada penelitian ini diperoleh dengan cara memilih dan merangkum konten video yang diunggah dari akun TikTok @daffaspeaks untuk kemudian di analisis.

E. Teknik Analisis Data

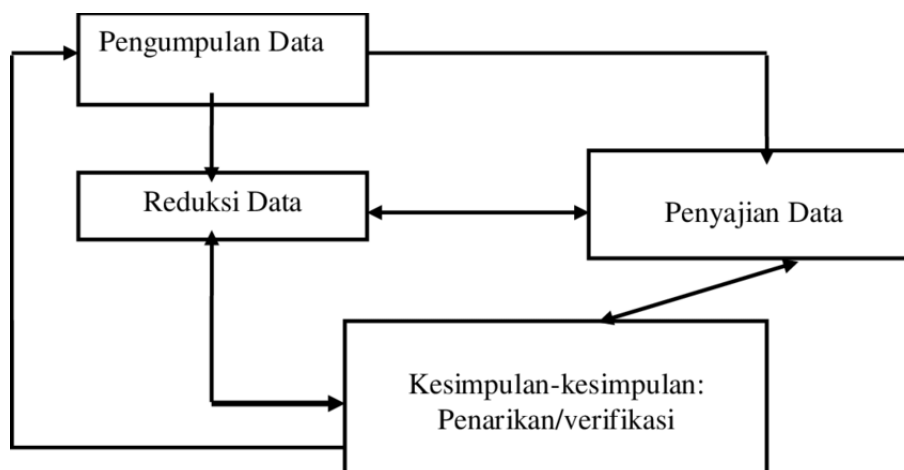
Berdasarkan penelitian kualitatif, langkah penting selanjutnya adalah proses analisis data. Pada tahap ini, peneliti perlu mengolah temuan penelitian menjadi data yang relevan. Kemudian, data tersebut diolah dan dimanfaatkan untuk disusun, disimpulkan, dan menjawab rumusan masalah yang diajukan. Dalam penelitian ini, digunakan model interaktif sebagai teknik analisis data. Metode analisis data yang diterapkan adalah metode analisis data yang sesuai dengan teori yang dijelaskan oleh Miles, Huberman, dan Saldana (2014). Pendekatan ini melibatkan empat tahap utama, yakni pengumpulan data (*data collection*), merangkum data (*data condensation*), menampilkan data (*data display*), dan membuat kesimpulan atau memverifikasi hasil (*conclusion drawing and verification*).⁷²

⁷⁰ Mardawani, "Praktis Penelitian Kualitatif Teori: Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif" (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020), hlm. 59

⁷¹ Mardawani, "Praktis Penelitian Kualitatif Teori: Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif" (Yogyakarta: DEEPUBLISH, 2020), hlm. 59

⁷² Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook*. (Amerika: Arizona State University, 2014) hlm. 14

Teori Miles, Huberman, dan Saldana ini melibatkan tahap pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi, seperti yang digambarkan di bawah ini:⁷³



Gambar 3. 1 Komponen dalam Analisis Data (Interactive Model)

1. Pengumpulan Data

Mengumpulkan informasi atau data yang berkaitan dengan topik penelitian dikenal sebagai pengumpulan data. Data dikumpulkan melalui proses pengamatan dan dokumentasi, dengan tujuan untuk memperoleh informasi yang diperlukan guna mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

2. Reduksi Data

Proses pengolahan data yang dilakukan setelah pengumpulan data dari hasil penelitian adalah reduksi data. Memperoleh data yang lebih sederhana, lebih akurat, dan lebih relevan adalah tujuan dari proses reduksi data. Dalam catatan lapangan peneliti memberikan informasi mengenai teknik *public speaking* Teuku Daffa yang kemudian informasi tersebut direduksi pada teori Ongky Hojanto dalam buku *Public Speaking Mastery* untuk memudahkan menjawab rumusan masalah.

⁷³ Matthew B. Miles, A. Michael Huberman, Johnny Saldana, *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook*. (Amerika: Arizona State University, 2014) hlm. 14

3. Penyajian Data

Langkah selanjutnya dari data yang sudah direduksi adalah penyajian data. Penyajian data dilakukan sebagai kumpulan susunan informasi yang memungkinkan dapat menarik kesimpulan dan mengambil tindakan. Tujuan dari penyajian data adalah untuk meningkatkan pemahaman terhadap kasus yang diteliti dan memberikan acuan untuk pengambilan tindakan berdasarkan pemahaman dan analisis data yang telah dilakukan.⁷⁴ Dalam penelitian ini, data disajikan dalam bentuk narasi hasil penelitian. Penyajian narasi juga diperkuat dengan penggunaan gambar atau foto dari konten TikTok Teuku Daffa untuk memberikan tambahan informasi dalam penyajian data.

4. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan adalah hasil dari penelitian yang memberikan jawaban terhadap fokus penelitian berdasarkan analisis data yang telah dilakukan. Hasil dari penelitian kualitatif diharapkan dapat mengungkapkan temuan baru yang sebelumnya belum pernah terungkap. Temuan tersebut dapat berupa deskripsi yang lebih rinci tentang suatu objek yang sebelumnya kurang dipahami, sehingga menjadi lebih jelas setelah melalui proses penelitian, termasuk dalam bentuk hubungan interaktif, hipotesis, atau teori.⁷⁵

⁷⁴ Imam Gunawan. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) hlm. 167

⁷⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2009) hlm. 244.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Profil Teuku Daffa



Gambar 4. 1 Foto Teuku Daffa

Teuku Daffa Bariz Falah, atau yang lebih dikenal dengan sapaan Daffa, merupakan seorang kreator muda yang rajin berbagi tips praktis seputar *public speaking* di TikTok. Lahir pada tanggal 23 April 1999. Teuku Daffa adalah salah satu orang yang mendedikasikan *public speaking* dan memiliki sertifikat *Public Speaker* dari BNSP RI yang sudah membagikan *skill* yang dimilikinya sejak pandemi di TikTok. Pada Tahun 2016, Daffa mengambil program sarjana (S1) jurusan Akuntansi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Trisakti dan lulus pada tahun 2020. Kemudian pada tahun 2021, Daffa melanjutkan pendidikan program magister (S2) Manajemen Sumber Daya di Universitas Trisakti dan lulus pada tahun 2023.

Menurut data yang bersumber dari LinkedIn, Saat ini Daffa bekerja sebagai *Assistant Vice President* bagian Transformasi Proses Bisnis di PT. Indosat TBK. Pekerjaan ini sudah dimulai pada bulan Desember tahun 2022. Pada Desember tahun 2021 sampai November tahun 2022, Daffa bekerja sebagai Manajer Peningkatan Bisnis di Halodoc, kemudian Daffa

juga pernah bekerja di PT. Salam Pacific Indonesia Line selama 1 tahun 7 bulan.

Selama pandemi Covid-19, Daffa memperluas pengetahuannya, berbagi informasi, dan membantu orang lain berkomunikasi melalui akun TikTok yang bernama @Daffaspeaks. Daffa Speaks pertama kali dimulai pada akhir Februari atau awal Maret 2021. Untuk tetap produktif, Teuku Daffa menyusun konten di @daffaspeaks dengan komitmen seperti seorang pekerja. Saat ini, Daffa Speaks telah hadir di berbagai platform media sosial, termasuk Instagram, YouTube, TikTok, dan Spotify.⁷⁶ Sebagai seseorang yang dulunya pemalu, Daffa menyadari bahwa *public speaking* merupakan sebuah keterampilan dasar yang penting untuk dimiliki oleh semua orang.

Teuku Daffa aktif membuat konten di salah satu platform media sosial yang saat ini sangat populer untuk saling terhubung, mengekspresikan diri, memberi inspirasi, menciptakan tren, belajar, dan menghibur, yaitu TikTok. Menurut Daffa, kemampuan *public speaking* seorang individu sebaiknya ditanamkan sejak dini agar semua orang, terutama generasi muda, tidak hanya cerdas dalam hal kompetensi, tetapi juga merasa percaya diri dalam menyampaikan ide-ide mereka.

Selain menyampaikan teori dasar tentang berbicara di depan umum melalui video singkat, Daffa juga memperkenalkan tantangan reguler yang dinamakan "*PubSpeak challenge*". Melalui fitur duet di TikTok, Daffa mengundang komunitas TikTok untuk langsung berlatih setelah mempelajari kiat dan teori *public speaking* yang dibagikannya. Melalui akun pribadinya, @daffaspeaks, Daffa bertujuan membantu masyarakat

⁷⁶ Adyaning Raras Anggita Kumara, *Teuku Daffa, Dulu Pemalu Sekarang Jadi Public Speaker Profesional*, <https://www.idntimes.com/life/inspiration/adyaning-raras-anggita-kumara-1/teuku-daffa-dulu-pemalu-sekarang-jadi-public-speaker?page=all> (diakses pada Jum'at, 26 Januari 2024)

mengatasi rasa takut berbicara di depan umum dengan cara yang menyenangkan dan menghibur.⁷⁷

Berkat usaha Daffa, banyak anak muda di Indonesia dapat meningkatkan keterampilan berbicara di depan umum. Beberapa pengikut Daffa juga merasa lebih percaya diri saat berbicara di depan umum berkat konten edukasinya. Konten edukatif Daffa berhasil menarik hati komunitas di TikTok, dengan jumlah pengikut mencapai lebih dari 528 ribu dan jumlah *like* mencapai 6,5 juta. Tidak hanya di TikTok saja, Daffa juga aktif di media sosial Instagram dalam membagikan konten mengenai *public speaking*-nya. Dia juga membuka *community* Daffaspeaks bagi para pelajar yang ingin menambah wawasan yang luas mengenai *public speaking*.

Teuku daffa terjun ke dalam dunia *public speaking* semenjak dia berkuliah, kemudian pada tahun 2021 dia berinisiatif untuk membuat konten dan juga mendirikan komunitas Daffaspeaks. Awal mula daffaspeaks didirikan pada tahun 2021, dengan tujuan ingin membantu anak-anak Indonesia supaya bisa memiliki *skill public speaking* dan juga *self development* yang baik guna menciptakan generasi emas tahun 2045.⁷⁸

Untuk bisa mencapai visi misi tersebut, Daffaspeaks *community* memiliki beberapa program yang dijalankan sampai sekarang yaitu *particle session*, *discussion session*, dan program *internship*. Untuk program *particle* dan *discussion* itu dilakukan setiap seminggu sekali yaitu setiap malam minggu. Berikut penjelasan mengenai program yang ada dalam Daffaspeaks:

1. *Particle session* adalah suatu kegiatan untuk anak komunitas agar bisa praktek *public speaking* secara langsung melalui zoom yang nantinya dimentorin langsung melalui zoom. *Particle session* setiap minggu kedua dan minggu keempat setiap bulannya.

⁷⁷ Dwi Andriani, *Teuku Daffa sampai dr Pras, Cerita Seru Para Kreator Lokal Berbagi Inspirasi Lewat Tiktok*, <https://hypeabis.id/read/24763/teuku-daffa-sampai-dr-pras-cerita-seru-para-creator-lokal-berbagi-inspirasi-lewat-tiktok> (diakses pada Jum'at, 26 Januari 2024)

⁷⁸ Hasil wawancara dengan Herliana pada 13 Februari 2024

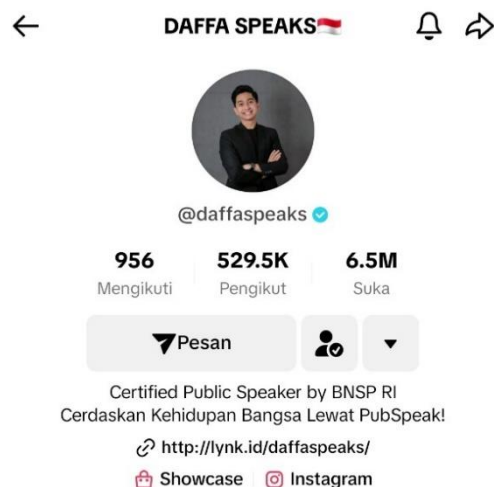
2. *Discussion session* adalah forum diskusi yang dipandu oleh anak-anak *internship*, ada sesi penyampaian materi, sesi diskusi seputar materi tentang *public speaking* dan *self development*. *discussion session* diminggu satu dan tiga setiap bulannya.
3. Program *internship*, sifatnya *unpaid (volunteer)* yang dilakukan selama 6 bulan. Tugasnya untuk mengelola *daffaspeaks community* dan menjalankan program-program yang ada seperti *partice session* dan *discussion session*. Seiring berkembangnya *daffaspeaks*, kini sudah memiliki 11 *community* dengan member 8000 lebih.⁷⁹

B. Gambaran Umum TikTok @daffaspeaks

Menurut laporan Hootsuite, TikTok saat ini telah menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia. Oleh karena itu, dalam menyampaikan materi *public speaking*, Teuku Daffa menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengikuti perkembangan digital dan kebiasaan masyarakat saat ini. Tidak hanya sebagai sarana hiburan saja, TikTok juga sebagai salah satu cara untuk mengembangkan, memperkenalkan serta mengedukasi *public speaking* pada masyarakat terkhususnya pelajar saat ini dengan cara mengunggah video dengan durasi yang cukup singkat dan membahasnya mengenai *public speaking*.

Daffaspeaks merupakan nama akun TikTok yang dibuat oleh Teuku Daffa dimulai sejak pada akhir februari atau awal maret tahun 2021. Akun ini masih cukup baru akan tetapi rutin mengupload konten setiap harinya dengan berbagai tema seperti membahas *public speaking challenge*, *opening public speaking*, dan cara mengatasi berbicara berbelit-belit dan masih banyak lagi. Konten seperti ini dapat membantu pelajar untuk memperdalam pengetahuan mengenai *public speaking* dan pelatihan yang bisa diterapkan oleh penontonnya.

⁷⁹ Hasil wawancara dengan Herlina pada 13 Februari 2024



Gambar 4. 2 Tangkap Layar Tiktok @Daffaspeaks

(Diakses pada 26/01/2024)



Dengan banyak video yang sudah diunggah, maka banyak pengikut yang dimiliki oleh akun TikTok ini. Sebanyak 529.5K pengikut dan 6.5M yang menyukai kontennya, penonton terdiri dari berbagai kalangan, baik dari segi umur, jenis kelamin, maupun status sosial. Untuk *viewers* dalam semua kontennya tidak diketahui jumlahnya karena platform TikTok tidak menyediakan fitur tersebut akan tetapi tiap video yang diupload pada TikTok menampilkan jumlahnya *viewers*-nya.

C. Sajian Data *Public Speaking* Teuku Daffa Melalui Media Sosial TikTok




Video yang dipublikasikan di akun TikTok @daffaspeaks sejak Februari 2021 hingga saat ini telah mencapai jumlah kurang lebih 863 video. Peneliti akan memilih delapan video yang dipilih berdasarkan jumlah tayangan dan jumlah *likes* terbanyak, serta yang berisikan konten *public speaking* di platform media sosial TikTok Teuku Daffa sesuai dengan tiga tema konten yang akan diteliti. Kesembilan video ini akan diolah dalam analisis sebagai berikut:


Tabel 4. 1 Sajian Data Konten Public Speaking Pada TikTok

@daffaspeaks

No	Video	Keterangan
1.		<p>Video berjudul “<i>Another Public Speaking Tips! Duetin Lagi Yok!</i>” yang diunggah pada tanggal 31 Maret 2023, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak pertama yang mencapai 11,3 juta tayangan dan 1,3 juta <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 53 detik ini, Daffa memberikan <i>public speaking challenge</i> dengan menggunakan <i>challenge speed</i> berdasarkan warna.</p>
2.		<p>Video berjudul “<i>Di tiktok, belajar public speaking? Bisa banget guys!</i>” yang diunggah pada tanggal 17 Januari 2022, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak kedua yang mencapai 2,9 juta tayangan dan 312,7 ribu <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 59 detik ini, Daffa memberikan pembelajaran <i>public speaking</i> melalui TikTok yang dihadirkan untuk pengguna semua TikTok.</p>

3.		<p>Video berjudul “<i>Public Speaking Challenge Lagi! Kali Ini Lo Yang Opening!</i>” yang diunggah pada tanggal 27 Mei 2021, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak ketiga yang mencapai 2,8 juta tayangan dan 314,9 ribu <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 44 detik ini, Daffa memberikan latihan <i>opening</i> ketika menjadi <i>public speaker</i>.</p>
4.		<p>Video berjudul “<i>Public Speaking Challenge Level: Medium harus diduetin!</i>” yang diunggah pada tanggal 6 Desember 2021, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak keempat yang mencapai 2 juta tayangan dan 190,5 ribu <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 50 detik ini, Daffa memberikan latihan untuk menjadi <i>public speaker</i> yang bagus dengan memberikan teks acara formal dengan menggunakan nada rendah level medium.</p>
5.		<p>Video berjudul “<i>Cara Buka Presentasi Yang Ciamik!</i>” yang diunggah pada tanggal 21 Juni 2022, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak kelima yang mencapai 2 juta tayangan dan 287,9 ribu <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 41 detik ini, Daffa memberikan cara <i>powerful</i> untuk membuka opening presentasi dari pada mengenalkan diawal, yaitu menggunakan <i>quotes</i>.</p>

6.		<p>Video berjudul “Duet <i>Opening</i> Presentasi! Yuk Duetin!” yang diunggah pada tanggal 1 Mei 2021, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak keenam yang mencapai 1.9 juta tayangan dan 285,3 ribu <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 56 detik ini, Daffa memberikan latihan <i>opening</i> presentasi dikelas yang mudah dan tidak terlalu cepat. Syarat dari latihan presentasi adalah ekspresif dan semangat.</p>
7.		<p>Video berjudul “Tips <i>Opening</i> Sidang Skripsi yang Ciamik” yang diunggah pada tanggal 30 Mei 2022, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak ketujuh yang mencapai 1,9 juta tayangan dan 240,6 ribu <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 46 detik ini, Daffa memberikan tips <i>opening</i> sidang skripsi yang ciamik sehingga dosen akan merasa terkesima.</p>
8.		<p>Video berjudul “Challange Lidah Belibet!!! Duetin ya! Buktiin lo bisa!” yang diunggah pada tanggal 23 Mei 2021, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak kedelapan yang mencapai 99,4 ribu tayangan dan 13 ribu <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 56 detik ini, Daffa memberikan <i>challenge</i> “Tongue Twister” berlatih berbicara agar tidak terbelit-belit untuk menjadi <i>public speaker</i> yang hebat.</p>

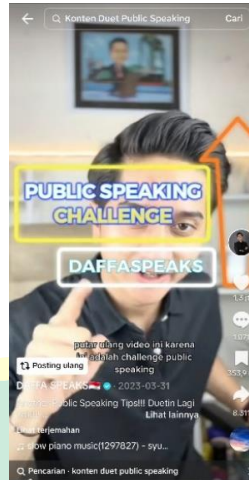
9.		<p>Video berjudul “<i>Challenge</i> Belibet! Buat Lo Doang Yang Berani!!!” yang diunggah pada tanggal 28 Mei 2021, merupakan video dengan tayangan dan <i>likes</i> terbanyak kesembilan yang mencapai 49,5 ribu tayangan dan 3.412 <i>likes</i>. Dalam video berdurasi 54 detik ini, menunjukkan Daffa memberikan <i>challenge</i> untuk mengukur terbelit-belit atau tidak saat berbicara.</p>
----	---	--

Dari kesembilan video pada akun TikTok @daffaspeaks tersebut, terbagi menjadi tiga tema besar yaitu, *public challenge*, *opening* presentasi, dan cara mengatasi berbicara yang berbelit-belit.



1. *Public Speaking Challenge*

a. *Another Public Speaking Tips! Duetin Lagi Yok!*



Gambar 4. 3 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks

Pada 11 Februari 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Lu bisa jago public speaking, kalau lu putar ulang video ini karena ini adalah challenge public speaking. Oke ini adalah challenge public speaking lu harus baca tulisan yang warnanya hijau dengan kecepatan cepat, lu harus baca tulisan yang warna biru dengan kecepatan normal dan merah dengan kecepatan lambat. Ini adalah challenge speed. Kita mulai ya satu, dua, tiga buktiin kalau lu bisa”.

“Dengan menjaga kebersihan kita turut serta membantu menjaga lingkungan. Jika kita menjaga kebersihan lalu ditiru oleh orang-orang maka kita pun akan mendapat manfaatnya. Demikianlah materi singkat yang bisa saya sampaikan mudah-mudahan bermanfaat”

“All right, gampang banget kan yaudah lu ulang lagi aja videonya sampai lu bisa atau duetin video ini deh nanti yang keren

banget duetnya bakal langsung gue follback thank you see you on the review”.

b. Di TikTok, Belajar *Public Speaking*? Bisa Banget Guys!



Gambar 4. 4 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks

Pada 29 Januari 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Di TikTok belajar public speaking bisa banget guys! Ini adalah public speaking challenge yang gue hadirkan buat lo semuanya. Seperti biasa kita bakal coba untuk opening presentasi dikelas. Lo adalah yang warna hijau teksnya dan gue adalah teks yang warna merah teman-teman. Pastikan lo menggunakan emosi dan ekspresi yang mirip-mirip sama ekspresi yang gue bikin ya, tujuannya biar lebih happy aja dikelas. Ceritanya kita lagi opening tentang materi public speaking, gue mulai duluan”.

“Selamat pagi teman-teman semuanya, terima kasih kami ucapkan kepada ibu Markonah selaku dosen kita pada hari ini dan hari ini kita akan membahas tentang public speaking”.

“Saya (nama kamu) dan rekan saya, Teuku Daffa. kami akan membahas tips singkat dan praktis yang dapat digunakan dalam kesempatan-kesempatan berpublic speaking sehari-hari”.

“Referensi kita pada materi hari ini adalah bukunya Oh Su Hyang, yang berjudul “Bicara Itu Ada Seninya”.

“Buku tersebut bercerita banyak tentang tata cara public speaking! Langsung kita masuk ke materinya ya!”.

“Sip lah duetin ya teman-teman semuanya, thank you banget”.

c. *Public Speaking Challenge Lagi! Kali Ini Lo Yang Opening!*



Gambar 4. 5 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks

Pada 27 Januari 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Oke guys hari ini kita bakal bikin public speaking challenge lagi tapi kalau biasanya gua yang opening kali ini lo yang opening kaya biasa lo yang warna hijau gua yang warna merah oke kita mulai ya 1, 2, 3”.

“Selamat pagi, teman-teman gimana kabarnya? Semoga sehat selalu ya! Saya ... bersama dengan rekan saya”.

“dan saya teuku daffa kita akan membicarakan tentang public speaking”.

“Public speaking adalah satu skill yang penting banget untuk dimiliki! Tanpa public speaking, kita gabisa ngungkapin ide kita dengan baik di depan umum! Padahal kadang-kadang otak kita

penuh dengan ide kan! Pernah ngerasa gitu ga? Langsung aja kalo gitu daf!”.

“Ini dia public speaking by ibu Markonah silahkan”.

- d. *Public Speaking Challenge Level: Medium harus diduetin!*



Gambar 4. 6 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks

Pada 27 Januari 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Lo mau jadi seorang public speaker yang bagus gak si? Kalau gitu kita latihan bareng-bareng sama gue ya, di public speaking challage with Daffa speaks. Jadi nanti gue bakal kasih teks ke lo, lo warna hijau gue warna merah, seperti biasa ini adalah acara yang formal banget dan gue minta lo untuk menggunakan nada yang gue gunakan, good luck!”.

“Assalamualaikum wr.wb selamat datang bapak ibu semuanya dalam acara public speaking with Daffa speaks, saya Teuku Daffa bersama rekan saya.”.

“Saya...Public speaking sudah menjadi suatu kebutuhan yang harus dilakukan oleh banyak orang, public speaking adalah ilmu yang dapat dilatih, hari ini pembicara akan memberikan materi yang dapat diimplementasikan di kehidupan sehari-hari”.

Baik bapak ibu kalau begitu langsung kita panggil pembicara pertama kita Daffa, duetin ya semoga lo pada bisa public speaking semua biar pada jago thank you”.

2. Opening Presentasi

a. Cara Buka Presentasi Yang Ciamik!



Gambar 4. 7 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks

Pada 29 Januari 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Banyak banget dari kita yang kalau buka opening presentasi itu masih dengan halo selamat pagi, nama saya blablalbla padahal kalau menurut gue pribadi ada cara yang lebih powerful untuk opening presentasi dari pada mengenalkan nama diawal, kalau gua bakal nyaranin lu pake quotes. Jadi sebelum lu masuk ke materi lu kasih quotes dulu. Misalnya mau motivasi orang gitu, jangan bilang selamat pagi nama saya Teuku Daffa, saya adalah motivator anda jangan. Bisa mulai kaya gini guys. Hanya ada 2 tragedi besar melalui hidup anda, yang pertama adalah anda tidak mendapatkan apa yang anda inginkan dan yang kedua orang lainlah yang akan mendapatkannya itu kalau kata Oscar Wilde. Dan hari ini kita akan mencoba untuk orang yang

mendapatkan apa yang anda inginkan bersama dengan saya Teuku Daffa, motivator anda. Cobain kalau berhasil ya”.

b. Duet *Opening* Presentasi! Yuk Duetin!



Gambar 4. 8 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks

Pada 29 Januari 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Kemarin banyak yang protes ya, soalnya challengenya kecepatan, bang lu ngajak ribut ya, sekarang kita bikin yang gampang dan gak kecepatan. Lo warna hijau, gue warna merah. Ceritanya lagi opening presentasi dikelas ya, tapi syaratnya lo harus ekspresif dan sesemangat gue, semangat.

“Assalamualaikum wr.wb selamat datang teman-teman semuanya yang terhormat ibu Markonah, selaku dosen kita pada hari ini, saya Teuku Daffa bersama dengan rekan saya (nama lo) kita berdua akan mempresentasikan tentang public speaking”.

“Public speaking is an act of leadership! Kita harus bisa mimpin diri kita, sebelum kita mimpin audiens kita, dengan kita mimpin diri kita dengan baik, anxiety kita bisa ilang, grogi kita ilang, pede kita naik! Kalo pede kita naik, skill public speaking kita bisa terasah maksimal, bener kan daf?”.

“Bener banget jadi kemana-mana kita akan bahas tuntas dari awal sampai akhir tentang public speaking ya”.

“Pasti daf! Sip thank you banget selamat menikmati”.

c. Tips Opening Sidang Skripsi yang Ciamik



*Gambar 4. 9 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks
Pada 29 Januari 2024
(Sumber: TikTok, 2024)*

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Bentar lagi sidang skripsi kan ngaku, gue bakal kasih tau tips opening sidang skripsi yang ciamik buat skripsi lo dan juga dosen pengujinya itu terkesima sama lo guys, langsung masuk aja kecontohnya oke. Strukturnya kaya gini ya, opening, abis itu sapa dosennya, abis itu pengenalan diri, abis itu mulai masuk ke sripsinya okay. Jadi 4 struktur tadi oke. Lets go!

“Assalamualaim wr.wb selamat pagi dan selamat datang saya ucapkan kepada bapak dan ibu dosen yang terhormat. Terima kasih banyak atas kedatangannya dan saya berharap bapak dan ibu dalam kondisi yang sehat dan bersemangat selalu. Pagi hari ini, saya Teuku Daffa dari jurusan akuntansi ingin mempresentasikan skripsi saya yang berjudul abcd dan untuk memulai presentasi kita akan masuk ke bab 1”.

“Bye-bye terus nanti komen ya hasilnya gimana bagus apa engga? Lulus apa engga, oke good luck thank you”.

3. Cara Mengatasi Belibet

- a. *Challenge Lidah Belibet!!! Duetin ya! Buktiin lo bisa!*



Gambar 4. 10 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks

Pada 27 Januari 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Guys sebagai public speaker yang hebat kalian semua harus bisa ga belibet dan salah satu indikator kalian yang ga belibet adalah dengan memainkan tongue twister dan gue akan menchallenge lu untuk memainkan tongue twister yang bakal gue kasih disini. Tonge twister yang pertama, kepala kelapa 5x, ulangin. Yang kedua, she sell sea shell by the sea shore 5x, ulangin silahkan. Okey keren banget, buat lo yang masih belibet ulang terus video ini, ini adalah game yang unik banget buat ngelatih public speaking lu, good luck, thank you”.

b. *Challenge Belibet! Buat Lo Doang Yang Berani!*



Gambar 4. 11 Tangkap Layar TikTok @daffaspeaks

Pada 29 Januari 2024

(Sumber: TikTok, 2024)

Berikut ini adalah isi pesan dari unggahan konten:

“Eh gue punya challenge lagi buat lo ni, ini buat mengukur apakah lo belibet atau engga kalau ngomong. Challengenya kaya gini. 1 biru 2 ribu 3 biru 4 ribu 5 biru 6 ribu 7 biru 8 biru, ahh salah gua. Gua coba lagi ya, 1 biru 2 ribu 3 biru 4 ribu 5 biru 6 ribu 7 biru 8 ribu 9 biru 10 ribu. Gampang kan? Sekarang giliran lu. 1, 2, 3”.

“1 biru 2 ribu 3 biru 4 ribu 5 biru 6 ribu 7 biru 8 ribu 9 biru 10 ribu. Bisa ga coba terus sampai bisa. Gua ulangi satu kali lagi ya, 1, 2, 3. 1 biru 2 ribu 3 biru 4 ribu 5 biru 6 ribu 7 biru 8 biru 9 biru 10 ribu. Yaallah semoga teman-teman semuanya bisa, duetin ya guys, ini menurut gue lumayan susah. Tapi gue yakin lo semua pasti bisa, good luck thank you”.

D. Analisis Konten Edukasi Teknik Public Speaking Pada Akun TikTok @daffaspeaks

Dari hasil analisis terdapat sembilan konten edukasi pada akun TikTok @daffaspeaks. Konten tersebut terbagi menjadi 3 tema besar yaitu, *public speaking challenge*, *opening presentasi* dan cara mengatasi belibet.

1. *Public Speaking Challenge*

Latihan *public speaking* memiliki banyak manfaat yang dapat membantu seseorang secara pribadi dan profesional. *Public speaking* melibatkan pengembangan keterampilan komunikasi yang efektif sehingga latihan terus menerus dapat membantu seseorang menjadi lebih jelas, tegas, dan persuasif dalam menyampaikan pesan. *Public speaking challenge* Teuku Daffa dibuat untuk para penontonnya supaya bisa menambah *skill* berbicara mereka. Tantangan ini lebih sering dibuat oleh Teuku Daffa karena para penontonnya memiliki semangat untuk mengikuti tantangan yang diberikan oleh *content creator* satu ini. Sehingga konten seperti ini lebih banyak ditonton dan disukai sampai menembus *views* 2,9 juta lebih penonton.

Berdasarkan isi video Teuku Daffa dengan tema *public speaking challenge* yang dianalisis tentang bagaimana melatih *public speaking* sehingga baik dalam menyampaikannya. Dalam tema *public speaking challenge* terdapat 4 judul yang akan dibahas, sebagai berikut;

a. *Another public speaking tips, duetin lagi yok!*

Dalam *public speaking*, pentingnya menggunakan intonasi dalam berbicara. Intonasi menurut Kridalaksana adalah pola perubahan nada yang dihasilkan pembicara pada waktu mengucapkan ujaran atau bagian-bagiannya.⁸⁰ Intonasi memainkan peran yang sangat penting dalam kesuksesan *public speaking*. Saat seseorang berbicara di depan umum, intonasi membawa pesan secara lebih dalam daripada sekadar kata-kata. Ini memberi warna

⁸⁰ Harimurti Kridalaksana, *Kamus Lingustik (edisi keempat)*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008) hlm. 95

kepada pesan yang disampaikan, memungkinkan pembicara untuk menyampaikan emosi yang tepat dan menonjolkan poin-poin kunci. Misalnya, dengan menggunakan intonasi yang kuat dan tegas pada poin penting, pembicara dapat menunjukkan kepentingan dan urgensi dari ide atau informasi yang mereka sampaikan. Selain itu, intonasi yang bervariasi membantu dalam mempertahankan perhatian audiens. Dengan menyesuaikan nada suara, kecepatan, dan penekanan kata-kata, pembicara dapat menghindari kesan monoton dan membuat pidato lebih menarik.

Pada video dengan judul “*Another public speaking tips, duetin lagi yok!*” Daffa memberikan *public speaking challenge* dengan menggunakan *challenge speed* berdasarkan warna.

“Lu bisa jago public speaking, kalau lu putar ulang video ini karena ini adalah challenge public speaking. Oke ini adalah challenge public speaking lu harus baca tulisan yang warnanya hijau dengan kecepatan cepat, lu harus baca tulisan yang warna biru dengan kecepatan normal dan merah dengan kecepatan lambat. Ini adalah challenge speed. Kita mulai ya satu, dua, tiga buktiin kalau lu bisa”.

Challenge speed merujuk pada tantangan untuk mengucapkan teks dengan kecepatan yang berbeda tergantung pada warna yang ditunjukkan. Artinya, penonton diharapkan untuk membaca teks dengan cepat saat melihat warna hijau, dengan kecepatan normal saat melihat warna biru, dan dengan kecepatan yang lambat saat melihat warna merah. Konsep ini memainkan gaya intonasi dalam berbicara yang terdapat pada pola kecepatan saat berbicara.

“Dengan menjaga kebersihan kita turut serta membantu menjaga lingkungan”.

Pada kalimat tersebut berwarna hijau artinya perlu membaca teks tersebut dengan cepat.

“Jika kita menjaga kebersihan lalu ditiru oleh orang-orang maka kita pun akan mendapat manfaatnya”.

Kemudian pada kalimat diatas berwarna biru artinya membaca teks dengan kecepatan yang normal (tidak cepat dan juga tidak lambat).

“Demikianlah materi singkat yang bisa saya sampaikan mudah-mudahan bermanfaat”.

Dan pada kalimat ini berwarna merah artinya membaca teks dengan kecepatan yang lambat.

“All right, gampang banget kan yaudah lu ulang lagi aja videonya sampai lu bisa atau duetin video ini deh nanti yang keren banget duetnya bakal langsung gue, thank you, see you on the review”.

Daffa memberikan *challenge speed* untuk bisa mengatur intonasi saat berbicara dan supaya membantu penonton untuk memperlancar berbicara. Dengan mengulangi video ini, Daffa berharap bisa membantu penonton agar lancar dalam *public speaking* dan bisa duet dengan video tersebut.

b. Belajar *public speaking* melalui platform TikTok

Saat ini belajar *public speaking* bisa kapan saja dan di mana saja. Hal tersebut dimanfaatkan oleh salah satu *education content creator* yaitu Teuku Daffa melalui media TikTok. Dalam video yang berjudul “Di TikTok, Belajar *Public Speaking*? Bisa Banget Guys!” dimana di dalam video ini terdapat kalimat:

*“Di TikTok belajar *public speaking* bisa banget guys! Ini adalah *public speaking challenge* yang gue hadirkan buat lo semuanya. Seperti biasa kita bakal coba untuk opening presentasi dikelas. Lo adalah yang warna hijau teksnya dan gue adalah teks yang warna merah teman-teman. Pastikan lo menggunakan emosi dan ekspresi yang mirip-mirip sama ekspresi yang gue bikin ya,*

tujuannya biar lebih happy aja dikelas. Ceritanya kita lagi opening tentang materi public speaking, gue mulai duluan”.

Teuku Daffa menghadirkan *public speaking challenge* untuk penonton melalui akun TikTiknya. Pengikut Teuku Daffa sangat menyukai tantangan *public speaking* yang dibuat oleh *content creator* satu ini, sehingga sudah banyak konten yang berisikan mengenai *public speaking challenge*. Teuku Daffa memberikan *opening* presentasi di kelas, dengan cara bicara bergantian sesuai arahnya. Untuk penonton membaca teks yang berwarna hijau, sedangkan Daffa membaca teks yang berwarna merah. Saat berbicara penonton diharapkan menggunakan emosi dan ekspresi yang sama dengan Daffa, tujuannya agar pembawaannya terlihat lebih menyenangkan. Daffa memilih materi *opening* presentasi yang akan dibawakannya mengenai *public speaking* dan Daffa yang akan memulai tantangan *opening* presentasi ini.

“Selamat pagi teman-teman semuanya, terima kasih kami ucapkan kepada ibu Markonah selaku dosen kita pada hari ini dan hari ini kita akan membahas tentang public speaking”.

Kalimat pembuka oleh Daffa yang terdiri dari selamat pagi kepada teman kelas dan ucapan terima kasih dengan menggunakan nama samaran sebagai contoh yaitu ibu Markonah sebagai dosen pengajar dikelas tersebut, karena nama Markonah terdengar menyenangkan. Kemudian dilanjutkan oleh penonton yang mengikuti challenge:

“Saya (nama kamu) dan rekan saya, Teuku Daffa. kami akan membahas tips singkat dan praktis yang dapat digunakan dalam kesempatan-kesempatan berpublic speaking sehari-hari”.

Perkenalan diri saat pembuka oleh penonton yang disusun langsung teksnya oleh Daffa. Perkenalan diri terdiri dari perkenalan nama dan rekan. Setelah itu menyampaikan tema materi yang ingin disampaikan nanti. Setelahnya Daffa melanjutkan:

“Referensi kita pada materi hari ini adalah bukunya Oh Su Hyang, yang berjudul “Bicara Itu Ada Seninya”.

Daffa menyontohkan referensi materi dari buku Oh Su Hyang yang berjudul bicara itu ada seninya karena buku ini sesuai dengan materi *public speaking* yang ingin disampaikannya. Kemudian terakhir dilanjutkan oleh penonton:

“Buku tersebut bercerita banyak tentang tata cara public speaking! Langsung kita masuk ke materinya ya!”.

Penonton menjelaskan gambaran dari isi buku Oh Su Hyang dan *opening* presentasi di kelas mengenai *public speaking* selesai pada kalimat tersebut.

c. ***Opening Public Speaking Challenge***

Opening presentasi yang kedua dengan *views* dan *likes* terbanyak yaitu pada video dengan judul *“Public Speaking Challenge Lagi! Kali Ini Lo Yang Opening!”*. Dalam video ini daffa memberikan latihan opening ketika menjadi *public speaker*. Dalam video Daffa menerangkan mengenai tata cara memulai *opening* dengan kalimat:

“Oke guys hari ini kita bakal bikin public speaking challenge lagi tapi kalau biasanya gua yang opening kali ini lo yang opening. kaya biasa lo yang warna hijau gua yang warna merah oke kita mulai ya 1, 2, 3”.

Biasanya Daffa yang memulai *opening* terlebih dahulu, akan tetapi di video kali ini penonton yang akan memulai *opening* terlebih dahulu. Untuk penonton yang mengawali opening kali ini dengan membaca teks yang berwarna hijau, sedangkan Daffa membaca teks yang berwarna merah. *Opening* dimulai melalui aba-aba 1-3 dari Daffa.

“Selamat pagi, teman-teman gimana kabarnya? Semoga sehat selalu ya! Saya ... bersama dengan rekan saya”.

Kalimat pembuka yang diucapkan oleh penonton meliputi kata sambut selamat pagi, menanyakan kabar, dan memperkenalkan diri serta rekannya.

“dan saya teuku daffa kita akan membicarakan tentang public speaking”.

Kalimat perkenalan diri dilanjutkan oleh Daffa dan memberitahu mengenai garis besar topik yang nantinya akan disampaikan. Kemudian kalimat selanjutnya disampaikan oleh penonton:

“Public speaking adalah satu skill yang penting banget untuk dimiliki! Tanpa public speaking, kita gabisa ngungkapin ide kita dengan baik di depan umum! Padahal kadang-kadang otak kita penuh dengan ide kan! Pernah ngerasa gitu ga? Langsung aja kalo gitu daf!”.

Penonton melanjutkan inti topik mengenai *public speaking* dengan kalimat yang mengajak audiens untuk merasakan bahwa *public speaking* adalah *skill* yang penting untuk dipelajari agar bisa menyalurkan ide dan gagasan dengan mudah. Dengan terdapatnya latar belakang masalah pada topik tersebut akan menarik perhatian para audiens yang mendengarnya.

d. Public Speaking Challenge Level Medium

Menjadi seorang *public speaker* yang baik membutuhkan latihan, persiapan, dan pemahaman yang mendalam tentang cara berkomunikasi dengan efektif. Dalam video yang berjudul “*Public Speaking Challenge Level: Medium* harus diduetin!” berisikan latihan untuk *menjadi public speaker* yang bagus dengan memberikan teks acara formal dengan menggunakan nada rendah level medium.

“Lo mau jadi seorang public speaker yang bagus gak si? Kalau gitu kita latihan bareng-bareng sama gue ya, di public speaking challenge with Daffa speaks. Jadi nanti gue bakal kasih teks

ke lo, lo warna hijau gue warna merah, seperti biasa ini adalah acara yang formal banget dan gue minta lo untuk menggunakan nada yang gue gunakan, good luck!”.

Public speaking challenge ini memakai teks untuk acara formal dan penonton diharapkan menggunakan nada yang Daffa gunakan yaitu menggunakan nada rendah. Nada rendah pada seorang MC (*Master of Ceremony*) dalam acara formal dapat memberikan kesan profesional, tenang, dan meredakan atmosfer acara. Daffa memberikan teks warna hijau untuk penonton dan teks warna merah untuk dirinya.

“Assalamualaikum wr.wb selamat datang bapak ibu semuanya dalam acara public speaking with daffa speaks, saya Teuku Daffa bersama rekan saya.”.

Daffa yang memulai membuka acara dengan mengucapkan salam pembuka dalam acara *public speaking with Daffa speaks*, setelah itu memperkenalkan dirinya dan rekan bicara (penonton).

“Saya ... Public speaking sudah menjadi suatu kebutuhan yang harus dilakukan oleh banyak orang, public speaking adalah ilmu yang dapat dilatih, hari ini pembicara akan memberikan materi yang dapat diimplementasikan di kehidupan sehari-hari”.

Rekan bicara (penonton) melanjutkan perkenalan diri, pengenalan acara dan menjelaskan tujuan serta konteksnya dengan menjelaskan latar belakang materi yang akan disampaikan oleh pembicara.

“Baik bapak ibu, kalau begitu langsung kita panggil pembicara pertama kita, Daffa”

Selanjutnya mengumumkan atau mengundang pembicara pertama yang bernama Daffa. kata "Baik bapak ibu" Frasa ini adalah panggilan sopan kepada audiens. Kata "bapak ibu" digunakan untuk merujuk kepada hadirin pria dan wanita dalam acara tersebut. "Kalau begitu" kata ini digunakan untuk mengalihkan perhatian

audiens dan mempersiapkan mereka untuk langkah berikutnya, yaitu pengumuman pembicara pertama. "Langsung kita panggil" frasa ini menunjukkan bahwa kita akan segera memanggil atau mengundang seseorang untuk berbicara di depan audiens. "Pembicara pertama kita, Daffa" kalimat ini memperkenalkan pembicara pertama, yaitu Daffa. Penggunaan kata "kita" menunjukkan bahwa ini adalah keputusan bersama atau pilihan dalam konteks acara tersebut. Secara keseluruhan, kalimat tersebut adalah kalimat cara formal dan sopan untuk mengumumkan pengundangan kepada pembicara pertama, yaitu Daffa, dan mengarahkan perhatian *audiens* kepada bagian selanjutnya dari acara tersebut.

2. Opening Presentasi

Dalam proses perkuliahan, presentasi di depan kelas merupakan salah satu metode pembelajaran yang umum diterapkan. Bagaimanapun, sebagian mahasiswa mungkin menghadapi tantangan ketika harus memulai presentasi, terutama bagi mereka yang baru pertama kali mengalami suasana perkuliahan. Masalah inilah yang diakui dan dibagikan pengalamannya oleh Teuku Daffa, yang melihat bahwa sejumlah mahasiswa belum sepenuhnya memahami bagaimana memulai presentasi di kelas dengan cara yang baik.

Teuku Daffa memandang hal ini sebagai peluang untuk memberikan edukasi tentang permasalahan umum yang dihadapi oleh pelajar terkait memulai presentasi. Dengan membagikan pengalaman dan pengetahuannya, Daffa berupaya memberikan panduan praktis kepada mahasiswa, terutama yang masih baru terjun ke dunia perkuliahan. Pelatihan ini dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari penentuan fokus presentasi hingga teknik membuka presentasi dengan efektif.

Berdasarkan isi video Teuku Daffa dengan tema *opening presentasi*, penelitian difokuskan pada analisis cara Teuku Daffa

membuka sebuah presentasi. Melalui penelitian ini, kita akan mengulas secara mendalam bagaimana Daffa memulai presentasi dengan cara yang menarik dan ciamik. Dalam rangkaian tema "*Opening* presentasi", terdapat tiga judul utama yang akan dibahas, yaitu:

a. Cara Buka Presentasi Yang Ciamik

Opening presentasi memiliki peran yang penting dalam menarik perhatian dan membangun koneksi awal dengan audiens. Sebuah pembukaan yang ciamik dapat menciptakan kesan yang menarik, meningkatkan minat, dan membangun kepercayaan. Dalam video yang berjudul "Cara buka presentasi yang ciamik!" berisikan cara untuk membuka *opening* presentasi dengan menggunakan *quotes*. Menurut Daffa, umumnya saat buka *opening* presentasi masih menggunakan kata "halo selamat pagi dan perkenalan nama". Daffa menjelaskan:

"Banyak banget dari kita yang kalau buka opening presentasi itu masih dengan halo selamat pagi, nama saya blablalbla padahal kalau menurut gue pribadi ada cara yang lebih powerful untuk opening presentasi dari pada mengenalkan nama diawal, kalau gua bakal nyaranin lu pake quotes".

Menurut Daffa ada cara yang lebih *powerful* untuk membuka presentasi daripada sekedar memperkenalkan nama di awal, yaitu dengan memanfaatkan kutipan (*quotes*). Menurut Gorys Keraf, kutipan adalah pinjaman kalimat atau pendapat dari seorang pengarang atau ucapan dari seorang yang terkenal, baik terdapat dalam buku-buku maupun majalah-majalah.⁸¹ Penggunaan kutipan memiliki daya tarik khusus yang dapat memberikan dampak emosional dan intelektual pada audiens. Dengan memilih kutipan yang relevan dan menginspirasi, seorang pembicara dapat segera

⁸¹ Gorys Keraf. *Komposisi*. Ende: Nusa Indah. 1970. Hlm. 179

mengaitkan presentasinya dengan ide-ide atau nilai-nilai penting yang ingin dia sampaikan.

“Jadi sebelum lu masuk ke materi lu kasih quotes dulu. Misalnya mau motivasi orang gitu, jangan bilang selamat pagi nama saya Teuku Daffa, saya adalah motivator anda jangan. Bisa mulai kaya gini guys. Hanya ada 2 tragedi besar melalui hidup anda, yang pertama adalah anda tidak mendapatkan apa yang anda inginkan dan yang kedua orang lainlah yang akan mendapatkannya itu kalau kata Oscar Wilde. Dan hari ini kita akan mencoba untuk orang yang mendapatkan apa yang anda inginkan bersama dengan saya Teuku Daffa, motivator anda”.

Daffa mengutip salah satu *quotes* terkenal dari Oscar Wilde. Kalimat tersebut mengandung makna yang mendalam dan mengajak audiens untuk merenung tentang dua potensi tragedi besar dalam hidup. Dengan kalimat pernyataan, *“Dan hari ini kita akan mencoba untuk orang yang mendapatkan apa yang anda inginkan bersama dengan saya Teuku Daffa, motivator anda”*. Teuku Daffa sebagai motivator mengajak audiens untuk mengubah sudut pandang dan bersama-sama berusaha mendapatkan apa yang mereka inginkan.

b. Duet Opening Presentasi

Dalam presentasi, dinamika suatu acara dapat dilakukan melalui penggunaan *duet opening* presentasi. Konsep ini melibatkan kerjasama dua pembicara atau lebih dalam merancang sebuah pembukaan yang tidak hanya menarik, tetapi juga memberikan perspektif ganda yang memikat bagi audiens. *Duet opening* menciptakan harmoni di antara suara-suara yang berbeda, mencerminkan sinergi antara dua individu atau lebih yang memiliki pemahaman mendalam terhadap topik yang akan dibahas. Daffa mengajak penonton untuk *duet opening* presentasi yang dapat melatih kemampuan *public speaking* mereka dengan mudah.

“Kemarin banyak yang protes ya, soalnya challengenya kecepatan, bang lu ngajak ribut ya, sekarang kita bikin yang gampang dan gak kecepatan. Lo warna hijau, gue warna merah. Ceritanya lagi opening presentasi dikelas ya, tapi syaratnya lo harus ekspresif dan sesemangat gue, semangat”.

Daffa memberikan perbedaan antara dua orang yaitu "Lo" dan "Gue" adalah singkatan dari "kamu" dan "aku" dalam bahasa gaul, yang umumnya digunakan dalam percakapan informal di Indonesia. Warna hijau dan merah disematkan pada masing-masing orang sebagai cara mudah untuk membedakan dan mengidentifikasi peran masing-masing. Syaratnya dari latihannya adalah kedua orang tersebut harus ekspresif dan penuh semangat. Ini menambahkan elemen energi positif dan antusiasme pada kegiatan yang akan akan di lakukan.

“Assalamualaikum wr.wb selamat datang teman-teman semuanya yang terhormat ibu Markonah, selaku dosen kita pada hari ini, saya Teuku Daffa bersama dengan rekan saya”.

Kalimat pembuka oleh Daffa yang terdiri dari salam pembuka dan salam hormat kepada dosen dengan menggunakan nama samaran sebagai contohnya yaitu ibu Markonah sebagai dosen pengajar dikelas tersebut dan memperkenalkan diri.

“(nama lo) kita berdua akan mempresentasikan tentang public speaking. Public speaking is an act of leadership! Kita harus bisa mimpin diri kita, sebelum kita mimpin audiens kita, dengan kita mimpin diri kita dengan baik, anxiety kita bisa ilang, grogi kita ilang, pede kita naik! Kalo pede kita naik, skill public speaking kita bisa terasah maksimal, bener kan daf?”.

Dilanjutkan perkenalkan diri oleh penonton dengan memberitahu topik yang dibahas oleh mereka berdua mengenai *public speaking*. Kalimat tersebut menyampaikan bahwa *public speaking* adalah sebuah tindakan kepemimpinan. untuk menjadi

pemimpin, seseorang perlu mampu mengatasi kecemasan dan rasa groginya. Dengan memimpin diri sendiri secara baik, maka akan mudah memimpin orang lain. Perasaan kecemasan dan grogi juga akan hilang, sehingga menjadi lebih percaya diri. Kepercayaan diri yang tinggi dapat meningkatkan keterampilan *public speaking* secara maksimal. Penutup kalimat, "bener kan daf?" dapat dianggap sebagai bentuk panggilan untuk konfirmasi atau persetujuan dari orang yang diucapkan. Ini merupakan cara untuk melibatkan audiens atau lawan bicara secara langsung dalam percakapan.

“Bener banget jadi jangan kemana-mana kita akan bahas tuntas dari awal sampai akhir tentang public speaking ya”.

Ungkapan "Bener banget" menegaskan bahwa pernyataan yang akan diikuti adalah benar atau sesuai dengan kenyataan. Ini menciptakan kepercayaan atau keyakinan dalam kalimat tersebut. Kalimat tersebut menggambarkan isi pesan Daffa yang akan mengkaji secara menyeluruh topik *public speaking* dari awal hingga akhir. Secara keseluruhan, kalimat di atas menggambarkan komitmen untuk mendalami dan membahas *public speaking* secara menyeluruh, dengan menggunakan bahasa informal.

c. **Tips Opening Sidang Skripsi Yang Ciamik**

Dalam menjalani sidang skripsi, bagian pembukaan sidang memiliki peran penting dalam membentuk kesan awal dan membangun antusiasme para penguji terhadap penelitian yang akan disajikan. Dalam video yang berjudul “Tips *Opening* Sidang Skripsi Yang Ciamik” berisikan tips opening sidang skripsi yang ciamik agar dosen merasa terkesima.

“Bentar lagi sidang skripsi kan ngaku, gue bakal kasih tau tips opening sidang skripsi yang ciamik buat skripsi lo dan juga dosen pengujinya itu terkesima sama lo guys, langsung masuk aja kecontohnya oke. Strukturnya kaya gini ya, opening, abis itu sapa

dosennya, abis itu pengenalan diri, abis itu mulai masuk ke sripsinya okay. Jadi 4 struktur tadi oke. Lets go!”

Kalimat ini memiliki tujuan utama untuk memberikan tips mengenai pembukaan sidang skripsi yang menarik dan efektif. Daffa akan memberikan saran yang dapat membuat skripsi dan dosen pengujinya terkesan. Pada video ini daffa akan memberikan contoh opening sidang skripsi dengan 4 struktur. Struktur pembukaan sidang skripsi meliputi opening, sapaan kepada dosen penguji, pengenalan diri, dan masuk ke bagian skripsi. Daffa memberikan panduan praktis tentang tahapan-tahapan yang harus diperhatikan selama pembukaan sidang.

“Assalamualaikum wr.wb selamat pagi dan selamat datang saya ucapkan kepada bapak dan ibu dosen yang terhormat. Terima kasih banyak atas kedatangannya dan saya berharap bapak dan ibu dalam kondisi yang sehat dan bersemangat selalu. Pagi hari ini, saya Teuku Daffa dari jurusan akuntansi ingin mempresentasikan skripsi saya yang berjudul abcd dan untuk memulai presentasi kita akan masuk ke bab 1”

Dalam kalimat tersebut, dapat diidentifikasi bagian-bagian sebagai berikut

1. Opening. *"Assalamualaikum wr.wb selamat pagi"*. Kalimat tersebut sebagai bagian opening.
2. Sapaan kepada dosen. *"dan selamat datang saya ucapkan kepada bapak dan ibu dosen yang terhormat. Terima kasih banyak atas kedatangannya dan saya berharap bapak dan ibu dalam kondisi yang sehat dan bersemangat selalu."* Kalimat sapaan, memberi salam, dan menyampaikan rasa terima kasih atas kedatangan dan harapan yang ditujukan kepada dosen penguji.
3. Pengenalan diri. *"Saya Teuku Daffa dari jurusan akuntansi ingin mempresentasikan skripsi saya yang berjudul abcd"*. merupakan

pengenalan diri kepada dosen penguji. Pembicara menyebutkan namanya, jurusan, dan judul skripsi yang akan dipresentasikan.

4. Memasuki bagian skripsi. "*dan untuk memulai presentasi kita akan masuk ke bab 1*". Menandakan bahwa pembicara akan memulai presentasi dengan membahas Bab 1 dari skripsinya, sehingga dapat dianggap sebagai langkah menuju bagian skripsi.

Dengan demikian, menurut Teuku Daffa kalimat tersebut mencakup struktur penting dalam pembukaan sidang skripsi, seperti *opening*, sapaan kepada dosen penguji, pengenalan diri, dan masuk ke bagian skripsi.

3. Cara Mengatasi Belibet

Public speaking sering kali menantang, dan salah satu hambatan yang mungkin dihadapi adalah kesulitan berbicara yang terbelit-belit. Ketika berbicara di depan umum, tekanan yang dirasakan dapat memunculkan kegugupan dan menyebabkan ungkapan yang tidak lancar. Ada beberapa langkah untuk mengatasi permasalahan ini seperti menyusun rencana yang matang, meningkatkan pemahaman materi, dan berlatih secara konsisten. Latihan berbicara secara konsisten adalah indikator yang penting diterapkan ketika menjadi seorang *public speaker*. Sebagai seorang *public speaker*, Teuku Daffa membagikan cara untuk mengatasi terbelit-belit saat berbicara dengan memainkan permainan *tongue twister*.

Tongue twisters, atau yang dikenal sebagai latihan mengucapkan kata-kata yang sulit dengan cepat, dapat menjadi alat yang efektif untuk mengatasi kesulitan berbicara yang terbelit-belit. Latihan ini membantu melatih otot-otot mulut dan lidah untuk bergerak dengan cepat dan tepat. Dengan mengulang-ulang *tongue twisters* secara teratur, seseorang dapat meningkatkan artikulasi, kejelasan, dan kecepatan berbicara mereka. *Tongue twisters* juga dapat membantu melatih otak untuk mengkoordinasikan gerakan mulut dengan kata-kata yang diucapkan, sehingga memperbaiki keterbelit-belitan dalam

berbicara. Selain itu, latihan ini juga dapat meningkatkan kepercayaan diri karena seseorang merasa lebih mahir dalam mengatasi tantangan berbicara yang kompleks. Oleh karena itu, menggunakan tongue twisters sebagai bagian dari rutinitas latihan berbicara dapat menjadi cara yang menyenangkan dan efektif untuk mengatasi berbicara yang terbelit-belit.

Berdasarkan isi video Teuku Daffa dengan tema “Cara mengatasi belibet”, penelitian difokuskan pada analisis cara Teuku Daffa mengatasi berbicara terbelit-belit. Melalui penelitian ini, peneliti akan mengulas secara mendalam bagaimana Daffa mengatasi berbicara yang terbelit-belit dengan cara yang menarik. Dalam rangkaian tema "Cara mengatasi belibet", terdapat dua judul utama yang akan dibahas, yaitu:

a. Challenge Lidah Belibet

Challenge ini merupakan tantangan pertama yang dibahas oleh Teuku Daffa dengan *views* dan *likes* terbanyak di TikTok, untuk membantu penontonnya dalam mengatasi kesulitan saat berbicara. *Challenge* ini melibatkan pengucapan kata-kata atau kalimat yang sulit secara cepat dan berulang-ulang, memaksa lidah untuk bergerak dengan lincah. Meskipun awalnya mungkin tampak lucu atau rumit, *Challenge* Lidah Belibet sebenarnya bisa melatih kefokuskan dan memiliki manfaat ketika menerapkannya.

Dalam video yang berjudul “*Challenge* Lidah Belibet!!! Duetin ya! Buktiin lo bisa!” berisikan *challenge tongue twister* sebagai salah satu latihan berbicara agar tidak terbelit-belit untuk menjadi *public speaker* yang hebat. Hal ini diterangkan oleh Teuku Daffa:

“*Guys sebagai public speaker yang hebat kalian semua harus bisa ga belibet dan salah satu indikator kalian ga belibet adalah dengan memainkan tongue twister dan gue akan*

menchallenge lu untuk memainkan tongue twister yang bakal gue kasih disini.”

Daffa menjelaskan bahwa sebagai *public speaker* yang hebat, diharapkan kalian mampu berbicara tanpa terbelit-belit. Salah satunya dengan memainkan tonge twister.

“Tonge twister yang pertama, kepala kelapa 5x, ulangin. Yang kedua, she sell sea shell by the sea shore 5x, ulangin silahkan. Okey keren banget, buat lo yang masih belibet ulang terus video ini, ini adalah game yang unik banget buat ngelatih public speaking lu, good luck, thank you”.

Tongue twister pertama adalah "kepala kelapa 5x" (mengucapkan kalimat tersebut sebanyak lima kali), dan *tongue twister* kedua adalah "*she sells sea shells by the sea shore 5x*" (mengucapkan kalimat tersebut sebanyak lima kali).

b. Challenge Belibet, Buat Yang Berani

Challenge kedua yang dirancang oleh Daffa khusus untuk mengukur sejauh mana penonton mampu mengatasi terbelit-belit saat berbicara. Dalam tantangan ini, penonton diundang untuk terlibat dalam serangkaian aktivitas yang dirancang untuk menilai kemampuan mereka dalam berbicara dengan lancar dan jelas. Tujuan latihan mengucapkan *tongue twister* pada *challenge* ini adalah untuk menciptakan pengalaman yang interaktif dan bermanfaat bagi penonton, yang dapat memberikan wawasan tentang kemampuan mereka dalam mengatasi hambatan berbicara. Dengan melibatkan diri dalam *challenge* ini, diharapkan penonton dapat mengevaluasi dan mengasah keterampilan mereka dalam berbicara di depan umum, serta menilai sejauh mana mereka dapat menghindari terbelit-belit dalam situasi komunikasi yang mungkin menantang.

Dalam video yang berjudul "*Challenge Belibet! Buat Lo Doang Yang Berani!*", berisikan *challenge tongue twister* untuk

mengukur sejauh mana penonton mampu mengatasi terbelit-belit saat berbicara. Sebagai mana diterangkan oleh Daffa:

“Eh gue punya challenge lagi buat lo ni, ini buat mengukur apakah lo belibet atau engga kalau ngomong. Challengenya kaya gini, 1 biru 2 ribu 3 biru 4 ribu 5 biru 6 ribu 7 biru 8 ribu 9 biru 10 ribu. Bisa ga coba terus sampai bisa. Gua ulangi satu kali lagi ya, 1, 2, 3. 1 biru 2 ribu 3 biru 4 ribu 5 biru 6 ribu 7 biru 8 ribu 9 biru 10 ribu”.

Kalimat *Tongue twister* yang Daffa berikan kali ini, yaitu 1 biru 2 ribu 3 biru 4 ribu 5 biru 6 ribu 7 biru 8 ribu 9 biru 10 ribu. Kalimat ini terlihat sulit karena memerlukan kecepatan dan kejelasan. Daffa juga memberikan percobaan lagi, sehingga memberikan dorongan untuk terus mencoba sampai penonton bisa melakukannya dengan lancar.

E. Analisis Data

Dalam buku *public speaking mastery* milik Ongky Hojanto ada beberapa teknik *public speaking* yang ditulis olehnya. Penelitian ini akan memilih beberapa teknik *public speaking* yang dipakai oleh Teuku Daffa yang sesuai dengan teknik *public speaking* yang ditulis dalam buku *public speaking mastery* milik Ongky Hojanto. Analisis teknik *public speaking* Teuku Daffa adalah sebagai berikut:

1. Teknik Pembukaan yang Poweful

Membuka presentasi dengan cara yang menarik perhatian audiens adalah kunci untuk mengatur nada seluruh presentasi yang sedang dilakukan. Maka dari itu perlunya mengetahui cara membuka presentasi (*opener*) yang menarik perhatian audiens. Ongky Hojanto juga mengatakan ada tiga alasan mengapa teknik pembukaan sangat penting dalam presentasi yaitu untuk menarik perhatian audiens, untuk mencairkan kekakuan, dan memberikan informasi.⁸²

⁸² Ongky Hojanto, *Public Speaking Mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 79-80

Dalam konten teknik *public speaking* Teuku Daffa, terdapat lima judul yang termasuk dalam teknik pembukaan yang powerful. Pertama, video yang berjudul “Cara Buka Presentasi Yang Ciamik”, Dalam video ini Daffa memberikan cara yang lebih powerful untuk membuka presentasi daripada sekedar memperkenalkan nama di awal, yaitu dengan memanfaatkan kutipan (*quotes*). Seperti yang dikatakan oleh Ongky Hojanto dalam bukunya, salah satu teknik pembukaan yang powerful yaitu mengambil kutipan dari tokoh yang audiens kenal sebagai acuan dalam mengembangkan materi seminar atau presentasi. Berikut kalimatnya:

“Hanya ada 2 tragedi besar melalui hidup anda, yang pertama adalah anda tidak mendapatkan apa yang anda inginkan dan yang kedua orang lainlah yang akan mendapatkannya itu kalau kata Oscar Wilde. Dan hari ini kita akan mencoba untuk orang yang mendapatkan apa yang anda inginkan bersama dengan saya Teuku Daffa, motivator anda”.

Kedua, Video berjudul “Duet Opening Presentasi! Yuk Duetin!” Dalam video ini, Daffa memberikan latihan opening presentasi dikelas yang mudah dan berisikan *opening* presentasi yang menggunakan teknik *powerful question* sesuai yang terdapat dalam buku milik Ongky Hojanto. Teuku Daffa memberikan permasalahan yang sering terjadi dan presentasi yang disampaikan merupakan solusi dari permasalahan itu. Berikut kalimatnya:

“Public speaking is an act of leadership! Kita harus bisa memimpin diri kita, sebelum kita memimpin audiens kita, dengan kita memimpin diri kita dengan baik, anxiety kita bisa ilang, grogi kita ilang, pede kita naik! Kalo pede kita naik, skill public speaking kita bisa terasah maksimal, bener kan daf”.

Ketiga, Video berjudul “Public Speaking Challenge Lagi! Kali Ini Lo Yang Opening!” dalam video ini Daffa memberikan latihan *opening* ketika menjadi *public speaker* yang menggunakan teknik

powerful question dengan memberikan permasalahan yang sering sehingga presentasi yang disampaikan menjadi solusi dari permasalahan tersebut. Berikut kalimatnya:

“Public speaking adalah satu skill yang penting banget untuk dimiliki! Tanpa public speaking, kita gabisa ngungkapin ide kita dengan baik di depan umum! Padahal kadang-kadang otak kita penuh dengan ide kan! Pernah ngerasa gitu ga? Langsung aja kalo gitu daf!”

Keempat, video yang berjudul “*Public Speaking Challenge Level: Medium harus diduetin!*” dalam video ini Daffa juga memberikan teknik *powerful question*. Berikut kalimatnya:

“Public speaking sudah menjadi suatu kebutuhan yang harus dilakukan oleh banyak orang, public speaking adalah ilmu yang dapat dilatih, hari ini pembicara akan memberikan materi yang dapat diimplementasikan di kehidupan sehari-hari”.

Kelima, video berjudul “*Tips Opening Sidang Skripsi yang Ciamik*” Daffa memberikan tips *opening* sidang skripsi yang ciamik sehingga dosen akan merasa terkesima. Dalam “*bab Rahasia 5: sequencing bagian I Teknik Pembukaan yang Powerful*” milik ongky Hojanto menjelaskan struktur *public speaking* yang memukau harus disusun secara sistematis. Teuku Daffa kalimat menjelaskan ada empat yang mencakup struktur penting dalam pembukaan sidang skripsi, seperti *opening*, sapaan kepada dosen penguji, pengenalan diri, dan masuk ke bagian skripsi.

2. Teknik Penutupan yang Berkesan

Menurut Ongky Hajanto, jika sudah mengawali dengan baik, maka harus menutupnya dengan sempurna. Seperti video yang berjudul “*Another Public Speaking Tips! Duetin Lagi Yok!*” dalam video tersebut ada *clothing* presentasi mengenai menjaga kebersihan. Dimana kalimat tersebut termasuk kalimat ajakan kepada audiens untuk selalu menjaga lingkungan. Teknik ini sesuai dengan yang disampaikan oleh Ongky Hajanto dalam buku *Public speaking*

mastery. Teknik ajakan merupakan teknik yang menekankan ajakan agar audiens melakukan apa yang sudah dipelajari.⁸³ Berikut kalimatnya:

“Dengan menjaga kebersihan kita turut serta membantu menjaga lingkungan. Jika kita menjaga kebersihan lalu ditiru oleh orang-orang maka kita pun akan mendapat manfaatnya”.

3. Teknik Menjadi Pembicara yang Menyenangkan

Ongky Hojanto berpendapat ada cara untuk mempersiapkan diri ketika menjadi pembicara yang menyenangkan bagi audiens salah satunya yaitu, memperhatikan mimik wajah. Ketika bisa mengekspresikan mimik sesuai pesan yang disampaikan membantu mempertegas dan memperjelas makna pesan tersebut. Audiens akan tahu yakin tidaknya anda, sedih gembiranya anda, atau serius tidaknya anda dari ekspresi anda, bukan dari kata-kata yang anda ucapkan, hal ini dibahas oleh Ongky Hojanto pada bukunya.⁸⁴

Terdapat dua judul konten yang termasuk dalam teknik menjadi pembicara yang menyenangkan. Pertama, pada video yang berjudul “Di tiktok, belajar *public speaking*? Bisa banget guys!” dalam video ini Daffa memberikan pembelajaran *public speaking* menggunakan emosi dan ekspresif yang mirip dengan ekspresi yang gembira. Berikut kalimatnya:

“Pastikan lo menggunakan emosi dan ekspresi yang mirip-mirip sama ekspresi yang gue bikin ya, tujuannya biar lebih happy aja dikelas. Ceritanya kita lagi opening tentang materi public speaking, gue mulai duluan”.

Kedua, Video berjudul “Duet *Opening Presentasi*! Yuk Duetin!” dalam video ini Daffa memberikan latihan *opening presentasi* dikelas yang mudah dan tidak terlalu cepat. Syarat dari latihan

⁸³ Ongky Hojanto, *Public Speaking Mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 108

⁸⁴ Ongky Hojanto, *Public Speaking Mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 41

presentasi adalah ekspresif dan semangat. Teuku Daffa dalam kontennya memperhatikan mimik wajah dan ekspresi ketika ber-*public speaking*. Berikut kalimatnya:

“Ceritanya lagi opening presentasi dikelas ya, tapi syaratnya lo harus ekspresif dan sesemangat gue, semangat”.

4. Teknik Vokal

Dalam *public speaking* suara perlu mendapat perhatian khusus. Walaupun belum ada ahli yang bisa merumuskan dengan tepat seperti apa suara yang baik itu, Ongky Hajanto berpendapat suara yang bagus adalah suara yang mampu membuat orang yang mendengarnya merasa nyaman, atau dikenal dengan istilah *smiling voice*.⁸⁵

Terdapat tiga judul konten yang termasuk dalam teknik vokal Ongky Hajanto yang dipakai oleh Teuku Daffa. Pertama, video yang berjudul *“Another Public Speaking Tips! Duetin Lagi Yok!”* dalam video ini Daffa memberikan *public speaking challenge* dengan menggunakan *challenge speed* berdasarkan warna, Teknik vokal ini sesuai yang dibahas oleh Ongky Hajanto yaitu teknik dalam mengatur *speed* atau tempo. Kecepatan suara perlu disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan. Adakalanya perlu berbicara dengan tempo lambat, sedang, atau cepat. Ada juga saatnya berbicara dengan tempo yang variatif/dinamis. Seperti ajakan Daffa dalam menantang para pengikutnya untuk mengikuti teknik tersebut. Berikut kalimatnya:

“Oke ini adalah challenge public speaking lu harus baca tulisan yang warnanya hijau dengan kecepatan cepat, lu harus baca tulisan yang warna biru dengan kecepatan normal dan merah dengan kecepatan lambat. Ini adalah challenge speed”.

Kedua, Video berjudul *“Public Speaking Challenge Level: Medium harus duet!”* dalam video Daffa memberikan latihan untuk menjadi *public speaker* yang bagus dengan memberikan teks acara

⁸⁵ Ongky Hojanto, *Public Speaking Mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 164

formal dengan menggunakan nada rendah level medium. Seperti yang dikatakan oleh Ongky Hajanto bahwa *tone* atau nada suara perlu diperhatikan agar pendengar tidak cepat bosan ketika mendengarnya. Berikut kalimatnya:

“Jadi nanti gue bakal kasih teks ke lo, lo warna hijau gue warna merah, seperti biasa ini adalah acara yang formal banget dan gue minta lo untuk menggunakan nada yang gue gunakan, *good luck!*”.

5. Teknik Mengoptimalkan Suara

Ada beberapa cara untuk mengoptimalkan suara yang dibahas oleh buku *public speaking mastery* oleh Ongky Honjanto salah satunya yaitu latihan mengucapkan huruf, kata, dan kalimat.⁸⁶ Seperti halnya yang disampaikan oleh Teuku Daffa dalam kontennya yang bertema cara mengatasi belibet saat berbicara dengan dua judul yang akan dibahas.

Pertama, video yang berjudul “Challenge Lidah Belibet!!! Duetin ya! Buktiin lo bisa” dalam video ini Daffa memberikan *challenge "Tongue Twister"* berlatih berbicara agar tidak terbelit-belit untuk menjadi *public speaker* yang hebat. Dengan menggunakan kata-kata yang hampir mirip dan diulangi secara berulang selama beberapa kali. Kata yang pertama, kepala kelapa yang diulangi selama 5 kali dan kata yang kedua, *she sell sea shell by the sea shore* yang diulangi selama 5 kali juga.

Kedua, video yang berjudul “Challenge Belibet! Buat Lo Doang Yang Berani!!!” dalam video ini Daffa memberikan *challenge* untuk mengukur terbelit-belit atau tidak saat berbicara. Dengan mengulai kata satu biru dua ribu tiga biru empat ribu lima biru enam ribu tujuh biru delapan ribu sembilan biru sepuluh ribu akan membiasakan untuk bisa fokus dan mengoptimalkan bicara.

⁸⁶ Ongky Hojanto, *Public Speaking Mastery*, (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2013) hlm. 165

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa teknik *public speaking* yang digunakan Teuku Daffa sesuai dengan teori teknik *public speaking* oleh Ongky Hojanto dalam buku yang berjudul *public speaking mastery*, media sosial TikTok @daffasepaks menunjukkan Daffa ahli sebagai *education content creator* dibidang *public speaking*. Konten akun TikTok @daffaspeaks selalu memberikan teknik *public speaking* sesuai dengan kebutuhan *followers*-nya. Ada 5 teknik yang sesuai dengan teori Ongky Hojanto pada konten *public speaking* milik Teuku Daffa.

Pertama, teknik pembukaan yang powerful, dalam kontennya Teuku Daffa menggunakan kutipan untuk *opening* presentasi dan memakai *powerful question* dengan memberikan permasalahan yang sering terjadi sehingga presentasi yang disampaikan menjadi solusi dari permasalahan tersebut. Teknik ini memerlukan struktur *public speaking* yang disusun secara sistematis sesuai pada konten-konten @daffaspeaks. Kedua, teknik vokal, dalam konten Teuku Daffa memperhatikan *speed* atau tempo. Kecepatan suara perlu disesuaikan dengan kondisi serta kebutuhan. Ketiga, teknik penutupan yang berkesan, dalam kontennya Teuku Daffa menggunakan kalimat ajakan kepada audiens sesuai dengan teori Ongky Hojanto. Keempat, teknik menjadi pembicara yang menyenangkan, dalam konten Teuku Daffa perlunya memperhatikan mimik wajah dalam presentasi. Kelima, teknik Mengoptimalkan Suara, dalam konten Teuku Daffa membahas mengenai cara agar bisa berbicara secara lancar tanpa terbelit-belit dengan menggunakan *tongue twister*.

B. Saran

Ada beberapa saran yang ingin disampaikan oleh peneliti di dalam penelitian ini, diantaranya:

1. Bagi pihak Teuku Daffa disarankan untuk terus menyebarkan informasi mengenai *public speaking* lebih mendalam lagi dan fokusnya tidak hanya untuk pelajar saja melainkan masyarakat luas dengan tampilan konten yang lebih menarik lagi.
2. Bagi pelajar atau penonton, peneliti menyarankan untuk lebih aktif lagi dalam mengikuti latihan *public speaking* yang diberikan pada akun TikTok @daffaspeaks. Lebih diperhatikan teknik *public speaking* yang digunakan dan implementasikan sesuai dengan keadaan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, Peneliti berharap bahwa penelitian ini dapat menjadi landasan bagi penelitian lanjutan yang lebih menyeluruh mengenai teknik *public speaking* yang dipelajari dari akun TikTok @daffaspeaks, dengan memperluas metode pengumpulan data melalui wawancara dan melibatkan batasan waktu yang lebih luas atau berbeda dari penelitian ini. Tujuannya adalah untuk mendalami tidak hanya konten yang disajikan, tetapi juga informasi yang terkandung dalam profil Teuku Daffa secara menyeluruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Rianti. 2021. *Metodologi Penelitian Sosial Dan Hukum*. (Jakarta: Buku Obor), hlm 65
- Adieb, Maulana. 2023. *7 Jenis Media Sosial Beserta Contohnya yang Perlu Kamu Tahu*. <https://glints.com/id/lowongan/tipe-media-sosial/> (diakses pada 22 Juni 2023, pukul 21.57)
- AHS Manajemen. *Bnsp : Apa Itu Bnsp Dan Apa Tugasnya?*. <https://ahsmanajemen.com/apa-itu-bnsp-dan-apa-tugasnya/> (diakses pada tanggal 4 Juli 2023, pukul 12.34)
- Alfani, Nur'afuah. 2022. *Nilai-Nilai Toleransi Dalam Dakwah Ustadz Adi Hidayat Pada Channel Youtube Adi Hidayat Official "Semua Agama Sama" (Analisis Isi Model R. Holsti)*. (Purwokerto: UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri)
- Andriani, Dwi. *Teuku Daffa sampai dr Pras, Cerita Seru Para Kreator Lokal Berbagi Inspirasi Lewat Tiktok*, <https://hypeabis.id/read/24763/teuku-daffa-sampai-dr-pras-cerita-seru-para-creator-lokal-berbagi-inspirasi-lewat-tiktok> (diakses pada Jum'at, 26 Januari 2024)
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta) hlm. 161
- Bulaeng, Andi. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi Kontemporer* (Yogyakarta: Andi Offset), hlm. 171.
- Chania, Meta. 2023. *Personal Branding Vina Muliana Melalui Media Sosial TiKToK (Analisis Isi Kualitatif Akun TiKTok @vmuliana)*. (Surakarta: UIN Raden Mas Said). hlm. 61
- Edib, Lathifah. 2021. *Menjadi Kreator Konten di Era Digital*. (Yogyakarta: Diva press) hlm. 21 – 25
- Effeandy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi*. (Bandung: Remaja Rosda Karya) hlm.18

- Emzir, 2021. *Metode Penelitian Kualitatif Analisis Data*. (Depok: Rajawali Pers) hlm. 283-293
- Eriyanto. 2010. *Analisis Isi Pengantar Metode untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. (Jakarta: Penerbit Kencana Prenda Media Group), hlm. 11
- Fadhallah, R. A. 2020. *Wawancara*. (Jakarta: UNJ Press) hlm. 1-2
- Fadhilah, Saputra Galih Ginanjar. 2021. *Analisis Content Marketing, E-Wom, Dan Keputusan Pembelian Generasi Z Pada Media Sosial Tiktok*, (Bandung: Widina Bhakti Persada) hlm. 16
- Faozi, Atik. 2021. Skripsi. *Isi Pesan Dakwah Dalam Tayangan "Tauhid Dan Toleransi" Di Channel Youtube Adi hidayat Official*. (Purwokerto: UIN Saifuddin Zuhri)
- Fauziah, Nurul. 2022. *Selain untuk Entertain, Ternyata Ini 5 Manfaat TikTok Lainnya. Selain Entertain, Ini 5 Manfaat TikTok Lainnya (jurnalistika.id)* (diakses 23 Juni 2023, pukul 19.19)
- Finy F. Basara. Gustina. 2020. Perancangan Konten Edukatif Di Media Sosial, *Junal Abdi Masyarakat*, no. 5 hlm. 24.
- Fiske, Ohn. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada), hlm. 223
- Ghony, Almanshur. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Yogyakarta: Ar-Ruzz Media)
- Harnadi, Azuna Vion. 2017. *Analisis Konten Serial Fil Animasi Upin dan Ipin Musim 8 Ditinjau Dari Prinsip Desain Pesan Pembelajaran*. *Jurnal Prodi Teknologi Pendidikan* 6, no. 4 hlm. 384.
- Herein Puspitasari, Tin herawati. 2018. *Metode Penelitian Keluarga*. (Bogor: IPB Press), hlm. 172
- Hojanto, Ongky. 2013. *Public speaking mastery*. (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama)

- Imam Gunawan. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif: Teori Dan Praktik*. (Jakarta: Bumi Aksara) hlm. 167
- Iqbal, Muhammad. 2022. *Konten Adalah: Pengertian Menurut Para Ahli, Jenis, dan Etika Membuat Konten*. Blog LindungiHutan. <https://lindungihutan.com/blog/pengertian-konten-adalah/> (Diakses pada 5 Februari 2024, pukul 08.00)
- Ismail, A.P. 2019. *The Usage of Combined Components of Verbal L, Vocal and Visual (3-V Components) of Children in Daily Conversation: Psycholinguistic Observation*. *ELSJJournal on Interdisciplinary Studies in Humanities*, 2 (2), hlm 292
- Jurnal Ahmad, *Desain Penelitian Analisis Isi (content Analysis) dalam jurnal Analisis Isi, Research Gate 5 (9), 1-20, 2018*. (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah, 2018), hlm 2
- Keraf, Gorys. 1970. *Komposisi*. Ende: Nusa Indah. hlm. 197
- Kridalaksana, Harimurti. 2008. *Kamus Lingustik (edisi keempat)*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama) hlm. 95
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Perdana Media Group
- Kumara, A. R. A. 2023. *Teuku Daffa, dulu pemalu sekarang jadi public speaker*. IDN Times. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/adyaning-raras-anggita-kumara-1/teuku-daffa-dulu-pemalu-sekarang-jadi-public-speaker?page=all> (diakses pada Jum'at, 26 Januari 2024)
- Mardawani. 2020. *Praktis Penelitian Kualitatif Teori: Dasar dan Analisis Data dalam Perspektif Kualitatif*. (Yogyakarta: DEEPUBLISH), hlm. 59
- Marzuki. 2000. *Metodologi Riset*. (Yogyakarta: BPFE-UII), hlm. 58.
- Mayring, Phillip. 2000. *Qualitative Content Analysis*. (Forum: Qualitative Social Research Sozialforschung) Vol. 1 No. 2. hlm. 1-3

- Miles, Matthew B, A. Michael Huberman, dan Johnny Saldana. 2014. *Qualitative Data Analysis: a Methods Sourcebook*. (Amerika: Arizona State University) hlm. 14
- Moleong, Lexy J. 2018. *Metode Penelitian Kualitatif*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya) hlm. 178.
- Muhtadi, Asep Saiful dan Maman Abd. Djaliel. 2003. *Metode Penelitian Dakwah*. (Bandung: Cv. Pustaka Setia), hlm. 112.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. (Jakarta: Remaja Rosdakarya) hlm. 61
- Mulyana, Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: Remaja Rosda Karya) hlm. 70-73
- Muzakki, Ibnu Hamdan. 2021. *Upaya Peningkatan Kemampuan Public Speaking Dan Pola Pengembangan Seni Dakwah Mahasiswa Di Ukm Uki Ulin Nuha Iain Ponorogo*. (Ponorogo: Institut Agama Islam Negeri Ponorogo) hlm. 70
- Nasrullah, R. 2014. *Teori dan Riset Cybermedia*. Jakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. (Bandung: Remaja Rosdakarya. 2015)
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Cet Ke-2. (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada), hlm 95
- Pertiwi, Putri Rahma . 2016. *Studi Literatur: Pengaruh Pendekatan Matematika Realistik Terhadap Penguatan Kemampuan Koneksi Matematis Siswa*. (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia)
- Philip Kottler, Kevin Lane Keller. 2016. *Handbook Of Research Of Effective Advertising Strategies In The Social Media Age*. (Cambridge: IGI Global) hlm. 338.
- Putri, Vega Karina Andira. 2015. *Media Sosial Terintegrasi dalam Komunikasi Pemasaran Brand: Sudi Komparasi Pemanfaatan Media Sosial Oleh High dan Low Involvement Decision Brand*. Jurnal Komunikasi Indonesia Vol 4, No. 2 hlm 110-111

- Rahajeng, Rinta Setyo. 2022. *Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini Di Kabupaten Magetan*. Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Ponorogo, hlm. 7
- Rahmadi, Arif. 2016. *Tips Produktif Ber-Social Media*. Jakarta, PT. Elex Media Komputindo hlm.1
- Rahmat, Jalaluddin. 1994. *Retorika Modern Pendekatan Praktis*. (Bandung; Remaja Rosda Karya)
- Retnasary, Maya dan Diny Fitriawati. 2022. *Analisis akun TikTok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi*. (Jurnal Ilmu Komunikasi) hlm. 1 - 11
- Reza Putri, Ari Sulistyanto, dan Imaddudin. 2022. *Analisis Isi Konten Edukasi Funfact Pada Akun TikTok @buimaira*. Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 3 No. 1 hlm 48
- Ristika, Amelia. 2022. *Bukan Hanya Entertainment, Ini 7 Manfaat TikTok Untuk Bisnis*. *Bukan Hanya Entertainment, Ini 7 Manfaat TikTok untuk Bisnis (sirclo.com)*. (diakses pada 23 Juni 2023, pukul 19.16)
- Riyanto, Andi Dwi. 2023. *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023*, <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/> (diakses pada 14 Januari 2024, pukul 16.35)
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Bisnis*. hlm 244.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta) Cet. Ke 8, hlm. 137.
- Sujaweni, V Wiratna. 2020. *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustakabaru Press), hlm. 31
- Tafsirq.com. <https://tafsirq.com/7-al-araf/ayat-199> (Diakses pada 5 Februari 2024)
- Virgina, Adinda Hexa. 2021. *Analisis Isi Konten Video Edukasi Tentang 3M nnnnnnnnnnnnnnn n(Memakai Masker, Menjaga Jarak, dan Mencuci*

Tangan) Pada Akun TikTok @Alodokter.id. (Jakarta: Universitas Bhayangkara) hlm. 1-5.

Xo, Sugy. 2023. *Pengertian Teknik*. <https://www.infomase.com/pengertian-teknik/> (diakses pada 24 Juni 2023, pukul 00.27)

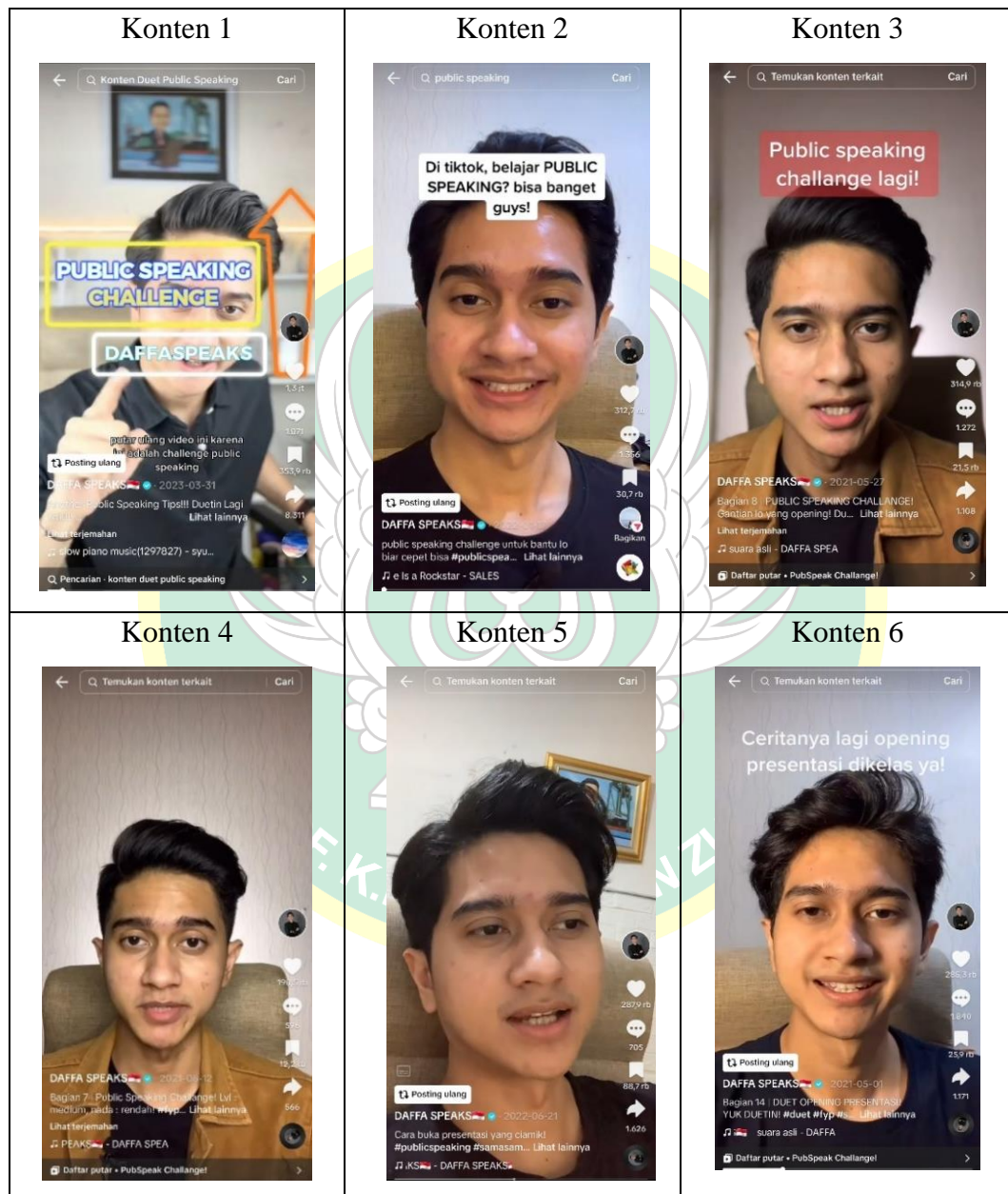
Zainal, Anna Gustina. 2022. *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum*. (Purbalingga: Eureka Media Aksara) hlm. 6-12



LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Sampel terpilih berdasarkan *purposive sampling* konten TikTok unggahan akun @daffaspeaks



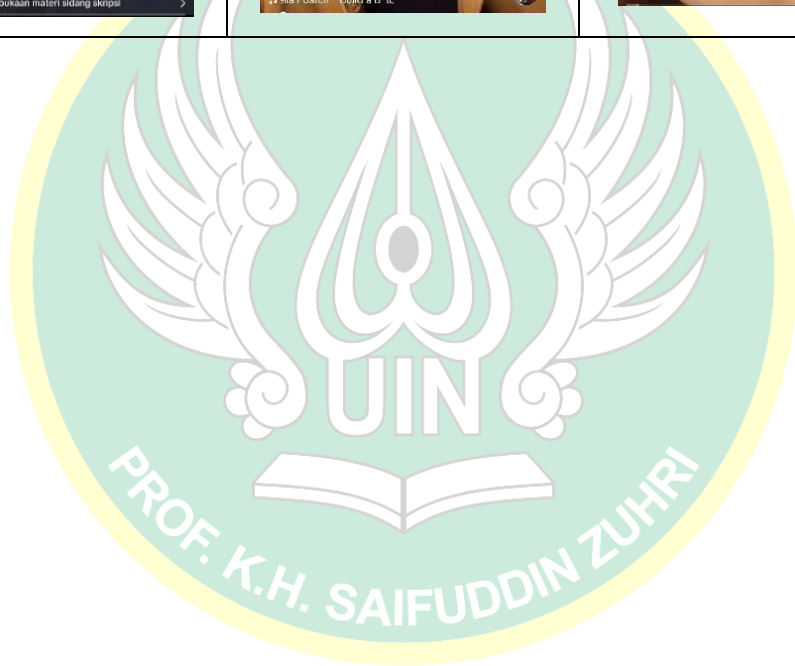
Konten 7



Konten 8



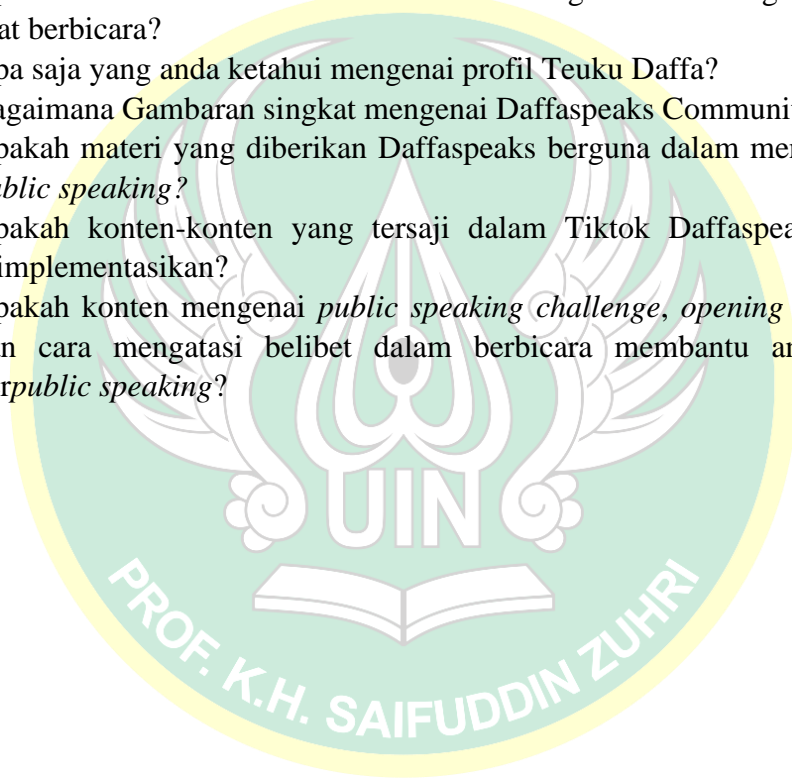
Konten 9



LAMPIRAN 2

PEDOMAN WAWANCARA KE SALAH SATU MEMBER DAFFASPEAKS

1. Bagaimana awal mula membuat konten mengenai *public speaking*?
2. Apa tujuan Teuku Daffa membuat konten mengenai *public speaking*?
3. Apa alasan Teuku Daffa membuat konten mengenai *public speaking Challenge*?
4. Apa alasan Teuku Daffa membuat konten mengenai cara mengatasi belibet saat berbicara?
5. Apa saja yang anda ketahui mengenai profil Teuku Daffa?
6. Bagaimana Gambaran singkat mengenai Daffaspeaks Community?
7. Apakah materi yang diberikan Daffaspeaks berguna dalam meningkatkan *public speaking*?
8. Apakah konten-konten yang tersaji dalam Tiktok Daffaspeaks mudah diimplementasikan?
9. Apakah konten mengenai *public speaking challenge, opening* presentasi, dan cara mengatasi belibet dalam berbicara membantu anda dalam ber*public speaking*?



LAMPIRAN 3

HASIL WAWANCARA

Narasumber	:	Herlina (Members Daffaspeaks)
Perihal	:	Konten <i>Public Speaking</i> Daffaspeaks
Tipe Wawancara	:	Tidak terstruktur
Hari dan Tanggal	:	Sabtu, 9 Maret 2024
Waktu	:	10.15 WIB
Lokasi	:	Via Google Meet

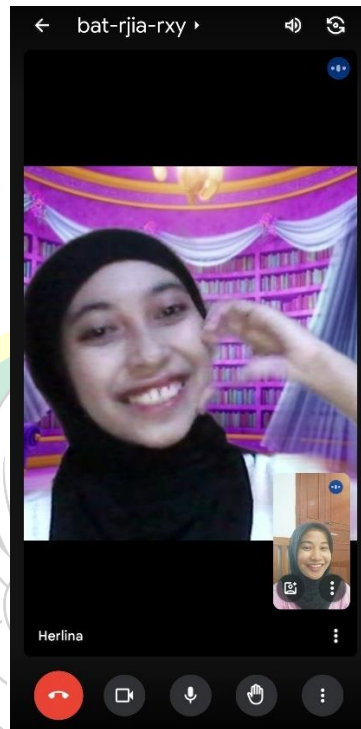
Pertanyaan	Bagaimana awal mula membuat konten mengenai <i>public speaking</i>?
Herlina	<i>Jadi tuh bang Daffa udah terjun didunia public speaking udah lama banget ya. Sejak dia masih kuliah. Kemudian ditahun 2021, dia berinisiatif untuk ngonten dan juga mendirikan komunitas Daffaspeaks. Jadi awal mula daffaspeaks berdiri kapan ya tahun 2021.</i>
Pertanyaan	Apa tujuan Teuku Daffa membuat konten mengenai <i>public speaking</i>?
Herlina	<i>Tujuannya ingin membnatu anak-anak Indonesia supaya bisa memiliki skill public speaking dan juga self development yang baik guna menciptakan generasi emas tahun 2045.</i>
Pertanyaan	Apa alasan Teuku Daffa membuat konten mengenai <i>public speaking Challenge</i>?
Herlina	<i>itu adalah salah satu strategi yang dilakukan daffaspeaks untuk menjudge audiens dan juga supaya banyak yang nonton kontennya.</i>
Pertanyaan	Apa alasan Teuku Daffa membuat konten mengenai cara mengatasi belibet saat berbicara?
Herlina	<i>Itu adalah salah satu hal yan sering terjadi ketika public speaking dan bang daffa juga pernah cerita ketika dia awal awal terjun kedunia public speaking juga sering mengalami</i>

	<i>kondisi kondisi seperti itu. Kaya nervous, anxiety yang berlebihan terus belibet itu juga pernah dialami bang Daffa. Nah kemudian dia sering sharing tentang cara-caranya melalui konten kontennya.</i>
Pertanyaan	Apa saja yang anda ketahui mengenai profil Teuku Daffa?
Herlina	<i>Bang Daffa lahir tanggal 23 April 1999 dan mulai mendirikan community Daffaspeaks tahun 2021. Nah untuk bisa mencapai visi misi Daffaspeaks community itu ada beberapa program yang dijalankan sampai sekarang.</i>
Pertanyaan	Bagaimana Gambaran singkat mengenai Daffaspeaks Community?
	<i>Ada beberapa program yang dijalankan sampai sekarang yaitu ada partice session, discussion session dan juga program internship. Nah untuk program partice session dan discussion session itu dilakukan setiap satu minggu sekali yaitu setiap malam minggu. Nah jadi kalau partice session itu kegiatannya nanti anak-anak komunitas bisa praktek public speaking secara langsung melalui zoom nanti bakalan dimentorin langsung sama mentor-mentor dari daffaspeaks. Kemudian kalau discussion session itu adalah forum diskusi biasanya dipandu sama anak-anak internship. Nanti ada sesi penyampaian materi kemudian juga ada sesi diskusi seputar materi tentang public speaking dan juga self development. Nah kalau partice session itu dilaksanakan setiap minggu kedua dan keempat setiap bulannya. Sementara kalau discussion session itu diminggu satu dan tiga disetiap bulannya. Kemudian yang terakhir itu ada program internship. Jadi program internship itu sifatnya unpaid jadi volunteer yang dilakukan selama 6 bulan dan jadi tugasnya anak-anak internship ini untuk mengelola daffaspeaks community dan juga menjalankan program-program yang ada seperti partice session dan discuccion session gitu. Kalau sekarang daffaspeaks sudah grow up dan sekarang udah punya 11 community dengan members 8000 lebih.</i>

Pertanyaan	Apakah materi yang diberikan Daffaspeaks berguna dalam meningkatkan <i>public speaking</i>?
Herlina	<i>Ya berguna banget, karena materi di Daffaspeaks sendiri itu dikasih mulai dari dikasih basic <i>public speaking</i> sampai penerapan <i>public speaking</i> dalam dunia kerja dan itu benar benar dibutuhkan untuk kita anak-anak muda untuk mempersiapkan diri sebelum terjun ke dunia kerja</i>
Pertanyaan	Apakah konten-konten yang tersaji dalam Tiktok Daffaspeaks mudah diimplementasikan?
Herlina	<i>Ya mudah banget, apalagi konten konten di Daffaspeaks itu singkat, padat, dan jelas dan mudah banget untuk ditiru dan tips dan triknya juga mudah dipahami dengan bahasa bahasa yang sederhana sehingga aku pribadi mudah untuk menirunya</i>
Pertanyaan	Apakah konten mengenai <i>public speaking challenge</i>, <i>opening presentasi</i>, dan cara mengatasi belibet dalam berbicara membantu anda dalam ber<i>public speaking</i>?
Herlina	<i>Ya membantu banget, karena konten konten di Daffaspeak sendiri bisa ngasih Solusi tentang masalah masalah <i>public speaking</i> kita mulai dari belibet dari nervous dan juga banyak sekali tips dan trik yang aku temui disitu dan mudah banget untuk diimplementasikan sehingga skill <i>public speaking</i> aku semakin meningkat karena menonton konten konten dari Daffaspeaks.</i>

LAMPIRAN 4

DOKUMENTASI WAWANCARA



Wawancara dengan salah satu *member community* di Daffaspeaks

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

A. Informasi Diri

Nama : Vivi Alfiani
Tempat, Tanggal Lahir : Bogor, 14 Agustus 2002
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat : Jl. H. Muhasim RT 04/01 Kec. Cibinong
Kab. Bogor 16911
Agama : Islam
No. Hp : 085694155587
Email : vivialfiani054@gmail.com

B. Riwayat Pendidikan

1. SD Negeri Cibinong Raya (2008 – 2014)
2. MTS Al-Huda (2014 – 2017)
3. MAN 1 Bogor (2017 – 2020)
4. UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto (2020 - sekarang)

C. Pengalaman Organisasi

1. Lembaga Pers Mahasiswa Saka (2021)
2. Academic Activities Division Of Teman Ambiss (2021 – 2022)
3. Divisi Pendamping PBAK Universitas (2022)
4. Kementerian Dalam Negeri Himpunan Mahasiswa Jurusan (2022 – 2023)

Purwokerto, 21 Maret 2024

Yang membuat,



(Vivi Alfiani)