

**ANALISIS ISI PESAN *SELF DEVELOPMENT* PADA AKUN TIKTOK**

**@BRILIONAIRE**

**SKRIPSI**



**USM**

**OLEH :**

**JESSENIA MAYSUN**

**G.311.20.0046**

**PROGRAM STUDI S1 - ILMU KOMUNIKASI**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS SEMARANG**

**SEMARANG**

**2024**

**LEMBAR PERSETUJUAN  
SKRIPSI DENGAN JUDUL**

**ANALISIS ISI PESAN *SELF DEVELOPMENT* PADA AKUN TIKTOK**

**@BRILIONAIRE**

**OLEH**

**NAMA : JESSENIA MAYSUN**

**NIM : G.311.20.0046**

**DISUSUN DALAM RANGKA MEMENUHI SYARAT GUNA MEMPEROLEH  
GELAR SARJANA ILMU KOMUNIKASI (S.I.Kom)**

**PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS  
SEMARANG**

**TELAH DIPERIKSA DAN DISETUJUI**

**SEMARANG, 23 APRIL 2024**

**PEMBIMBING SKRIPSI**



**Retno Manuhoro Setyowati, S.Sos., M.I.Kom.**

**NIS. 06557000606015**

**LEMBAR PENGESAHAN  
SKRIPSI DENGAN JUDUL**

**ANALISIS ISI PESAN *SELF DEVELOPMENT* PADA AKUN TIKTOK  
@BRILIONAIRE**

**OLEH**

**NAMA : JESSENIA MAYSUN**

**NIM : G.311.20.0046**

**SKRIPSI INI TELAH DIUJIKAN DAN DIPERTAHANKAN  
DIHADAPAN DEWAN PENGUJI  
PADA SIDANG SKRIPSI TANGGAL 30 APRIL 2024  
DAN DINYATAKAN LULUS  
MEMPEROLEH GELAR SARJANA ILMU KOMUNIKASI (S.I.Kom)**

**Semarang, 30 April 2024**

**Pembimbing Skripsi**

**Retno Manuhoro Setyowati, S.Sos., M.I.Kom.**

**NIS. 06557000606015**

**Mengesahkan,**

**Dekan FTIK USM**

**Kaprodi Ilmu Komunikasi**

**FTIK USM**



**Prind Triareng Pungkasanti, S.Kom, M.Kom.**

**NIS. 06557003102110**



**Edi Nurwahyu Julianto, S.Sos., M.I.Kom.**

**NIS. 06557000606014**

**LEMBAR PENGESAHAN**

**UJIAN SKRIPSI DENGAN JUDUL**

**ANALISIS ISI PESAN *SELF DEVELOPMENT* PADA AKUN TIKTOK**

**@BRILIONAIRE**

**OLEH**

**NAMA : JESSENIA MAYSUN**

**NIM : G.311.20.0046**

**TELAH DISETUJUI DAN DISAHKAN OLEH TIM PENGUJI SETELAH MELALUI**

**UJIAN SKRIPSI**

**TANGGAL 30 APRIL 2024**

**DEWAN PENGUJI**

<b>Jabatan</b>	<b>Nama</b>	<b>Tanggal</b>	<b>Tanda Tangan</b>
Ketua Penguji	<u>Retno Manuhoro Setyowati, S.Sos., M.I.Kom. NIS. 06557000606015</u>	30 April 2024	
Anggota Penguji 1	<u>Dr. Yuliyanto Budi Setiawan, S.Sos., M.Si. NIS. 06557000606010</u>	30 April 2024	
Anggota Penguji 2	<u>Drs. Gunawan Witjaksana, M.Si. NIDN. 8949440022</u>	30 April 2024	



**YAYASAN ALUMNI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
UNIVERSITAS SEMARANG**

Sekretariat : Jl. Soekarno Hatta Tlogosari Semarang 50196 Telp.(024)6702757 Fax.(024)6702272

**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Pada hari ini Kamis, tanggal 25 Bulan April Tahun 2024 jam 11.00 WIB telah dilaksanakan Ujian Skripsi / Sarjana program studi S1 Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi Dan Komunikasi

Untuk dibacakan kepada peserta ujian

1. Apakah Anda dalam kondisi sehat ?
2. Apakah Anda dalam keadaan tanpa tekanan / paksaan ?
3. Apakah Anda bersedia menerima apapun keputusan para penguji ?

Nama / Nim	Judul Skripsi	Jawab	Tanda Tangan
JESSENIA MAYSUN G.311.20.0046 Kelas Pagi	Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @brilionaire	1. Ya / <del>Tidak</del> 2. Ya / <del>Tidak</del> 3. Ya / <del>Tidak</del>	

**Dengan Hasil :**

NO	NAMA PENGUJI	JABATAN	NILAI	TANDA TANGAN
1	RETNO MANUHORO SETYOWATI, S.Sos., M.I.Kom	Ketua Tim Penguji	3,7	
2	Dr. YULIYANTO BUDI SETIAWAN, S.SOS,M.Si	Penguji Pendamping 1	3,6	
3	Drs. Gunawan Witjaksono, Msi	Penguji Pendamping 2	3,4	

telah diadakan sidang, dengan ini pada Dosen Penguji menetapkan LULUS (A, B, C, D)/GAGAL dengan revisi / tidak revisi.

Demikian Berita Acara ini dibuat untuk dapat dipergunakan seperlunya.

Semarang, 25 April 2024

Ketua Tim Penguji,

RETNO MANUHORO SETYOWATI, S.Sos., M.I.Kom  
NIS. 06557000606015

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

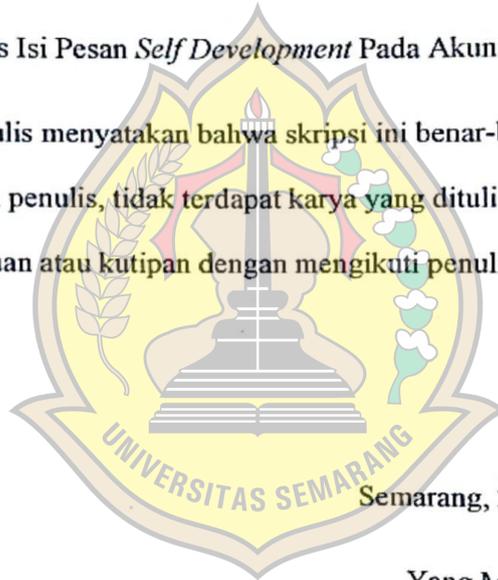
Nama : Jessenia Maysun

NIM : G.311.20.0046

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Judul : Analisis Isi Pesan *Self Development* Pada Akun Tiktok @brilionaire

Dengan ini penulis menyatakan bahwa skripsi ini benar-benar karya penulis. Sepanjang pengetahuan penulis, tidak terdapat karya yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti penulisan karya ilmiah yang lazim.



Semarang, 22 April 2024

Yang Menyatakan



Jessenia Maysun

NIM G.311.20.0046

## KATA PENGANTAR

Segala syukur dan puji hanya bagi Tuhan, oleh karena anugerah-Nya yang melimpah, kemurahan dan kasih setia yang besar akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Isi Pesan *Self Development* Pada Akun Tiktok @brilionaire” ini dapat diselesaikan guna memenuhi salah satu persyaratan dalam mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang. Oleh karena itu, dengan penuh kerendahan hati, pada kesempatan ini kiranya penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan anugerah dan kemudahan dalam penulisan skripsi ini.
2. Kepada Dr.Supari, S.T., M.T selaku Rektor Universitas Semarang
3. Kepada Prind Triajeng Pungkasanti, S.Kom., M.Kom, selaku Dekan Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang.
4. Kepada Edi Nurwahyu Julianto, S.Sos, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Semarang.
5. Kepada Retno Manuhoro Setyowati, S.Sos., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing yang dengan sabar membimbing peneliti dan telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan selama penyusunan skripsi.
6. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi

Penulis menyadari sepenuhnya penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, saran dan kritik dari semua pihak yang bersifat

membangun sangat saya harapkan. Akhirnya dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan pembacanya.

Semarang, 22 April 2024

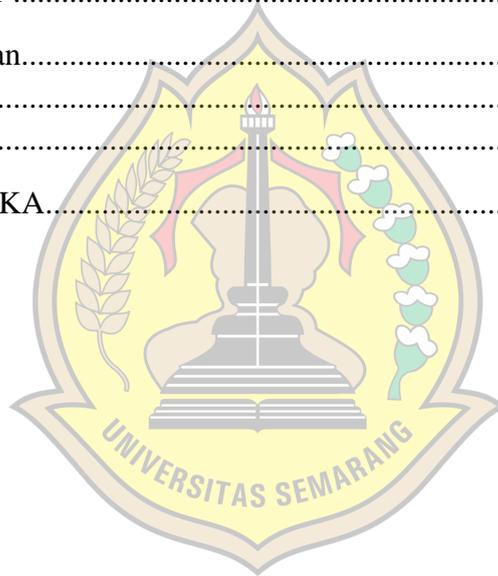
Penulis



## DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iv
SURAT PERNYATAAN .....	v
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR BAGAN .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
ABSTRAK .....	xiii
ABSTRAC .....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	18
1.3. Tujuan Penelitian .....	19
1.4. Manfaat Penelitian .....	19
BAB II KAJIAN TEORI .....	20
2.1. Analisis Isi .....	20
2.2. Pesan .....	22
2.3. TikTok Sebagai Media Penyampaian Isi Pesan .....	24
2.4. Pengembangan Diri atau <i>Self Development</i> .....	26
2.5. Teori Konstruksi Sosial Media Massa .....	27
2.6. Kerangka Berpikir .....	29
BAB III METODE PENELITIAN .....	31
3.1. Lokasi Penelitian .....	31
3.2. Bentuk dan Strategi Penelitian .....	31
3.3. Data dan Sumber Data .....	32
3.4. Teknik Penentuan Narasumber dan Objek .....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	36
3.6. Triangulasi Data .....	38

3.7. Teknik Analisis Data.....	41
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>43</b>
4.1. Gambaran Umum Penelitian .....	43
4.1.1. Akun TikTok @brilionaire .....	43
4.1.2. Konten Motivasi Pada Akun @brilionaire .....	45
4.2. Temuan Penelitian.....	47
4.3. Hasil dan Pembahasan.....	52
4.3.1. Konten akun yang disematkan @brilionaire .....	52
4.3.2. Konten akun yang disematkan dan penonton terbanyak .....	56
4.3.3. Konten akun dengan penonton terbanyak kedua.....	61
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Implikasi.....	70
5.3. Saran.....	71
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>72</b>



**USM**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 tabel perbandingan akun @brilionaire dengan akun lain.....	5
Tabel 1.2 tabel penelitian terdahulu .....	12
Tabel 3.1 perbandingan ketiga konten akun yang dipilih peneliti.....	39



USM

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Berpikir Penelitian .....	29
Bagan 3.1 Metode Penelitian.....	31



USM

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gambar tangkapan layar akun @brilionaire .....	2
Gambar 3.1 Gambar konten akun yang disematkan @brilionaire .....	34
Gambar 3.2 Gambar konten akun yang disematkan @brilionaire .....	35
Gambar 3.3 Gambar konten akun dengan penonton terbanyak... ..	36
Gambar 4.1.1 Profil TikTok @brilionaire.....	43
Gambar 4.1.2 Konten-konten akun @brilionaire .....	46
Gambar 4.2.1 Tangkapan layar isi percakapan perizinan.....	48
Gambar 4.2.2 Tangkapan layar kolom komentar .....	50
Gambar 4.2.3 Tangkapan layar kolom komentar .....	50
Gambar 4.2.4 Tangkapan layar kolom komentar .....	51
Gambar 4.2.5 Tangkapan layar kolom komentar .....	51
Gambar 4.3.1.1 postingan akun yang disematkan @brilionaire.....	52
Gambar 4.3.2.1 postingan akun yang disematkan dan populer .....	57
Gambar 4.3.3.1 postingan akun dengan penonton terbanyak kedua .....	62
Gambar 4.3.4.1 bukti wawancara .....	68
Gambar 4.3.4.2 bukti wawancara .....	68
Gambar 4.3.4.3 bukti wawancara .....	69
Gambar 4.3.4.4 bukti wawancara .....	69

## ABSTRAK

Di era modernisasi saat ini, adanya pembaruan media komunikasi dari masa ke masa yang dapat mempermudah masyarakat dalam menerima dan menyampaikan pesan walaupun di saat jarak yang cukup jauh. Salah satu platform media yang tengah viral dan sangat diminati akhir-akhir ini oleh banyak kalangan adalah aplikasi Tiktok. Media sosial atau medsos merupakan alat yang efektif untuk menyebarkan isi pesan, salah satunya yaitu pesan motivasi terkait *self development*. Menurut data, generasi Z memiliki mental yang lemah dibandingkan dengan generasi lain. Hal ini terjadi karena generasi Z lahir pada masa pertumbuhan media sosial yang sangat pesat sehingga banyak mengonsumsi media sosial.

Peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan teori konstruksi sosial media menurut Berger dan Luckman. Strategi penelitian ini, peneliti akan fokus menganalisis isi konten *self development* pada akun TikTok @brilionaire. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten-konten *self development* yang disajikan memiliki dampak positif terhadap minat dan keterlibatan penonton. Melalui analisis isi pesan yang dilakukan dengan menggunakan teori konstruksi media, terungkap bahwa konten-konten tersebut mampu menginspirasi, memberikan motivasi, dan merangsang pemikiran kritis pada penontonnya.

**Kata Kunci : TikTok, Self Development, Konstruksi Media**

## ABSTRAC

*In the current era of modernization, there are updates to communication media from time to time which can make it easier for people to receive and convey messages even when they are quite far away. One of the media platforms that is currently viral and is in great demand recently by many people is the Tiktok application. Social media or social media is an effective tool for spreading message content, one of which is motivational messages related to self-development. According to data, generation Z has a weak mentality compared to other generations. This happened because generation Z was born during a period of very rapid growth in social media, so they consumed a lot of social media.*

*Researchers used qualitative research using social media construction theory according to Berger and Luckman. In this research strategy, researchers will focus on analyzing the content of self-development content on the TikTok account @brilionaire. Data collection techniques in this research were carried out using observation, documentation and literature study. The results of this research show that the self-development content presented has a positive impact on audience interest and involvement. Through message content analysis carried out using media construction theory, it was revealed that this content was able to inspire, provide motivation and stimulate critical thinking in the audience.*

***Keywords: TikTok, Self Development, Media Construction***

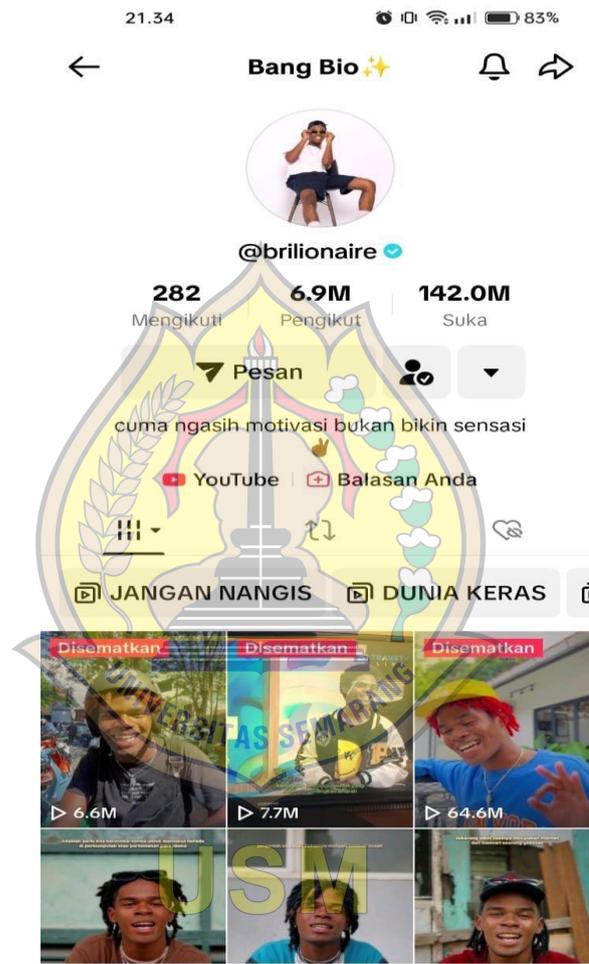
# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Di era modernisasi saat ini, teknologi semakin canggih di dalam bidang inovasi, termasuk halnya dengan alat media komunikasi. Adanya pembaharuan media komunikasi dari masa ke masa dapat mempermudah masyarakat dalam menerima dan menyampaikan pesan walaupun di saat jarak yang cukup jauh. Salah satu platform media yang tengah viral dan sangat diminati akhir-akhir ini oleh banyak kalangan adalah aplikasi Tiktok. Tiktok awalnya dikenal sebagai platform hiburan yang memberikan fitur kepada para penggunanya untuk dapat berekspresi dengan mengunggah video-video pendek. Seiring dengan perkembangan zaman, Tiktok menjadi media untuk menyampaikan pesan motivasi dan inspiratif. Berdurasi awalnya kurang lebih 15 detik dan sekarang sudah bisa berdurasi 3 menit, aplikasi ini menghadirkan special effects yang menarik dan mudah digunakan sehingga semua orang bisa menciptakan sebuah video yang keren dengan mudah. Akun motivasi dapat memiliki pengikut dari berbagai kalangan dan usia, menciptakan peluang untuk mencakup banyak orang dengan pesan positif dan menginspirasi, di antaranya adalah akun Tiktok @brilionaire. Abrilio Imanuel atau bisa dikenal dengan bang bio merupakan sosok dibalik akun Tiktok @brilionaire yang merupakan seorang model dan juga selebgram. Di Tiktok, Brilionaire hits karena suka membagikan kata-kata bijak dan juga kata-kata motivasi termasuk *self*

*development*. Lewat kontennya tersebut, kini akun TikTok Brilionaire sudah memiliki lebih dari enam juta followers dan pernah muncul di salah satu stasiun televisi yaitu Trans TV.



**Gambar 1.1**

**Gambar tangkapan layar akun @brilionaire**

Akun TikTok motivasi @brilionaire lebih unggul dari akun motivator lain dilihat dari followers, like dan juga frekuensi muncul di fyp. Selain itu, akun TikTok @brilionaire sering berinteraksi dengan viewers melalui kolom komentar. Akun TikTok @brilionaire menyampaikan isi pesan dengan cara yang unik. Ia memberikan kata-kata bijak dan kata-kata

motivasi yang membangun dengan menanggapi video-video random. Memberikan kata-kata yang menyentuh dapat memberikan dorongan positif, meningkatkan rasa percaya diri, menginspirasi, dan mengurangi perasaan putus asa yang seringkali terkait dengan gangguan kesehatan mental. Bahkan terdapat komentar yang menyatakan bahwa ia berterima kasih terhadap akun @brilionaire karena telah mengingatkan dan menginspirasi sehingga dapat meninggalkan hal yang buruk. Dengan menyebarkan pesan-pesan positif ini, akun @brilionaire dapat membantu mengurangi keresahan-keresahan mengenai kesehatan mental dan memberikan dukungan bagi mereka yang membutuhkan. Terkadang Abrilio juga berbagi pengalaman pribadi terkait dengan yang pernah ia alami sehingga dapat menciptakan kedekatan emosional dengan pengikutnya. Ini membantu menghilangkan stigma dan memperlihatkan bahwa mereka bukanlah satu-satunya yang mengalami kesulitan. Kata-kata motivasi yang disampaikan oleh akun TikTok @brilionaire menjadi lebih berarti dan membuat semangat bagi para penonton atau pengikutnya, sehingga motivasi dari Bang Bio memiliki pengaruh bagi penontonnya.

Berikut merupakan tabel perbandingan akun @brilionaire dengan akun motivasi yang lain :

Nama akun	Bahasa yang digunakan (formal/santai)	Frekuensi posting	Jumlah pengikut	Interaksi dengan pengikut	Isi konten	Like
@brilionaire	Bahasa santai	Sebulan 3-5 kali posting	6,8M	Sering membalas konten viewers	Konten motivasi dan konten menginspirasi	136,7M
@lovlavina	Bahasa santai	Sebulan 3-5 kali posting	356,4K	Jarang menjawab komen viewers	Konten motivasi	17,3M
@mayderuyter	Bahasa formal	Sebulan 3-5 kali posting	704,8K	Terkadang menjawab komen viewers	Konten tips and trik, konten motivasi	12,3M

@danilsapt	Bahasa santai	Sebulan 6-8 kali posting	4,4M	Jarang membalas komen viewers	Konten kata- kata motivas i	59,8M
@chikology	Bahasa formal	Semingg u sekali posting	192K	Terkadang menjawab komen viewers	Konten edukasi psikolo gi	3,5M

*Tabel 1.1*

*Tabel perbandingan akun @brilionaire dengan akun motivasi yang lain*

*Sumber : prareset peneliti*

Akun-akun yang diperbandingkan adalah akun serupa dengan isi atau konten yang sama-sama memuat motivasi pada viewers nya. Penulis mengambil akun-akun tersebut dengan pertimbangan sesuai kriteria yaitu jenis konten, frekuensi posting, jumlah pengikut, like, isi konten, dan interaksi dengan pengikutnya. Dari tabel tersebut tampak bahwa akun @brilionaire mempunyai kelebihan dibandingkan dengan akun-akun yang lain sehingga peneliti memutuskan untuk mengambil akun @brilionaire. Berdasarkan data pra-reset dari peneliti dengan melakukan observasi, akun TikTok @brilionaire kebanyakan dijangkau oleh generasi z. Hal ini dapat dilihat dari komen-komen pada konten akun @brilionaire dan topik-topik yang paling diminati oleh generasi Z. Contohnya yaitu topik tentang *self*

*love*, cita-cita, motivasi diri, pengembangan diri, dan juga percintaan. Konten tersebut berupa kutipan inspiratif dan cuplikan video menyentuh, hal tersebut disukai oleh generasi Z.

Manusia merupakan elemen penting dalam suatu kehidupan yang perlu beradaptasi dengan terus berusaha melakukan perubahan dan pengembangan diri untuk meningkatkan kualitas individu dan hidup yang lebih baik. Proses pengembangan diri ini dapat diwujudkan dengan melakukan kegiatan-kegiatan yang mampu meningkatkan kemampuan dan pengetahuan diri seperti misalnya dengan mempelajari hal baru, mengembangkan minat dan bakat, meningkatkan karier, dan meningkatkan hubungan sosial atau kecerdasan emosional (Manojkumar & Prasanth, 2022). Di era modern seperti saat ini seseorang dapat meningkatkan pengembangan diri dengan memperkaya ilmu pengetahuan terkait *self development* melalui perantara media sosial sebagai media yang menyediakan suatu penciptaan dan pertukaran terhadap konten yang dibuat oleh para pengguna atau yang biasa disebut sebagai *user generated content* (Nugroho, 2020). Media sosial merupakan alat penyampai isi pesan salah satunya yaitu TikTok. Dibantu oleh para pembuat konten atau yang biasa disebut dengan *content creator*, TikTok dapat menghadirkan beragam jenis konten dalam bentuk video dengan berbagai macam variasi konten mulai dari hiburan, motivasi, edukasi, komedi, *daily activity*, tips and trick, dll. Akun TikTok @brilionaire sebagai salah satu contoh *content creator* yang aktif mengedukasi para *viewersnya* mengenai hal-hal yang berkaitan

dengan motivasi termasuk *self development* melalui akun TikTok pribadi miliknya.

Populasi dunia yang terus berkembang menciptakan beberapa generasi. Mulai dari Generasi Baby Boomers (1946-1960) hingga generasi yang memiliki peran vital saat ini yakni Generasi Z atau Gen Z (1995-2010). Generasi Z merupakan generasi pertama yang sejak dini sudah terpapar oleh teknologi. Teknologi-teknologi tersebut berupa komputer atau media elektronik lainnya seperti telepon seluler, jaringan internet, bahkan aplikasi media sosial. Generasi Z dibesarkan dengan web sosial, mereka berpusat pada digital dan teknologi adalah identitas mereka (Singh & Dangmei, 2016). Lahir dan dibesarkan seiring dengan kemajuan-kemajuan dalam dunia digital ini membuat Gen Z berbeda dengan generasi sebelumnya. Perbedaan yang sangat mencolok dari generasi Z dengan generasi lainnya ialah penggunaan telepon seluler. Penggunaan akses internet dengan mudah melalui telepon seluler seiring hidup di era globalisasi pada Gen Z menghasilkan generasi yang dependen dengan internet. Dampak dari kemudahan dalam mengakses internet menciptakan internet sebagai sumber referensi utama dalam mencari suatu informasi. Penggunaan media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, hingga TikTok dipenuhi oleh berbagai generasi. Jika Facebook lebih sering digunakan oleh Generasi X, maka TikTok lah yang didominasi oleh Generasi Z.

Menurut data dari JakPat (jejak pendapat) ada 24.1% Generasi X (kelahiran 1965-1980) yang merasa mengalami gangguan kesehatan mental.

Disusul dengan Millennial (kelahiran 1981-1996) 39.8%. Paling tinggi diduduki oleh Gen Z (kelahiran 1997-2012) dengan presentase 59.1%. Dari keseluruhan orang yang merasa terganggu kesehatan mentalnya, hanya 24.4% saja yang pergi ke ahlinya untuk berkonsultasi. Sedangkan 75.6% lainnya belum pernah pergi ke psikolog/psikiater. Menurut Jayme (dikutip dalam Kalia, 2013), Jayme menyatakan bahwa jejaring media sosial dalam kalangan remaja merupakan bagian dari budaya mereka. Orang tua atau guru tidak dapat mengharapkan remaja meninggalkan Internet dan berkembang dalam masyarakat modern, karena komputer, teknologi, Internet, dan jaringan sosial digunakan dalam semua aspek kehidupan modern, bahkan di tempat kerja. Hal ini yang menyebabkan gen Z dianggap kecanduan dengan media sosial. Semakin sering mengakses media sosial, semakin sering pula terpapar mekanisme perbandingan sosial. Pengguna akan semakin merasa iri dan merasa kecil terhadap orang lain. Perasaan negatif ini apabila terus menumpuk dapat menyebabkan depresi. Berdasarkan jurnal sosial dan teknologi (SOSTECH) bahwa penggunaan media sosial merupakan salah satu faktor yang berpengaruh dalam menimbulkan gejala depresi hingga ide bunuh diri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa individu dengan usia muda atau gen z (14,8%) memiliki kemungkinan untuk mengalami depresi lebih tinggi dibandingkan dengan orang dewasa (8,4%) (*Junior, Mental Emotional Symptoms' determinants Of High, 2017*).

Menurut Survei Kesehatan Mental Remaja Nasional (I-NAMHS), hanya 2,6% dari remaja yang memiliki masalah kesehatan mental menggunakan fasilitas kesehatan, sementara sekitar 34,9% remaja diperkirakan mengalami masalah kesehatan mental. Selain itu, hanya 4,3% orang tua atau pengasuh remaja yang merasa anak mereka membutuhkan bantuan kesehatan mental, padahal prevalensinya diperkirakan sekitar 34,9%. Hal ini menunjukkan perlunya peningkatan kesadaran, akses, dan kualitas layanan kesehatan mental di Indonesia. Faktor seperti stigma, literasi kesehatan mental, dan kurangnya akses terhadap layanan kesehatan mental juga turut memengaruhi rendahnya kesadaran akan kesehatan mental di kalangan remaja. Survei juga menunjukkan bahwa layanan kesehatan mental masih terbatas, dengan hanya 40% dari rumah sakit umum dan 50% dari puskesmas yang memberikan layanan kesehatan mental. Selain itu, jumlah psikiater di Indonesia juga masih jauh di bawah standar WHO, yaitu hanya 1 psikiater untuk setiap 200.000 penduduk. Oleh karena itu, kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah dalam meningkatkan kesadaran dan akses terhadap layanan kesehatan mental menjadi sangat penting. Dengan adanya data-data ini, dapat disimpulkan bahwa kesadaran akan kesehatan mental di kalangan remaja Indonesia masih perlu ditingkatkan, dan langkah-langkah konkret perlu diambil untuk meningkatkan akses dan kualitas layanan kesehatan mental di Indonesia. Hal ini menyebabkan banyaknya bermunculan akun-akun motivasi salah satunya akun motivasi dalam TikTok pada akun @brilionaire.

Mengakses media sosial terlalu sering dapat menyebabkan membandingkan dengan kehidupan orang lain di media sosial merupakan faktor yang meningkatkan tingkat stress. Di samping itu, tekanan dari sistem pendidikan yang sangat kompetitif dan harapan untuk sukses di sekolah bisa memberikan beban besar pada Gen Z. Mereka merasa harus meraih nilai tinggi, masuk ke perguruan tinggi terkemuka, dan meniti karier yang sukses, yang seringkali memunculkan tekanan yang berat. Data dari *American Psychological Association* menunjukkan bahwa 83% remaja mengalami tekanan akademik yang terlalu tinggi. Remaja yang mengalami tekanan akademik yang berlebihan memiliki risiko lebih tinggi untuk mengalami stres. Ketidakpastian ekonomi dan pekerjaan juga menjadi beban bagi Gen Z. Mereka merasa tertekan untuk menemukan pekerjaan yang stabil serta membangun karier di era perubahan teknologi yang cepat. Menurut laporan dari *National Alliance on Mental Illness*, 75% remaja melaporkan bahwa kekhawatiran akan masa depan mereka, termasuk ketidakpastian ekonomi dan pekerjaan, merupakan sumber stres yang signifikan.

Menurut penelitian dari Rr Allesandra Batya (Mahasiswa Psikologi Universitas Airlangga) meskipun terhubung secara digital, generasi Z melaporkan tingkat kesepian yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Teknologi yang serba canggih dapat memisahkan individu dari interaksi sosial yang nyata, dan tekanan sosial yang terus menerus dapat berdampak pada kesehatan mental mereka. Generasi Z seringkali mengalami ketidakseimbangan antara kehidupan pribadi dan

digital. Teknologi yang canggih memungkinkan ketergantungan yang tinggi pada perangkat seluler dan waktu yang banyak dihabiskan di media sosial. Hal ini dapat mengganggu tidur, aktivitas fisik, dan interaksi sosial yang lebih sehat. Menurut studi yang dilakukan oleh *National Eating Disorders Association*, 70% remaja perempuan di Amerika menganggap bahwa media sosial memiliki peran dalam membentuk persepsi mereka terhadap tipe tubuh yang dianggap "ideal". Standar kecantikan yang berlebihan, yang mengedepankan stereotip sosial terkait dengan bentuk tubuh tertentu, telah dikaitkan dalam penelitian dengan gangguan makan, gejala depresi, kecemasan, dan persepsi negatif terhadap citra tubuh di kalangan generasi Z. Menurut *National Eating Disorders Association*, dampak buruk media sosial terhadap harga diri dan citra tubuh terjadi pada 70% responden Gen Z. Menurut penelitian, pengguna Gen Z yang menghabiskan lebih dari dua jam setiap hari di media sosial lebih cenderung melaporkan memiliki masalah citra tubuh yang buruk.

Setiadi (2020) menyebutkan bahwa media sosial atau medsos merupakan alat yang efektif untuk menyebarkan isi pesan. Isi pesan yang tentunya dapat mengurangi atau mereduksi keresahan-keresahan terkait gangguan kesehatan mental. Akun-akun motivasi di media sosial dapat memainkan peran penting dalam menyebarkan pesan untuk mengurangi keresahan mengenai kesehatan mental, namun perlu diimbangi dengan pemahaman akan dampak negatif yang mungkin timbul dari penggunaan media sosial secara berlebihan. Media sosial merupakan sebuah media

online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, berinteraksi, berdiskusi, berkolaborasi dan menciptakan isi dengan berbagai jenis platform yang tersedia (Cahyono, 2016). Adapun platform yang sering digunakan antara lain TikTok, Instagram, Youtube, Facebook, Whatsapp, dan lain-lain. Media sosial dapat diartikan sebagai media yang diberdayakan oleh individu maupun korporasi untuk berbagi informasi maupun berinteraksi secara langsung dengan pengguna lainnya dan dapat terkoneksi dengan dengan media lainnya (Cakranegara & Susilowati, 2017). Media sosial didesain untuk memperluas interaksi sosial manusia menggunakan internet dan teknologi web. Sehingga interaksi dapat dilakukan tanpa batasan ruang dan waktu. Selain itu media sosial melakukan transformasi manusia dari pengguna isi pesan menjadi pembuat pesan itu sendiri (Doni, 2017).

Sebelumnya pernah ada penelitian yang membahas mengenai analisis isi pesan dari media sosial terkait yang digunakan. Referensi hasil penelitian terdahulu berupa skripsi dan jurnal yang peneliti kira dapat dijadikan tolak ukur dalam berjalannya penelitian ini. Berikut merupakan tabel beberapa penelitian terdahulu, diantaranya :

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode yang digunakan</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Kaitan Penelitian</b>
Mara Zalfa (2021)	Analisis Resepsi Follower	Pendekatan yang digunakan	Hasil penelitian ini yaitu	Pembaruan dari penelitian ini yaitu teori yang digunakan

	<p>TikTok</p> <p>Dalam</p> <p>Membangun</p> <p>Self</p> <p>Development</p> <p>Pasca</p> <p>Pandemi</p> <p>Covid 19</p> <p>(Studi Kasus</p> <p>TikTok</p> <p>@ananzapril)</p>	<p>dalam</p> <p>penelitian ini</p> <p>adalah</p> <p>pendekatan</p> <p>kualitatif</p> <p>dengan teknik</p> <p>pengumpulan</p> <p>data melalui</p> <p>wawancara.</p>	<p>perbedaan</p> <p>pemaknaan</p> <p>yang diterima</p> <p>oleh</p> <p>informan</p> <p>dilatar</p> <p>belakangi</p> <p>oleh</p> <p>pengalaman,</p> <p>tipe</p> <p>kepribadian</p> <p>antara</p> <p>introvert</p> <p>dengan</p> <p>extrovert,</p> <p>profesi yang</p> <p>ditekuni, dan</p> <p>sensitivitas</p> <p>informan</p> <p>terhadap</p> <p>perasaan</p> <p>insecure serta</p> <p>overthinking.</p>	<p>dan juga penelitian</p> <p>tersebut</p> <p>menganalisis secara</p> <p>resepsi.</p>
--	--	--	---	---

<p>Early Arfian Rafliant o (2022)</p>	<p>Analisis Resepsi Remaja Terhadap Isi Pesan Konten Self Improvement Pada Instagram Stories @Ariefmuhammad</p>	<p>Penelitian ini menggunakan pendekatan teori Encoding-Decoding Stuart Hall Pendekatan penelitian ini adalah kualitatif dengan metode analisis resepsi.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa terjadi berbagai macam perbedaan sudut pandang yang diberikan oleh masing-masing informan terkait konten self improvement pada Instagram Stories Arief Muhammad.</p>	<p>Pembaruan dari penelitian ini objek yang diteliti, peneliti akan menjadikan konten akun TikTok @brilionaire sebagai objek penelitian</p>
<p>Reza Putri (2021)</p>	<p>Analisis Isi Konten Edukasi Funfact</p>	<p>Dalam penelitian ini penulis menggunakan</p>	<p>Pada konten edukasi akun TikTok @buiramira,</p>	<p>Penelitian ini memfokuskan mengenai edukasi terkait skripsi.</p>

	<p>Pada Akun Tiktok @Buiramira</p>	<p>metode analisis isi deskriptif kualitatif dengan menggunakan teknik pengumpulan data melalui observasi dan dokumentasi</p>	<p>edukasi yang digunakan Ira dalam media sosial Tik Tok menggunakan gaya belajar edutainment, yaitu gabungan kata dari edukasi dan entertainmen t (hiburan) yang mana mengacu pada hiburan yang mendidik atau Pendidikan yang</p>	<p>Konten tersebut terbagi menjadi dua tema, yaitu tema proses pengerjaan skripsi dan tema pelaksanaan sidang skripsi dan terbagi menjadi dua ketegori, yaitu kategori tips dan diskusi. Sedangkan peneliti meneliti dan menganalisis akun motivasi <i>self development</i>.</p>
--	------------------------------------	---	--	--

			menyenangkan.	
Nur Afifah Kharina (2021)	Microblog Pada Instagram Sebagai Media Informasi Pengembangan Diri (Analisis Isi Pada Akun Instagram @Satupersenofficial)	Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan adalah postingan microblog @satupersenofficial pada bulan Desember 2020. Selanjutnya penulis melakukan observasi dan	Hasil dari penelitian ini adalah tampilan microblog @satupersenofficial yang tidak menggunakan elemen desain komunikasi visual fotografi di dalamnya. Hanya menggunakan tipografi, simbolisme, ilustrasi, dan warna.	Pembaruan penelitian ini yaitu penelitian ini menyebarkan pesan-pesan motivasi menggunakan microblog pada media sosial Instagram.

		dokumentasi pada microblog @satupersenof ficial.		
Firli Aulia (2023)	Analisis Isi Pesan Self Confidence Pada Film Imperfect :Karir, Cinta Dan Timbangan	Teori yang mendukung penelitian ini yaitu teori kepercayaan diri Lauster. Dengan metode penelitian analisis isi Holsti, dan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu teknik sekunder, serta	Hasil pada penelitian ini yaitu terdapat dua puluh dua adegan isi pesan self confidence pada film Imperfect : karir, cinta, dan timbangan yang dibagi menjadi enam isi pesan aspek kepercayaan diri Lauster yaitu	Pembaruan dalam penelitian ini yaitu penelitian yang akan diteliti dengan menggunakan media sosial TikTok dan perbedaan dalam konteks penelitan yaitu <i>self development.</i>

		menggunakan observasi <i>non          participant</i> .	terdapat dua adegan aspek optimisme, delapan adegan aspek toleransi, empat adegan aspek keyakinan pada diri sendiri, tiga adegan aspek rasa aman, dua adegan aspek ambisi normal, dan tiga adegan aspek kemandirian.	
--	--	--	--	--

**Tabel 1.2**

**Tabel Penelitian Terdahulu**

**1.2. Perumusan Masalah**

Bagaimana analisis isi konten self development pada akun TikTok

@brilionaire.

### 1.3. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui isi pesan konten *self development* akun TikTok @brilionaire.

### 1.4. Manfaat Penelitian

#### 1.4.1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dari penelitian "Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun Tiktok @Brilionaire" meliputi kontribusi terhadap pemahaman teori komunikasi, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial untuk menyebarkan isi pesan termasuk motivasi. Selain itu, penelitian ini juga dapat memberikan wawasan baru mengenai strategi komunikasi yang efektif di platform TikTok.

#### 1.4.2. Manfaat Praktis

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pengguna TikTok yang ingin membangun citra merek atau konten kreator untuk mengoptimalkan penggunaan platform TikTok dalam menyebarkan pesan motivasi. Selain itu, pemilik akun atau konten kreator juga dapat memanfaatkan temuan penelitian ini untuk meningkatkan kualitas konten yang mereka hasilkan.

## BAB II

### KAJIAN TEORI

#### 2.1. Analisis Isi

Analisis isi adalah metode penelitian yang menganalisis teks, dalam pandangan Krippendorff (2013, hlm. 22) bahwa penelitian tentang teks adalah kualitatif *“ultimately, all reading texts is qualitative, even when certain characteristics of a text are later converted into numbers”*. Penggunaan angka dalam membuat metode analisis isi akan berhubungan dengan angka, tetapi segala sesuatu yang berhubungan dengan teks adalah kualitatif. Metode analisis isi adalah metode kualitatif *“Penelitian ini meneliti buku teks dan materi tertulis yang berisi informasi tentang peristiwa yang ditargetkan, menggunakan kasus analisis dan metode penelitian kualitatif untuk proses review dokumen”* (Soleymanpour, 2009:78). Penelitian yang menguji buku teks dan material tulisan dalam buku teks yang mengandung informasi untuk diteliti, penelitian ini menggunakan analisis kasus dan metode penelitian kualitatif untuk dokumen.

Pendapat lain dikemukakan oleh Krippendorff, *“Content analysis is a research technique for making replicable and valid inferences from texts ( or other meaningful matter) to the contexts of their use (Krippendorff, 2004:24)”*. Isi itu sendiri menurut pendapat Maleki (2007:67) adalah *“it consists of facts, explanations, principles, definitions (knowledge), skills and processes and values that are regulated in codified set”*. Isi terdiri dari

fakta, penjelasan, prinsip, definisi (pengetahuan), keterampilan dan proses dan nilai-nilai yang diatur dalam set yang terkodifikasi. Menurut Berelson analisis isi adalah sebuah penelitian yang bersifat objektif, sistematis dan menggunakan deskripsi kuantitatif yang merupakan manifestasi komunikasi. Dalam melakukan deskripsi analisis isi pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Analisis isi diartikan sebagai pengujian yang sistematis dan dapat direplika dari simbol-simbol komunikasi, di mana simbol ini diberikan nilai numerik berdasarkan pengukuran yang valid, dan analisis menggunakan metode statistic untuk menggambarkan isi komunikasi, menarik kesimpulan dan memberikan konteks, baik produksi maupun konsumsi (Riffe,Lacy dan Fico, 1998:20). Penggunaan analisis isi ditujukan untuk mengidentifikasi secara sistematis isi komunikasi yang tampak (manifest) dan dilakukan secara objektif, valid, reliabel dan dapat direplika.

Guba dan Lincoln (Satori dan Komariah, 2009:157) mengemukakan lima prinsip dasar analisis isi. (1) Proses mengikuti aturan. Setiap langkah dilakukan atas dasar aturan dan prosedur yang disusun secara eksplisit. (2) Analisis isi adalah proses sistematis. Hal ini berarti dalam rangka pembentukan kategori sehingga memasukkan dan mengeluarkan kategori dilakukan atas dasar aturan yang taat asas. (3) Analisis isi merupakan proses yang diarahkan untuk menggeneralisasi. (4) Analisis isi mempersoalkan isi yang termanifestasikan. Jadi, jika peneliti akan menarik kesimpulan harus berdasarkan isi suatu dokumen yang termanifestasikan.

(5) Analisis isi dapat dianalisis secara kuantitatif, namun hal itu dapat pula dilakukan dengan analisa kualitatif. Langkah-langkah atau prosedur analisis isi ini dijelaskan pula oleh Fraenkel dan Wallen (2007: 485) sebagai berikut: (1) Peneliti memutuskan tujuan khusus yang ingin dicapai. (2) Mendefinisikan istilah -istilah yang penting harus dijelaskan secara rinci. (3) Mengkhususkan unit yang akan dianalisis (4) Mencari data yang relevan (5) Membangun rasional atau hubungan konseptual untuk menjelaskan bagaimana sebuah data berkaitan dengan tujuan. (6) Merencanakan penarikan sample (7) Merumuskan pengkodean kategori.

## 2.2. Pesan

Pesan adalah sesuatu yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan melalui proses komunikasi (Tasmara, 1987: 7). Sedangkan pesan dalam buku pengantar Ilmu Komunikasi yang ditulis oleh Hafied (2004: 14), bahwa pesan adalah serangkaian isyarat/symbol yang diciptakan oleh seseorang untuk maksud tertentu dengan harapan bahwa penyampaian isyarat/symbol itu akan berhasil dalam menimbulkan sesuatu. Komunikasi dalam kehidupan manusia terasa sangat penting, karena dengan komunikasi dapat menjembatani segala bentuk ide yang akan disampaikan seseorang. Dalam setiap melakukan komunikasi unsur penting diantaranya adalah pesan, karena pesan disampaikan melalui media yang tepat, bahasa yang di mengerti, kata-kata yang sederhana dan sesuai dengan maksud, serta tujuan pesan itu akan disampaikan dan mudah dicerna oleh komunikan. Adapun pesan itu menurut Onong Effendy,

menyatakan bahwa pesan adalah : “suatu komponen dalam proses komunikasi berupa paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa/lambang-lambang lainnya disampaikan kepada orang lain”. (Effendy, 1989:224).

Onong Uchjana juga mengatakan dalam bukunya Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek) (2007: 18), pesan dapatdiartikan pernyataan yang 18 dihadirkan dalam bentuk lambanglambang/symbol-simbol yang mempunyai arti. Hal tersebut dapat terbentuk melalui beberapa, unsur diantaranya :

- a. Verbal simbol diucapkan/tertulis.
- b. Non verbal simbol disampaikan tertulis dan diucapkan juga dalam bentuk gerak-gerak garis dan isyarat/ gambar lukisan dan warna.

Jadi, pesan merupakan suatu hal yang dijadikan sebagai isyarat dalam kegiatan berkomunikasi, karena dengan suatu pesan hubungan komunikasi seseorang dengan lainnya akan berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pesan dapat dimengerti dalam tiga unsur yaitu kode pesan, isi pesan dan wujud pesan.

- a. Kode pesan adalah sederetan simbol yang disusun sedemikian rupa sehingga bermakna bagi orang lain. Contoh bahasa Indonesia adalah kode yang mencakup unsur bunyi, suara, huruf dan kata yang disusun sedemikian rupa sehingga mempunyai arti.

- b. Isi pesan adalah bahan untuk atau materi yang dipilih yang ditentukan oleh komunikator untuk mengomunikasikan maksudnya.
  - c. Wujud pesan adalah sesuatu yang membungkus inti pesan itu sendiri, komunikator memberi wujud nyata agar komunikan tertarik akan isi pesan didalamnya.
- (Siahaan,1991:62).

### **2.3. TikTok Sebagai Media Penyampaian Isi Pesan**

TikTok adalah media baru yang dapat digunakan sebagai penyampai pesan. TikTok awalnya merupakan platform hiburan namun sekarang berkembang sebagai alat untuk menyampaikan pesan, termasuk pesan edukatif maupun pesan sosial. Media baru atau new media merupakan istilah yang digunakan untuk berbagai teknologi komunikasi dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011:148). Banyak pergeseran penting yang terjadi dalam proses penyampaian pesan melalui media. Selama ini media merupakan sumber utama informasi kemudian informasi tersebut dipublikasikan secara satu arah kini media sendiri menjadi jauh lebih interaktif (Nasrullah, 2014:1). Pada era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi merupakan sesuatu yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan ini. Teknologi dapat mempermudah kehidupan manusia, beserta cara baru dalam melakukan aktivitas setiap individu. Dengan demikian dapat menjadikan internet sebagai sarana komunikasi utama yang sangat

diminati oleh manusia. Manusia memanfaatkan media komunikasi yang tersedia untuk mencari informasi terkini. Termuat juga di dalamnya pemakaian internet yang merupakan salah satu bentuk media baru. Media baru muncul dan dengan bantuan teknologi memuat bagian yang menampilkan berbagai berita (Knight & Alexis, 2009).

Salah satu media sosial yang populer saat ini ialah TikTok. Fitur utamanya ialah untuk melihat konten-konten video yang muncul dalam fitur For You Page, serta memberikan feedback berupa like, comment dan share pada pengguna lainnya. Pengguna Tiktok bahkan mampu mengunggah kontennya sendiri, dan melakukan duet dengan konten lainnya. Hal inilah yang mendasari bahwa TikTok menjadi aplikasi populer saat ini, bahkan menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh sepanjang masa. TikTok memiliki karakteristik media baru, yang juga merupakan bentuk perkembangan teknologi internet yakni media sosial. Pengguna TikTok dapat berkarya memproduksi konten-konten kreatif yang tentunya dapat menguntungkan. Aplikasi ini begitu bermanfaat bagi para konten kreator., dalam aplikasi ini kita sebagai pembuat konten atau pengguna atau kita hanya Ingin melihat video - video yang ada diaplikasi yang bersifat menghibur bisa mendapat timbal balik dimana kita bisa saling berkomunikasi dan menyampaikan suatu pesan yang bermanfaat tentunya (Wuwungam, 2021:2).

TikTok, yang pada awalnya dikenal sebagai platform hiburan yang didominasi oleh video pendek kreatif, telah melampaui perannya sebagai

media hiburan belaka. Saat ini, TikTok menjadi media untuk menyampaikan pesan motivasi dan inspiratif. Melalui video pendeknya, TikTok memberikan panggung bagi para kreator untuk membagikan cerita inspiratif, kutipan motivasi, dan pesan-pesan positif yang dapat mendorong dan memotivasi *viewersnya*. Berbagai tren di TikTok sering kali mencakup konten yang bersifat membangkitkan semangat dan menyediakan kata-kata motivasi. Dengan menggunakan video dengan musik, TikTok membawa pesan motivasi ke dalam format yang menarik dan dapat diterima oleh generasi Z. Perubahan ini mencerminkan kemampuan TikTok untuk menjadi lebih dari sekadar platform hiburan, melainkan menjadi saluran yang efektif untuk menyampaikan pesan positif dan memberikan dukungan emosional kepada *viewers*.

#### **2.4. Pengembangan Diri atau *Self Development***

Pengembangan diri merupakan suatu upaya seseorang dalam meningkatkan daya saing hidup. Pengembangan diri akan mengarahkan manusia untuk menciptakan peradaban. Proses lahirnya sebuah peradaban didasari oleh nilai budaya yang tinggi. Pencipta budaya adalah para intelektual yang didasari oleh pengembangan ilmu dengan benar. Dalam penelitian yang dilakukan oleh (Almas et al., 2020) terdapat tiga indikator dalam pengembangan diri, yakni yang pertama adalah penilaian diri. Penilaian diri ini dilakukan untuk mengukur kompetensi seseorang seperti, penguasaan pengetahuan, mengetahui ataupun menerima kelebihan serta kekurangan yang ada pada diri (Almas et al., 2020). Indikator yang kedua

yakni ialah refleksi diri, dimana hal ini merupakan sebuah proses introspeksi diri serta analisis terhadap diri sendiri mengenai kebiasaan, perasaan, maupun keputusan-keputusan selama menjalani kehidupan sehari-hari (Kayutsha, 2020). Indikator yang terakhir ialah tindakan pengembangan diri, dimana seseorang harus memiliki sebuah tindakan yang dilakukan untuk meningkatkan kemampuan diri. Hal yang dapat dilakukan ini mencakup kegiatan pengembangan dalam hal penetapan tujuan hidup, kemampuan organisasi, kemampuan manajemen waktu, kepemimpinan, dan kemampuan lainnya yang ada pada diri seseorang (Almas et al., 2020). Disisi lain perkembangan teknologi merupakan sebuah tantangan yang tidak bisa dihentikan dalam kehidupan manusia. Dalam hal ini perkembangan teknologi harus bisa dimanfaatkan dengan cara yang cerdas, sehingga menjadi alat bagi kita dalam mengembangkan potensi diri. Dalam hal ini perlu dipahami dalam kehidupan ini kita tidak perlu menentang diri terhadap perkembangan teknologi khususnya dalam bentuk teknologi komunikasi. Namun disini dituntut kita untuk bisa memanfaatkan teknologi komunikasi secara cerdas. Walaupun perkembangannya semakin hari semakin canggih.

## **2.5. Teori Konstruksi Sosial Media Massa**

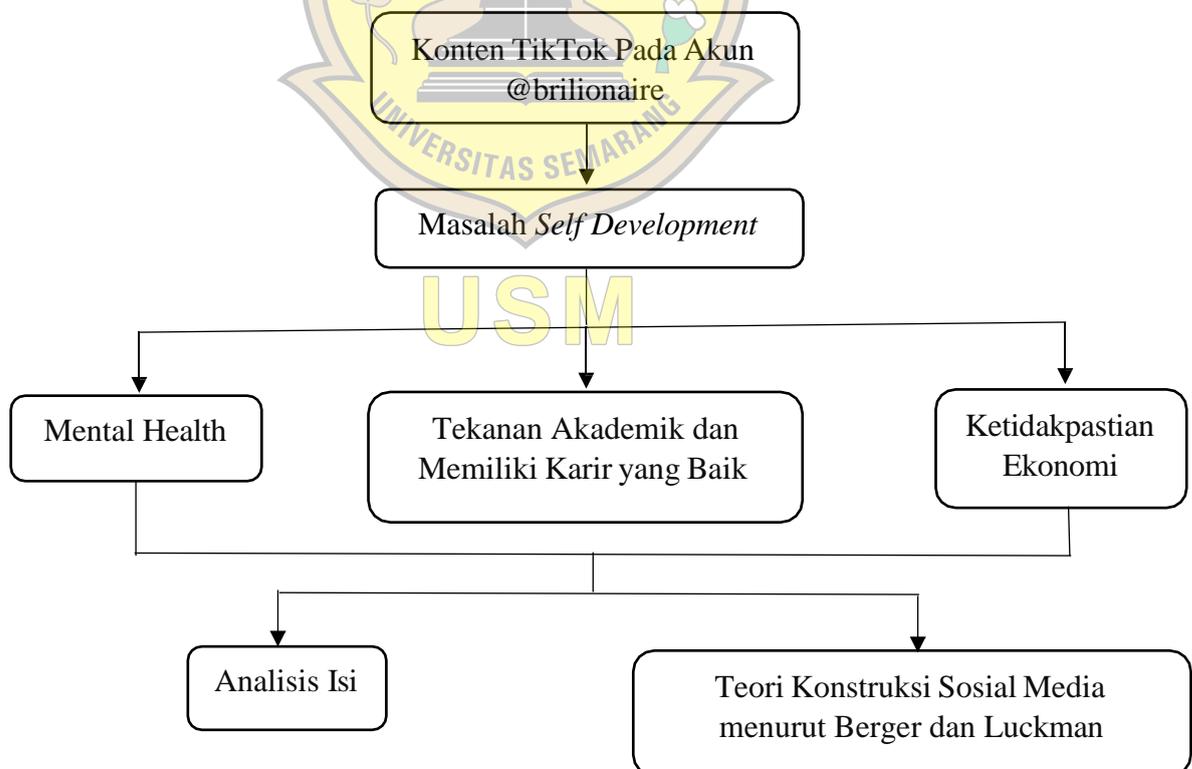
Gagasan teori konstruksi realitas sosial pertama kali diperkenalkan oleh Peter Berger bersama Thomas Luckmann dalam bukunya yang berjudul *The Social Construction of Reality*, atau bila diterjemahkan sebagai “pembentukan realitas secara sosial”. Berger dan Luckmann

menyatakan dalam buku Littlejohn bahwa pengertian dan pemahaman kita terhadap sesuatu muncul akibat komunikasi dengan orang lain. Realitas sosial sesungguhnya tidak lebih dari sekedar hasil konstruksi sosial dalam komunikasi tertentu. (Littlejohn, 2001: 175-176). Bungin kemudian menjelaskan bahwa pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Proses ini terjadi antara individu satu dengan lainnya di dalam masyarakat. Bangunan realitas yang tercipta karena proses sosial tersebut adalah objektif, subjektif, dan simbolis atau intersubjektif. (Bungin, 2007: 202).

Realitas objektif adalah realitas yang terbentuk dari pengalaman di dunia objektif yang berada di luar diri individu, dan realitas ini dianggap sebagai kenyataan. Realitas simbolis merupakan ekspresi simbolis dari realitas objektif dalam berbagai bentuk. Realitas subjektif adalah realitas yang terbentuk sebagai proses penyerapan kembali realitas objektif dan simbolis ke dalam individu melalui proses internalisasi (Bungin, 2007: 192). Eksternalisasi (penyesuaian diri), sebagaimana yang dikatakan Berger dan Luckmann merupakan produk-produk sosial dari eksternalisasi manusia yang mempunyai suatu sifat yang sui generic dibandingkan dengan konteks organismus dan konteks lingkungannya, maka penting ditekankan bahwa eksternalisasi itu sebuah keharusan antropologis yang berakar dalam perlengkapan biologis manusia. Keberadaan manusia tak mungkin berlangsung dalam suatu lingkungan interioritas yang tertutup

dan tanpa gerak. Manusia harus terus-menerus mengeksternalisasikan dirinya dalam aktivitas. (Berger dan Luckman, 1990: 75) Objektivasi. Tahap objektivasi produk sosial, terjadi dalam dunia intersubjektif masyarakat yang dilembagakan. Pada tahap ini sebuah produk sosial berada pada proses institusionalisasi, sedangkan individu oleh Berger dan Luckmann, dikatakan memanifestasikan diri dalam produk-produk kegiatan manusia yang tersedia, baik bagi produsen-produsennya, maupun bagi orang lain sebagai unsur dari dunia bersama. Objektivasi ini bertahan lama sampai melampaui batas tatap muka di mana mereka dapat dipahami secara langsung. (Bungin, 2007: 194).

## 2.6. Kerangka Berpikir



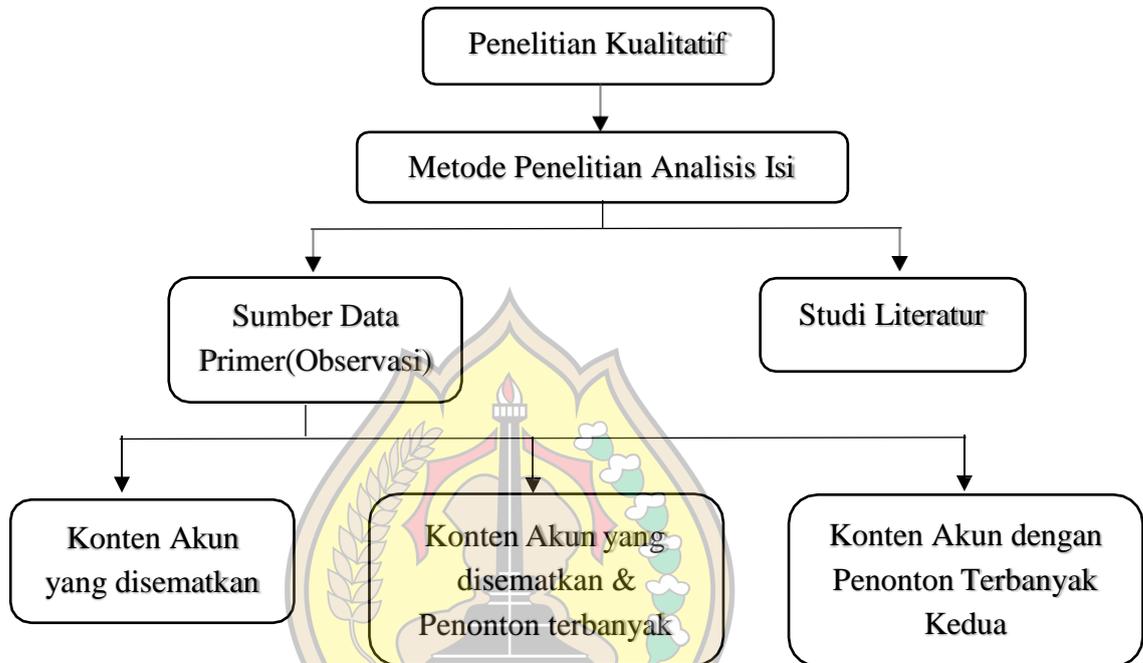
**Bagan 2.1**

***Kerangka Berpikir Penelitian***

Dari bagan diatas peneliti akan melakukan penelitian mengenai analisis isi pesan *self development* pada akun tiktok @brilionaire. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan teori konstruksi sosial media massa menurut Berger dan Luckman. Akun TikTok @brilionaire merupakan akun dengan jenis konten motivasi *self development* atau pengembangan diri. Akun ini dikhususkan untuk para *viewers* yang sedang mengalami mental yang sedang melemah dan mengalami hari yang buruk sehingga membutuhkan motivasi untuk terus semangat dan dapat mengembangkan diri. Konstruksi sosial media massa adalah cara di mana media massa tidak hanya menyampaikan informasi tetapi juga membentuk cara kita memahami dunia di sekitar kita. Ini berarti bahwa media massa tidak hanya memberi tahu kita tentang apa yang terjadi di luar sana, tetapi juga membantu menciptakan pandangan kita tentang realitas sosial. Media massa juga dapat mempengaruhi cara kita memahami diri kita sendiri dan orang lain. Secara sederhana, teori konstruksi sosial media mengatakan bahwa media sosial tidak hanya sebagai cermin dari realitas, tetapi juga membantu kita membangun dan membentuk pemahaman tentang dunia dan diri kita sendiri melalui interaksi dan konten yang ada di platform tersebut.

## BAB III

### METODE PENELITIAN



**Bagan 3.1**

**Bagan Metode Penelitian**

#### 3.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian penulis berlokasi di media sosial TikTok dengan objek penelitian konten akun TikTok @brilionaire. Akun TikTok @brilionaire berisi konten-konten motivasi mengenai *self development*.

#### 3.2. Bentuk dan Strategi Penelitian

Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan penelitian kualitatif. Penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif yaitu mencoba menjelaskan suatu fenomena dengan mengumpulkan sumber data yang selengkap-lengkapnyanya. Menurut Creswell (2016) penelitian kualitatif

adalah jenis penelitian yang mengeksplorasi dan memahami makna di sejumlah individu atau sekelompok orang yang berasal dari masalah sosial. Penelitian kualitatif secara umum dapat digunakan untuk penelitian tentang kehidupan masyarakat, sejarah, tingkah laku, konsep atau fenomena, masalah sosial, dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dibantu dengan metode analisis isi. Strategi penelitian ini, peneliti akan fokus menganalisis isi konten self development pada akun TikTok @brilionaire menggunakan Teori Konstruksi Sosial Media menurut Berger dan Luckman.

### **3.3. Data dan Sumber Data**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua metode untuk pengumpulan data yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

#### **3.3.1. Data Primer**

Menurut Nur Indrianto dan Bambang Supono (2013:142) data primer adalah sumber data penelitian yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Dalam penelitian ini, yang menjadi sumber data primer diamati secara langsung pada konten akun TikTok @brilionaire. Peneliti menggunakan metode observasi.

#### **3.3.2. Data Sekunder**

Data sekunder menurut Sugiyono (2016:137) adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pencari data, misalnya lewat orang lain atau dokumen yang diperoleh dari hasil studi

pustaka, buku referensi, jurnal, artikel, majalah, internet dan sebagainya. Data tersebut dapat diperoleh dari berbagai sumber dari postingan video di akun TikTok maupun data postingan dari followers. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu dengan menganalisis penyampaian isi pesan terhadap *viewers* pada konten akun TikTok @brilionaire.

### 3.4. Teknik Penentuan Narasumber dan Obyek

Teknik yang digunakan peneliti untuk menentukan obyek adalah menggunakan purposive sampling. Objek dalam penelitian ini yaitu tiga konten akun TikTok @brilionaire, dalam penentuan sampelnya memperhatikan pertimbangan-pertimbangan sebagai berikut :

- 1) Mengambil konten dengan kategori paling populer atau dengan penonton terbanyak.
- 2) Konten yang disematkan oleh pemilik akun @brilionaire dengan penonton terbanyak.

Sedangkan dalam menentukan narasumber pada penelitian ini dengan pertimbangan-pertimbangann berikut :

- 1) Narasumber aktif dalam TikTok dan menonton konten @brilionaire.
- 2) Memiliki keterlibatan pada akun TikTok @brilionaire, seperti memberikan komentar, menyukai, atau membagikan konten yang relevan.

- 3) Narasumber yang menerapkan pesan motivasi atau pesan *self development* dari postingan TikTok @brilionaire.
- 4) Narasumber berusia 17-27 tahun.



**Gambar 3.1**

**Gambar konten akun yang disematkan @brilionaire**

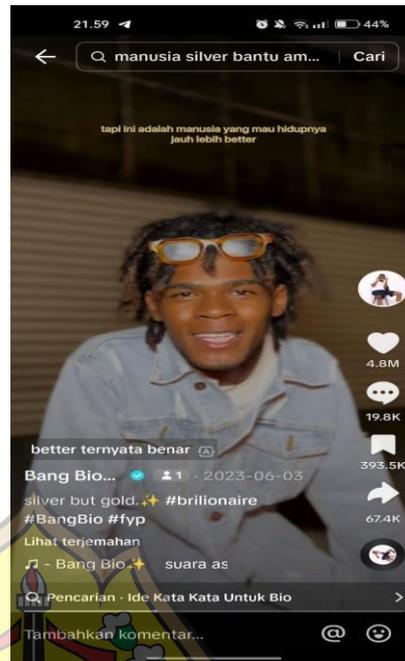
Konten tersebut berisi ungkapan “meninggalkan seseorang karena Tuhan wajar, meninggalkan Tuhan karena seseorang tidak wajar”. Kata-kata tersebut memberikan pemahaman mendalam tentang pentingnya kesetiaan kepada keyakinan agama atau spiritualitas seseorang. Menurutnya, meninggalkan seseorang karena alasan yang berkaitan dengan kepatuhan terhadap ajaran agama atau Tuhan adalah hal yang wajar atau dapat diterima. Sedangkan banyak orang-orang yang lalai dalam ibadahnya dan lebih mementingkan hubungan manusiawi.



**Gambar 3.2**

**Gambar konten akun yang disematkan @brilionaire dan penonton terbanyak**

Konten tersebut berisi bahwa apabila memiliki masalah, maka kita tidak usah panik karena ada Tuhan sebagai tempat bersandar. Sebelum video dengan kata-kata tersebut dimulai, terdapat video yang menunjukkan anak kecil yang tidak panik karena sengaja mendorong kursinya kebelakang, karena anak kecil tersebut tahu jika dibelakang terdapat kursi lain sebagai tempat bersandar.



**Gambar 3.3**

**Gambar konten akun dengan penonton terbanyak kedua**

Konten tersebut berisi ungkapan malaikat tak bersayap, yaitu manusia yang di setiap ada celah untuk berbuat kebaikan dia selalu siap. Membalas semua hal dengan kebaikan adalah kunci paling jitu untuk bisa memiliki hidup lebih maju. Seperti video-video @brilionaire yang lain yaitu memberikan reaksi video random, video ini juga diawali dengan video singkat yang berisi seorang manusia silver yang membantu membuat jalan untuk ambulans yang ingin lewat.

### 3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan berasal dari metode sumber data, antara lain :

#### 3.5.1. Observasi

Menurut Widoyoko (2014:46) observasi merupakan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap unsur-unsur yang nampak dalam suatu gejala pada objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan mengobservasi akun TikTok @brilionaire untuk mendapatkan temuan penelitian.

### **3.5.2. Wawancara**

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu ( Esterberg : 34 2002 ). Teknik pengumpulan data ini mendasarkan diri pada laporan tentang diri sendiri atau self-report atau setidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

### **3.5.3. Dokumentasi**

Menurut Sugiyono (2018:476) dokumentasi adalah suatu cara yang digunakan untuk memperoleh data dan informasi dalam bentuk buku, arsip, dokumen, tulisan, angka dan gambar yang berupa laporan serta keterangan yang dapat mendukung penelitian. Dengan dokumentasi ini akan memudahkan penelitian dan data akan lebih valid dan dipercaya.

### **3.5.4. Studi Pustaka**

Studi pustaka dilakukan dengan mengumpulkan data yang relevan dari buku, artikel ilmiah, berita, maupun sumber kredibel lainnya yang terkait dengan topik penelitian. Tujuan penelitian studi

pustaka adalah untuk lebih memahami topik yang diteliti, mengevaluasi penelitian sebelumnya, dan menemukan kontradiksi atau kesenjangan dalam penelitian untuk dijadikan dasar penelitian selanjutnya sehingga kita dapat menghasilkan penelitian yang lebih baru.

### **3.6. Triangulasi Data**

Menurut Sugiyono (2016:241) Triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Tujuan dari triangulasi bukan untuk mencari kebenaran tentang beberapa fenomena tetapi lebih pada peningkatan pemahaman peneliti terhadap apa yang telah ditemukan Norman K. Denkin dikutip oleh Mudjia Rahardjo (2012) mendefinisikan triangulasi sebagai gabungan atau kombinasi berbagai metode yang dipakai untuk mengkaji fenomena yang saling terkait dari sudut pandang dan perspektif yang berbeda.

Dalam penelitian ini proses triangulasi yang digunakan oleh penulis yaitu triangulasi sumber data. Menurut Norman K. Denkin (2012) Triangulasi sumber data adalah menggali kebenaran informai tertentu melalui berbagai metode dan sumber perolehan data. Misalnya, selain melalui wawancara dan observasi, peneliti bisa menggunakan observasi terlibat (participant obervation), dokumen tertulis, arsip, dokumen sejarah, catatan resmi, catatan atau tulisan pribadi dan gambar atau foto. Adapun triangulasi sumber data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah

membandingkan data observasi antar ketiga akun yang akan diteliti. Berikut merupakan tabel perbandingan ketiga konten akun yang dipilih oleh peneliti:

	<b>Konten yang disematkan</b>	<b>Konten yang disematkan dan paling populer</b>	<b>Konten populer kedua</b>
<b>Tema</b>	Hubungan dengan Tuhan dan hubungan dengan manusia.	Kesulitan pasti ada jalan keluar	Pentingnya berperilaku baik dan bersikap positif dalam kehidupan.
<b>Pesan yang disampaikan</b>	Pentingnya mempertimbangkan keseimbangan dan kepentingan antara hubungan manusia dan hubungan spiritual.	Kepercayaan pada Tuhan memberikan dukungan dan ketenangan saat menghadapi masalah atau kesulitan.	Bersikap baik dan positif merupakan respons yang tepat dalam menghadapi berbagai situasi dan tantangan hidup. Sikap

			<p>baik dapat digunakan sebagai strategi untuk menanggapi berbagai situasi, termasuk situasi yang sulit atau konflik.</p>
<p><b>Gaya/Cara penyampaian</b></p>	<p>Pada konten tersebut terlihat tidak biasa karena @brilionaire memenuhi keinginan followers yang minta dibuatkan kata-kata saat bertemu di jalan dan dihadapan banyak orang.</p>	<p>Pada konten tersebut gaya edit pada font terjemahan terlihat berbeda dengan video-video yang lainnya.</p>	<p>Pada konten tersebut terlihat @brilionaire menggunakan ungkapan khusus “malaikat tak bersayap” yang membuat penarik penonton.</p>

**Tabel 3.1*****Perbandingan ketiga konten akun yang dipilih oleh peneliti***

Tabel tersebut menunjukkan bahwa triangulasi sumber data yang peneliti lakukan yaitu dengan membandingkan ketiga akun TikTok @brilionaire berdasarkan konten yang disematkan pertama, konten yang disematkan dengan penonton terbanyak, dan konten dengan penonton terbanyak kedua. Perbandingan-perbandingan tersebut dari segi tema, pesan yang disampaikan, dan gaya atau cara penyampaian.

**3.7. Teknik Analisis Data**

Menurut Sugiyono (2018:334) bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain sehingga lebih mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain. Teknik analisis data kualitatif adalah bersifat induktif, yakni suatu analisis berdasarkan data yang diperoleh, selanjutnya dikembangkan pola hubungan tertentu atau menjadi hipotesis, kemudian berdasarkan hipotesis tersebut maka dicarikan data lagi secara berulang-ulang hingga dapat disimpulkan apakah hipotesis tersebut dapat diterima atau ditolak.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis isi. Penelitian kualitatif dipengaruhi oleh paradigma naturalistik-interpretatif. Dimana peneliti berusaha mengkonstruksi realitas dan memahami maknanya sehingga penelitian ini sangat memperhatikan proses, peristiwa, dan otensitas.

Menggunakan metode analisis isi harus mengamati fenomena komunikasi, dengan merumuskan dengan tepat apa yang diteliti dan semua tindakan harus didasarkan pada tujuan tersebut. Selanjutnya memilih unit analisis yang akan dikaji, memilih objek penelitian yang menjadi sasaran analisis. Apabila objek penelitian berhubungan dengan data-data verbal maka perlu disebutkan tempat, tanggal dan alat komunikasi yang bersangkutan. Namun, kalau objek penelitian berhubungan dengan pesan-pesan satu dalam suatu media, perlu dilakukan identifikasi terhadap pesan dan media yang mengantarkan pesan itu. Krippendorff (2013: 24) mengemukakan analisis isi sebagai suatu teknik penelitian untuk membuat kesimpulan yang dapat ditiru dan valid berdasar konteks penggunaannya. Krippendorff menyebutkan beberapa bentuk klasifikasi dalam analisis isi, yaitu:

- i. Analisis Isi Pragmatis ; Di mana klasifikasi dilakukan terhadap tanda menurut sebab akibatnya yang mungkin. Misalnya, berapa kali suatu kata tertentu diucapkan yang dapat mengakibatkan munculnya sikap suka terhadap suatu produk.
- ii. Analisis Isi Semantik ; Dilakukan untuk mengklasifikasikan tanda menurut maknanya.
- iii. Analisis Sarana Tanda ; Dilakukan untuk mengklasifikasikan isi pesan melalui sifat psikofisik dari tanda, misalnya berapa kali kata cantik muncul, kata seks muncul.

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Gambaran Umum Penelitian

##### 4.1.1. Akun TikTok @brilionaire



*Gambar 4.1.1*

*Profil TikTok @brilionaire*

Akun TikTok @brilionaire merupakan salah satu akun yang berisi motivasi di Indonesia yang telah dibuat pada tahun 2021. Akun TikTok Brilionaire saat ini menjadi viral dan populer, hal ini karena dirinya yang sering membuat kata-kata bijak. Kata-kata bijak yang dapat membuat orang termotivasi. Lewat kontennya tersebut, akun TikTok Brilionaire kini sudah memiliki 6,9 juta followers. Bahkan beberapa videonya sudah ditonton lebih dari 65 juta kali. Selain menjadi tiktokers, pemilik akun @brilionaire yaitu Abrilio atau sering dipanggil dengan bang brio juga aktif sebagai model dan

selebgram. Akun @brilionaire mempunyai cara yang unik dalam memberikan motivasi untuk penontonnya. Abrilio memiliki darah keturunan Afrika dan Indonesia. Dimana sang ayah berasal dari Afrika, dan sang ibu berasal dari Manado, Sulawesi Utara.

Akun @brilionaire dibuat dengan tujuan untuk menyebarkan motivasi khususnya kepada generasi Z. Konten motivasi dapat membantu menginspirasi, memberikan dukungan emosional, dan meningkatkan kepercayaan diri penonton dalam menghadapi tantangan hidup. Tujuan lain dari akun TikTok motivasi adalah untuk menyebarkan pesan optimis dan positif kepada penontonnya. Konten yang diunggah berfokus dalam menemukan sisi baik setiap situasi, bersyukur, dan memandang hidup dengan sikap yang optimis. Akun TikTok @brilionaire sering memberi dukungan kepada penontonnya melalui interaksi antara pengikut dan *creator*, sehingga akun TikTok @brilionaire dapat menciptakan ruang yang aman di mana pengikut dapat saling mendukung dan memotivasi satu sama lain.

Metode konten yang diunggah oleh akun @brilionaire sangat unik, ia memberikan kata-kata bijak dengan memberikan cuplikan video yang sedang viral. Pemilik akun @brilionaire terkadang juga memberikan pengalaman pribadi yang dapat membuat kontennya lebih otentik dan lebih terhubung dengan pengikut secara lebih mendalam. Abrilio atau pemilik akun TikTok @brilionaire

mengunggah konten secara konsisten. Konsistensi dalam mengunggah konten merupakan kunci untuk membangun penonton dan mempertahankan minat penonton.

#### 4.1.2. Konten Motivasi Pada Akun @brilionaire

Abrilio atau Bang Bio sering membahas berbagai topik yang berkaitan dengan self development dan motivasi diri. Topik yang dominan termasuk motivasi dalam mencapai tujuan, *self development*, manajemen waktu, kiat sukses, serta inspirasi dan semangat hidup. Konten-konten tersebut sering kali menghadirkan kutipan inspiratif, tips praktis, cerita motivasi, serta pemikiran-pemikiran reflektif yang bertujuan untuk memberikan motivasi dan dukungan kepada pengikutnya. Beberapa konten disajikan dalam bentuk cerita pendek yang menginspirasi, sementara yang lain menggunakan cuplikan video inspiratif yang kemudian di *reaction* untuk diberikan kata-kata motivasi oleh Abrilio. Cara penyampaian yang digunakan pada akun @brilionaire mudah dipahami dimana pesan-pesan motivasi dapat diresapi oleh pengikutnya.



**Gambar 4.1.2**

**Konten-Konten Akun @brilionaire**

Durasi konten pada akun TikTok @brilionaire bervariasi, mulai dari 30 detik – 1 menit, memberikan fleksibilitas dalam menyampaikan pesan-pesan motivasi sesuai dengan preferensi pengikut. Analisis juga mengungkapkan bahwa konten-konten tersebut cenderung menggunakan bahasa yang sederhana namun kuat, serta visual yang menarik untuk memperkuat pesan-pesan *self development* maupun motivasi-motivasi lain yang disampaikan. Dengan demikian, gambaran umum ini menggambarkan keberagaman dan relevansi konten-konten self development yang

diunggah oleh akun TikTok @brilionaire dalam mendukung *self development* dan kesejahteraan pengikutnya.

#### 4.2. Temuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta tujuan penelitian yang telah diuraikan, maka akan dipaparkan hasil penelitian yang diperoleh melalui serangkaian metode penelitian yang telah dijelaskan penulis sebelumnya. Data yang dihasilkan dari penelitian ini diperoleh melalui Teknik pengumpulan data yang didasarkan pada observasi, dokumentasi dan studi pustaka. Dari penjelasan diatas, peneliti mulai melakukan observasi terhadap objek penelitian yaitu akun TikTok @brilionaire. Observasi bertujuan untuk mengetahui lebih jelas dalam menganalisis isi pesan *self development* yang disampaikan pada akun @brilionaire. Pada tahap awal, peneliti melakukan observasi dengan berbagai akun motivasi di TikTok dan peneliti memilih untuk meneliti akun @brilionaire. Hal pertama yang dilakukan peneliti yaitu dengan meminta izin kepada pihak yang bersangkutan atau pemilik akun @brilionaire untuk dijadikan objek penelitian.



**Gambar 4.2.1**

***Tangkapan layar isi percakapan perizinan antara pemilik akun dengan peneliti***

Selanjutnya peneliti melihat konten-konten pada akun @brilionaire dan memutuskan untuk meneliti konten akun dalam kategori self development. Adapun langkah-langkah untuk menemukan temuan penelitian ini adalah yaitu dengan mengobservasi konten-konten akun @brilionaire. Lalu peneliti memutuskan untuk memilih konten yang diteliti berdasarkan konten paling populer dan konten dengan mendapatkan *like* terbanyak. Jumlah masing-masing konten yang akan diteliti yaitu 3 konten. Konten pertama adalah konten dengan kategori paling populer dan penonton terbanyak sekaligus disematkan, konten kedua adalah konten yang disematkan oleh pemilik akun @brilionaire, dan konten

ketiga adalah konten dengan penonton terbanyak kedua. Setelah menentukan jenis konten yang akan diteliti, peneliti mengkaitkan konten-konten tersebut dengan kerangka berpikir. Sehingga ditemukan hasil dan pembahasan isi konten tersebut yaitu normalisasi meninggalkan Tuhan di generasi Z, penguatan pesan tentang adanya kekuatan Tuhan dalam menghadapi tantangan hidup, dan yang terakhir realitas sosial dan hati nurani.

Peneliti juga mengamati kolom komentar pada konten-konten @brilionaire. Kolom komentar pada akun motivasi memiliki potensi yang signifikan untuk mempengaruhi penontonya. Melalui interaksi yang terjadi di kolom komentar, pengikut dapat berbagi pengalaman pribadi, memberikan dukungan, dan saling memberikan motivasi satu sama lain. Diskusi yang berkembang di kolom komentar juga dapat memperluas pemahaman tentang pesan-pesan *self development* yang disampaikan dalam konten tersebut. Selain itu, respon dari pembuat konten terhadap komentar-komentar pengikut juga dapat meningkatkan keterlibatan dan rasa keterhubungan pengikut dengan akun @brilionaire tersebut. Dengan demikian, kolom komentar menjadi salah satu aspek penting dalam pengalaman penonton akun motivasi @brilionaire di TikTok, yang dapat memiliki dampak yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan dan perkembangan diri serta motivasi mereka.



**Gambar 4.2.2**

**Tangkapan Layar Kolom Komentar Pada Konten Akun**

**@brilionaire**



**Gambar 4.2.3**

**Tangkapan Layar Kolom Komentar Pada Konten Akun**

**@brilionaire**



**Gambar 4.2.4**

**Tangkapan Layar Kolom Komentar Pada Konten Akun**

**@brilionaire**



**Gambar 4.2.5**

***Tangkapan Layar Kolom Komentar Pada Konten Akun  
@brilionaire***

**4.3. Hasil dan Pembahasan**

Dalam penelitian ini, penulis meneliti akun media sosial Tiktok @brilionaire dan kemudian menganalisis isi pesan self development melalui konten TikTok dengan menggunakan teori konstruksi media. Terdapat 3 konten yang akan diteliti, yaitu konten akun yang disematkan @brilionaire, konten akun yang disematkan @brilionaire dan penonton terbanyak, dan konten akun dengan penonton terbanyak kedua.

**4.3.1. Konten akun yang disematkan @brilionaire**

**4.3.1.1. Normalisasi Meninggalkan Tuhan di Generasi Z**



***Gambar 4.3.1.1 Postingan akun yang disematkan  
@brilionaire***

Konten yang diposting pada tanggal 8 Mei 2022  
dengan konten yang disematkan dan telah ditonton sebanyak

6 juta kali serta telah disukai sebanyak 600.000. Konten tersebut dibuat saat Bang Bio diminta oleh pengikutnya yang bertemu di jalan untuk membuat kata-kata motivasi. Topik yang diangkat dalam konten ini yaitu tentang religi atau spiritual. Kata-kata pada konten tersebut berisi “meninggalkan seseorang karena Tuhan wajar, tapi meninggalkan Tuhan karena seseorang itu kurang ajar”. Brilionaire mungkin bertujuan untuk menginspirasi atau merangsang pemikiran kritis dalam audiensnya. Pesan tersebut menyatakan bahwa meninggalkan seseorang karena keyakinan agama atau spiritualitas yang berbeda adalah hal yang wajar atau masuk akal. Namun, meninggalkan keyakinan agama atau spiritualitas karena seseorang (misalnya, pasangan atau orang yang dicintai) adalah tindakan yang tidak wajar atau tidak masuk akal.

Ungkapan "meninggalkan seseorang karena Tuhan itu wajar, tapi meninggalkan Tuhan karena seseorang itu kurang ajar" menggambarkan paradoks moral di mana seseorang dapat kehilangan kepercayaan pada agama atau keimanan mereka karena perlakuan tidak pantas dari diri sendiri terhadap kehidupan sehari-harinya. Dalam konteks Generasi Z, kecenderungan meninggalkan Tuhan dapat berkaitan dengan fenomena di mana tekanan dari media,

tekanan akademik, dan komunitas yang lebih dominan daripada spiritual. Menurut Prof. Dr. Abdul Mu'ti, M.Ed. selaku Sekretaris Umum Pimpinan Pusat (PP) Muhammadiyah menyatakan bahwa “banyak penelitian yang menyebutkan bahwa generasi muda atau generasi Z ini memiliki tingkat spiritualitas yang relatif lebih rendah dibandingkan dengan generasi sebelumnya.” Hal ini dapat menggeser perhatian dari aspek spiritualitas atau hubungan dengan Tuhan. Pesan ini menggambarkan pentingnya keyakinan dan nilai-nilai yang mendasari individu. Meninggalkan seseorang karena perbedaan dalam keyakinan mungkin dapat dipahami sebagai sesuatu yang wajar karena keyakinan agama atau spiritualitas seringkali menjadi bagian integral dari identitas individu. Namun, meninggalkan keyakinan agama karena orang lain atau kegiatan lain menunjukkan adanya tekanan eksternal yang tidak sehat atau mungkin menandakan kehilangan integritas diri.

Pesan ini juga dapat diinterpretasikan sebagai kritik terhadap orang-orang yang salah dalam hubungan. Oleh karena itu akun @brilionaire memiliki peran penting dalam memberikan motivasi positif. Akun TikTok @brilionaire telah menjalankan fungsinya sebagai akun motivasi khususnya dalam *self development* pada konten yang telah

disematkan dengan berusaha mengajak generasi z untuk menyelesaikan persoalan mental health yang rapuh melalui postingan tersebut. Akun @brilionaire yang berfokus pada konten motivasi memiliki peran penting dalam memberikan alternatif positif. Akun tersebut dapat membantu mengisi kekosongan yang mungkin dirasakan oleh seseorang yang merasa terpojok oleh tekanan eksternal dengan lebih mendekati diri kepada Tuhan. Postingan dari akun tersebut dapat berfungsi sebagai sumber dukungan dan bimbingan yang memungkinkan untuk mengatasi permasalahan para penontonnya.

Analisis isi pragmatis dari postingan tersebut menyoroti nilai-nilai dalam hubungan antara manusia dan Tuhan, serta menggambarkan perbandingan yang menarik antara kedua hubungan tersebut. Ungkapan ini menegaskan bahwa meninggalkan seseorang karena Tuhan adalah hal yang wajar. Hal ini mencerminkan pandangan bahwa keterikatan dan kesetiaan kepada Tuhan haruslah lebih utama daripada hubungan manusiawi. Pragmatisnya, hal ini bisa diinterpretasikan sebagai pengingat untuk menjaga prioritas dalam kehidupan dan tidak menempatkan hubungan manusiawi di atas hubungan spiritual. Perbandingan antara meninggalkan seseorang karena Tuhan dan meninggalkan

Tuhan karena seseorang menunjukkan kontras yang kuat antara kedua sikap tersebut. Meninggalkan seseorang karena Tuhan dilihat sebagai tindakan yang wajar karena berdasarkan prinsip-prinsip keagamaan dan spiritualitas, sementara meninggalkan Tuhan karena seseorang dianggap sebagai tindakan yang kurang ajar karena melanggar nilai-nilai moral dan etika.

#### 4.3.2. Konten akun yang disematkan @brilionaire dan penonton terbanyak

##### 4.3.2.1. Penguatan Pesan Tentang Adanya Kekuatan Tuhan dalam Menghadapi Tantangan Hidup



*Gambar 4.3.2.1 Postingan akun yang disematkan dan dengan penonton terbanyak*

Konten yang diunggah pada tanggal 24 Maret 2022 termasuk dalam konten yang disematkan dengan jumlah penonton terbanyak. Konten tersebut telah disukai sebanyak

6,8 juta dengan penonton sebanyak 65,2 juta. Pada awal video dimulai terdapat cuplikan video yang berisi anak kecil yang menyenderkan kursi ke belakang dengan santainya tanpa rasa takut untuk jatuh, karena anak kecil tersebut tau bahwa ada kursi lain yang menopangnya. Lalu Bang Bio memberikan kata-kata pada konten tersebut yang berisi “bocah ga panik karena tau dibelakang ada kursi sebagai tempat untuk bersandar, kalau ada masalah gausah panik karena ada Tuhan sebagai tempat bersandar.” Pesan ini menggunakan analogi antara kursi sebagai tempat bersandar bagi seorang anak dan kepercayaan kepada Tuhan sebagai tempat bersandar dalam menghadapi masalah. Analogi ini bertujuan untuk memberikan pemahaman yang mudah dipahami oleh penonton. Ungkapan ini juga menyiratkan bahwa seseorang tidak perlu panik dalam menghadapi masalah karena ada Tuhan sebagai tempat untuk bersandar.

Ungkapan "bocah ga panik karena tahu dibelakang ada kursi sebagai tempat untuk bersandar, kalau ada masalah gausah panik karena ada Tuhan sebagai tempat bersandar" menggambarkan pentingnya memiliki keyakinan atau harapan yang kuat sebagai sumber ketenangan dalam menghadapi masalah. Berbagai macam permasalahan yang dihadapi salah satunya permasalahan dalam konteks

keuangan, gaya hidup yang tidak sesuai dengan realita dan kurangnya pengelolaan keuangan yang bijak dapat mengarah pada utang atau krisis finansial. Banyak individu, terutama dalam Generasi Z, terjebak dalam spiral utang dan kesulitan keuangan yang berujung pada mengambil pinjaman online (pinjol) sebagai solusi sementara. Berdasarkan data Otoritas Jasa Keuangan (OJK), menurut kelompok usia peminjamnya, kasus kredit macet pinjol didominasi oleh kelompok usia 19-34 tahun. Kelompok usia yang terdiri dari generasi Z dan milenial tersebut memiliki nilai akumulasi gagal bayar utang sebesar Rp763,65 miliar, atau berkontribusi sekitar 44,14% dari total kredit macet pinjol nasional. Di urutan berikutnya ada kelompok peminjam usia 35-54 tahun yang setara 31,29% dari total kredit macet pinjol nasional. Diikuti kelompok usia di bawah 19 tahun yang memiliki porsi kurang dari 3% total kredit macet pinjol nasional.

Saat tekanan ekonomi meningkat dan individu tersebut merasa tidak mampu lagi mengatasi beban keuangan mereka, mereka mungkin cenderung melarikan diri atau merasa putus asa. Dalam situasi ini, kehadiran Tuhan atau keimanan spiritual dapat berfungsi sebagai sumber harapan dan kekuatan. Keyakinan akan kehadiran

Tuhan sebagai tempat bersandar dapat memberikan ketenangan dan kekuatan untuk menghadapi tantangan, serta membantu seseorang untuk tetap tenang dan tidak panik di tengah-tengah kesulitan. Meskipun kehadiran Tuhan tidak secara langsung memecahkan masalah keuangan, kepercayaan pada-Nya dapat memberikan dukungan emosional dan spiritual yang diperlukan untuk tetap tenang dan berusaha mengatasi masalah tersebut dengan cara yang lebih konstruktif. Dengan demikian kekuatan Tuhan dapat menjadi landasan yang memberi harapan dan ketenangan dalam menghadapi tantangan ekonomi yang sulit. Pesan ini menekankan pentingnya memiliki keyakinan atau kepercayaan kepada Tuhan sebagai sumber ketenangan dan dukungan dalam menghadapi tantangan hidup. Pesan ini mencoba untuk menawarkan perspektif positif dalam menghadapi masalah dengan mengaitkan kehadiran Tuhan sebagai tempat untuk bersandar. Konten tersebut tampaknya bertujuan untuk memberikan motivasi dan pemberdayaan kepada para penonton dengan mengingatkan mereka tentang kekuatan keyakinan dan kepercayaan kepada Tuhan dalam menghadapi tantangan hidup.

Menurut analisis pragmatis pada ungkapan “bocah ga panik karena tau dibelakang ada kursi sebagai tempat untuk

bersandar, kalau ada masalah gausah panik karena ada Tuhan sebagai tempat bersandar”. Ungkapan tersebut mengandung unsur pragmatis yang menyoroti dua hal, pertama yaitu penekanan pada sikap tenang dan kepercayaan diri dalam menghadapi masalah. Analisis pragmatis mengungkap bahwa pesan ini bisa diinterpretasikan sebagai saran untuk tidak panik dan merasa khawatir dalam situasi sulit. Perbandingan dengan bocah yang tidak panik karena tahu ada kursi sebagai tempat bersandar menunjukkan bahwa memiliki 'tempat bersandar' secara harfiah atau figuratif dapat memberikan rasa nyaman dan kepercayaan diri dalam menghadapi tantangan. Sedangkan ungkapan “penghubungan antara kepercayaan pada Tuhan sebagai sumber kekuatan dan dukungan dalam mengatasi tantangan” tersebut menyoroti pentingnya kepercayaan pada Tuhan sebagai sumber kekuatan dan dukungan dalam menghadapi masalah. Pesan ini merujuk pada keyakinan bahwa ada entitas yang lebih besar yang selalu siap memberikan bantuan dan arahan ketika menghadapi kesulitan. Dalam analisis pragmatis, hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan pada Tuhan bisa menjadi faktor yang mengurangi kecemasan dan meningkatkan rasa percaya diri

### 4.3.3. Konten Akun dengan Penonton Terbanyak Kedua

#### 4.3.3.1. Realitas Sosial dan Hati Nurani



*Gambar 4.3.3.1*

#### *Postingan dengan Penonton Terbanyak Kedua*

Konten yang diunggah pada tanggal 3 Juni 2023 termasuk dalam kategori konten dengan penonton terbanyak kedua. Konten tersebut telah mendapatkan *likes* sebanyak 4,8 juta dan telah ditonton sebanyak 59,3 juta. Pada awal video tersebut disajikan cuplikan video singkat yang berisi adanya seorang manusia silver di lampu merah yang memberikan jalan dengan membukakan dan melebarkan sebagian pembatas jalan untuk memberikan jalan kepada mobil ambulance yang hendak lewat. Lalu Bang Bio memberikan *reaction* pada video tersebut dengan berisi kata-kata sebagai berikut “ini bukanlah manusia silver, tapi ini

adalah manusia yang mau hidupnya jauh lebih better, ternyata benar ada yang namanya malaikat tak bersayap, yaitu dia manusia yang di setiap ada celah untuk berbuat kebaikan dia selalu siap. Dalam hidup jadilah seperti pohon yang rela membiarkan buahnya tetap jatuh padahal dirinya dilempari batu. Ini adalah contoh yang harus kita tau membalas semua hal dengan kebaikan adalah kunci paling jitu untuk bisa memiliki hidup yang lebih maju. Ingat, dalam hidup kita tidak perlu menjadi manusia yang sempurna, tapi dalam hidup kita diciptakan sebagai manusia harus jadi manusia yang berguna.”

Ungkapan tersebut dapat dikaitkan dengan Realitas Sosial dan Hati Nurani melalui pemahaman bahwa setiap individu memiliki peran dalam membentuk realitas sosial melalui tindakan dan sikap mereka. Konsep "manusia yang mau hidupnya jauh lebih baik" menunjukkan keinginan individu untuk meningkatkan kualitas hidupnya sendiri dan orang di sekitarnya. Ini mencerminkan kesadaran akan tanggung jawab sosial dan kepedulian terhadap kesejahteraan bersama. Dalam konteks hati nurani, ungkapan tersebut menggarisbawahi pentingnya moralitas dan kebaikan dalam interaksi manusia. Ungkapan bahwa ada "malaikat tak bersayap" menunjukkan bahwa orang baik

tidak hanya ada di dunia fantasi. Mereka bisa menjadi bagian dari kita, manusia biasa. Artinya, kita semua bisa melakukan kebaikan tanpa harus memiliki kemampuan super atau spesial seperti malaikat dalam cerita. Ini mengajak individu untuk mendengarkan panggilan hati nurani mereka dan bertindak sesuai dengan nilai-nilai moral yang dianut. Perumpamaan tentang pohon yang tetap membiarkan buahnya jatuh meskipun dilempari batu, mengajarkan pentingnya ketabahan dan kebijaksanaan dalam menghadapi rintangan atau perlakuan tidak adil dari orang lain. Pesan ini menekankan pentingnya membalas segala hal dengan kebaikan, sebagai kunci untuk memiliki hidup yang lebih maju.

Konten ini menyoroti konsep karma atau hukum sebab-akibat, bahwa tindakan baik akan menghasilkan kebaikan yang lebih besar dalam hidup seseorang. Pesan ini menekankan bahwa dalam hidup, yang penting bukanlah menjadi manusia yang sempurna, tetapi menjadi manusia yang berguna bagi orang lain. Ini menegaskan nilai-nilai kemanusiaan, empati, dan kontribusi positif dalam masyarakat. Dalam teori konstruksi media oleh Berger dan Luckmann, konsep "manusia yang berguna" dapat dilihat sebagai hasil dari proses sosialisasi yang terjadi melalui

media. Media memiliki peran penting dalam membentuk persepsi dan nilai-nilai yang dianut oleh individu dalam masyarakat. Dalam konteks ini, media dapat menjadi sarana untuk mengkomunikasikan nilai-nilai kebaikan, empati, dan tanggung jawab sosial yang tercermin dalam ungkapan tersebut. Selain itu, media juga dapat membentuk persepsi tentang bagaimana individu melihat diri mereka sendiri dan peran mereka dalam masyarakat.

Ada beberapa macam analisis isi pragmatis pada ungkapan konten ini. Pertama yaitu “Penghargaan terhadap Sikap Positif dan Kebaikan” : Ungkapan ini menekankan pentingnya sikap positif dan kebaikan dalam hidup. Pesan ini mengajarkan bahwa menjadi manusia yang baik bukanlah tentang status sosial atau kekayaan, tetapi tentang kemauan untuk membuat hidup kita dan hidup orang lain menjadi lebih baik. Dalam konteks ini, menyebut seseorang sebagai "malaikat tak bersayap" merujuk pada individu yang secara konsisten siap untuk berbuat baik dan membantu orang lain, bahkan tanpa penghargaan atau pujian yang besar.

Kedua yaitu “Ketahanan dan Keteguhan dalam Menghadapi Tantangan” : Perumpamaan tentang pohon yang tetap menghasilkan buah meskipun dilempari batu menyoroti pentingnya ketahanan dan keteguhan dalam

menghadapi kesulitan dan rintangan dalam hidup. Hal ini mengajarkan bahwa kita harus tetap produktif dan memberi manfaat kepada orang lain, meskipun kita mungkin dihadapkan pada kesulitan atau perlakuan yang tidak adil.

#### 4.3.4. Hasil Wawancara

Teori Konstruksi Media Menurut Berger dan Luckmann menyatakan bahwa media massa tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga membentuk realitas itu sendiri. Media massa, seperti televisi dan internet, memiliki pengaruh besar terhadap cara kita melihat dunia. Bungin kemudian menjelaskan bahwa pendekatan konstruksi sosial atas realitas terjadi secara simultan melalui tiga proses sosial, yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi. Untuk memaksimalkan penggunaan teori ini, maka peneliti mencari satu narasumber untuk diwawancarai terkait tiga proses pendekatan konstruksi sosial yaitu eksternalisasi, objektivasi, dan internalisasi.

Informan yang bernama Dhiya Husin atau yang sering disapa Dhiya mulai mengenal media sosial TikTok sejak tahun 2019. Ia berasal dari Jogja dan saat ini berusia 21 tahun. Awalnya Dhiya menggunakan TikTok hanya untuk hiburan saja, namun seiring berjalannya waktu ia menggunakan TikTok untuk mendapatkan informasi atau pengetahuan umum yang sebelumnya belum pernah ia ketahui. Selain konten informasi dan hiburan, konten motivasi juga

sering muncul pada halaman TikTok Dhiya. Tepatnya pada tahun 2023 lalu, Dhiya mulai mem-follow akun motivasi milik @brilionaire.

*“saat itu aku lagi lihat TikTok dan kebetulan muncul konten motivasi gitu, karena tertarik jadi aku mampir ke akunnya untuk melihat kontennya yang lain. Lalu semenjak itu akun motivasi @brilionaire mulai sering muncul di fyp (for you page) dan kemudian aku follow sampai sekarang.” (Dhiya Husin)*

Pada tahap eksternalisasi atau tahap di mana penonton mengekspresikan makna dan pemahaman mereka tentang dunia melalui tindakan sosial dan komunikasi. Dalam hal ini, Dhiya sang narasumber menafsirkan dan merespon saat melihat konten @brilionaire.

*“aku melihat akun @brilionaire sebagai sumber inspirasi yang dapat membantu dalam meningkatkan kualitas hidup. Konten-konten tersebut memberikan wawasan dan pemikiran yang mendalam tentang bagaimana kita dapat mengembangkan diri, mencapai tujuan, dan menjadi versi terbaik dari diri kita sendiri. Penilaianku bahwa akun tersebut memberikan informasi yang berharga dan dapat mengubah pandangan hidup seseorang. Video-video tersebut memberikan dorongan positif dan energi yang aku butuhin untuk tetap termotivasi dalam mencapai tujuan. Konten-konten tersebut memberikan semangat baru dan membangkitkan semangat untuk menghadapi tantangan dalam hidup.”*

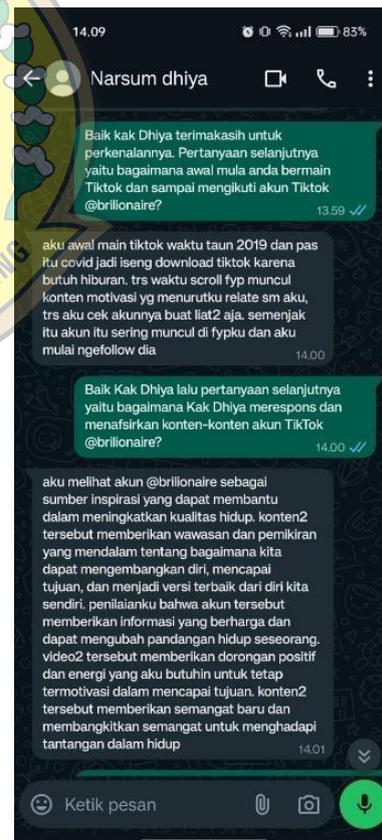
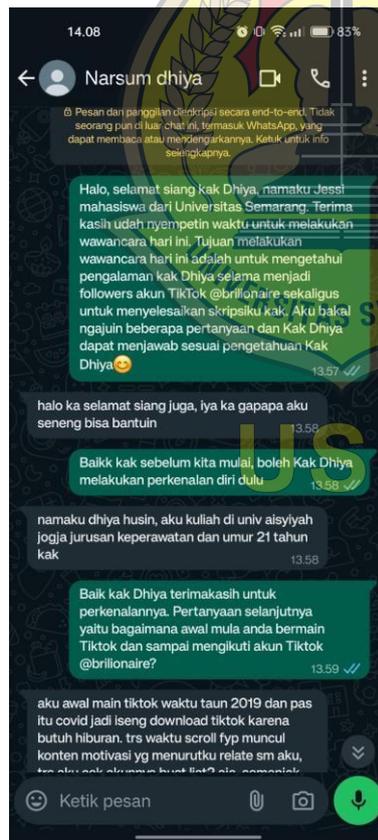
Pada tahap objektivasi yaitu tahap dimana hasil dari eksternalisasi dipahami sebagai entitas yang terpisah dan independen dari individu yang menciptakannya. Dalam konteks media, ini mencakup pemahaman bersama tentang konten media yang dibuat, seperti persepsi kolektif tentang akun TikTok @brilionaire sebagai sumber motivasi dan inspirasi.

*“aku melihat akun TikTok @brilionaire sebagai sumber motivasi dan inspirasi di platform TikTok. Konten yang disajikan oleh akun tersebut memiliki kekuatan untuk menggerakkan dan menginspirasi penontonnya untuk mencapai tujuan mereka. Banyak nilai-nilai dan pesan yang berguna dan bermanfaat. Menurutku konten yang paling berkesan yaitu saat @brilionaire meng-react video anak kecil dimana dia memainkan memundur-mundur kursinya dan tidak takut untuk jatuh seakan-akan ia tau bahwa dibelakang ada penyangganya. Konten tersebut sangat menginspirasi.”*

Terakhir yaitu tahap internalisasi dimana tahap ini individu dan masyarakat memahami dan menerima realitas sosial yang telah dibangun secara eksternal dan diobjektivasi. Dalam konteks media, ini mencakup bagaimana penonton mendalami pesan-pesan yang disampaikan melalui media, seperti menerima dan menghayati motivasi yang diberikan oleh akun TikTok @brilionaire.

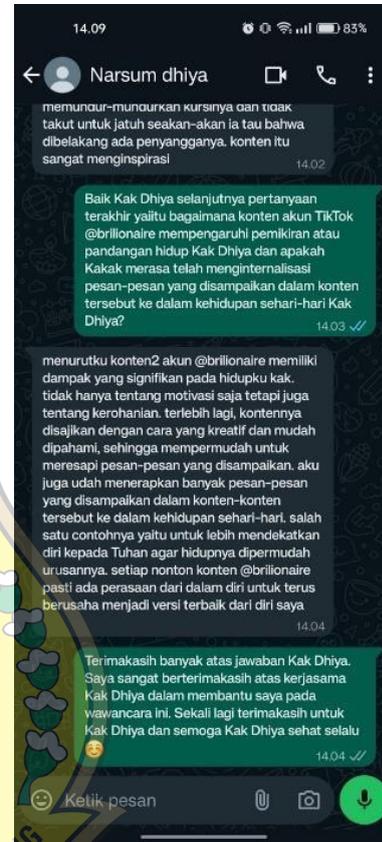
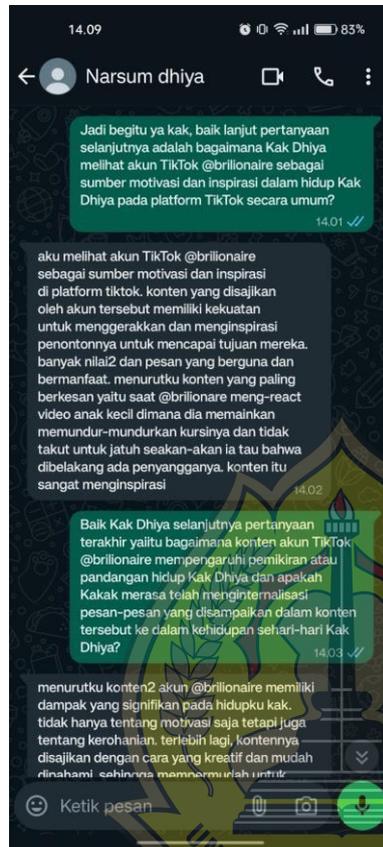
*“menurutku konten-konten akun @brilionaire memiliki dampak yang signifikan pada hidup saya. Tidak hanya tentang*

*motivasi saja tetapi juga tentang kerohanian. Terlebih lagi, kontennya disajikan dengan cara yang kreatif dan mudah dipahami, sehingga mempermudah untuk meresapi pesan-pesan yang disampaikan. Aku juga udah menerapkan banyak pesan-pesan yang disampaikan dalam konten-konten tersebut ke dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu contohnya yaitu untuk lebih mendekatkan diri kepada Tuhan agar hidupnya dipermudah urusannya. Setiap nonton konten @brilionaire pasti ada perasaan dari dalam diri untuk terus berusaha menjadi versi terbaik dari diri saya.”*



**Gambar 4.3.4.1. bukti wawancara**

**Gambar 4.3.4.2. bukti wawancara**



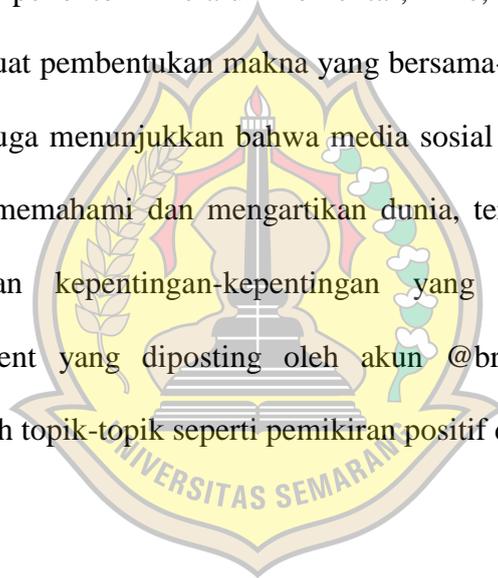
**Gambar 4.3.4.3. bukti wawancara**      **Gambar 4.3.4.4. bukti wawancara**

Dengan adanya observasi melalui analisis isi konten akun @brilionaire dapat disimpulkan bahwa konten-konten yang dibawakan oleh Bang Bio dapat menarik minat penonton karena konten motivasinya. Hal ini dapat membawa dampak yang positif bagi penontonnya. TikTok merupakan salah satu media sosial yang cukup disukai atau digemari oleh pengguna *smartphone*, hampir seluruh pengguna media sosial mempunyai TikTok untuk mendapatkan hiburan. TikTok awalnya dikenal sebagai platform untuk konten hiburan ringan seperti tarian, lip-sync, dan tantangan. Namun, seiring berjalannya waktu, pengguna mulai

memanfaatkannya untuk menyebarkan informasi, termasuk isu-isu sosial, politik, dan berita terkini. Meskipun TikTok awalnya didominasi oleh konten hiburan, platform ini juga memberikan kesempatan bagi kreator untuk berbagi informasi dan pesan-pesan yang penting. Para kreator konten mulai membuat video-video edukatif, motivasional, atau menyuarakan isu-isu sosial yang relevan. Saat ini banyak bermunculan akun-akun motivasi di TikTok dan salah satunya akun @brilionaire yang sangat membantu penonton dalam menjalani hari-hari yang buruk.

Peneliti juga mengkaitkan dengan teori konstruksi sosial media menurut Berger dan Luckman. Teori Berger dan Luckman menekankan bahwa realitas sosial adalah konstruksi dari interaksi antara individu dalam masyarakat. Teori ini mengatakan bahwa media massa tidak hanya mencerminkan realitas, tetapi juga membentuk realitas itu sendiri. Berger dan Luckmann menggambarkan tiga tahapan proses media dalam membentuk realitas, pertama yaitu eksternalisasi, dimana media mengambil realitas sosial dan mengubahnya menjadi pesan yang kita lihat. Kedua yaitu objektifikasi, pesan media ini kemudian menjadi bagian dari realitas sosial kita. Terakhir yaitu internalisasi, dimana kita mengadopsi pandangan ini sebagai bagian dari pemahaman kita tentang dunia. Dalam konteks penelitian tersebut, konten self-development yang diposting oleh akun @brilionaire dapat memainkan peran dalam membentuk identitas dan realitas sosial pengguna TikTok. Pesan-pesan tentang pemikiran positif, produktivitas, dan kesuksesan dapat memengaruhi cara pengguna melihat

diri mereka sendiri dan dunia sekitarnya. Teori Konstruksi Sosial Media juga menyoroti pentingnya interaksi simbolik dalam pembentukan realitas sosial. Konten *self-development* yang disampaikan oleh akun @brilionaire dengan menggunakan simbol-simbol tertentu, seperti kutipan inspiratif, visual yang menarik, dan cerita sukses dapat memicu respon emosional dan kognitif dari pengguna TikTok. Interaksi antara pembuat konten atau Bang Bio dan penonton melalui komentar, like, dan share juga dapat memperkuat pembentukan makna yang bersama-sama dikonstruksi. Teori tersebut juga menunjukkan bahwa media sosial dapat memengaruhi cara individu memahami dan mengartikan dunia, termasuk masalah-masalah sosial dan kepentingan-kepentingan yang relevan. Konten *self-development* yang diposting oleh akun @brilionaire mungkin akan menyentuh topik-topik seperti pemikiran positif dan pengembangan diri.



USM

## BAB V

### PENUTUP

#### 5.1. Kesimpulan

Akun TikTok @brilionaire merupakan akun motivasi dengan membagikan kata-kata bijak dan juga kata-kata motivasi termasuk self development. Akun TikTok @brilionaire menyampaikan isi pesan dengan cara yang unik. Ia memberikan kata-kata bijak dan kata-kata motivasi yang membangun dengan menanggapi video-video random. Memberikan kata-kata yang menyentuh dapat memberikan dorongan positif, meningkatkan rasa percaya diri, dan menginspirasi. Dari hasil penelitian yang dilakukan pada akun media sosial TikTok @brilionaire, dapat disimpulkan bahwa konten-konten *self development* yang disajikan memiliki dampak positif terhadap minat dan keterlibatan penonton. Melalui analisis isi pesan yang dilakukan dengan menggunakan teori konstruksi media, terungkap bahwa konten-konten tersebut mampu menginspirasi, memberikan motivasi, dan merangsang pemikiran kritis pada penontonnya.

Secara keseluruhan, konten-konten yang diposting oleh akun @brilionaire di TikTok tidak hanya memotivasi dan memberdayakan penontonnya, tetapi juga membentuk realitas sosial dan nilai-nilai moral yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Melalui analisis ini, dapat dipahami bahwa media sosial, seperti TikTok, memiliki peran yang signifikan bagaimana media sosial dapat memengaruhi persepsi dan nilai-nilai individu dalam masyarakat. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti

peran penting akun-akun motivasi dalam membentuk identitas dan realitas sosial pengguna TikTok, serta topik-topik yang memotivasi seperti pemikiran positif dan pengembangan diri.

## **5.2. Implikasi**

### **5.2.1. Implikasi Praktis**

Secara praktik, temuan dari penelitian ini dapat membantu para kreator konten, terutama yang berfokus pada *self development*, untuk memahami jenis konten yang paling menarik dan berdampak bagi penonton mereka. Mereka dapat menggunakan temuan ini sebagai panduan untuk menciptakan konten yang lebih relevan dan bermakna bagi pengikut mereka di platform media sosial. Penelitian ini memberikan wawasan kepada pengguna media sosial tentang pentingnya memilih konten yang memotivasi dan memberdayakan. Pengguna dapat lebih selektif dalam mengonsumsi konten, memprioritaskan konten yang membantu mereka dalam pengembangan diri dan meningkatkan kesejahteraan mental mereka.

### **5.2.2. Implikasi Teoritis**

Penelitian ini mendukung teori konstruksi media dengan menunjukkan bagaimana konten media sosial dapat membentuk persepsi dan identitas individu dalam masyarakat. Melalui analisis konten @brilionaire, kita dapat melihat bagaimana pesan-pesan tentang self development membentuk realitas sosial dan nilai-nilai individu.

### 5.3. Saran

Berdasarkan penelitian diatas maka penulis memiliki saran kepada pemilik akun @brilionaire untuk terus mengembangkan dan menyajikan konten-konten self development yang dapat memberikan motivasi, inspirasi, dan pandangan positif bagi penontonnya. Selain itu peneliti juga menyarankan pengguna media sosial, terutama generasi muda, dapat memanfaatkan konten self development atau konten-konten motivasi yang tersedia di TikTok, seperti yang disajikan oleh akun @brilionaire, sebagai sumber inspirasi dan motivasi dalam mengatasi tantangan dan mencapai tujuan hidup mereka.

Dengan mengambil langkah-langkah ini, diharapkan penelitian dan penggunaan konten self development di platform media sosial, khususnya TikTok, dapat memberikan kontribusi yang positif dalam membentuk nilai-nilai, sikap, dan perilaku individu, serta memberikan inspirasi dan motivasi bagi pengguna dalam mencapai potensi penuh mereka dalam hidup.

USM

## Daftar Pustaka

- A. Michael Huberman, d. M. (1992). *Analisis data kualitatif Terj. Tjejep Rohidi*. Jakarta: UI Press.
- Aan Komariah, D. S. (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Arif, A. (2023, Juli 10). Retrieved from Kompas.id:  
<https://www.kompas.id/baca/humaniora/2023/07/09/krisis-kesehatan-mental-menghantui-generasi-z-indonesia>
- Cangara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design : Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Edisi Keempat (Cetakan Kesatu)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Denzin, N., & Lilcoln, Y. S. (2009). *Pendahuluan Memasuki Bidang Penelitian Kualitatif dalam Norman K Denzin dan Yvonna S Lilcoln (ed) Handbook of Qualitative Research, Dariyatno etall (pent)*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Eriyanto. (2022). *Anlisis Wacana: Pengantar Analisis Teks Media*. Yogyakarta: LKIS.
- KHOTIMAH, K. (2023). ANALISIS ISI PESAN DAKWAH DI AKUN TIKTOK @risyard\_bay. *Skripsi*.
- MARIA, R. (2020). ANALISIS HIGH ORDER THINKING SKILLS (HOTS) TAKSONOMI BLOOM DALAM BUKU TEKS SEJARAH INDONESIA. *Thesis (S2)*, 64.
- Maslow, A. H. (1994). *Motivasi dan Kepribadian (Teori Motivasi dengan Pendekatan Hierarki Kebutuhan Manusia)*. Jakarta: PT. PBP.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa, Salemba Humanika*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Novianti, E., Nugraha, A. R., Komalasari, L., Komariah, K., & Rejeki, D. S. (2020). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI PROGRAM PEMERINTAH (Studi Kasus Sekretariat Daerah Kabupaten Pangandaran). *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam Al Munir*, 50.
- Putri, R., sulistyanto, a., & Imaddudin. (2021). ANALISIS ISI KONTEN EDUKASI FUNFACT PADA AKUN TIKTOK @BUIRAMIRA. *Repository unpas*, 48-64.
- Rahma, C. G. (2022). Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Akun Tik Tok Husain Basyaiban. *Skripsi*, 1-84.
- Retnasary, M., & Fitriawati, D. (2022). Analisis akun Tik Tok @Iramira Sebagai Media Pembelajaran Edukasi. *AGUNA: Jurnal Ilmu Komunikasi, Volume 3, No. 2, Juli 2022, hlm 01 - 11 E-ISSN: 2746-654X (online)*, 1-11.

SHAFIYAH, C. M. (2022). ANALISIS ISI PESAN PADA AKUN TIKTOK @NIAGHAN SEBAGAI MEDIA EDUKASI BAGI GENERASI MILLENNIAL. *S1 Thesis*.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supomo, I. d. (2013). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi*. Yogyakarta: BPFE.

tasmara, T. (1987). *Komunikasi Dakwah*, Jakarta: Gaya Media Pratama. 7.

Vroom, V. H. (1964). *Vroom, Victor H*. New York: Vroom, Victor H.

Widoyoko, E. P. (2014). *Teknik Penyusunan Instrumen Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.



## PERMOHONAN UNTUK SKRIPSI

- I
1. Nama : JESSENIA MAYLUN
  2. NIM : G.311.20.0046
  3. Program Studi : SI Ilmu Komunikasi
- II
1. Jumlah SKS : 140 SKS
  2. IPK : 3,75
  3. Judul Proposal Skripsi : Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @brillonaire
  4. Dosen Pemb. Proposal : Retno Manuhoro Setyowati, S.Sos, M.I.Kom
  5. Tgl. Pengesahan Proposal : .....
  6. Tgl. Pelaksanaan Seminar : 26 Januari 2024
  7. Dosen Wali : Ami Septiyono, S.I.Kom, M.I.Kom
- III
1. Judul Skripsi : Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @brillonaire
  2. Dosen Pemb. Skripsi : Retno Manuhoro, S.Sos, M.I.Kom
- IV
- Apakah membutuhkan surat untuk riset?  YA  TIDAK
1. Nama Lembaga/ Narasumber : .....
  2. Alamat Lembaga/ Narasumber : .....
- V
- Lampiran-lampiran
1. Proposal Skripsi yang disahkan oleh Pembimbing
  2. Transkrip nilai terbaru yang disahkan Dosen Wali
  3. KRS pada semester berjalan

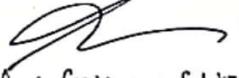
Semarang, 4 Maret 2024

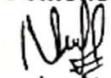
Koordinator Skripsi

Dosen Wali

Pemohon

  
Edi Nurwahyu Juliant, S.Sos, M.I.Kom

  
Ami Septiyono, S.I.Kom, M.I.Kom

  
Jessenia Maylun

NIS.065570006014

NIS.06557003102235

NIS. G.311.20.0046



USM

YAYASAN ALUMNI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
**UNIVERSITAS SEMARANG**  
**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI DAN KOMUNIKASI**

Sekretariat : Jl. Soekarno Hatta Tlogosari Semarang 50196 Telp. (024) 6702757 Fax. (024) 6702272  
Web site : www.usm.ac.id E-mail : univ\_smg@usm.ac.id

**SURAT PENUNJUKKAN PEMBIMBING**

Nomor : 253 /USM.H5.FTIK/II/2024  
Lamp. :-  
Hal : Bimbingan Skripsi

21 MAR 2024

Kepada Yth.  
Dosen Pembimbing Skripsi  
**RETNO MANUHORO, S.Sos, M.I.Kom**  
Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi  
UNIVERSITAS SEMARANG  
Di Semarang

Dengan hormat,  
Untuk menempuh mata kuliah Skripsi pada Program S1-Ilmu Komunikasi, mohon kepada mahasiswa yang tersebut di bawah ini :

Nama : JESSENIA MAYSUN  
NIM : G.311.20.0046  
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi  
Pembimbing Skripsi : RETNO MANUHORO, S.Sos, M.I.Kom  
Judul Skripsi : Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @brilionaire

Dapat diberikan bimbingan dalam pembuatan Skripsi berupa konsultasi dan asistensi. Perlu kami sampaikan bahwa penyelesaian Skripsi paling lama 1 tahun terhitung semenjak dikeluarkannya surat penunjukan dosen Pembimbing. Apabila dalam jangka waktu tersebut belum selesai, maka penulisan Skripsi tersebut dapat diperpanjang selama 1 tahun berikutnya dengan memperbarui persyaratan.

Demikian untuk menjadikan periksa, atas bimbingan dan bantuannya diucapkan terimakasih.



Mengetahui  
a.n. Dekan  
Wakil Dekan I

Fajriandoor Fanani, S.Sos., M.I.Kom.  
NIS. 06557000606017

USM

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

Edi Nurwahyu Julianto, S.Sos, M.I.Kom  
NIS. 06557000606014

Tembusan :

1. Mahasiswa
2. Koordinator Skripsi
3. Arsip

\* FAKULTAS HUKUM : Prodi. S1 Ilmu Hukum

\* FAKULTAS EKONOMI : Prodi. D-III Manajemen Perusahaan; S1 Manajemen; S1

\* FAKULTAS TEKNIK : Prodi. S1 Teknik Sipil; S1 Teknik Elektro; S1 Perencanaan Wilayah dan Kota

\* FAKULTAS TEKNOLOGI PERTANIAN : Prodi. S1 Teknologi Hasil Pertanian

ologi

AN KOMUNIKASI :

\* Prodi. S1 Teknik Informatika; S1 Sistem Informasi; S1 Ilmu Komunikasi; S1 Pariwisata

\* PROGRAM PASCA SARJANA : Magister Manajemen; Magister Hukum; Magister Psikologi



Bukti Setoran Tunai

84011 671276 001010 01 26/02/2024 09:33:19

SETOR TUNAI

200611155 FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI ID MR 625.000,00

TERBILANG : ENAM RATUS DUA PULUH LIMA RIBU RUPIAH

PENYETOR : FIKHUSM, RAK NO. 200611155

BIAYA : BEBAS BIAYA

KEHUTYA: PEMBAYARAN SKRIPSI/JESSALIA MAHSUN/C 311.20.0046

SUMBER DANA : -

TUJUAN TRANSAKSI : -

LOKASI : UNIP - UNIP SEMARANG



Teller

*(Signature)*  
Penyetor

Bank telah melaksanakan transaksi sesuai dengan permintaan Penyetor. Sehubungan dengan hal tersebut, Penyetor dengan ini membebaskan Bank dari segala tuntutan hukum berkenaan dengan transaksi di atas. Bukti Setoran Tunai ini merupakan alat bukti yang sah.



**YAYASAN ALUMNI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
UNIVERSITAS SEMARANG**

Sekretariat : Jl. Soekarno Hatta Tlogosari Semarang 50196 Telp.(024)6702757 Fax.(024)6702272

**LEMBAR PERSETUJUAN REVISI**

Nama Mahasiswa : JESSENIA MAYSUN  
NIM : G.311.20.0046  
Judul Skripsi : Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @brilionaire  
Tanggal Ujian : Kamis, 25 April 2024  
Materi Yang Direvisi : .....

.....

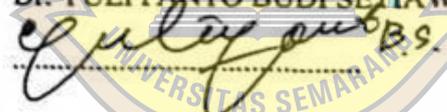
.....

Telah direvisi oleh Mahasiswa yang bersangkutan dan telah disetujui oleh Tim Penguji :

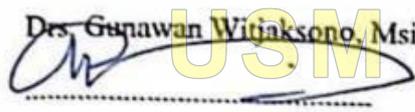
**KETUA TIM PENGUJI**

Nama : RETNO MANUHO SETYOWATI, S.Sos., M.I.Kom  
Tanda Tangan : 

**PENGUJI PENDAMPING 1**

Nama : Dr. YULIYANTO BUDI SETIAWAN, S.SOS,M.Si  
Tanda Tangan : 

**PENGUJI PENDAMPING 2**

Nama : Des. Gunawan Witiaksono, Msi  
Tanda Tangan : 



YAYASAN ALUMNI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
UNIVERSITAS SEMARANG

Sekretariat : Jl. Soekarno Hatta Tlogosari Semarang 50196 Telp.(024)6702757 Fax.(024)6702272

**LEMBAR PERSETUJUAN REVISI**

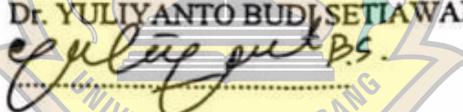
Nama Mahasiswa : JESSENIA MAYSUN  
N I M : G.311.20.0046  
Judul Skripsi : Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @brilionaire  
Tanggal Ujian : Kamis, 25 April 2024  
Materi Yang Direvisi : 1. Sistem retail - absah.  
2. Kaya Ruel ? dan ?

Telah direvisi oleh Mahasiswa yang bersangkutan dan telah disetujui oleh Tim Penguji :

**KETUA TIM PENGUJI**

Nama : RETNO MANUORO SETYOWATI, S.Sos., M.I.Kom  
Tanda Tangan : 

**PENGUJI PENDAMPING 1**

Nama : Dr. YULIYANTO BUDI SETIAWAN, S.SOS, M.Si  
Tanda Tangan : 

**PENGUJI PENDAMPING 2**

Nama : Drs. Gunawan Witjaksono, Msi  
Tanda Tangan : 



**YAYASAN ALUMNI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
UNIVERSITAS SEMARANG**

Sekretariat : Jl. Soekarno Hatta Tlogosari Semarang 50196 Telp.(024)6702757 Fax.(024)6702272

**LEMBAR PERSETUJUAN REVISI**

Nama Mahasiswa : JESSENIA MAYSUN  
 NIM : G.311.20.0046  
 Judul Skripsi : Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @brilionaire  
 Tanggal Ujian : Kamis, 25 April 2024 *akan dilaksanakan*  
 Materi Yang Direvisi : *Silahkan dipelajari apa saja yang telah saya sampaikan di sidang skripsi anda.*

Telah direvisi oleh Mahasiswa yang bersangkutan dan telah disetujui oleh Tim Penguji :

**KETUA TIM PENGUJI**

Nama : RETNO MANUHORO SETYOWATI, S.Sos., M.I.Kom  
 Tanda Tangan :

**PENGUJI PENDAMPING 1**

Nama : Dr. YULIYANTO BUDI SETIAWAN, S.SOS,M.Si  
 Tanda Tangan :

**PENGUJI PENDAMPING 2**

Nama : Drs. Gunawan Witjaksono, Msi  
 Tanda Tangan :



**YAYASAN ALUMNI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
UNIVERSITAS SEMARANG**

Sekretariat : Jl. Soekarno Hatta Tlogosari Semarang 50196 Telp.(024)6702757 Fax.(024)6702272

**LEMBAR BIMBINGAN**

Skripsi

Nama Mahasiswa : JESSENIA MAYSUN  
NIM : G.311.20.0046  
Judul : Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok @brilionaire

NO	TANGGAL	PEMBAHASAN	VALIDASI
1	06-04-2024	<b>BAB I</b> • Uraian Mahasiswa : BAB I yang sudah direvisi • Uraian Dosen Pembimbing : ACC	Acc
2	06-04-2024	<b>BAB II</b> • Uraian Mahasiswa : BAB 2 • Uraian Dosen Pembimbing : ACC	Acc
3	06-04-2024	<b>BAB III</b> • Uraian Mahasiswa : Revisian BAB 3 • Uraian Dosen Pembimbing : -	Acc
4	22-04-2024	<b>BAB IV</b> • Uraian Mahasiswa : Revisian BAB 4 • Uraian Dosen Pembimbing : -	Acc
5	22-04-2024	<b>BAB V</b> • Uraian Mahasiswa : bab 5 • Uraian Dosen Pembimbing : -	Acc

**USM**

Semarang, 23 April 2024  
Pembimbing,

RETNO MANUHORO SETYOWATI, S.Sos., M.I.Kom  
NIS. 06557000606015



**YAYASAN ALUMNI UNIVERSITAS DIPONEGORO  
UNIVERSITAS SEMARANG  
UPT PERPUSTAKAAN**

Sekretarian : Jl. Soekarno-Hatta, Tlogosari, Semarang 50196 Telp. (024) 6702757 Fax (024) 6702272  
Website : <http://eskrpsi.usm.ac.id> e\_mail : [perpustakaan@usm.ac.id](mailto:perpustakaan@usm.ac.id)

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLISH**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jessenia Maysun  
NIM : G.311.20.0046 Email : [jesseniam190@gmail.com](mailto:jesseniam190@gmail.com)  
Fakultas : TIK Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul SKRIPSI/TA : Analisis Isi Pesan Self Development Pada Akun TikTok  
@brlionaire

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif*\* kepada UPT Perpustakaan Universitas Semarang untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses SKRIPSI/TA elektronik sebagai berikut (beri tanda (√) pada kotak yang sesuai):

Kategori Upload (√)	Akses Jaringan Lokal USM	Akses Jaringan Internet
( ) Published	Full Document (Upload di Eskripsi)	Full Document (Upload di Eskripsi)
( √ ) Approved	Full Document (Upload di Eskripsi)	Half Document (Upload di Eskripsi) (Judul, Abstrak (Indonesia-Inggris), Halaman Persetujuan, Surat Keaslian (Orisinalitas), Daftar Isi, Bab Penutup, Daftar Pustaka)
( ) NANP (Not Approved and Not Published)	File Tersimpan secara offline di Perpustakaan USM Semua File Dokumen Skripsi (Judul, Halaman Persetujuan, Surat Keaslian (Orisinalitas), Abstrak (Indonesia-Inggris), Daftar Isi, Bab I, Bab II, Bab III, Bab IV, Bab V, Bab Penutup, Daftar Pustaka, File Komplit Lembar Konsultasi, dan Lembar Publish) dikirim dalam bentuk winrar ke email <a href="mailto:tugasakhir@usm.ac.id">tugasakhir@usm.ac.id</a>	

- Kategori upload dengan pilihan (√) *published* atau *approve* wajib mengisi data dan upload seluruh file di e-skripsi, sedangkan kategori upload dengan pilihan (√) *NANP* hanya mengisi data dan mengupload lembar pengesahan, lembar publish, dan lembar bimbingan di e-skripsi.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Mengetahui  
Pembimbing

Retno Manuhoro Setyowati, S.Sos., M.I.Kom.

Semarang, 15 Mei 2024

Yang membuat Pernyataan

Jessenia Maysun