

**KOMPETENSI KOMUNIKASI INFLUENCER KONTEN EDUKASI
SKRIPSI PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**



SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia**

OLEH :

ANDINIE NADYA PRASASTI

20321010

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PSIKOLOGI SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA**

2024

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**KOMPETENSI KOMUNIKASI INFLUENCER KONTEN EDUKASI
SKRIPSI PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK**



Telah disetujui dosen pembimbing skripsi untuk diujikan dan dipertahankan
dihadapan tim penguji skripsi

Tanggal : 28 Maret 2024

Dosen Pembimbing Skripsi,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Holy Rafika Dhona', is written over the Arabic calligraphy of the UII logo.

Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A.
NIDN 0512048302

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

KOMPETENSI KOMUNIKASI INFLUENCER KONTEN EDUKASI SKRIPSI PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK

Disusun Oleh

ANDINIE NADYA PRASASTI

20321010

Telah dipertahankan dan disahkan oleh Dewan Penguji Skripsi
Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia

Tanggal: 14 Oktober 2024

Dewan Penguji :

1. Ketua: Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A ()
NIDN 0512048302

2. Anggota: Sumekar Tanjung, S.Sos., M.A ()
NIDN 0514078702

Mengetahui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya
Universitas Islam Indonesia



Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph.D

NIDN 0506038201

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Andinie Nadya Prasasti
Tempat dan Tanggal Lahir : Kendal, 29 September 2001
Alamat : Gg. Kenanga No.9 RT 008 RW 004 Kelurahan Pegulon, Kabupaten
Kendal
NIM : 20321010
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan dengan sungguh – sungguh bahwa seluruh karya akademik yang saya hasilkan selama melaksanakan perkuliahan di Program Studi Ilmu Komunikasi adalah karya yang saya sendiri yang dikerjakan secara jujur dan independen dengan :

1. Tidak menggunakan jasa pihak ketiga (joki) dalam pengerjaan karya akademik atau menjadi pihak ketiga dalam pengerjaan karya akademik mahasiswa lain. Semua kontribusi yang telah diberikan oleh pihak lain dalam penulisan karya akademik saya telah sesuai dengan aturan dan tercantum dengan benar
2. Tidak melakukan plagiasi yang berupa pengakuan atas hasil karya akademik orang lain. Segala gagasan atau data yang didapatkan dari karya atau pemikiran orang lain telah melalui proses parafrase dan dicantumkan pada sitasi
3. Tidak melakukan manipulasi menggunakan kecerdasan buatan atau perangkat lunak otomatis lainnya untuk pengerjaan hal substansial dalam penulisan karya akademik.

Apabila di masa mendatang setelah kelulusan saya, ditemukan informasi yang membuktikan bahwa salah satu atau sebagian karya akademik saya tidak merupakan hasil karya saya sendiri dan/atau merupakan pelanggaran atas pernyataan saya diatas, saya bersedia menerima konsekuensi yang berlaku sesuai dengan regulasi yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 31 Agustus 2024



Andinie Nadya Prasasti

MOTTO

“Allah tidak akan membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(Q.S Al - Baqarah, 2:286)

“Tidak ada kesuksesan tanpa adanya kerja keras, tidak ada keberhasilan tanpa kebersamaan, dan tidak ada kemudahan tanpa adanya iringan doa”

- Ridwan Kamil

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah itu benar”

(Q.S Ar-Rum : 60)

“Tangga kesuksesan tidak akan pernah penuh sesak di bagian puncak”

- Napoleon Hill

“Orang lain tidak akan pernah mau mengerti tentang struggle dan masa sulit yang kita alami, yang ingin mereka tahu hanya bagian dari hasil kita saja.

Jadi, teruslah berjuang untuk diri sendiri dan orang - orang yang ingin kamu bahagiakan ya..

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirobbil' Alamin, segala puji bagi Allah SWT tuhan semesta alam yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya, serta selalu memberikan kekuatan serta kemudahan bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini dengan judul Kompetensi Komunikasi Influencer dalam Memberikan Konten Edukasi Skripsi pada Media Sosial Tiktok. Tidak lupa pula, shalawat serta salam penulis ucapkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini dibuat sebagai syarat dalam mendapatkan gelar sarjana di Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Psikologi dan Sosial Budaya, Universitas Islam Indonesia. Dengan selesainya skripsi ini, saya ingin menyampaikan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan dan doa kepada saya.

Secara khusus penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Kepada Alm. Ajito Adi Prasetyo seseorang yang biasa saya sebut dengan sebutan papa. Pa, saat ini saya telah mampu dan berhasil melewati tahap dimana saya menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih untuk kebersamaannya meskipun hanya sebentar, kini akhirnya saya harus melanjutkan perjalanan ini tanpa papa temani lagi. Damai dan tersenyumlah disana, cinta pertamaku.
2. Kepada Mama Tri Kustantina, pintu surga saya. Terimakasih untuk segala doa dan dukungan yang diberikan kepada saya. Terimakasih untuk segala nasihat yang diberikan meskipun kadang tidak sejalan, dan terimakasih sudah selalu berjuang untuk anak-anakmu, ma. Kini, giliranku untuk membahagiakanmu.
3. Bapak Iwan Awaluddin Yusuf, S.IP., M.Si., Ph. D selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Bapak Holy Rafika Dhona, S.I.Kom., M.A. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing dan

menuntun saya serta memberikan motivasi kepada saya dari awal hingga terselesaikannya skripsi ini

5. Seluruh dosen dan staf Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan bantuan kepada saya sepanjang proses perkuliahan hingga akhir
6. Kepada keluarga besar saya, terimakasih atas segala doa dan dukungan yang diberikan kepada saya selama ini.
7. Kepada ketiga adik saya, terimakasih atas doa dan dukungan yang diberikan. Mari berjuang bersama demi masa depan kita dan tumbuhlah menjadi versi paling hebat, adikku.
8. Kepada pemilik nim 2100011387 terimakasih karena selalu menemani, memberikan motivasi serta dengan sabar mampu mendengarkan segala keluh kesah, serta tangisan saya selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Kepada teman - teman seperjuangan Ilmu Komunikasi angkatan 2020 atas kebersamaannya selama ini
10. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri karena telah mampu berjuang dan berusaha keras hingga sejauh ini, serta mampu untuk mengendalikan diri dari berbagai tekanan di luar kendali. Terimakasih untuk tidak pernah menyerah bahkan sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini. Dan selamat untuk diriku karena telah mampu untuk mencapai titik ini.

DAFTAR ISI

KOMPETENSI KOMUNIKASI INFLUENCER KONTEN EDUKASI SKRIPSI PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK.....	1
LEMBAR PERNYATAAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN ETIKA AKADEMIK.....	iii
MOTTO.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Tinjauan Pustaka.....	7
F. Kerangka Konsep.....	10
G. Kerangka Penelitian.....	14
H. Metode Penelitian.....	15
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	20
A. Konten Edukasi Skripsi.....	20
B. Aplikasi Tiktok.....	21
C. Profil Influencer.....	29
BAB III TEMUAN DAN PEMBAHASAN.....	32
A. Temuan.....	32
1. Tingkat Pengetahuan Influencer Terkait Skripsi.....	32
2. Motivasi Influencer dalam Memberikan Konten Edukasi Skripsi.....	41
3. Skill yang dibutuhkan influencer dalam memberikan konten edukasi skripsi.....	50
3.2 Pembahasan.....	60
BAB IV PENUTUP.....	71
A. Kesimpulan.....	71

B. Keterbatasan Penelitian.....	72
C. Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA.....	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun Tiktok <i>influencer</i>	2
Gambar 1.4 Framework Penelitian.....	14
Gambar 2.1 Logo Tiktok.....	22
Gambar 2.2 Profil Wifau.....	29
Gambar 2.3 Profil Aunty Icha.....	30
Gambar 2.4 Profil Mba Yas.....	31
Gambar 3.1 Akun @scaleup.yourlife.....	37
Gambar 3.2 Akun @wifau.....	37
Gambar 3.3 Kolom komentar @wifau.....	39
Gambar 3.4 Kolom komentar @scaleup.yourlife.....	47
Gambar 3.5 Kolom komentar @wifau.....	55
Gambar 3.6 Playlist @scaleup.yourlife.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	18
-----------------------	-----------

ABSTRAK

Prasasti, Andinie Nadya. 20321010 (2024). Kompetensi Komunikasi Influencer Konten Edukasi Skripsi pada Media Sosial Tiktok. Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Psikologi dan Ilmu Sosial Budaya. Universitas Islam Indonesia.

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kompetensi komunikasi influencer terkait memberikan konten edukasi skripsi di media sosial Tiktok. Aplikasi Tiktok yang berkembang sangat pesat menjadi sebuah platform edukasi selama masa pandemi Covid-19 lalu, kemudian kini digunakan oleh influencer untuk memberikan bantuan kepada mahasiswa akhir dalam menyelesaikan skripsi. Penelitian ini menggunakan teori Competence Communication yang terbagi atas komponen Pengetahuan, Motivasi dan Skill. Pendekatan kualitatif deskriptif digunakan dalam penelitian ini, dengan menggunakan metode pengumpulan data melalui wawancara, dan observasi yang bertujuan untuk memahami lebih dalam mengenai Pengetahuan, Skill dan Motivasi dari Influencer dalam memberikan konten edukasi skripsi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketiga komponen tersebut yaitu pengetahuan, motivasi dan skill memiliki peran yang signifikan dalam menentukan kualitas konten edukasi skripsi. Pengetahuan influencer mengenai skripsi, termasuk struktur, proses penelitian, dan aturan akademis menjadi sebuah landasan utama dalam menghasilkan konten yang berkualitas. Motivasi influencer, terutama yang didorong oleh pengalaman pribadi dalam menyelesaikan skripsi, dan respon positif dari audiens juga memiliki peran penting. Selain itu, skill akademik, motivasi dan teknologi turut menjadi elemen kunci yang dapat memastikan bahwa konten yang akan disajikan dapat memberikan dampak positif bagi mahasiswa. Berdasarkan hasil dari temuan ini yaitu kompetensi komunikasi memiliki memiliki peran yang penting dan signifikan terhadap kualitas konten edukasi skripsi yang dihasilkan

Kata Kunci: Kompetensi Komunikasi, Influencer, Edukasi Skripsi, Tiktok

ABSTRACT

Prasasti, Andinie Nadya. 20321010 (2024). Educational Content Influencer Communication Competence Thesis on Social Media Tiktok. Communication Studies Program at the Faculty of Psychology and Socio-Cultural Sciences, Islamic University of Indonesia.

The study aims to examine the communication competence of influencers related to providing educational content for thesis on Tiktok social media. The Tiktok application, which has grown rapidly into an educational platform during the Covid-19 pandemic, is now used by influencers to provide assistance to final year students in completing their theses. This Study uses the Competence Communication theory which is divided into the components of Knowledge, Motivation and Skills. A descriptive qualitative approach is used in this study, using data collection methods through interviews and observation which aim to understand more deeply about the Knowledge, Motivation and Skill of Influencers in providing educational content for theses. The result of the study shows that the three components, namely Knowledge, Motivation and skill, have a significant role in determining the quality of educational content for theses. Influencer knowledge about theses, including structure, research processes, and academic rules, is a major foundation in producing quality content. Influencer motivation, especially that driven by personal experience in completing a thesis, and positive responses from the audience also play an important role. In addition, academic skill, motivation and technology are also key elements that can ensure that the content to be presented can have a positive impact on students.

Base on the results of this finding, communication competence has an important and significant role in the quality of the educational content of the thesis produced

Keywords : *Communication Competence, Influencer, Thesis Education, Tiktok*

BAB I

PENDAHULUAN

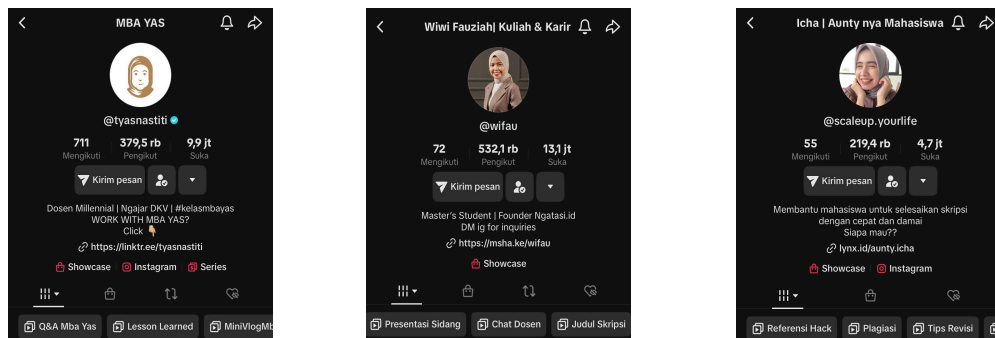
A. Latar Belakang

Seiring berjalannya waktu, media sosial Tiktok menjadi salah satu aplikasi yang menghadirkan konten bermuatan edukasi. Seperti pada saat pandemi Covid-19 lalu, media sosial Tiktok banyak digunakan oleh para *influencer* untuk memberikan edukasi kepada masyarakat mengenai bagaimana pencegahan dari *Coronavirus*. Edukasi tersebut meliputi tayangan video yang menampilkan bagaimana cara untuk dapat menerapkan hidup yang bersih dan juga sehat, serta mengenai cara untuk menerapkan protokol kesehatan 3M yang baik dan juga bagaimana cara meningkatkan ketahanan badan di saat terjadi pandemi belakangan lalu. (Putri & Sulistyanto, 2022) Selain konten edukasi mengenai kesehatan dan kecantikan, beberapa *influencer* juga aktif dalam membuat konten edukasi mengenai skripsi bagi mahasiswa. Dengan adanya edukasi skripsi tersebut memberikan kontribusi dalam memfasilitasi pemahaman mahasiswa terkait penulisan serta strategi dalam menyelesaikan skripsi secara efektif.

Terdapat dua ciri ciri dalam menggunakan aplikasi Tiktok yaitu ciri internal dan eksternal. Penggunaan Tiktok dalam ciri internal meliputi adanya sebuah pikiran, kelakuan, perilaku dari individu, dugaan, pusat perhatian, ketertarikan, cara belajar, edukasi, dorongan dan yang terakhir yaitu keinginan, sedangkan penggunaan Tiktok dalam ciri eksternal meliputi sebuah hal baru yang familiar, keberlawanan dan kebutuhan, sekitar dan ukuran dan yang terakhir antusiasme (Rasdin et al., 2021) Tiktok kini banyak digunakan oleh *influencer* sebagai media dalam memberikan edukasi mengenai bagaimana cara menyusun skripsi bagi mahasiswa tingkat akhir. Tiktok memberikan kemudahan bagi *influencer* dalam menyampaikan informasi secara ringkas mengenai skripsi melalui format video singkat. Edukasi sendiri menurut John Dewey merupakan sebuah proses dari bentuk pengalaman. Hal tersebut karena dalam kehidupan

merupakan sebuah pertumbuhan, dengan adanya hal tersebut, pendidikan merupakan sesuatu yang membantu dalam melakukan pertumbuhan batin dari seorang manusia tanpa adanya batasan usia.

Tiktok saat ini menjadi sebuah aplikasi yang banyak digunakan oleh semua kalangan masyarakat, baik usia muda maupun dewasa. Aplikasi ini digunakan oleh masyarakat bukan hanya untuk mencari sebuah hiburan, tetapi juga menjadi tempat dalam mencari sebuah informasi. Saat ini, banyak sekali influencer yang menggunakan Tiktok untuk mengedukasi, seperti @wifau, @tyasnastiti dan @scaleup.yourlife Icha | Aunty nya Mahasiswa. Dalam akun pribadi miliknya, ketiga *influencer* secara konsisten mengedukasi mahasiswa tingkat akhir mengenai skripsi. Konten yang dirancang memiliki tujuan untuk membantu mahasiswa dalam proses penyusunan skripsi, selain itu turut memberikan tips dan motivasi. Ketiga *influencer* tersebut banyak dicari oleh mahasiswa selain memiliki jumlah pengikut yang banyak, juga karena ucapannya dapat dipertanggungjawabkan.



Gambar 1.1 Profil Tiktok *influencer*

Sebagian besar konten yang dibagikan oleh @wifau, @scaleup.yourlife atau Aunty Icha dan @tyasnastiti melalui akun media sosial Tiktok miliknya, membahas mengenai skripsi yang memang dikhususkan untuk mahasiswa tingkat. Sosial media menjadi perantara dari internet yang memberikan kemudahan dalam bersosialisasi, berkolaborasi, membantu, berinteraksi secara virtual (Alam, 2020).

Dalam memberikan konten edukasi di media sosial *influencer* masuk ke dalam jenis edukasi informal, hal tersebut karena *influencer* tersebut tidak memiliki hubungan atau ikatan kepada instansi resmi dari pemerintah. Kehadiran seorang *influencer* yang menggunakan aplikasi Tiktok tentu memberikan manfaat bagi para mahasiswa karena mereka memberikan sebuah informasi yang bermuatan edukasi yang tentunya memiliki tujuan untuk membantu mahasiswa dalam memahami dan menyelesaikan skripsi

Menurut Soemanto dalam Kusuma dan Indrawanti (2013) skripsi merupakan sebuah karya ilmiah yang kemudian ditulis dengan melalui proses perencanaan, pelaksanaan dan hasil penelitian oleh mahasiswa pada jenjang program sarjana muda maupun sarjana. Selain itu, skripsi adalah sebuah karya ilmiah yang harus diselesaikan mahasiswa tingkat akhir sebagai salah satu syarat wajib dalam menyelesaikan program studi yang sedang ditempuh. Maka dari itu, untuk mendapatkan gelar maka salah satu syarat yang harus ditempuh yaitu menyelesaikan tugas akhir atau skripsi. Dalam pengerjaan skripsi, banyak di antara mahasiswa yang merasakan kendala dalam proses pengerjaan dan menyelesaikannya, hingga membuat mahasiswa khawatir bahkan stres. Terdapat beberapa faktor penghambat yang banyak dialami oleh mahasiswa, yaitu adanya rasa takut akan sebuah kesalahan pada saat akan mengerjakan skripsi, ketidakpahaman diri mengenai bagaimana cara menyusun skripsi dengan baik dan rasa takut pada saat akan menjalani sidang skripsi. (Putri dan Sulistyanto, 2022). Kemudian terdapat beberapa hambatan lain, yaitu faktor eksternal seperti, langkah dan prosedur dalam proses pengerjaan skripsi dan terdapat kendala dalam proses bimbingan yang dilakukan antara dosen pembimbing dan seorang mahasiswa (Putri dan Sulistyanto, 2022).

Dalam mengerjakan tugas akhir atau skripsi seorang mahasiswa tentu mendapatkan bimbingan dari dosen pembimbing. Dosen pembimbing merupakan seorang dosen yang membantu mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir dengan memberikan arahan dalam proses pengerjaannya. Namun banyak

mahasiswa yang tidak merasakan hal tersebut, seperti banyak yang mendapatkan dosen pembimbing yang sukar untuk ditemui, kurangnya hubungan baik antara mahasiswa dan dosen, dan seorang dosen tidak memberitahu mengenai kesalahan yang perlu direvisi (Putri dan Sulistyanto, 2022). Selain itu, juga terdapat sebuah kesenjangan dengan adanya kesenjangan yang terjadi antara informasi pembelajaran mengenai skripsi yang diinginkan dengan apa yang didapatkan melalui materi pada saat perkuliahan dengan dosen tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Dengan adanya fenomena tersebut, banyak mahasiswa yang memilih untuk mencari informasi dan pembelajaran melalui media sosial Tiktok yang kemudian dimanfaatkan oleh *influencer* dan menjadi sebuah celah baginya untuk dapat membagikan konten edukasi yang tidak hanya menarik secara visual tetapi juga memberikan penjelasan yang lebih praktis serta mudah diakses, sehingga mampu membantu mahasiswa dalam memahami materi.

Seorang *influencer* perlu memahami kompetensi komunikasi untuk dapat memberikan konten edukasi skripsi yang efektif. Kompetensi komunikasi meliputi sebuah kemampuan dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan dapat menarik audiens, dapat membangun interaksi yang baik serta dapat mempengaruhi pemahaman atas konten yang telah disampaikan. Selain itu, kompetensi komunikasi adalah sebuah kemampuan untuk menyesuaikan diri pada setiap keadaan dalam komunikasi dengan menunjukkan keunggulan dari komunikasi yang benar berdasarkan dari sebuah pengetahuan yang sesuai berdasarkan dari setiap konteks dan situasi dari komunikasi. Kompetensi komunikasi memiliki tiga bagian, meliputi *knowledge* (pengetahuan), *skill* (kemampuan) juga *motivation* (motivasi). Menjadi seorang *influencer* yang memiliki fokus dalam memberikan konten edukasi skripsi di media sosial Tiktok perlu memiliki pemahaman yang mendalam mengenai kompetensi komunikasi. Dengan memahami serta mengasah kompetensi komunikasi seorang *influencer* dapat membangun sebuah kepercayaan dari audiens, dapat memberikan dampak yang positif, serta memberikan konten yang memiliki nilai guna bagi audiens yang merupakan mahasiswa akhir.

Adapun penelitian terdahulu yang membahas mengenai konten edukasi pada media sosial Tiktok bukan menjadi penelitian terbaru dan cukup banyak dibahas, seperti penelitian milik : Putri, R., & Sulistyanto, A. (2022) yang membahas mengenai **Analisis Konten Edukasi Fun Fact pada Akun Tiktok @buiramira**. Selanjutnya penelitian milik Vidyana, A, N., & Atnan, N (2022) **Pengaruh Konten Edukasi Tiktok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa**. Serta penelitian milik Wuwung, K, E., Himpong, M. D., & Lotulung L. J. H (2022) yang membahas mengenai **Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Sarana Edukasi Mahasiswa**. Ketiga penelitian terdahulu tersebut secara konsisten membahas penggunaan Tiktok sebagai sarana dalam memberikan konten edukasi. Penelitian ini, memiliki kesamaan dengan penelitian - penelitian terdahulu yang menjadikan Tiktok sebagai objek penelitian. Penelitian ini memilih konten edukasi pada media sosial Tiktok sebagai objek penelitian karena fenomena tersebut menunjukkan sebuah tren yang signifikan terutama bagi kalangan mahasiswa akhir. Oleh karena itu, peneliti berusaha untuk memberikan kontribusi tambahan lebih lanjut dengan melibatkan influencer dalam memberikan konten edukasi pada media sosial Tiktok.

Selain itu, terdapat penelitian yang membahas mengenai kompetensi komunikasi, namun pada penelitian terdahulu tersebut tidak membahas mengenai influencer, berikut beberapa penelitian terdahulu yang membahas kompetensi komunikasi : Antika, D. R. (2021) yang membahas mengenai **Kompetensi Komunikasi Guru dalam Pembelajaran Tematik SD Muhammadiyah Banyuwangi pada Masa Pandemi Covid-19**. Penelitian lain yaitu milik, Faradhita, R. (2022) yang berjudul **Studi Fenomenologi Kompetensi Komunikasi Seorang Master Of Ceremony**. Berdasarkan penelitian sebelumnya, dan menilik berbagai masalah yang telah dibahas pada penelitian tersebut. Peneliti memiliki maksud untuk mengkaji lebih dalam mengenai Kompetensi Komunikasi dengan menggunakan Influencer sebagai subjek. Dengan begitu, penelitian ini akan memperkaya hasil penelitian tersebut yang berfokus pada kompetensi komunikasi dari seorang influencer. dalam memberikan konten

edukasi skripsi pada media sosial Tiktok. Pemilihan subjek influencer dalam penelitian tersebut karena seorang influencer memiliki pengaruh yang cukup besar di media sosial. Selain itu, seorang influencer memiliki daya tarik dan komunikasi yang baik sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang yang telah dijelaskan, dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini dengan **“Bagaimana Kompetensi Komunikasi Influencer dalam Memberikan Konten Edukasi Skripsi di Media Sosial Tiktok?”**

Rumusan Masalah tersebut didasari oleh teori Communication Competence dimana dalam teori tersebut merupakan sebuah kemampuan dari seseorang untuk dapat menyesuaikan diri dalam melakukan komunikasi yang baik di dalam situasi sosial, dimana kemampuan tersebut mengarah kepada sebuah kemampuan untuk dapat bertindak yang sesuai dengan sebuah motivasi dan pengetahuan yang telah dimiliki.

Adapun pertanyaan penelitian dari turunan rumusan masalah diatas yaitu :

1. Bagaimana tingkat pengetahuan seorang *influencer* terkait skripsi dalam memberikan konten edukasi skripsi?
2. Apa motivasi seorang *influencer* dalam memberikan konten edukasi skripsi pada media sosial Tiktok
3. Apa saja skill yang dibutuhkan seorang *influencer* dalam memberikan konten edukasi skripsi

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui bagaimana tingkat pengetahuan seorang *influencer* terkait skripsi dalam memberikan konten edukasi

2. Untuk mengetahui motivasi seorang *influencer* dalam memberikan konten edukasi skripsi pada media sosial Tiktok
3. Untuk mengetahui skill yang dibutuhkan seorang *influencer* dalam memberikan konten edukasi skripsi

D. Manfaat Penelitian

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut, diantaranya yaitu :

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi manfaat bagi peneliti dan penelitian komunikasi lainnya untuk dapat menambah sebuah wawasan, ilmu dan pengetahuan.
2. Diharapkan dari penelitian ini dapat mengembangkan ilmu yang telah dimiliki.
3. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat sebagai referensi bahan studi untuk mahasiswa yang ingin mengangkat penelitian dengan judul terkait di bidang Ilmu Komunikasi

E. Tinjauan Pustaka

Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pertama, disusun oleh Rafika Rasdin, Yeti Mulyati dan Khaerudin Kurniawan dari Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia tahun terbit 2021 dengan judul “**Fenomena Tiktok sebagai Media Komunikasi Edukasi**” Dalam penelitian ini memiliki sebuah tujuan dalam menjelaskan suatu fenomena Tiktok sebagai media komunikasi di zaman 4.0 serta gerakan dalam mengatur peningkatan pola dalam mendidik Bahasa Indonesia dengan memanfaatkan Tik Tok untuk dapat membantu agar dapat memukau dan memuaskan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Fokus analisis yaitu melalui unggahan teks dan video melalui aplikasi Tiktok yang berada di Indonesia, kemudian penjelasan mengenai sebuah informasi yang diteliti berupa konten atau materi mengenai bahasa dan sastra Indonesia. Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial Tiktok merupakan aplikasi yang

memukau serta dapat digunakan dapat dengan mudah dan efektif dan dapat digunakan sebagai media edukasi, terlebih dalam pembelajaran Bahasa dan Sastra Indonesia.

Kemudian terdapat penelitian kedua yang telah disusun oleh Reza Putri, Ari Sulistyanto dan Imaduddin dari Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dengan judul **“Analisis Isi Konten Edukasi Fun Fact pada Akun Tiktok @buiramira”**. Tujuan dalam penelitian ini untuk memahami isi dan tema dari konten edukasi fun fact yang membahas tentang skripsi dalam sebuah pembelajaran yang menyenangkan melalui Tiktok milik @buiramira. Selanjutnya, penelitian ini memakai metode analisis isi deskriptif kualitatif dan untuk menyatukan data menggunakan observasi dan dokumentasi. Dari hasil analisis dalam penelitian ini, mendapatkan dan menelaah tujuh konten edukasi fun fact per tanggal 13 Agustus 2020 - 16 September 2021 mengenai pembelajaran yang menyenangkan mengenai skripsi. Beberapa konten yang ada meliputi tema proses pengerjaan skripsi dan mengenai rencana dalam menghadapi sidang, kemudian memiliki dua kategori meliputi tips dan trik

Selanjutnya merupakan penelitian ketiga, yang telah disusun Dian Novika dari Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2019). dengan judul **“Kompetensi Komunikasi Tutor Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Peserta Didik”** Penelitian ini memiliki sebuah tujuan untuk kompetensi komunikasi dari seorang tutor untuk dapat meningkatkan kepercayaan diri peserta didik di Yayasan Pimpinan Anak bangsa. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori konstruktivisme, dalam teori ini menjelaskan mengenai bagaimana kemampuan atau kecakapan individu dalam berkomunikasi. Kemudian dalam kajian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan menggunakan metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Hasil dari kajian ini menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi tutor Yayasan Pemimpin Anak Bangsa sudah cukup baik, hal tersebut dapat dilihat dari kemampuan tutor dengan menggunakan komunikasi

verbal dan non verbal dengan baik, dengan begitu pesan - pesan materi pelajaran yang mudah untuk dipahami oleh peserta didik.

Selanjutnya terdapat penelitian keempat yang telah disusun oleh Novi Alicia Sirait & Indra Novianto Adibayu Pamungkas (2020) dengan judul **“Kompetensi Komunikasi Pengajar Perguruan Tinggi di Era Digital”** Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana kompetensi komunikasi yang dilakukan oleh pengajar perguruan tinggi di era digital saat ini. Selain itu, fokus dari penelitian tersebut yaitu perspektif mahasiswa baru 2019 sebagai kelompok digital natives mengenai kompetensi komunikasi dosen di Telkom University. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara, observasi dan diskusi dengan kelompok terarah mahasiswa baru 2019 di Universitas Telkom.

Kemudian penelitian kelima yang telah disusun oleh Novita Wulandari (2013) dari jurusan ilmu komunikasi, fakultas ilmu sosial dan ilmu politik, universitas diponegoro. Dengan judul **“Kompetensi Komunikasi Guru dalam Kegiatan Belajar Mengajar Berbasis Student Center Learning di SMA N 9 Semarang”**. Penelitian ini memiliki sebuah tujuan untuk dapat mendeskripsikan kompetensi komunikasi guru dalam menyampaikan sebuah materi belajar berbasis student center learning di SMA N 9 Semarang. Jenis dalam penelitian ini yaitu statistik deskriptif yang bersifat kuantitatif dengan menggunakan populasi yang berjumlah 1031 murid. Berdasarkan dari hasil temuan dan analisis penelitian diketahui bahwa penilaian murid terhadap kompetensi komunikasi guru dalam kegiatan belajar mengajar berbasis student center learning (SCL) di SMA N 9 Semarang sudah tergolong dalam kategori yang kompeten.

Penelitian yang terakhir yaitu penelitian keenam yang telah disusun oleh Amila Nafila Vidyana dan Nur Atnan (2022). Dengan judul **“Pengaruh Konten Edukasi Tiktok terhadap Pengetahuan Mahasiswa : Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan”**. Penelitian ini dilakukan untuk dapat menganalisis pengaruh dalam

konten edukasi mengenai tugas akhir bagi mahasiswa tingkat akhir.. Dalam riset ini menggunakan metode kuantitatif dan variabel bebas yaitu konten Tiktok sebagai (X). Kemudian dalam mengukur atau menghitung sebuah variabel terikat memakai variabel terikat yaitu pengetahuan tugas akhir sebagai (Y), kemudian memakai skala interval dan skala sikap di Likert. Kemudian untuk hasil yaitu, memiliki sebuah pengaruh kuat diantaranya yaitu keberhasilan konten @buiramira mengenai tugas akhir mahasiswa dengan mendapatkan 0,637 atau 63,7%. Berdasarkan dari yang telah dihitung dapat disimpulkan konten @buiramira memiliki pengaruh mengenai pengetahuan tugas akhir mahasiswa.

F. Kerangka Konsep

1. Kompetensi Komunikasi

Kompetensi komunikasi merupakan sebuah tingkatan keterampilan untuk menyampaikan sebuah pesan yang memiliki tujuan untuk memberi informasi serta dapat memperbaiki sikap, ataupun pendapat dan tingkah laku secara seluruh baik secara langsung maupun tidak (Antika, 2021). Menurut Suprpto, (2011) “Komunikasi adalah sebuah interaksi yang memiliki sebuah arti terhadap sesama individu”.

Kompetensi komunikasi mengarah kepada sebuah kemampuan untuk dapat melakukan interaksi yang efektif”. Kemampuan meliputi sebuah pengetahuan mengenai karakter dari lingkungan atau (konteks) yang bertujuan untuk mempengaruhi sebuah kandungan (content) untuk membentuk sebuah pesan komunikasi. Sebuah pemahaman terhadap suatu topik dapat dikomunikasikan kepada seorang audiens dalam lingkungan tertentu, namun hal tersebut mungkin tidak layak bagi didengar bagi audiens dan juga lingkungan yang lainnya (Devito, 2011)

Kompetensi komunikasi adalah sebuah kemampuan dari seseorang untuk dapat menyesuaikan diri dalam berkomunikasi secara baik dalam seluruh kondisi sepanjang hari, situasi tersebut mengacu pada sebuah kemampuan dalam

melakukan sebuah tindakan yang dipengaruhi oleh motivasi dari sebuah pemahaman yang telah dimiliki. Spitzberg dan Cupach (dalam Rickheit & Strohner, 2008).

A. Komponen Kompetensi Komunikasi

Brian Spitzberg dan William Cupach (dalam Greene dan Burleson, 2003: Payne, 2005) mengungkapkan dalam kompetensi komunikasi memiliki tiga komponen penting di dalamnya, yaitu : *knowledge*, *skills* dan *motivation*

1. *Knowledge* (Pengetahuan)

Knowledge atau pengetahuan adalah aktivitas komunikator yang bertujuan untuk mencari sebuah informasi mengenai seseorang yang sedang menjadi teman bicaranya yang bertujuan untuk menekan tingkat kecemasan saat akan melakukan komunikasi. Seseorang perlu mengerti dan menyadari terkait adanya sebuah peraturan, norma serta harapan dengan latar belakang orang pada saat menjalin hubungan. Agar dapat lebih berpengalaman, perlu dua jenis pemahaman yaitu pemahaman mengenai konten dan pemahaman tentang prosedural (Morreale, et al, 2004: 38). Pengetahuan konten merupakan sebuah pemahaman tentang topik yang dipakai untuk lebih mengerti suatu keadaan. Sedangkan prosedural merupakan sebuah pemahaman mengenai cara menyusun, merancang, memindahkan terhadap kondisi tertentu (Ilmu et al., 2013). Sebuah pengetahuan dibutuhkan sehingga komunikasi dapat berjalan secara efektif dan tepat.

2. *Motivation* (Motivasi)

Motivasi adalah hal menarik komunikator dalam membantu komunikator melakukan komunikasi dengan lawan bicaranya. Sebuah aktivitas memiliki hubungan karena desakan, argumen dan dorongan. Motivasi dalam sebuah komunikasi memiliki dua hal penting, yaitu motivasi positif dan motivasi negatif (Morreale et al, 2004:38). Motivasi negatif merupakan hal yang dapat menyebabkan kepanikan, hal tersebut berawal dari keyakinan dari diri yang berkurang, kemudian komunikasi positif adalah sebuah cara dari harapan yang mengarah pada sebuah tingkah laku ke dalam hal yang positif seperti minat atau

kepentingan dan desakan yang bertujuan agar dapat melakukan komunikasi (Ilmu et al., 2013). Motivasi adalah sebuah kehendak dari individu untuk dapat menjalankan sebuah komunikasi atau menghindari komunikasi dengan individu yang lain. Dalam hal ini, tentunya memiliki sebuah hubungan tertentu, misalnya untuk menjalin suatu hubungan yang baru, atau untuk mendapatkan sebuah informasi yang diinginkan, dan terlibat dalam hal untuk memutuskan sesuatu

3. *Skills*

Skill merupakan sebuah keterampilan dari komunikasi untuk membentuk individu dalam sebuah perilaku baik yang bertujuan untuk mendukung komunikasi secara efisien dan efektif (Morreale et al, 2004: 39). Komunikator tentu perlu mempunyai tiga keterampilan yaitu empati, sikap yang baik dan keahlian dalam menekan ketidakpastian. Skill merupakan sebuah aktivitas terhadap tindakan dari kemampuan individu untuk mengelola sikap yang dibutuhkan untuk melakukan komunikasi secara efektif. Berdasarkan dari uraian tersebut, dapat diartikan bahwa kompetensi merupakan kemampuan, keterampilan dan pengetahuan dari individu dalam berkomunikasi dan bersosialisasi dengan individu lain.

2. *Influencer*

Menurut Hariyanti & Wirapraja (2018:141) *Influencer* merupakan seseorang yang mempunyai pengikut dengan jumlah banyak di media sosial dan segala sesuatu yang diucapkan memberi pengaruh bagi para pengikutnya. *Influencer* merupakan istilah yang mengarah pada sebuah kemampuan dari seseorang untuk berbagi informasi kepada pengikutnya di media sosial.

Influencer hadir dari berbagai kalangan seperti *selebriti*, *atlet* maupun seseorang yang *profesional*. *Influencer* dapat disebut sebagai seorang *aktivis* yang memiliki hubungan dengan pengikutnya dan memiliki *impact*, kritis dalam berpikir dan dapat menjadi panutan. Seorang *influencer* dapat dikategorikan dari jumlah pengikutnya (Ismail, 2018)

1. ***Mega-influencer*** : merupakan kategori *influencer* di media sosial dengan memiliki peringkat pengikut tertinggi berjumlah lebih dari satu juta pengikut. *Mega-influencer* lebih dikenal daripada berpengaruh bagi pengikutnya dan memiliki audiens dengan ragam topik dan minat yang berbeda
2. ***Macro-influencer*** : merupakan kategori *influencer* setingkat di bawah *mega-influencer*. *Macro-influencer* dapat diidentifikasi dengan jumlah pengikut mereka yang berkisar 100.000 hingga satu juta pengikut. *Macro-influencer* biasanya mendapatkan ketenaran melalui konten - konten yang dihasilkan
3. ***Micro-influencer*** : merupakan kategori *influencer* yang memiliki jumlah pengikut antara 1.000 hingga 100.000 pengikut di media sosial. *Micro-influencer* memiliki fokus pada topik tertentu dan umumnya dianggap sebagai pakar industri maupun spesialis topik. *Micro-influencer* memiliki suatu hubungan yang lebih kuat dibandingkan influencer biasa.
4. ***Nano-influencer*** : merupakan kategori *influencer* baru, dimana memiliki jumlah pengikut yang sedikit yaitu kurang dari 1.000 pengikut.

A. Indikator Influencer

Influencer merupakan seseorang yang perkataannya dapat memberikan pengaruh bagi orang lain (Alam, 2020). Menurut Lee yang dikutip oleh Novi Tri Haryanti (2018:143) berikut merupakan indikator - indikator dari influencer, yaitu

a. Informasi

Merupakan sebuah kumpulan fakta yang telah diatur sebaik mungkin agar dapat untuk dipahami dan memiliki manfaat bagi siapa saja yang menerimanya.

b. Dorongan

Dorongan adalah sebuah dorongan yang mampu untuk dapat membangkitkan seseorang untuk dapat melakukan dan mencapai sebuah arah serta tetap tertarik untuk melakukan aktivitas

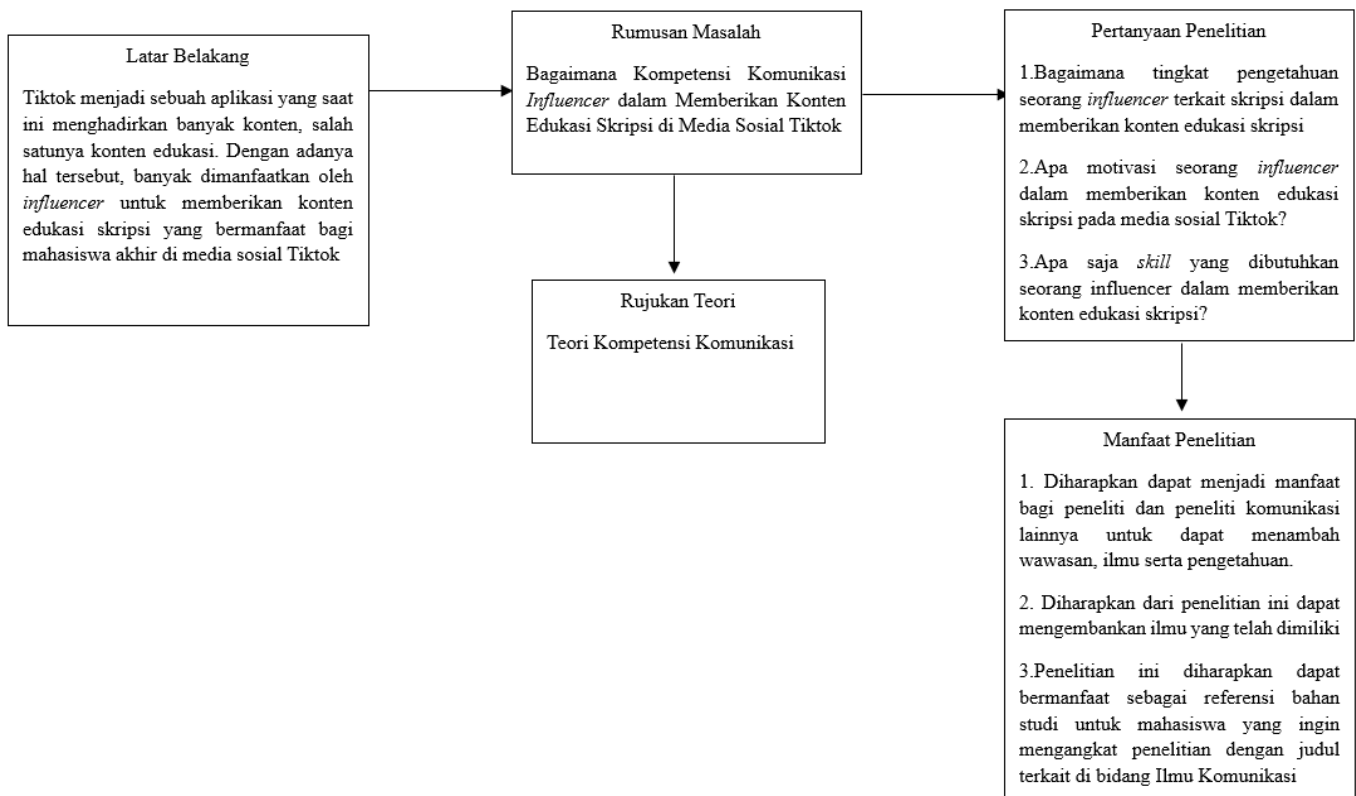
c. Peran

Peran adalah suatu pergantian dalam sebuah kedudukan (status) yang dimiliki oleh seseorang

d. Status

Status adalah sebuah kedudukan seseorang dalam melakukan sebuah hubungan dengan masyarakat di sekitarnya.

G. Kerangka Penelitian



Gambar 1.4 Framework Penelitian

H. Metode Penelitian

1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan yaitu menggunakan penelitian kualitatif. Menurut Anggito & Setiawan (2018) penelitian kualitatif merupakan sebuah penelitian dengan memanfaatkan latar alamiah dan memaknai sebuah fakta yang sedang dilalui dan dilakukan untuk mengaplikasikan beberapa metode. Dalam penelitian ini akan dijelaskan dengan menggunakan kualitatif deskriptif. Deskriptif merupakan pemandu dalam penelitian yang bertujuan untuk mendalami suatu kondisi sosial yang akan diamati keseluruhan, luas dan juga dalam. Menurut Bogdan dan Taylor dikutip oleh Lexy J. Moleong, pendekatan kualitatif merupakan suatu langkah penelitian yang menciptakan suatu data deskriptif berupa sebuah kata, tulisan maupun lisan. Dari adanya penjelasan diatas, peneliti memilih pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan penelitian tersebut.

1. Objek Penelitian

Objek penelitian dalam penelitian ini yaitu influencer yang aktif dalam memproduksi serta membagikan konten edukasi mengenai skripsi di media sosial Tik tok. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji kompetensi komunikasi yang dimiliki influencer dalam memproduksi konten edukasi mengenai skripsi.

2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan suatu elemen penting dalam sebuah penelitian yang memiliki tujuan untuk memastikan bahwa data yang diperoleh telah sesuai dengan tujuan dan pertanyaan dalam penelitian. Berikut beberapa metode yang digunakan dalam penelitian ini, diantaranya sebagai berikut :

a. Wawancara

Wawancara adalah data dan informasi yang dilakukan untuk mencapai tujuan dalam menggali sebuah informasi tentang penelitian. Wawancara merupakan sebuah percakapan yang memiliki tujuan, biasanya antara dua orang atau lebih yang bertujuan untuk memperoleh suatu keterangan (Salim, 2012).

Dengan adanya penjelasan diatas, maka penelitian ini menggunakan pengumpulan data dengan menggunakan wawancara yang bertujuan untuk mendapatkan sebuah informasi dari informan yang telah dipilih.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah sebuah catatan dari adanya peristiwa yang telah dilalui, dokumentasi dapat berupa sebuah catatan maupun gambar. Hasil dari sebuah penelitian akan dipercaya apabila didukung dengan adanya sejarah pribadi yaitu berupa gambar dan tulisan (Sugiyono, 2017:329). Dalam penelitian ini menggunakan teknik dokumentasi yang memiliki tujuan untuk dapat melengkapi data yang telah diperoleh dari hasil observasi yang bertujuan untuk lebih memperkuat data.

c. Observasi

Observasi penelitian merupakan sebuah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengamati suatu objek maupun fenomena secara langsung. Observasi dapat dilakukan dengan menggunakan alat bantu seperti kamera atau catatan lapangan. Observasi merupakan sebuah teknik pengumpulan data yang memiliki sebuah ciri yang spesifik apabila disandingkan dengan berbagai teknik lainnya (Sugiyono, 2018 : 229)

3. Informan Penelitian

Narasumber atau informan yang akan menjadi sumber dalam penelitian ini merupakan seorang *influencer* yang menggunakan aplikasi Tiktok untuk memberikan konten edukasi skripsi kepada mahasiswa tingkat akhir. Informan dalam penelitian ini merupakan data atau seseorang yang memberikan informasi maupun sebuah keterangan yang berkaitan dengan kebutuhan dalam penelitian (Sugiyono, 2017:330). Dalam penelitian ini yang menjadi sumber informan yaitu tiga orang *influencer* yang bernama Wiwi Fauziah, Icha Isnawan dan Tyas Nastiti. Berikut merupakan kriteria umum dari informan dalam penelitian ini, yaitu :

- a. Informan dalam penelitian ini merupakan *influencer* yang aktif dalam menggunakan media sosial Tiktok serta memiliki jumlah pengikut antara 100.000 hingga 1 juta pengikut, atau bisa disebut dengan *macro-influencer*. Dengan memiliki pengikut yang banyak seorang *influencer* dapat menjangkau lebih banyak audiens sehingga konten - konten yang disajikan dapat meluas.
- b. Informan dalam penelitian ini merupakan seorang *influencer* yang memiliki kemampuan baik dalam berkomunikasi dalam menyampaikan informasi bermuatan edukasi. Kemampuan ini mencakup sebuah keterampilan dalam menjelaskan konsep yang kompleks dengan cara sederhana agar mudah dipahami oleh audiens.
- c. Informan dalam penelitian ini merupakan seorang *influencer* yang memiliki keahlian serta kompetensi yang sesuai dengan konten mengenai skripsi. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa setiap informasi yang diberikan akurat dan terpercaya. Dengan memiliki kompetensi yang sesuai dapat meningkatkan kredibilitas *influencer*.

Berdasarkan dari tiga kriteria yang telah ditetapkan yaitu jumlah pengikut, kemampuan dalam berkomunikasi serta memiliki keahlian dan kompetensi yang sesuai terpilihlah tiga *influencer* tersebut menjadi informan utama dalam penelitian ini. Wiwi Fauziah, Icha Isnawan dan Tyas Nastiti, ketiga *influencer* tersebut selain memiliki jumlah pengikut yang banyak di media sosial (541 ribu, 203 ribu dan 354 ribu) juga termasuk kedalam kategori *macro-influencer* karena memiliki pengikut lebih dari 100.000 di platform Tiktok. Ketiga *influencer* tersebut memiliki kemampuan untuk menjangkau audiens dan mampu untuk memberikan memberikan bantuan serta dampak yang positif dalam penyebaran informasi edukasi skripsi yang diberikan di akun Tiktok miliknya melalui video berdurasi pendek.

Tidak hanya popularitasnya yang baik di media sosial, pemilihan ketiga *influencer* tersebut menjadi informan dalam penelitian ini didasari atas

kemampuan ketiganya dalam menyampaikan suatu konsep akademis dengan mudah dipahami. Ketiga *influencer* tersebut mampu untuk menyederhanakan materi skripsi walaupun dalam format video berdurasi pendek. Kemampuan ketiganya untuk membuat konsep yang rumit menjadi sederhana merupakan sebuah teknik komunikasi yang efektif, dengan begitu ketiganya mampu menunjukkan kompetensi komunikasi yang tinggi.

Dengan demikian, dari sekian banyaknya *influencer* edukasi skripsi yang hadir di media sosial Tiktok, terpilih lah ketiga *influencer* tersebut karena selain memenuhi kriteria sebagai *macro-influencer* , ketiganya juga memiliki sebuah keunggulan dalam menyampaikan materi skripsi yang berat menjadi sederhana.

4. Pengumpulan Data

Pada riset ini, data diperoleh melalui proses wawancara, observasi dan dokumentasi. Sedangkan untuk teknik pengumpulan data nya dilakukan dengan melalui proses wawancara secara mendalam kepada tiga orang influencer yang telah ditentukan sebelumnya. Selain itu, peneliti juga melakukan observasi dan dokumentasi. Proses pengumpulan data dilakukan membutuhkan waktu selama 3 bulan, yaitu terhitung pada bulan November s.d Januari. Dalam kurun waktu 3 bulan tersebut, peneliti melakukan komunikasi dengan influencer dan membutuhkan waktu untuk menunggu kurang lebih 3 minggu dan kemudian dilakukan wawancara kepada tiga influencer secara intensif guna memperoleh suatu data yang dibutuhkan.

No.	Nama	Umur	Pekerjaan
1	Wiwi Fauziah	25 Tahun	Mahasiswa dan Influencer
2	Icha Isnawan	33 Tahun	Influencer
3	Tyas Nastiti	34 Tahun	Dosen dan Influencer

Tabel 1.1 - Data Informan

5. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara langsung dengan melibatkan tiga orang influencer yang telah ditetapkan berdasarkan kriteria sebelumnya. Sedangkan waktu yang dibutuhkan dalam pelaksanaan penelitian ini yaitu membutuhkan waktu sekitar empat bulan. Durasi waktu tersebut direncanakan untuk mencakup seluruh tahapan penelitian mulai dari tahapan pengumpulan data, analisis hingga penarikan kesimpulan.

6. Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif terdapat beberapa langkah analisis data yang digunakan yaitu reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan

a. Reduksi data

Reduksi data merupakan sebuah proses dalam pemilihan, pemusatan, penyederhanaan suatu data dan pengabstrakan dari transformasi data yang muncul dari catatan - catatan di lapangan (Saebani, 2013:31). Reduksi data memiliki beberapa tahapan diantaranya proses editing, pengelompokan data dan meringkas suatu data.

b. Penyajian data

Penyajian data merupakan suatu langkah dalam mengumpulkan data dengan mengaitkan dan mengelompokkan data satu dengan data lainnya sehingga seluruh data yang telah tersedia dapat sesuai.

c. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dapat ditarik ketika peneliti telah menyusun dan memahami data - data disertai dengan adanya data yang mendukung. Dengan begitu, maka kesimpulan dapat ditarik dan dapat dikatakan kredibel. (Sugiyono, 2013)

BAB II

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

A. Konten Edukasi Skripsi

Konten dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) merupakan sebuah informasi yang didapatkan dari media atau produk elektronik. Sebuah konten dapat disampaikan baik secara langsung atau melalui perantara media internet berupa teks, audio dan audio visual. Konten menurut Saylor dan Alexander dalam (Ortiz, 2004) merupakan sebuah fakta, pengamatan, data, persepsi, klasifikasi, desain dan solusi dari masalah yang muncul dari pengalaman dan konsekuensi pikiran manusia dalam bentuk ide, konsep, prinsip, kesimpulan, rencana dan solusi.

Sedangkan konten menurut (Putri & Sulistyanto, 2022) sebuah pengetahuan (fakta, informasi, prinsip, definisi, dan lainnya.) serta meliputi sebuah keterampilan dari proses (membaca, menulis, berhitung, menari, berpikir kritis, komunikasi lisan dan juga tertulis. Konten adalah bagian penting dalam suatu proses belajar mengajar (Putri & Sulistyanto, 2022).

Edukasi dapat dikatakan sebagai pendidikan, edukasi bukan hanya memberikan sebuah informasi terkait materi ataupun teori dari seseorang ke orang lain, tetapi juga terjadinya sebuah perubahan dari perilaku dimana perubahan tersebut terjadi karena kesadaran dari individu (Putri & Sulistyanto, 2022). Sedangkan menurut Notoatmodjo (2003) edukasi merupakan sebuah upaya yang terencana yang memiliki tujuan untuk mempengaruhi orang lain seperti individu, kelompok maupun masyarakat untuk melakukan suatu yang diharapkan oleh pendidik.

Edukasi merupakan sebuah proses dalam memberikan sebuah pembelajaran baik dilakukan secara formal maupun non formal yang

memiliki tujuan untuk mengajar, memberikan pengetahuan, mengemabngkan sebuah potensi baik individu, kelompok, dan juga masyarakat, Edukasi memiliki sebuah tujuan untuk dapat mengubah perilaku atas kesadaran diri mereka sendiri.

Sedangkan skripsi merupakan sebuah karya tulis ilmiah yang disusun oleh seorang mahasiswa tingkat akhir sebagai salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan program studi yang sedang ditempuh di Perguruan Tinggi. Skripsi merupakan hasil dari sebuah penelitian yang dilakukan oleh seorang mahasiswa yang ditulis dalam bentuk laporan yang akan dijelaskan atau dipaparkan serta dipertanggungjawabkan keasliannya pada saat sidang dengan dosen penguji.

Skripsi merupakan sebuah karya tulis akademik yang berisi tentang sebuah penelitian yang ditulis oleh seorang mahasiswa secara sistematis. Skripsi merupakan sebuah karya ilmiah atau laporan dari hasil penelitian yang bertujuan untuk memenuhi syarat akhir dalam mendapatkan gelar sarjana di perguruan tinggi (Masari et al., 2023)

B. Aplikasi Tiktok

Tiktok merupakan media sosial yang memadukan video dengan musik yang memberikan efek spesial dan fasilitas kepada penggunanya untuk dapat berkreasi dengan membagikan konten yang menarik, menghibur dan informatif (Mediana et al., 2022). Di Indonesia, Tiktok masuk sebagai kategori baru. Meskipun termasuk dalam kategori baru Tiktok memiliki pengguna dengan minat yang sangat tinggi. Tiktok di Indonesia menduduki posisi kedua sebagai salah satu negara dengan jumlah pengguna terbanyak sejumlah 109,90 (Remeng & Claretta, 2023). Aplikasi Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang dapat membuat video dengan berdurasi pendek yang didukung oleh musik, yang banyak

digemari oleh semua orang termasuk dewasa dan anak-anak (Rasdin et al., 2021)



Gambar 2.1 Logo Tiktok

TikTok mulanya bernama “*Douyin*” yang pertama kali diluncurkan oleh perusahaan asal China pada September 2016 lalu. Dalam waktu 1 tahun “*Douyin*” melonjak dengan pesat dan memiliki 100 juta pengguna hingga 1 miliar tayangan video dalam setiap hari nya. Dengan meroketnya popularitas “*Douyin*” kemudian perusahaan China mengganti nama dengan sebutan TikTok. TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memiliki sebuah misi untuk dapat merekam moment dan menyajikan kreativitas dengan menggunakan ponsel dan mendorong setiap penggunanya untuk dapat menjadi kreator dengan membagikan kekreatifan mereka melalui video berdurasi pendek.

Saat ini, kehadiran TikTok dimanfaatkan oleh penggunanya untuk dapat membagikan video kreatif seperti menari, memasak dan bernyanyi (Ayuningtyas et al., 2022) Media sosial TikTok merupakan sebuah media yang berupa audio visual yang dapat didengar dan dilihat oleh penggunanya. TikTok memiliki berbagai fitur di dalamnya yang dapat dimanfaatkan oleh setiap penggunanya seperti video berdurasi hingga 3

menit, fitur profil, fitur notifikasi, fitur beranda dan pencarian. Berbagai fitur tersebut digunakan untuk mengeksplorasi beragam konten yang disukai oleh penggunanya. Konten di Tiktok terbagi dalam beberapa kategori yaitu tips dan trik, konten tutorial, konten dance challenge, konten a day in my life dan konten edukasi (Remeng & Claretta, 2023). Kehadiran Tiktok bukan hanya sebagai tempat hiburan, melainkan juga sebagai tempat yang digunakan untuk mencari sebuah informasi dan edukatif (Remeng & Claretta, 2023)

a. Fitur Tiktok

Tiktok memiliki beragam fitur yang menarik dan diharapkan dapat memberikan fasilitas penggunanya untuk berkreaitivitas. Berbagai ragam fitur yang tersedia dalam Tiktok mampu menarik minat dari masyarakat di dunia. Tiktok memiliki lima kelebihan diantaranya yaitu tidak perlu memiliki sebuah akun untuk dapat melihat konten, memiliki fitur yang beragam dibanding media sosial lain, dapat menggunakan background musik sesuai keinginan penggunanya. (Pratama, 2021). Berikut merupakan beberapa fitur yang dimiliki oleh aplikasi Tiktok :

1. Music

Music ini merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari Tiktok karena diketahui Tiktok merupakan platform video music. Seluruh pengguna dapat dengan mudah menambahkan berbagai jenis music yang sesuai dengan konten video yang mereka inginkan.

2. Filter pada video

Fitur kedua yaitu fitur filter video. Filter ini dapat digunakan oleh semua pengguna Tiktok, mereka dapat menambahkan filter ke video yang dibuat untuk mengubah nada warna yang sesuai dengan keinginan mereka.

a. Filter sticker dan efek dalam video

Aplikasi Tiktok memiliki 5 efek yang dapat dicoba pengguna, seperti efek visual, stiker, transisi, split dan waktu. Pada efek stiker para pengguna dapat memilih berbagai opsi stiker seperti vintage, rambut, lucu, interaktif. Kehadiran efek bertujuan untuk membuat video yang dibuat menjadi lebih kreatif serta unik

b. Filter voice changer

Filter ini memberikan kemudahan bagi para penggunanya untuk dapat mengubah suara mereka di video yang dibuat. Filter ini memiliki berbagai efek suara yang tentunya dapat menambah kesenangan dan kekreatifitasan bagi pengguna

c. Filter beauty

Tiktok memberikan fitur beauty untuk membuat para penggunanya tampil percaya diri pada saat membuat video. Fitur ini dapat membuat setiap pengguna yang menggunakannya terlihat cantik karena dapat mengatur bentuk wajah seperti dapat meniruskan wajah.

d. Fitur auto captions

Fitur auto captions merupakan fitur yang baru di aplikasi Tiktok. Fitur ini memberikan kemudahan bagi para pengguna Tiktok untuk dapat memasukkan subtitle secara otomatis. Tujuan dari fitur ini yaitu untuk memberikan kemudahan bagi setiap orang yang mengakses dan menikmati video khususnya bagi penyandang tunarungu. Cara penggunaan fitur ini pun mudah, yaitu dengan mengklik “anotasi” pada halaman pengeditan video pada

saat sebelum mengunggahnya kemudian kata - kata yang diucapkan akan otomatis ter transkripsi

3. Fitur hapus dan blokir

Fitur ini memberikan kemudahan kepada setiap pengguna Tiktok untuk memberantas aksi bullying di media sosial

4. Fitur live

Fitur live di aplikasi Tiktok merupakan fitur siaran langsung. Namun fitur ini tidak sama seperti platform media sosial lainnya yang memperbolehkan semua orang melakukan siaran langsung tanpa adanya minimal pengikut. Fitur live di Tiktok hanya bisa digunakan oleh pengguna yang minimal sudah memiliki 1000 pengikut.

5. Fitur Text

Fitur teks merupakan sebuah fitur yang digunakan untuk memperjelas konten video dengan menambahkan teks di dalam video agar segala informasi yang disampaikan dapat dipahami

6. Fitur draft

Sama seperti media sosial lainnya Tiktok juga memiliki fitur draft. Fitur ini merupakan fitur untuk mempermudah penggunanya dalam menyimpan video

7. Fitur Q&A (Question and Answer)

Fitur ini merupakan fitur tanya jawab. Pengguna dapat mengaktifkan fitur ini dan dapat mengajukan pertanyaan di akun pribadi miliknya.

8. Fitur daftar putar

Fitur daftar putar memberikan kemudahan bagi pengguna untuk dapat mengkategorikan video dan membantu mereka menonton video yang disukai dengan cara yang aman

9. Fitur FYP

Fitur FYP atau for your page merupakan sebuah fitur yang tersedia di aplikasi Tiktok. Fitur ini memberikan kemudahan bagi setiap penggunanya apabila ingin konten mereka muncul di beranda orang lain maka setiap user menggunakan hastag.

b. Manfaat Aplikasi Tiktok

Tiktok memiliki sebuah manfaat dalam setiap penggunaannya (Yuba, 2022) :

1. Personal Branding

Tiktok menjadi sebuah wadah bagi seluruh kalangan untuk dapat memperkenalkan suatu brand. Hal tersebut dilakukan oleh beberapa influencer yang ada di Indonesia yang bertujuan untuk membangun popularitas.

2. Bisnis

Tiktok dapat memberikan sebuah rekomendasi produk yang dibutuhkan. Dengan adanya hal tersebut melahirkan sebuah pengusaha baru. Kehadiran Tiktok dapat menjadi sebuah citra merek dari produk yang diiklankan dengan menggunakan hastag. Cara tersebut merupakan bentuk untuk mempromosikan suatu merek tertentu agar mempermudah audiens untuk menemukannya.

3. Hiburan

Pada masa pandemi dan adanya himbauan untuk dirumah membuat banyak masyarakat merasa bosan karena kurangnya interaksi. Kehadiran aplikasi Tiktok mampu mengatasi kejenuhan masyarakat di seluruh dunia dan mampu menjadi media penghibur bagi penggunanya.

4. Mengasah kemampuan

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang mendorong penggunanya untuk dapat berkreaitivitas dengan membuat karya melalui konten seperti menari, melukis dan memasak serta konten lainnya. Tiktok banyak menyediakan berbagai jenis musik dan efek yang dapat digunakan oleh penggunanya dalam mengekspresikan diri seperti yang mereka inginkan sehingga konten yang dibuat terlihat menarik.

5. Mengetahui berbagai informasi

Tiktok juga berguna dalam memberikan sebuah informasi yang dibutuhkan tentang segala hal. Informasi yang hadir di Tiktok sangat beragam mulai dari makeup, baju murah, gosip dunia maya, webinar, beasiswa dan edukasi

c. Jenis Konten di Tiktok

1. Konten Edukasi

Konten Edukasi merupakan sebuah konten yang memberikan sebuah informasi yang valid. Adapun contohnya yaitu konten edukasi di bidang pendidikan yang membahas edukasi skripsi

2. Konten Memasak

Konten ini memberikan tutorial bagaimana cara memasak dan memberikan resep - resepnya.

3. Konten Review

Konten Review merupakan sebuah konten dengan membuat video untuk mereview makanan yang sedang viral untuk memberikan rating atau nilai pada makanan tersebut

4. Konten Fashion

Konten Fashion merupakan sebuah konten yang menampilkan fashion seperti mix and match warna yang cocok untuk digunakan.

5. Konten Menari

Konten dance atau menari di aplikasi Tiktok merupakan konten yang berisi tentang seseorang yang menari maupun dance dengan menggunakan lagu - lagu yang sedang viral atau kerap disebut dengan istilah fyp

d. Dampak aplikasi Tiktok

1. Dampak positif :

- Dapat menambah sebuah wawasan informasi maupun pengetahuan
- Dapat menjadi tempat hiburan bagi masyarakat
- Melatih kepercayaan diri dan dapat menjadi tempat untuk mengasah skill

2. Dampak negatif

- Dapat menyebabkan kecanduan, terutama bagi anak - anak dibawah umur

- Masih banyaknya video - video hoax maupun tidak pantas yang muncul di aplikasi Tiktok

C. Profil *Influencer*

1. Wiwi Fauziah

Wiwi Fauziah atau yang kerap disapa dengan sebutan wifau merupakan seorang *influencer* yang saat ini sedang menjalani perkuliahan pascasarjana di Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta. Sebelum menempuh pendidikan pascasarjana Wifau merupakan lulusan S1 dari Universitas Islam Negeri Malang. Wiwi Fauziah dalam akun Tik tok pribadi miliknya kerap membagikan konten edukasi mengenai skripsi

Kehadirannya di media sosial sebagai *influencer* edukasi skripsi menjadikan dirinya seseorang yang saat ini banyak dicari kontennya oleh mahasiswa, khususnya yang sedang mengerjakan skripsi. Melalui akun Tiktok pribadi miliknya @wifau, wiwi membagikan berbagai konten mengenai skripsi, tips, trik serta turut memberikan motivasi kepada mahasiswa. Selain sebagai influencer edukasi, Wifau merupakan founder dan sekaligus sebagai tutor di Ngatasi.id



Gambar 2.2 Profil Wifau

2. Aunty Icha

Risanita Setyananda Widodo, yang lebih dikenal dengan sebutan Aunty Icha merupakan seorang *influencer* yang berfokus pada edukasi skripsi di akun Tiktok miliknya. Seperti dengan Wifau melalui akun

pribadi miliknya, @scaleup.yourlife, Aunty Icha membagikan berbagai konten edukasi skripsi yang dirancang untuk membantu mahasiswa dalam menyelesaikan skripsi dengan mudah. Dalam bio Tiktok miliknya, Aunty Icha menuliskan “Membantu mahasiswa untuk menyelesaikan skripsi dengan cepat dan damai”. Pernyataan ini mencerminkan bahwa ia sangat berkomitmen dalam membantu mahasiswa melalui konten - konten yang dibuat.

Hampir semua konten yang disajikan yaitu konten yang membahas mengenai skripsi. Konten tersebut berupa bagaimana cara untuk menyelesaikan skripsi dalam waktu yang singkat, tips terkait dalam penulisan skripsi, seperti abstrak dan latar belakang, tips dalam menjawab pertanyaan - pertanyaan sidang yang sulit. Selain itu, feed yang berada di akun Tiktok miliknya pun disusun dengan rapi sehingga memudahkan audiens dalam menemukan topik yang dicari



Gambar 2.3 Profil Aunty Icha

3. Tyas Nastiti

Tyas Ajeng Nastiti merupakan nama lahir dari Mbak Yas. Ia lahir di Surabaya, 14 Desember 1990. Tyas merupakan lulusan S1 Institut Teknologi sepuluh Nopember yang kemudian melanjutkan S2 nya di Institut Teknologi Bandung. Selain menjadi seorang *influencer* edukasi Tyas merupakan seorang dosen mata kuliah Desain Komunikasi Visual di

Universitas Internasional Semen Indonesia. Dosen milenial atau yang lebih kerap disapa dengan sebutan Mba Yas namanya kini semakin dikenal oleh publik terutama mahasiswa setelah kerap membagikan konten edukasi skripsi pada akun Tiktok miliknya @tyasnastiti.

Mba Yas membuat konten edukasi skripsi melalui akun Tiktok miliknya bukan tanpa alasan, ia membuat konten edukasi skripsi karena memang sejalan dengan profesinya yang juga seorang dosen. Dalam konten yang dibuat, tidak hanya membahas mengenai materi skripsi tetapi juga kerap membuat konten *point of view* seorang dosen yang sedang melakukan bimbingan kepada mahasiswa nya. Dari konten yang dibuat, ia banyak mendapatkan komentar baik dan dukungan dari mahasiswa.



Gambar 2.4 Profil Mba Yas

BAB III

TEMUAN DAN PEMBAHASAN

A. Temuan

Pada bab ini penulis akan memaparkan hasil temuan dari penelitian yang berjudul “Kompetensi Komunikasi *Influencer* Konten Edukasi Skripsi pada Media Sosial Tiktok”. Data dalam penelitian ini dikumpulkan dari hasil wawancara dengan tiga influencer terpilih. Pemilihan informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yang telah ditetapkan sebelumnya. Data - data yang telah diperoleh dari hasil wawancara kemudian akan disajikan dan dianalisis secara kualitatif yang disederhanakan agar hasil dari temuan tersebut dapat dipahami secara sistematis.

1. Tingkat Pengetahuan *Influencer* Terkait Skripsi

A. Cara *Influencer* Mengetahui Masalah Skripsi untuk Memberikan Konten Edukasi

Influencer yang berfokus pada konten edukasi memiliki peran penting dalam mendukung mahasiswa melalui sebuah konten. Untuk menciptakan konten yang efektif dan informatif seorang *influencer* perlu memiliki pemahaman yang mendalam mengenai masalah yang sering dihadapi oleh mahasiswa dalam proses penyusunan skripsi. *Influencer* merupakan seseorang yang memiliki sebuah kemampuan untuk dapat mempengaruhi audiens dan memiliki sebuah daya tarik serta pengikut yang banyak di media sosial. Influencer menurut pendapat Turner, dapat dikategorikan sebagai *microcelebrity* yang menjadi sebuah gaya baru di dalam perilaku online, dimana seseorang tersebut sedang berusaha untuk meningkatkan popularitasnya di media sosial dengan menggunakan teknologi seperti video, blog maupun situs jejaring sosial lainnya. (Aini, 2021)

Tingkat pengetahuan *influencer* mengenai skripsi memiliki peran yang dapat menentukan kualitas konten yang dihasilkan. Seorang *influencer* edukasi yang memberikan konten edukasi mengenai skripsi di media sosial tentu harus memiliki sebuah pengetahuan. Pengetahuan merupakan sebuah hasil dari rasa ingin tahu dari diri seseorang yang melalui proses pengolahan indera, hal tersebut

meliputi indera mata dan telinga. (Listiyaningrum, 2020). Pengetahuan atau *knowledge* adalah sebuah hasil dari rasa ingin tahu seseorang terhadap sesuatu. Pada dasarnya, setiap pengetahuan yang dimiliki oleh seseorang sebagian besar diperoleh melalui indera mata dan telinga (Listiyaningrum, 2020).

Seorang *influencer* yang memilih untuk membuat konten mengenai edukasi tentu perlu untuk memiliki sebuah pengetahuan yang bisa didapatkan dari sumber manapun, baik itu dari pengalaman pribadi, pendidikan formal maupun sumber online. Kompetensi komunikasi menjadi sebuah aspek yang krusial bagi *influencer* terutama influencer yang berfokus pada konteks informasi edukasi. Kompetensi komunikasi merupakan sebuah tingkatan dari keterampilan dalam menyampaikan pesan oleh seseorang kepada orang lain yang bertujuan untuk memberitahu dan mengubah sikap, pendapat atau perilaku secara keseluruhan baik secara langsung maupun tidak langsung (Antika, 2021)

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh ketiga informan yang merupakan seorang *influencer* yang kerap membagikan konten edukasi di platform Tiktok miliknya, masing - masing informan memiliki cara dan pendekatan dalam memperoleh suatu pengetahuan mengenai skripsi. Wifau dan Icha menyatakan bahwa dalam memperoleh sebuah pengetahuan keduanya didasari atas pengalaman pribadi yang sukses dalam menyelesaikan skripsi. Pengalaman tersebut menjadi dasar yang berarti dalam menyampaikan suatu informasi yang berguna di media sosial/ Pengetahuan merupakan suatu hasil dari seseorang setelah melakukan pengindraan terhadap objek tertentu, penginderaan tersebut melalui panca indera manusia, seperti penglihatan, pendengaran, penciuman, rasa dan raba. (Vidyana & Atnan, 2022)

“Semua yang kamu sebutkan itu sudah saya coba semua sih, pertama memang kebanyakan dari pengalaman karena pengalaman saya skripsian. Guru terbaik itu adalah pengalaman ya. Selain pengalaman sendiri saya juga membaca sumber - sumber seperti buku terus journal dan bahkan tidak menutup kemungkinan saya juga mencari melalui online gitu, semacam ngeliat beberapa konten kreator yang mostly beliau ini

kaya dosen gitu kaya misal bu Ira, nah itu juga menurut saya validitas sumbernya terpercaya ya dibandingkan saya nyari di website atau artikel di google gitu. Jadi menurut saya mencari pengetahuan atau sumber tentang skripsi selain dari pengalaman, referensi baik buku atau jurnal dan lain lain saya juga mencari dari sumber online itu langsung ke dosennya kaya bu ira, dan beberapa dosen lainnya. Tapi lebih sering tuh ke bu Ira karena memang saya follow - followan juga sama bu Ira di Instagram sama di Tiktok. Nah selain itu, saya dapet sumber nya itu melalui dosen kadang suka diskusi langsung sama dosen waktu S1 dan S2. Dan yang paling kecil kemungkinan itu diskusi sama temen ” (Wifau, 22 Desember 2023).

“Oke baik, kalo terkait dengan skripsi kenapa sih awalnya kok memilih skripsi dan tidak secara keseluruhan aja mulai dari awal kuliah sampai dengan akhir dan kenapa tidak fashion atau beauty influencer kan sangat terkenal ya kalo beauty influencer. Nah karena pada latar belakangnya dulu memilih skripsi adalah secara pengalaman pribadi sekedar ingin sharing gimana sih dulu saya bisa lulus 3.5 tahun dengan ipk cumlaude dan seminar itu kaya ngobrol sama dosen kemudian skripsi itu nggak ada 2 bulan udah selesai dan sidangnya cukup ngobrol dengan dosen dan akhirnya nilainya A ya dan jadi lulusan terbaik di universitas kala itu. Dari situlah latar belakang yang pengen kok banyak banget mahasiswa itu bunuh diri, mahasiswa itu depresi karena skripsi, mahasiswa itu stres atau bahkan sampai DO karena skripsinya nggak selesai kan sayang banget. Nah dari situlah Aunty coba mulai cari - cari permasalahan yang ada di mahasiswa itu sebenarnya apa to, kendala mereka apa jadi langsung riset dari survey online kepada mahasiswa permasalahannya apa kemudian saya jawab dan saya selesaikan melalui vt gitu.” (Icha, 8 Januari 2024)

Pernyataan dari Wifau dan Icha menunjukkan bahwa pengalaman pribadi kedua nya yang sukses dalam menyelesaikan skripsi serta mendapatkan predikat cumlaude memberikan kontribusi besar terhadap pengetahuan, terutama dalam strategi serta metode efektif yang digunakan untuk mencapai keberhasilan tersebut. Pembahasan lebih lanjut, Wifau mengungkapkan bahwa selain pengalamannya yang sukses dalam menyelesaikan skripsi, ia juga aktif dalam memperkaya pengetahuannya dengan membaca buku, jurnal serta melakukan diskusi dengan para ahlinya yaitu dosen, seperti Bu Ira. Sedangkan Tyas mengungkapkan bahwa pengalaman sebagai seorang dosen yang sudah berjalan hampir delapan tahun turut memberikan kontribusi yang signifikan bagi pengetahuan.

“Kalo itu sih mungkin karena saya jadi dosen ya, dan sudah hampir 8 tahun, lumayan lama juga kan. Dan memang dulu ketika kuliah di S1 dan S2 juga pengalaman menjadi pembicara dan jadi narasumber itu membantu banget tentunya. Nah, karena saya jadi dosen dan juga punya beberapa pengalaman di depan umum sebagai narasumber nah mungkin itu sih yang akhirnya membuat saya punya kesempatan dan punya materi untuk share ke audiens gitu” (Tyas, 30 Desember 2023)

Pernyataan dari ketiga *influencer* menunjukkan variasi dalam memperoleh pengetahuan mengenai skripsi. Meskipun pengalaman turut menjadi peran bagi mereka. Bagi seorang *influencer* yang fokus pada edukasi skripsi, perlu baginya untuk terus meningkatkan pengetahuannya dengan membaca buku, jurnal, maupun berinteraksi langsung dengan dosen untuk memperbarui informasi yang dimiliki. Selain itu, menambah pengetahuan dapat menjadi sebuah strategi dalam menjaga kompetitivitas, semakin banyak pengetahuan yang dimiliki tentu semakin tinggi nilai pengetahuan yang dimiliki. Seperti yang diungkapkan oleh Wifau dalam mengasah kemampuan serta menambah pengetahuannya, ia melibatkan diri dalam kegiatan membaca serta praktek menulis. Dengan demikian, usaha tersebut tidak hanya berkontribusi pada kualitas konten saja, tetapi juga memainkan peran untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan daya saingnya di dunia digital

“Untuk menambah pengetahuan terkait skripsi of course pastinya membaca ya, karena membaca itu tidak menutup kemungkinan di profesi apapun aku selalu membaca berbagai macam bacaan, entah itu bacaan terkait metodologi penelitian. Nah kemarin kebetulan baru banget dikasih buku sama dosen terkait metodologi penelitian kuantitatif dan kualitatif. Jadi menurut saya untuk menambah pengetahuan yang pasti itu membaca selain itu juga praktek. Jadi saya praktek untuk menulis, di sisi lain memang kalau tugas di S2 di kampus saya itu UAS nya itu membuat penelitian output nya. Nah makanya untuk menambah pengetahuan saya terkait skripsi dan penelitian selain membaca juga mempraktekkan, maksudnya saya juga menulis dan membuat penelitian jadi gak asal ngomong seperti misalnya oh dapet teori kalo bisa aku ya sudah menggunakan teori itu”. (Wifau, 22 Desember 2023)

Tyas dan Icha mengatakan bahwa untuk menambah pengetahuan keduanya mengenai skripsi yaitu dengan membaca dan sharing ilmu mengenai skripsi dengan dosen lain. Dengan begitu menjadi langkah yang strategis tentunya untuk memperdalam wawasan mengenai skripsi. Selain membaca buku dan jurnal, berdiskusi dengan dosen memberikan sebuah kesempatan untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas dan mendalam. Hal ini tidak hanya untuk dapat membantu dalam memberikan pemahaman mengenai teori maupun metodologi, tetapi juga memberikan panduan secara praktis dalam mengedukasi mengenai tugas akhir.

“Kalo saya sih paling baca, jadi kalo dosen pun juga harus banyak baca dan saya juga sering sharing sama dosen lain, karena kebetulan permasalahan saya di desain komunikasi visual itu kan skripsi nya lumayan beda dari mahasiswa lain ya, kalo di kita itu skripsinya itu ada praktek nya gitu, jadi mereka itu harus membuat sesuatu gitu, nah jadi disitu saya juga sering bertanya - tanya gitu apalagi kadang ada beberapa teman yang tanya tentang kuantitatif karena kan nggak di bidang itu, dan penelitian saya itu lebih ke kualitatif ya. Nah disitu saya juga harus belajar dong tentang kuantitatif. Intinya sih dari buku, diskusi dari bacaan - bacaan, referensi jurnal juga gitu” (Tyas, 30 Desember 2023)

“Cara menambah pengetahuan itu bisa melalui membaca karena kan harus banyak membaca ya, tukar pikiran sama dosen atau bahkan suami saya yang dosen pun juga bisa, itu sih”. (Icha, 8 Januari 2024).

Sebagai seorang *influencer* memiliki komitmen untuk terus belajar dan mengikuti perkembangan zaman yang terus berkembang menjadi suatu langkah yang penting. Keberhasilan seorang *influencer* edukasi tidak hanya dilihat dari jumlah followers maupun likes yang tinggi dalam setiap postingan serta kemampuan dalam menciptakan sebuah konten yang menarik baik secara visual atau emosional, tetapi juga berdasarkan pemahaman yang mendalam mengenai topik yang dibahas.

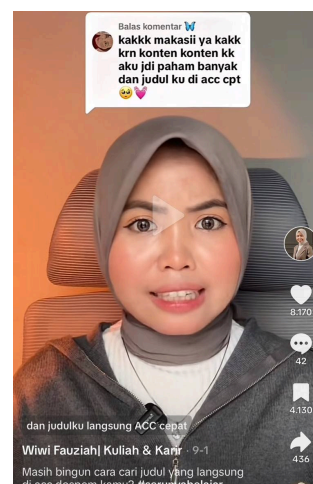
Pengetahuan yang kuat memberikan membantu *influencer* dalam menyajikan konten yang tidak hanya menarik, tetapi memiliki nilai yang fungsional, akurat dan tentunya relevan. Dengan memiliki penguasaan terhadap

skripsi, sebagai seorang *influencer* tentunya mampu untuk dapat membantu dalam menghasilkan konten yang edukatif, sehingga dapat memenuhi kebutuhan audiens.

“Kalo membantu, Alhamdulillah si so far ini ada beberapa komen, tapi ini berbicara dari perspektif followers yang merasa terbantu ya karena saya juga tidak memiliki kuasa untuk ini kayanya ngebantu dan ini kayanya ngga gitu. Jadi menurut saya itu bisa bermanfaat bagi orang lain Insyaallah bisa membantu mereka tapi itu testimoni nya langsung dari followers dan Alhamdulillah membantu mereka, dan ada beberapa komen di video yang kaya Alhamdulillah kak, berkat video - video kakak aku lihat rekomendasi dari video kakak sidang aku lancar, kadang ada yang sempro aku lancar karena lihat video - video kakak di Tiktok, di IG bahkan di Youtube. Dan alhamdulillah senang bisa membantu gitu” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Pasti lah.. meskipun konten edukasinya nggak terlalu memfokuskan ke skripsi ya cuma akhirnya kan tema dan topik itu jadi yang paling diminati gitu ya, karena mungkin banyak mahasiswa yang relate gitu. Ya jujur membantu banget sih, cuma kadang jujur ada rasa kaya takut informasinya benar tidak atau tepat tidak ya informasi yang aku sampaikan ini. Jadi kadang ada perasaan - perasaan ingin confirm juga gitu, takutnya nanti setelah disampaikan ternyata kurang tepat masalahnya. tapi so far karena saya sebelum ngonten itu baca lagi berkali kali, istilahnya kaya nggak asal gitu ya alhamdulillah si so far valid gitu ya.” (Tyas, 30 Desember 2023)

“sampai saat ini saya rasa cukup membantu karena banyak banget testimoni yang masuk melalui DM Instagram maupun di komentar gitu ya, mereka bisa lulus bahkan ada yang lulus nggak ada sampai satu bulan dia udah lulus gitu karena memang dari awal dia step by step nya sesuai dengan apa yang disampaikan begitu, itu sih” (Icha, 8 Januari 2024)



Gambar 3.1 akun @scaleup.yourlife

Gambar 3.2 akun @wifau

Seperti yang ditunjukkan pada gambar diatas, terdapat komentar dari seorang mahasiswa yang telah berhasil menyelesaikan skripsi setelah menonton konten yang diunggah oleh akun Tiktok @scaleup.yourlife, milik Aunty Icha dan @Wifau. Komentar tersebut memberikan dampak positif yang memiliki fungsi sebagai sebuah panduan dan motivasi bagi mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir. Konten - konten yang dibuat tidak hanya menyajikan sebuah informasi saja, tetapi juga memiliki peran sebagai sumber dukungan bagi mahasiswa yang sedang menyusun skripsi.

Dengan memberikan panduan yang jelas dan terstruktur mengenai skripsi, konten tersebut kemudian memberikan pemahaman yang lebih baik mengenai proses dalam menyusun skripsi sehingga dapat membuat mahasiswa lebih percaya diri. Hal ini menunjukkan bahwa konten - konten yang disajikan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pencapaian akademik bagi seorang mahasiswa.

B. Cara *Influencer* Mengetahui Masalah Audiens

Sebagai seorang *influencer* edukasi dengan topik skripsi, penting baginya untuk memiliki metode dalam memahami sebuah masalah yang dihadapi oleh mahasiswa terkait skripsi. Memiliki pemahaman yang mendalam mengenai masalah yang dialami oleh mahasiswa akan memberikan kemudahan bagi *influencer* untuk dapat merancang konten edukasi yang tidak hanya dibutuhkan, tetapi juga dapat menjadi sebuah solusi. Untuk mencapai hal ini, *influencer* tentu perlu untuk membangun sebuah kedekatan yang baik di media sosial. Seperti melalui interaksi dengan membaca atau menjawab pertanyaan di komentar dapat membantu dalam mengidentifikasi segala permasalahan yang dihadapi. Dengan begitu, seorang *influencer* tentu dapat menciptakan konten yang memiliki fokus terhadap kebutuhan dari mahasiswa.

“Kalo untuk mengetahui masalah mereka itu gampang aja ya, karena kan saya juga mengalami dan pernah menjadi mahasiswa. Nah diluar dari pengalaman pribadi, kadang saya lihat dari curhatan mereka karena mau ga mau harus berinteraksi kan sama mereka untuk menjaga hubungan sama followers.” (Wifau, 22 Desember 2023)

“tu dilihat dari permasalahan yang ada aja, dan itukan sebenarnya yang paling gampang karena saya sendiri kan pernah jadi mahasiswa semester akhir jadi ya apa yang menjadi curhatan itu sebenarnya dulu pernah terjadi dan dialami juga gitu, simple nya kaya gitu. Tapi selebihnya, ya karena saya punya anak bimbingan jadi ya saya masih bisa tanya tentang kendala mereka. Sebenarnya apa yang dirasakan sama temen temen media sosial itu juga pernah dirasakan sama dosen dosen, jadi ya mungkin itu yang membuat orang relate sama konten - konten itu, karena sebenarnya kita itu paham tapi ya cuma dari sisi edukasi kita perlu menguatkan mental temen - temen juga kan” (Tyas, 30 Desember 2023)

“Oke, kalo secara melihat di media sosial itu sangat mudah. Jadi ketika saya melihat DM masuk entah di Instagram maupun Tiktok itu permasalahannya ternyata kompleks bukan tentang skripsi aja, ada permasalahan dengan dosennya, dia ada permasalahan dengan circle bahkan dengan keluarganya bahkan sampai ke hal situpun saya selesaikan” (Icha, 8 Januari 2024)



Gambar 3.3 kolom komentar @wifau

Ketiganya responden menyatakan bahwa untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh mahasiswa merupakan hal yang mudah. Mereka sering menerima berbagai macam curhatan dan kisah dari audiens melalui berbagai saluran, termasuk kolom komentar, *direct message*, serta platform lain seperti Whatsapp atau bahkan kelas online.

Seperti pada gambar diatas terdapat komentar yang bertanya mengenai masalah mereka yang tidak paham mengenai skripsi. Pertanyaan ini hadir berdasarkan adanya sebuah ketidakpahaman yang dihadapi oleh mahasiswa dalam memahami berbagai aspek terkait skripsi. Dengan adanya komentar - komentar yang menunjukkan ketidakpahaman mahasiswa mengenai skripsi, tentu memberikan *influencer* sebuah kesempatan untuk dapat mengidentifikasi masalah yang sedang dihadapi oleh mereka. Hal ini tentu memberikan kemudahan bagi *influencer* untuk dapat membuat konten yang sesuai dengan kebutuhan. Dengan demikian, adanya komentar - komentar curhatan dari mahasiswa tersebut memainkan peran penting dalam sebuah proses bagi seorang *influencer* untuk dapat menciptakan suatu konten yang edukatif.

Selain itu, berinteraksi dengan audiens pun perlu dilakukan, Wifau dan Icha juga mengungkapkan bahwa ia juga kerap membuat pertanyaan terbuka di media sosial untuk berinteraksi dengan audiens. Hal ini menunjukkan bahwa seorang *influencer* memiliki komitmen dalam memahami audiens.

“Pernah dong.. kalo di story instagram itu kan ada question box itu ya, biasanya saya buka Q&A gitu. Selain itu juga ada yang lewat DM dan komentar di Tiktok juga” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Sering, sering.. Terutama di Instagram ya kalo di Tiktok saya belum nemu fitur nya kaya di Instagram” (Icha, 8 Januari 2024)

Berbeda dengan Wifau dan Icha, Tyas menyatakan bahwa dirinya memang jarang membuat Q&A karena memiliki keterbatasan waktu. Keterbatasan waktu

ini berdampak pada kemampuannya untuk dapat melakukan interaksi dengan mahasiswa.

“Pernah, cuma akhir akhir ini lagi belum ada waktu untuk itu dan paling nanya - nanya nya lebih ke instagram atau ke instagram story yah karena di instagram story kan ada fitur question atau tanya tanya nya di komen sih paling di konten nya itu, nah biasanya mba yas buat pertanyaan kaya misal jadi gimana nih guys kalian sudah sampai mana skripsinya jadi mereka itu akan balas di komen gitu nah dari situ bisa muncul diskusi yang tidak disengaja, kaya gitu..” (Tyas, 30 Desember 2023)

2. Motivasi *Influencer* dalam Memberikan Konten Edukasi Skripsi

A Motivasi dari Pengalaman Pribadi

Pengalaman pribadi dari seorang berperan penting dalam membentuk sebuah motivasi. Seperti *influencer* edukasi, *influencer* edukasi yang memiliki latar belakang akademik yang solid dalam menyelesaikan skripsi memiliki sebuah landasan dalam menciptakan konten yang relevan dan sesuai dengan pengalaman. Pengalaman tersebut mencakup sebuah kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi, tantangan dan pencapaian akademik yang baik. Dengan membagikan pengalaman pribadi mengenai keberhasilannya dalam menyelesaikan skripsi, seorang *influencer* tidak hanya dapat menyediakan konten yang informatif tetapi juga dapat memberikan dukungan secara emosional.

Seorang *influencer* yang memiliki pengalaman dalam menyelesaikan skripsi, dapat memberikan solusi yang realistis serta dapat membangun rasa kepercayaan dari diri mahasiswa. Konten edukasi yang diproduksi dengan latar belakang sebuah pengalaman tentu memiliki dampak yang besar dalam memotivasi mahasiswa dalam menyusun skripsi. Seperti dengan ketiga informan dalam penelitian ini yang sama sama memiliki kesuksesan dalam menyelesaikan skripsi dengan latar belakang yang berbeda dan menginspirasi. Dengan adanya inspirasi tersebut maka memberikan sebuah dorongan yang positif bagi mahasiswa dalam menyusun serta mengatasi segala hambatan.

Lebih dari sekedar inspirasi, pengalaman pribadi dari seorang *influencer* juga dapat memberikan bantuan kepada mahasiswa untuk mengembangkan keterampilan yang diperlukan dalam proses penyusunan. Tips dan trik yang diberikan berdasarkan sebuah pengalaman dapat memberikan saran yang spesifik, seperti teknik dalam manajemen waktu, cara melakukan penelitian, serta tips dalam mengatasi hambatan mental. Tips dan trik tersebut berperan penting bagi mahasiswa yang kesulitan dan kurangnya bimbingan dari dosen pembimbing selama menjalankan proses penyusunan skripsi.

Secara keseluruhan, pengalaman pribadi ini tidak hanya menjadi sebuah pondasi dalam menciptakan konten edukasi yang informatif tetapi juga turut menjadi sarana dalam membangun suatu hubungan yang lebih dekat dengan audiens. Dengan memproduksi konten edukasi skripsi berdasarkan pengalaman maka konten yang disajikan tidak hanya relevan tetapi juga dapat menginspirasi dan membangkitkan semangat bagi mahasiswa yang sedang berjuang dalam menyelesaikan skripsi.

“Pengalaman tentang skripsi ada. Nah, kalau untuk itu pasti sih karena saya berharap dengan membuat konten ini juga bisa memotivasi dan membantu banyak mahasiswa di luar sana” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Kalo pengalaman pribadi skripsi itu kebetulan dan alhamdulillah skripsi saya itu termasuk yang sangat lancar dan sangat mudah karena ada trik yang saya lakukan dan itu kayanya nggak di share oleh semua influencer, saya punya trik sendiri dari semester awal gitu dan itu aku terapkan dan ternyata berhasil” (Icha, 8 Januari 2024)

Tyas sebagai seorang *influencer* mengamati bahwa adanya sebuah perbedaan yang cukup signifikan antara mahasiswa sebelumnya dengan mahasiswa generasi Z saat ini. Menurut pengamatannya, mahasiswa generasi Z cenderung lebih membutuhkan banyak bantuan dan dukungan dalam menyelesaikan tugas akhir yang sedang dikerjakan dibandingkan dengan mahasiswa generasi sebelumnya. Perbedaan ini terjadi karena adanya dorongan

dari perubahan teknologi, dimana generasi Z tumbuh di dalam era digital yang sangat dinamis, dimana segala informasi di media sosial tersedia begitu cepat.

“Kurang lebih iyaa karena kan dulu saya juga pernah. Nah cuma saya lihat sekarang tuh perbedaannya teman - teman mahasiswa sama yang dulu itu berbeda, ya saya nggak tau atau mungkin ini masalah generasi Z dan generasi sebelumnya, cuma memang anak - anak jaman sekarang itu lebih kaya butuh dibantu gitu lho, kalo jaman dulu tuh waktu saya skripsian menurut saya lebih struggle dibanding sama anak jaman sekarang, mungkin sama ya cuma media informasi dulu kan nggak sebanyak sekarang. Nah kalo mahasiswa jaman sekarang kaya takut lah, inilah dan sebagainya” (Tyas, 30 Desember 2023)

Ketiga responden tidak hanya memiliki sebuah keinginan untuk dapat membagikan konten - konten edukasi, tetapi juga memiliki dorongan yang kuat dari pengalaman yang sukses dalam menyelesaikan skripsi. Pengalaman tersebut memiliki sebuah fungsi sebagai sumber motivasi tambahan bagi *influencer* untuk dapat membagikan konten yang berguna bagi mahasiswa. Wifau menjelaskan bahwa ia memiliki sebuah keinginan dalam membagikan konten edukasi skripsi didasari atas beberapa faktor, termasuk pengalaman pribadinya yang sukses dalam menyelesaikan skripsi.

“Betul banget, terutama untuk mahasiswa yang dosen nya itu ghosting. Karena kadang itu banyak ya komentar yang masuk mereka bingung harus tanya ke siapa lagi? atau bahkan kadang ada nih dosen yang ga ghosting tapi gampang banget buat acc. Nah mereka tuh sering curhat dan takut biasanya. Itu juga jadi salah satu motivasi saya untuk tetap bertahan dan sharing informasi tentang skripsian” (Wifau, 22 Desember 2023)

Berdasarkan hasil temuan lainnya, Tyas dan Icha mengungkapkan bahwa keduanya juga memiliki motivasi dan keinginan yang kuat dalam menyampaikan informasi mengenai skripsi yang relevan dan membantu bagi mahasiswa. Hal ini mencerminkan bahwa ketiga responden memiliki sebuah komitmen dalam mendukung proses mahasiswa dalam menyelesaikan skripsi melalui konten edukasi yang dibuat.

“Kalo ini iyalah pasti, setiap influencer yang membuat konten edukasi mengenai skripsi pasti niatnya kesitu ya” (Tyas, 30 Desember 2023)

“Iyaa dong pasti, kan kalo memberikan informasi yang bermanfaat dan diterima dengan baik pasti senang karena membantu ya” (Icha, 8 Januari 2024)

Berdasarkan pernyataan dari ketiga responden menunjukkan bahwa pengalaman pribadi juga menjadi faktor yang mendorong mereka dalam membuat konten edukasi mengenai skripsi sebagai informasi yang bermanfaat. Informasi merupakan sebuah pesan yang terdiri dari berbagai karakter atau sebuah interpretasi dari pesan, informasi juga dapat direkam ataupun di transmisikan (Suryanto, 2015:597)

B. Motivasi Keuangan

Motivasi keuangan mencakup sebuah dorongan untuk mencapai tujuan tertentu. Namun, tidak hanya motivasi keuangan saja, reputasi juga menjadi peran yang krusial bagi *influencer*. Reputasi dapat menciptakan sebuah kepercayaan antara *influencer* dengan audiens nya, dengan mempertahankan reputasi seorang *influencer* tentu dapat membangun suatu hubungan yang kuat dengan audiens. Seperti ketiga responden yang mengatakan bahwa reputasi dapat membangun personal branding bagi ketiganya

“Sebenarnya mau saya share apapun bukan hanya skripsi tentunya mempengaruhi reputasi dari seorang influencer. Nah tapi berhubungan saya ini memberikan edukasi tentang skripsi tentu akan mempengaruhi reputasi sih. Jadi, mereka yang tau saya ya pasti mereka akan ingat saya tuh ya inget skripsi. Tentunya itu akan membangun personal branding di muka umum sih” (Wifau, 22 Desember 2023)

“I think ya, bisa membangun branding ya terutama bisa membangun personal branding. Seperti, siapa sih aunty icha, oh aunty icha merupakan influencer edukasi kemudian reputasi ya tentunya lebih banyak dikenal tentunya di kalangan mahasiswa” (Icha, 8 Januari 2024)

Wifau dan Icha mengatakan bahwa konten yang ia buat memiliki dampak signifikan bagi reputasinya, kedua responden juga mengatakan bahwa dengan membagikan konten mengenai skripsi, maka audiens akan mengingatnya sebagai *influencer* edukasi.

“Awalnya nggak berpikir ke arah situ, karena dulu tuh pertama kali ngonten 2020 niatnya cuma karena saya punya brand dan niatnya dulu untuk memasarkan produk gitu, cuma ternyata konten yang diterima dan lebih rame ya konten edukasi jadinya fokusnya ke edukasi aja. Jadi motivasinya nggak ke arah reputasi, tapi ya mungkin karena sekarang sudah 3 tahun lebih berjalan dan ternyata orang menerima dan ya mau nggak mau orang kan akan ngelihat, dan jadi reputasi itu harus dibangun sih kaya citra nya tuh harus di bangun gitu.” (Tyas, 30 Desember 2023)

. Berdasarkan pernyataan dari Tyas reputasi yang terbangun dalam memberikan konten edukasi mengenai skripsi terbentuk tanpa adanya niat dari awal, meskipun begitu ia mengungkapkan tetap harus menjaga dan membangun reputasinya dengan membuat konten yang berkualitas. Meskipun dengan membuat konten edukasi reputasi yang mereka miliki meningkat namun Wifau dan Icha mengatakan bahwa hal tersebut tidak mempengaruhi kualitas mereka dalam membuat konten edukasi

“Menurut saya, kalau konten edukasi itu bukan keuangan ya mungkin interest. Nah apakah itu mempengaruhi saya jawab big no. Karena buat konten apalagi tentang edukasi itu susah banget loh, apalagi menarik audiens yakan. Jadi menurut saya ada atau tidaknya motivasi keuangan baut saya pribadi itu tidak akan mempengaruhi dalam membuat konten” (wifau, 22 Desember 2023)

“Kalo mempengaruhi tidak ya, karena tujuan nya kan membantu mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhirnya dan untuk keuangan itu tidak akan mempengaruhi dalam membuat konten” (Icha, 8 Januari 2024)

Kedua responden menyatakan bahwa motivasi keuangan tidak memiliki pengaruh baginya dalam membuat konten yang berkualitas. Karena menurutnya, motivasi keuangan tidak menjadi faktor penentu dalam proses kreativitasnya

dalam membuat konten yang bermanfaat. Berbeda dengan Tyas yang mengakui bahwa motivasi keuangan dapat mempengaruhi kualitasnya dalam pembuatan video edukasi.

“Kualitasnya ya seharusnya lebih bagus, karena kan harapannya orang ketika nonton dan yang ditonton itu kan sebenarnya isinya ya, nah kalo supaya informasi edukasi ini lebih diterima ya harus lebih bagus, entah itu dari kualitas video, editing dan lain sebagainya kaya gitu” (Tyas, 30 Desember 2023)

Kemudian, ketiga responden sama - sama mengungkapkan bahwa motivasi keuangan tidak menjadi faktor pendorong mereka dalam membuat konten edukasi skripsi, seperti dalam pandangan pribadi Wifau yang mengatakan bahwa ia bukan seseorang yang money oriented

“Oke gini, mungkin kalo untuk keuangan itu menurut saya pribadi lebih suka yang tidak ada promosi gitu sih, ya fokus aja buat konten untuk membantu kalian, jadi menurut saya tidak ada menuju arah kesitu. Dan saya itu nggak money oriented dan bahkan ada beberapa yang saya tolak kalo ada tawaran, karena menurut saya money oriented itu ga ada jangka panjang sih. (Wifau, 22 Desember 2023)

Sama halnya dengan Wifau, informan lainnya yaitu Icha dan Tyas juga mengatakan hal yang serupa bahwa motivasi keuangan tidak menjadi faktor utama mereka dalam membuat konten

“Kalo sejauh mana bingung juga, karena motivasi keuangan itu nggak menjadi faktor yang mendorong sih tapi ya itu tadi tujuannya membantu mahasiswa untuk bisa menyelesaikan tugas akhir selain dibimbing dosen gitu.” (Icha, 8 Januari 2024)

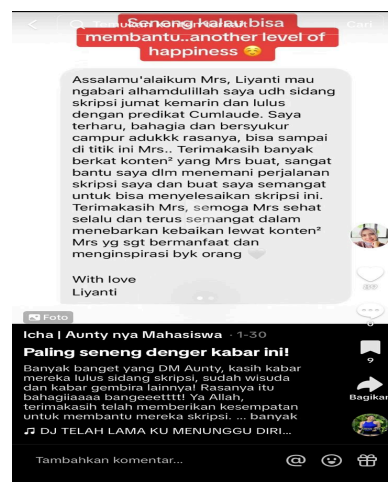
“Kalo saya pribadi sih, ini nggak terlalu banget ya karena kan pekerjaan utamanya dosen jadi ya ini tuh hanya dibilang pekerjaan sampingan, jadi ya karier utama mba yas ya menjadi dosen. Karena kan saya juga tiap hari ngantor ya, jadi ngontennya setelah pekerjaan utama selesai.” (Tyas, 30 Desember 2023)

Berdasarkan pernyataan dari ketiga responden tersebut, menyatakan bahwa motivasi keuangan bukanlah menjadi faktor utama bagi mereka dalam membuat konten edukasi mengenai skripsi. Ketiga responden lebih memiliki keinginan yang kuat dalam membantu mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir.

C. Motivasi audiens

Motivasi audiens didasari atas sebuah kebutuhan seperti minat dan harapan dan memiliki peran sebagai faktor kunci dalam membentuk suatu hubungan yang dinamis antara *influencer* dan audiens. Adanya keterlibatan aktif dari audiens melalui kolom komentar, interaksi maupun testimoni menciptakan adanya hubungan timbal balik yang dapat mempengaruhi *influencer* dalam menyampaikan informasi di media sosial. Motivasi audiens tidak hanya sebagai umpan balik bagi *influencer* tetapi juga berperan sebagai bahan evaluasi untuk mengembangkan konten yang lebih relevan dan sesuai dengan kebutuhan.

Dengan adanya interaksi seperti ini menjadikan *influencer* lebih peka terhadap keadaan yang pada akhirnya mendorong *influencer* untuk menghasilkan konten edukasi yang sesuai dengan keadan audiens. Dalam hal ini, bagaimana *influencer* merespons motivasi dari audiens berkaitan dengan cara *influencer* menjangkau pengikut. Keberhasilan *influencer* dalam menjangkau audiens di media sosial bergantung pada sebuah kemampuan dalam merespons motivasi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Wifau dan Tyas, bahwa testimoni dan komentar baik dari audiens berperan baginya sebagai pemicu semangat untuk terus menciptakan konten edukasi.



Gambar 3.4 kolom komentar @scaleup.yourlife

Adanya Direct Message dari seseorang mahasiswa yang telah berhasil sidang dan meraih predikat cumlaude merupakan salah satu motivasi terbesar *influencer* untuk terus menciptakan konten edukasi. Pengakuan ini tentu memberikan dampak positif yang semakin memperkuat peran *influencer* untuk tidak hanya mempertahankan kualitas dari segi konten saja, tetapi juga memperluas pengetahuan dan materi yang telah disesuaikan dengan kebutuhan mahasiswa. Dengan demikian, adanya testimoni dari mahasiswa tersebut tidak hanya menjadi sumber motivasi personal bagi *influencer* saja, tetapi juga menjadi sebuah indikator bagi keberhasilan strategi edukasi yang diterapkan.

“Ada dong pasti.. yang bikin termotivasi itu ketika melihat komentar - komentar atau testimoni mereka yang merasa terbantu dengan konten yang dibuat gitu. Jujur ya, kalo ada yang komen gitu tuh kaya wah ternyata dengan saya buat konten edukasi skripsi ini banyak yang merasa terbantu secara nggak langsung. Itu sih yang bikin termotivasi” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Ada, jadi pernah di pertengahan tahun 2022 itu aunty ngerasa di titik mungkin antara jenuh atau stuck ya, karena konten kreator harus berpikir terus dan ide nya kreatif terus, rasanya kok stuck dan mikir apa stop aja ya tapi justru yang menguatkan ya para followers, followers bilang aunty kok nggak pernah posting dari situlah saya muncul lagi dan respon mereka sangat positif, jadi itu mereka bukan sekedar followers tapi juga support system” (Icha, 8 Januari 2024)

Sedangkan menurut Tyas motivasi dari audiens juga datang dalam bentuk pertanyaan maupun permintaan dari mereka terkait topik konten.

“Itu juga, tapi cuma itukan paling temen temen punya pilihan untuk melihat konten kontennya, biasanya mereka nanya kalo ada topik yang belum dibuat atau dibahas, nah itu kadang buat saya kaya oh iya banyak juga ternyata konten atau tema yang belum dibahas dan saya jadi punya topik buat ngonten.” (Tyas, 30 Desember 2023)

Motivasi dan dorongan dari audiens memiliki peran penting bagi ketiga responden, adanya komentar, testimoni positif serta permintaan topik dari

followers tidak hanya memberikan semangat bagi mereka namun juga dapat menjadi sebuah inspirasi dalam mengembangkan ide dari konten mereka. Interaksi dua arah yang dilakukan tentu menciptakan sebuah kedekatan bagi *influencer* dengan audiens mereka, serta menjadi sebuah aspek yang tidak kalah pentingnya.

“Itu pasti sih, karena ya semakin dekat dengan followers ya semakin merasa bahwa saya nih harus bantu mereka walaupun secara gak langsung.” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Pasti, karena kedekatan dengan audiens baik melalui komentar atau chat itu jadi punya rasa tanggung jawab, punya rasa memiliki mereka. Maka harus ada sesuatu hal yang saya berikan kepada mereka dan itu yang bermanfaat dan positif gitu” (Icha, 8 Januari 2024)

Tyas mengungkapkan hal yang sama bahwa kedekatannya dengan audiens tidak hanya untuk memberikan informasi melainkan juga meluruskan persepsi keliru di kalangan mahasiswa mengenai dosen.

“yaa sih kurang lebih, karena kan mereka mahasiswa yang rata rata tuh polos polos dan mungkin belum tau tentang skripsi dan dunia luar ya. Dan biasanya ada beberapa hal yang saya luruskan kaya misalnya mereka beranggapan bahwa dosen itu galak, nah itu perlu saya luruskan karena tidak seperti itu konsepnya. Mungkin seperti itu ya kedekatan saya dengan mahasiswa, ya jadi sekalian untuk meluruskan persepsi aneh mahasiswa yang mungkin mereka ambil kesimpulan sendiri” (Tyas, 30 Desember 2023)

Secara konsisten, ketiga responden sepakat bahwa adanya interaksi dua arah yang dilakukan dengan audiens dapat menciptakan sebuah kedekatan yang signifikan. Kedekatan tersebut menjadi aspek penting yang kemudian membawa rasa tanggung jawab besar serta mendorong ketiga responden untuk aktif dalam memberikan konten edukasi, menjawab berbagai pertanyaan serta meluruskan persepsi.

3. Skill yang dibutuhkan *influencer* dalam memberikan konten edukasi skripsi

A. Skill akademik *influencer*

Skill akademik merupakan sebuah kemampuan dan keterampilan khusus bagi seorang *influencer* dan menjadi sebuah keharusan. Bagi *influencer* yang memilih fokus pada konten edukasi skill akademik merupakan sebuah pondasi utama yang harus dimiliki. Skill akademik merupakan sebuah kemampuan untuk memahami, menganalisis, menginterpretasikan informasi dengan cara mendalam. Skill akademik dapat membantu *influencer* agar tetap relevan dan kompeten dalam menyampaikan konten edukasi. Skill akademik tidak hanya memberikan kemungkinan kepada *influencer* untuk hanya memiliki pengetahuan, tetapi juga untuk menganalisis, mengemas, serta dapat menyampaikan informasi dengan bahasa yang mudah dimengerti meskipun dengan pembahasan topik yang berat.

Dengan memiliki skill tersebut memungkinkan untuk dapat beradaptasi dengan suatu perubahan atau tren akademis. Dengan demikian, menjadi jelas bahwa bagi seorang *influencer* memiliki skill akademik merupakan sebuah pondasi yang krusial yang dapat membantu dalam menyajikan konten - konten yang berkualitas. Pendapat ini sejalan dengan pengakuan dari ketiga responden, yaitu Wifau, Icha dan Tyas.

“Nah, ini penting banget. Saya habis di komen sama dosen kemarin, dosen SI saya kan kemarin ke jogja ada perlu disini nah disitu saya diskusi sama beberapa dosen, dan ada masukan dari beliau semua dan menurut saya itu penting banget, kaya teknik menulis dan kaya yang aku bilang tadi aku juga sambil praktek gitu” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Kalo terkait konten edukasi harus ya punya skill akademik, pastinya bisa berlatar belakang dari dulunya berhasil dalam akademik atau saat ini dia masih melakukan pelatihan terkait akademik ataupun saat ini dia seorang akademisi dan lain sebagainya, penting banget itu.” (Icha, 8 Januari 2024)

“Ya harus dong, karena kan yang disampaikan harus bener. Sebenarnya bukan dosen pun tidak apa apa tapi ya harus benar dan sesuai gitu, dan berarti mereka itu juga harus banyak membaca, riset dan

ya intinya apapun itu yang disampaikan harus benar sih gitu, mau siapapun mereka cara menyampaikannya itu harus benar dan jangan hoax” (Tyas, 30 Desember 2023)

Berdasarkan pernyataan dari ketiga responden Wifau, Icha dan Tyas menunjukkan bahwa skill akademik tidak hanya dianggap penting, namun juga merupakan sebuah aspek yang harus dimiliki oleh seorang *influencer* yang memberikan konten edukasi. Skill akademik mencakup sebuah kemampuan dalam menyampaikan informasi yang benar dan akurat, mendalam dan sesuai dengan bidang akademik. Selain itu, pemahaman mengenai skripsi juga perlu bagi seorang *influencer*, Icha ia mengatakan pemahaman nya mengenai skripsi berada di skala angka 9,9

“Sejauh mana saat ini kalau bisa diangka skala itu bisa di angka 9,9 gitu ya karena memang selain membuat konten tentang skripsi saya juga menulis tentang penelitian yang akan saya publikasikan, menulis buku terkait tentang skripsi tentang penelitian, tentang research dan development gitu, jadi tidak hanya berdasarkan pengalaman terus udah nggak belajar lagi, justru dari pengalaman dulu apa yang bisa dikembangkan, apa yang bisa ditambah ya dilakukan. Jadi seorang influencer edukasi itu harus mengulik, update dan punya queries yang tinggi” (Icha, 8 Januari 2024)

Tyas menjelaskan bahwa ia memiliki pemahaman yang mendalam mengenai skripsi karena dirinya merupakan seorang dosen. Sedangkan Wifau merujuk pada pengalaman pribadinya

“ Sejauh mana ya.. kan karena saya ini dosen jadi ya paham lah ya.” (Tyas, 30 Desember 2023)

“Biasanya kalo untuk pemahaman itu saya lebih ngasih tau apa yang udah pernah aku alami ya” (Wifau, 22 Desember 2023)

Wifau, Icha dan Tyas memiliki pemahaman yang beragam mengenai skripsi. Pemahaman ketiga responden mengenai skripsi menjadi sebuah landasan yang kuat bagi ketiganya dalam menyajikan konten. Dari pemahaman mereka ini, tentu dapat merangkul audiens dengan cara yang mereka telah disesuaikan. Dalam

menyampaikan sebuah konsep akademis seorang *influencer* tentu perlu menggunakan suatu pendekatan tertentu, pendekatan tersebut perlu dilakukan karena melihat audiens memiliki tingkat pemahaman yang berbeda

“Menurut saya pendekatan itu penting ya. Pendekatan yang saya sekarang aplikasikan itu kaya mencoba untuk menjadi mereka atau yang paling dekat dengan mereka. Kaya semacam saya kasih fenomena fenomena yang paling dekat dengan mereka, nah saya berusaha untuk membuat konten yang seasoning gitu sesuai dengan season nya. Misalkan kaya season maba saya tentu bakal sharing gimana jadi maba yang baik atau tips untuk menjadi maba yang sukses gitu. Biasanya saya seasoning gitu.” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Kalo saya pribadi sih, saya menyampaikannya lebih santai aja gitu, nggak kaku ya karena kan mahasiswa lebih suka bercanda lebih suka ngomongnya dengan santai ya, biasanya saya suka riset kaya trand trand apa ya yang lagi happening sekarang itu biasanya saya jadikan bahan candaan di konten, paling gitu sih pendekatannya” (Tyas, 30 Desember 2023)

Ketika disinggung mengenai pendekatan keduanya memiliki cara yang berbeda, Wifau menjelaskan bahwa pendekatan penting baginya, ia mengaplikasikannya dengan mencoba menjadi audiens. Sedangkan Tyas menjelaskan bahwa pendekatan yang digunakan dalam setiap konten yang ia buat yaitu dengan berusaha menggunakan bahasa yang santai dan tidak kaku. Sama dengan Tyas, Icha juga menjelaskan bahwa bahasa menjadi pendekatan yang ia gunakan.

“Iya, itu kalo saya penghubungnya bridging antara mahasiswa dan dosen itu adalah menggunakan bahasa, bahasa yang digunakan simple, bahasa yang digunakan nggak belibet nggak berbelit - belit, itulah yang menjadi bridging antara mungkin bahasaku terlalu tinggi mahasiswa nggak paham, itu makanya banyak belajar bahasa - bahasa apa aja sih yang mereka pelajari sehari - hari gitu, ataupun bahasa apa sih yang saat ini lagi ngetrend dikalangan mereka, jadi bridging nya adalah bahasa” (Icha, 8 Januari 2024)

Ketiga responden tersebut menunjukkan bahwa pendekatan yang ia pilih disesuaikan dengan karakter dan keinginan dari audiens. Dengan demikian, Wifau,

Icha dan Tyas memperlihatkan bentuk perhatiannya kepada audiens yang memiliki tingkat pemahaman yang berbeda. Pendekatan yang ketiganya gunakan pun sangat beragam baik dari gaya bahasa yang digunakan maupun dari segi relevansi konten. Sebagai seorang *influencer*, menjaga keaslian informasi dalam konten yang disederhanakan untuk kebutuhan skripsi merupakan hal yang penting.

B. Gambaran skill memotivasi atau persuasi *influencer*

Skill memotivasi dan persuasi merupakan sebuah kemampuan yang harus dimiliki oleh *influencer*, terutama bagi *influencer* yang berfokus pada konten edukasi. Dalam konteks ini, tidak hanya terbatas pada sebuah kemampuan untuk dapat menarik audiens, tetapi juga kemampuan untuk dapat memberikan semangat, inspirasi dan mempengaruhi pola pikir dari audiens. Seorang *influencer* edukasi perlu untuk memanfaatkan skill ini yang bertujuan untuk dapat memberikan dukungan secara moral, terutama kepada seorang mahasiswa yang sedang menghadapi tantangan maupun kesulitan dalam proses mengerjakan skripsi agar mahasiswa tersebut tetap fokus dan memiliki semangat dalam menyelesaikan skripsi. Seorang *influencer* yang memiliki skill motivasi yang kuat tentu dapat memberikan inspirasi dalam mengatasi sebuah keraguan dan kebingungan yang sering terjadi pada saat proses pengerjaan skripsi. Selain itu, skill persuasi juga menjadi aspek penting yang membentuk suatu pandangan bagi mahasiswa. Seorang *influencer* yang mahir mempersuasi dalam memberikan informasi dengan cara yang meyakinkan maka akan memberikan kemudahan bagi audiens untuk dapat menerima serta menerapkan saran dan solusi yang diberikan. Dalam mempersuasi tidak hanya mengandalkan cara dalam penyampaian pesan yang logis, tetapi juga perlu menggunakan pendekatan yang emosional. Dengan demikian, skill ini menjadi sebuah pilar yang penting bagi *influencer* dalam membangun interaksi yang tidak hanya positif tapi bermakna antara *influencer* dengan audiens mereka yang merupakan mahasiswa.

“Kalau untuk itu, saya udah buat template chat. kalo misalkan ada yang tanya judul nih pasti kan banyak. Nah saya buat template chat apa yang harus mereka lakukan misal kaya point 1, 2, 3 sampai point terakhir. Biasanya saya udah buat template chat buat jawab pertanyaan - pertanyaan seputar apa yang mereka tanyakan. Nah yang paling sering ditanya itu judul, bagaimana buat proposal, chat dosen dan gimana caranya untuk latar belakang masalah. Nah tapi biasanya kalo by teks itu bisa kurang ya, nanti aku kasih link video saya yang udah pernah jelasin tentang itu” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Ya biasanya kan mahasiswa nanya dan mungkin mereka agak sedikit pertanyaannya takut gitu ya dan biasanya saya akan menjelaskan hal yang nyatanya di lapangan bahwa itu yang kalian takutkan itu nggak ada, biasanya saya kasih video atau foto yang asli gitu ketika saya lagi nguji atau waktu bimbingan jadi mereka bisa tahu bahwa nggak semenakutkan itu.” (Tyas, 30 Desember 2023)

“Oke, kalo pertanyaan dari audiens itu pasti ada sisi positif dan sisi negatifnya, kalo sisi positif pasti saya akan memberikan hal - hal atau motivasi positif kepada. Gimana kalo dari sisi negatifnya, nah disini saya akan tetap berikan dari sisi positifnya, jadi ketika orang memberikan sisi negatif kita harus bisa dari sisi positifnya, jadi tetep memotivasi mereka meskipun mereka kontra dengan konten aku, gitu.” (Icha, 8 Januari 2024)

Dalam menjawab pertanyaan - pertanyaan yang diberikan oleh audiens, ketiga responden Wifau, Icha dan Tyas menunjukkan rasa perhatiannya yang cukup besar. Ketiganya memiliki berbagai strategi untuk mengatasi segala pertanyaan umum yang sering diajukan oleh mahasiswa terkait skripsi. Ketiga responden tidak hanya menjawab pertanyaan secara teknis, namun mereka juga membimbing, serta memberi motivasi kepada audiens mereka. Pendekatan ini mencerminkan peran mereka bukan hanya sebagai mentor dan penyedia dukungan saja, namun juga sebagai sumber informasi teknis.

Berdasarkan pernyataan ketiga *influencer* dapat disimpulkan bahwa kemampuan ketiganya dalam memotivasi serta mempersuasi audiens melibatkan strategi yang bukan hanya sekedar jawaban teknis, ketiganya juga menggunakan berbagai pendekatan seperti membuat template chat, memberikan video atau foto sebagai contoh nyata, serta ketiganya juga tidak lupa untuk memberikan motivasi yang positif.



Gambar 3.5 kolom komentar @wifau

Seperti gambar yang ditunjukkan diatas yaitu @wifau merespons keresahan salah satu mahasiswa yang sedang menyusun skripsi dengan memberikan motivasi serta dukungan. Tindakan @wifau ini mencerminkan bahwa kehadiran *influencer* bukan hanya sebagai sumber informasi melainkan juga berfungsi sebagai sumber dukungan emosional. Dengan adanya respons seperti ini, akan membantu mahasiswa untuk mengatasi tekanan dan tantangan yang sedang dihadapi serta membantu dalam meningkatkan rasa kepercayaan diri mahasiswa selama penyusunan skripsi.

C. Skill *influencer* dalam penggunaan teknologi

Skill *influencer* dalam penggunaan teknologi menjadi salah satu faktor kunci keberhasilan bagi *influencer* di media sosia. Media sosial saat ini menjadi sebuah aplikasi yang digunakan dalam menyampaikan suatu informasi kepada publik (Vidyana & Atnan, 2022). Berdasarkan dari penjelasan diatas, konten merupakan sebuah informasi yang tersedia di media sosial yang diperoleh dari sebuah pengamatan dan hasil pikiran dari manusia dalam bentuk pengetahuan serta keterampilan baik secara lisan maupun tertulis. Teknologi tidak hanya digunakan sebagai alat dalam menciptakan sebuah konten yang baik, tetapi juga sebagai sarana dalam berinteraksi dengan audiens dan mengembangkan strategi agar lebih efektif. Sebagai seorang *influencer*, memiliki penguasaan terhadap teknologi menjadi suatu elemen penting untuk membangun kredibilitas seorang *influencer*

Skill ini meliputi penggunaan perangkat lunak seperti pengeditan foto, video dan aplikasi desain. Penggunaan teknologi memberikan kemungkinan bagi *influencer* untuk dapat menghasilkan konten - konten yang menarik, memiliki kualitas yang tinggi, relevan dan dapat menjangkau audiens. Skill tidak hanya memberikan kemudahan dalam memberikan sebuah informasi tetapi juga dapat membuka peluang dalam mencapai audiens yang lebih luas. Skill ini mencakup berbagai hal termasuk penguasaan berbagai platform digital, aplikasi dan perangkat lunak yang dapat mendukung aktivitas dari seorang *influencer*. Penguasaan skill ini menjadi sebuah pondasi bagi *influencer* dalam mendukung kreativitas nya di media sosial.

Content planning memegang peran penting bagi *influencer* untuk memproduksi sebuah konten agar lebih efektif dan mencapai target. *Content planning* memberikan kemungkinan bagi *influencer* untuk dapat merencanakan konten yang akan diproduksi dengan memperhatikan strategi konten yang dibuat agar sesuai dengan tren di media sosial. Dengan memperhatikan *content planning* seorang *influencer* dapat memastikan bahwa konten yang diproduksi tidak hanya konsisten tetapi juga memiliki sebuah tujuan untuk dapat menarik perhatian audiens serta dapat membangun hubungan yang jangka panjang dengan audiens mereka di media sosial. Secara keseluruhan, penguasaan ini tidak hanya membutuhkan pemahaman mengenai teknis terhadap algoritma dan fitur, tetapi juga mengenai kemampuan untuk dapat mengintegrasikan strategi konten. Dengan demikian, seorang *influencer* dapat menciptakan konten yang tidak hanya relevan namun juga berdampak positif

“Penting banget sih ini, jadi dengan adanya content planning akan menjaga konsistensi dalam membuat konten gitu.” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Amat sangat penting gitu, jadi planning itu kan ada planning besar secara bulanan kemudian di breakdown secara mingguan, kemudian

di breakdown secara harian gitu, karena pasti mahasiswa akan bosan dong kalo konten nya tentang itu itu aja, pasti saya sisipkan konten yang hiburan, konten yang nggak penting ngikutin trend juga ada, konten yang berat banget tentang skripsi juga ada. Jadi mixing itu sangat penting, planning ya” (Icha, 8 Januari 2024)

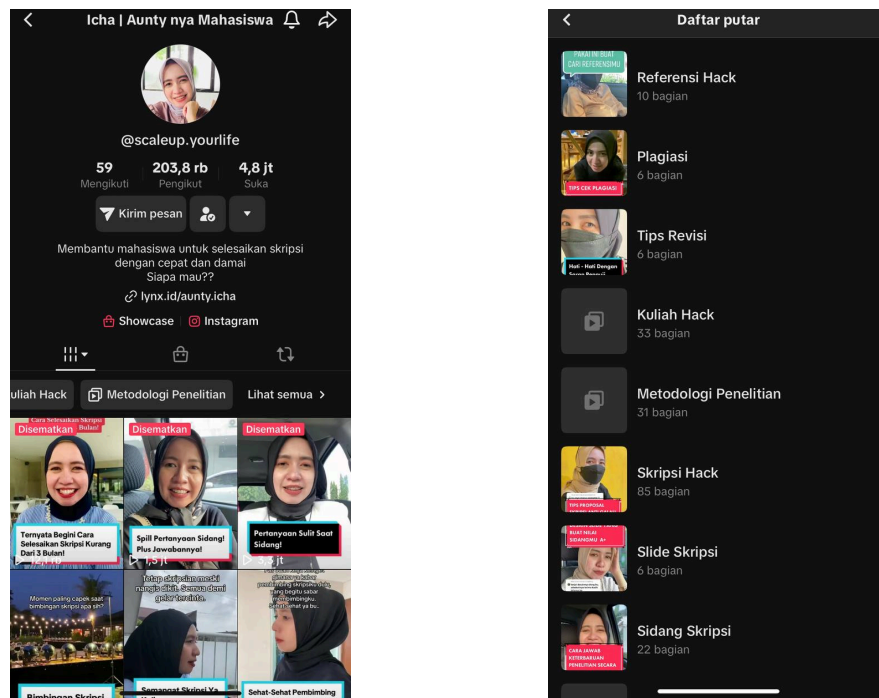
Wifau dan Icha menyoroti bahwa *content planning* merupakan elemen kunci dalam menjaga konsistensi keduanya untuk menghasilkan konten di media sosial. Keduanya sepakat bahwa *content planning* merupakan sebuah strategi yang dapat mematangkan konten yang akan diproduksi dan memastikan bahwa konten tersebut tidak hanya terstruktur dengan baik tetapi juga relevan bagi audiens. *Content planning* menjadi sebuah landasan yang kuat bagi *influencer* dalam menentukan tema, format, serta jadwal untuk mempublikasikan konten sehingga tetap konsisten.

Secara keseluruhan, *content planning* terbukti menjadi sebuah komponen penting bagi kesuksesan *influencer* seperti Wifau dan Icha. Dengan adanya perencanaan yang efektif, seorang *influencer* dapat menjaga konsistensi serta kualitas dari konten, dapat menghadirkan variasi konten yang menarik serta dapat memenuhi kebutuhan audiens. *Content planning* tidak hanya menjadi sebuah alat untuk dapat mengorganisir ide *influencer* tetapi juga sebagai sebuah strategi untuk dapat membangun dan mempertahankan audiens di media sosial.

“Penting tapi biasa aja, kalo udah terbiasa jadi udah tau sih apa yang mau di share. Tapi untuk di awal - awal penting sih, biar nggak bingung ya mau share apa” (Tyas, 30 Desember 2023)

Sedangkan Tyas mengatakan bahwa *content planning* merupakan suatu aspek yang penting terutama pada saat awal perencanaan. Dalam konteks ini, perencanaan konten memberikan kemudahan bagi *influencer* untuk dapat terhindar dari kebingungan saat akan menentukan konten yang akan dibuat. Tanpa adanya sebuah perencanaan yang matang tentu menyulitkan seorang *influencer* untuk menjaga konsistensi dari konten yang akan diproduksi. Namun, seiring

berjalannya waktu, Tyas mengatakan bahwa content planning dapat menjadi hal yang biasa dan alami. Secara keseluruhan, content planning merupakan sebuah elemen yang fundamental bagi *influencer* yang berguna dalam mengatur serta mengelola konten mereka, terutama bagi *influencer* yang baru terjun di media sosial.



Gambar 3.6 Playlist @scaleup.yourlife

Playlist pada akun Tiktok, seperti milik @scaleup.yourlife atau Aunty Icha memiliki fungsi sebagai alat yang strategis dalam mendukung content planning yang berstruktur. Playlist di Tiktok sebagai suatu cara guna mengelompokkan konten sesuai dengan topik yang memberikan kemudahan bagi audiens dalam mengakses materi tanpa harus mencari secara manual. Oleh karena itu, kehadiran playlist di Tiktok memberikan kemudahan bagi *influencer* dalam menciptakan konten yang struktur serta dapat memperkuat strategi content planning *influencer* dalam membuat konten.

Selain content planning, menjaga konten agar tetap up to date merupakan prioritas bagi *influencer*. Relevansi konten merupakan sebuah kunci utama bagi

seorang *influencer* di media sosial untuk dapat mempertahankan serta meningkatkan engagement. *Influencer* tidak hanya melakukan content planning tetapi juga perlu untuk menyusun materi yang akan disampaikan dengan memperhatikan perkembangan tren. Konten merupakan pengetahuan meliputi (fakta, informasi, prinsip, definisi) serta sebuah keterampilan dan proses dari (membaca, menulis, berhitung, berpikir kritis, komunikasi lisan dan juga tertulis). (Putri & Sulistyanto, 2022). Dengan menghadirkan konten yang relevan maka seorang *influencer* dapat dikatakan sebagai seseorang yang memiliki kredibilitas, hal ini tentu akan meningkatkan sebuah kepercayaan dari audiens. Berdasarkan hal tersebut, upaya dalam menjaga konten tetap up to date tidak hanya mengikuti sebuah tren yang sedang terjadi, tetapi juga melakukan sebuah strategi guna mempertahankan relevansi dan kredibilitas.

“Kalo itu sih biasanya saya menjaga melalui interaksi dengan audiens sih, itu yang paling penting. (Wifau, 22 Desember 2023)

“Biasanya saya research terus cari tema atau topik yang menarik dan paling relate sekarang gitu sih” (Tyas, 30 Desember 2023)

“Untuk tetap up to date itu setiap minggu dilakukan riset, karena pergerakan di luar sana itu sangat cepat maka mingguan melakukan riset untuk apa yang akan dilakukan di minggu depan” (Icha, 8 Januari 2024)

Hasil temuan menunjukkan bahwa ketiga responden, Wifau, Tyas dan Icha memiliki pendekatan yang berbeda dalam menjaga konten mereka agar tetap up to date. Hal tersebut menjadi bagian penting dari skill *influencer* untuk memastikan agar konten mereka tetap relevan, informatif dan memenuhi kebutuhan audiens. Selain itu, strategi dalam menjelaskan dengan durasi terbatas tak luput menjadi aspek dalam efektivitas konten.

“Biasanya kalo gitu saya jelasinnya per point jadi nggak harus ngejelasin semua, jadi nanti di ending video saya kasih kalimat persuasi kaya nanti kalo mau dijelasin ini komen ya.” (Wifau, 22 Desember 2023)

“Ya dengan bikin script dan bikin content planning sih, jadi tau biar nggak lebih atau kurang gitu” (Tyas, 30 Desember 2023)

“Sebisa mungkin dalam satu video itu bisa menyelesaikan permasalahan ya, kalo dulu pernah saya bikin part 2 tapi kebanyakan mahasiswa nggak suka karena mereka akan nunggu, terus kalo part 2 nya bisa sebelahan sama video yang sebelumnya mereka akan mencari lagi dan ternyata ada kesulitan maka sebisa mungkin ya satu video itu menyelesaikan permasalahan, nah caranya kadang nih saya brandstorm sama dosen dan mahasiswa untuk bikin poin poin apa sih yang paling penting, jadi kunci dari permasalahan itu apa sih dan nggak merembet banyak gitu” (Icha, 8 Januari 2024)

Ketiga responden menunjukkan bahwa memiliki strategi dan pendekatan yang berbeda dalam menjelaskan suatu materi dalam kontennya. Pendekatan yang digunakan meliputi dengan menjelaskan secara per point, membuat skrip maupun *content planning*. Tujuannya yaitu untuk memastikan bahwa konten yang dibuat tidak kelebihan ataupun kekurangan informasi. Dengan demikian, memiliki penguasaan strategi yang efektif dalam menyajikan sebuah informasi meskipun dalam durasi yang terbatas menjadi sebuah aspek yang krusial bagi *influencer*.

3.2 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu bagaimana kompetensi komunikasi yang dimiliki seorang *influencer* dalam membuat konten edukasi skripsi di media sosial Tiktok. Pada bab pembahasan, pertama - tama rumusan masalah akan dikaitkan dengan hasil temuan. Berdasarkan hasil temuan pada penelitian dapat diketahui bahwa komponen kompetensi komunikasi yaitu pengetahuan, motivasi dan skill memiliki peran penting bagi seorang *influencer* dalam memberikan konten edukasi mengenai skripsi.

Konten edukasi skripsi di media sosial Tiktok saat ini banyak dicari dan menjadi daya tarik bagi mahasiswa, hal tersebut terjadi karena banyaknya fenomena yang muncul diantara mereka yang mengalami berbagai kendala dalam proses mengerjakan dan menyelesaikan skripsi. Diketahui, para *influencer* tersebut menggunakan pendekatan yang berbeda dalam menyajikan informasi

yang berkaitan dengan skripsi. Dengan durasi yang singkat tips dan trik serta saran yang diberikan mampu memberikan bantuan kepada mahasiswa dalam menyelesaikan berbagai hambatan - hambatan yang hadir dalam proses penelitian yang sedang dilakukan.

Berikut merupakan beberapa kendala yang dialami oleh mahasiswa :

1. Mahasiswa yang tidak paham mengenai skripsi : Mahasiswa saat ini sering mengalami kesulitan dalam mengerjakan dan memahami konsep serta bagaimana cara menyusun skripsi. Dengan ketidakpahaman tersebut menjadi hambatan bagi mahasiswa.
2. Komunikasi yang tidak baik antara mahasiswa dengan dosen pembimbing : Selain itu, masalah komunikasi juga menjadi sebuah kendala bagi mahasiswa. Hal tersebut karena banyak diantara mahasiswa yang merasa kesulitan dalam menghubungi dosen pembimbingnya.
3. Dosen pembimbing yang sulit ditemui : Tidak jarang pula mahasiswa menghadapi kesulitan untuk menemui dosen pembimbing nya. Beberapa dosen pembimbing sulit untuk ditemui maupun dihubungi karena mungkin memiliki jadwal yang padat.

Kehadiran konten edukasi skripsi di media sosial Tiktok tidak hanya memberikan sebuah manfaat bagi mahasiswa melainkan juga memberikan dampak yang positif dalam mengembangkan keterampilan literasi akademis.

Dalam menanggapi berbagai kendala yang dialami oleh mahasiswa terkait skripsi, banyak *influencer* yang akhirnya terdorong dan memilih untuk memberikan konten edukasi melalui akun media sosial Tiktok miliknya. Bagi *influencer* yang memilih fokus pada konten edukasi terkait skripsi, tentu perlu memiliki kompetensi komunikasi mencakup : Knowledge (pengetahuan), *skill* (keterampilan) dan *motivation* (motivasi). Perlunya memiliki pemahaman mendalam mengenai skripsi merupakan suatu hal sangat penting bagi *influencer*, baik dari segi konsep maupun hingga permasalahan praktis yang sering dihadapi mahasiswa. Komponen pengetahuan dalam penelitian ini mencakup pada sebuah

pemahaman yang baik mengenai struktur skripsi, proses penelitian, serta pemahaman yang mendalam terhadap aturan - aturan akademis. Menurut Donsu (2017) pengetahuan merupakan sebuah hasil dari rasa ingin tahu dari diri seseorang yang melalui proses pengolahan indera, hal tersebut meliputi indera mata dan telinga. Pengetahuan merupakan suatu hal yang penting bagi seorang *influencer* yang ingin memberikan konten edukasi yang membahas mengenai skripsi. Edukasi merupakan sebuah proses pembelajaran yang dapat dilakukan baik secara formal maupun non formal yang memiliki tujuan untuk memberikan sebuah pemahaman mengenai informasi atau pengetahuan. Dengan memiliki pengetahuan tentu dapat menjadi landasan yang kuat bagi *influencer* dalam memberikan informasi yang akurat terkait skripsi bagi audiens nya.

Berdasarkan temuan dari hasil wawancara, diketahui bahwa dalam memperoleh sebuah pengetahuan ketiga responden yang merupakan *influencer* yaitu Wifau, Icha dan Tyas tidak hanya mengandalkan satu cara saja dalam memperoleh sebuah pengetahuan. Ketiga responden memiliki cara yang beragam dalam memperoleh pengetahuan mengenai skripsi. Pengalaman pribadi merupakan cara bagi ketiga responden dalam memperoleh pengetahuan, diketahui pengalaman sendiri dapat menjadi guru terbaik bagi semua orang. Pengalaman tersebut tidak jauh - jauh dari kesuksesan ketiga responden dalam menyelesaikan skripsi semasa menjadi seorang mahasiswa, kesuksesan tersebut tentu menciptakan sebuah pemahaman yang mendalam bagi mereka terkait skripsi. Selain memperoleh pengetahuan melalui pengalaman pribadi, untuk memperdalam wawasan yang lebih luas terkait skripsi membaca buku, jurnal serta berdiskusi tak luput untuk dilakukan. Dengan membaca buku, jurnal maupun melakukan diskusi tentu dapat membantu mereka dalam memahami berbagai perspektif dalam mendapatkan informasi yang berkaitan dengan skripsi. Diketahui bahwa sumber - sumber literatur memiliki peran yang krusial bagi *influencer* dalam memperoleh pengetahuan yang mendalam.

Sebagai seorang *influencer* edukasi, penting untuk selalu diingat bahwa pengetahuan merupakan sebuah perjalanan tanpa akhir dan tidak boleh merasa puas terhadap pengetahuan yang telah dimiliki. Kesadaran akan pentingnya sebuah perkembangan harus menjadi pendorong bagi seorang *influencer* untuk dapat terus meningkatkan dan memperdalam sebuah pengetahuan mereka. Menambah pengetahuan bukan hanya menjadi sebuah kebutuhan, melainkan menjadi sebuah keharusan serta satu langkah yang strategi untuk tetap kompetitif di dalam media sosial. Dalam hal ini dan seperti yang telah dijelaskan, bahwa pengetahuan memegang kunci serta menjadi komponen penting, selain itu juga dapat menjadi peran yang sentral dalam membantu *influencer* menciptakan sebuah konten yang tentu memiliki nilai yang berkualitas. Dengan memiliki pengetahuan yang baik terkait skripsi, tentu akan memberikan kemudahan serta membantu *influencer* dalam memberikan konten yang informatif. Hal ini juga dapat mencerminkan sebuah komitmen yang kuat dari *influencer* untuk tetap memiliki informasi dan pengetahuan yang kaya mengenai skripsi.

Beralih pada pembahasan penelitian milik Ariana, Tri Nur Listyaningrum (2023). Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui serta menjelaskan pengaruh dan seberapa besar tingkat pengaruh dari akun Tiktok milik @buiramira terhadap pengetahuan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya. Dalam penelitian ini memiliki sebuah kesimpulan bahwa akun Tiktok @buiramira memiliki sebuah pengaruh terhadap pengetahuan mengenai skripsi bagi mahasiswa. Meskipun dalam penelitian ini tidak membahas mengenai pengetahuan *influencer*, tetapi memiliki pola yang serupa dengan riset ini. Dimana akun Tiktok milik @buiramira sama-sama memiliki tujuan untuk memberikan edukasi mengenai skripsi pada mahasiswa tingkat akhir.

Berdasarkan temuan selanjutnya dari hasil wawancara dengan ketiga *influencer*, peneliti menyoroti peran aktif dari ketiga *influencer* tersebut yang turut terlibat langsung dengan audiens mereka yang merupakan mahasiswa akhir. Lebih dari sekedar menyediakan konten edukasi skripsi di akun Tiktok miliknya, Wifau,

Tyas dan Icha memiliki keterlibatan yang tinggi dengan audiens mereka.. Hal ini tidak hanya mengindikasikan bahwa pengetahuan mereka terbatas pada sebuah aspek teoritis semata, melainkan juga memiliki pemahaman yang mendalam mengenai realitas serta tantangan yang sedang dihadapi oleh mahasiswa dalam mengerjakan skripsi maupun tantangan yang lainnya yang berkaitan dengan skripsi.

Kehadiran *influencer* di media sosial Tiktok juga turut membuka pintu komunikasi antara *influencer* dan audiens yang merupakan mahasiswa akhir. Berdasarkan dari hasil wawancara dengan ketiga responden menunjukkan bahwa untuk mengetahui masalah yang dihadapi oleh audiens merupakan sebuah hal yang mudah bagi ketiga responden tersebut, karena mereka kerap mendapatkan curhatan - curhatan dari audiens mereka yang merupakan mahasiswa tingkat akhir, Selain itu, ketiga *influencer* tersebut juga kerap membuat pertanyaan - pertanyaan terbuka di media sosial untuk audiens. Secara keseluruhan, keterlibatan aktif dari *influencer* untuk memahami masalah dan kebutuhan dari audiens menciptakan suatu hubungan yang erat. Dengan memahami masalah serta kebutuhan dari mahasiswa, tentu dapat mempermudah seorang *influencer* untuk dapat menciptakan sebuah konten yang tidak hanya informatif tetapi juga bermanfaat.

Selanjutnya beralih untuk membahas motivation/motivasi. Motivasi sendiri merupakan sebuah hasrat atau keinginan dari seseorang untuk dapat melakukan komunikasi atau menghindari komunikasi dengan orang lain. Motivasi sendiri memiliki berkaitan dengan tujuan untuk dapat menjalin hubungan baru, serta untuk mendapatkan motivasi yang diinginkan. Lebih lanjut, motivasi merupakan sebuah komponen penting selain pengetahuan yang perlu dimiliki oleh *influencer* edukasi. Dalam penelitian ini, terdapat tiga motivasi dari seorang *influencer*, diantaranya : motivasi dari pengalaman pribadi, motivasi keuangan serta motivasi audiens. Menjadi seorang *influencer*, pengetahuan tidak hanya menjadi sebuah kunci, tetapi peran motivasi juga turut hadir dari pengalaman.

Berdasarkan dari hasil temuan menunjukkan bahwa pengalaman pribadi tidak hanya memberikan sumber pengetahuan tetapi turut memicu motivasi dan keinginan mereka untuk membagikan konten edukasi. Hal ini tentu menciptakan sebuah dimensi emosional yang kuat tentunya dalam membuat konten edukasi skripsi di akun media sosial Tiktok miliknya.

Berdasarkan pernyataan dari ketiga responden menunjukkan bahwa motivasi mereka dalam membuat konten edukasi mengenai skripsi atas dasar untuk memberikan bantuan serta memberikan motivasi kepada audiens mereka khususnya yang merupakan mahasiswa akhir. Pengalaman pribadi mereka tidak hanya menjadi sumber dalam mendapatkan pengetahuan, tetapi turut serta dalam memotivasi dan memberikan dorongan yang kuat dalam membentuk tujuan ini. Berdasarkan hasil temuan dari hasil wawancara dengan ketiga responden menunjukkan hal lain bahwa motivasi keuangan tidak memiliki pengaruh bagi mereka dalam membuat konten edukasi. Meskipun disadari bahwa dengan membuat konten edukasi dapat meningkatkan reputasi serta keuangan mereka, namun dengan tegas ketiga responden mengatakan hal tersebut bukanlah menjadi tujuan dan motivasi utama mereka. Dalam konteks ini, menunjukkan bahwa alasan utama dalam pembuatan konten edukasi yaitu untuk memberikan bantuan kepada mahasiswa yang kesulitan dalam menghadapi dan menyelesaikan tugas akhirnya. Dapat ditarik kesimpulan bahwa, motivasi ketiganya tidak terjebak dalam imbalan finansial, melainkan lebih kepada sebuah dorongan untuk berbagi pengetahuan, memberikan dukungan, serta memotivasi melalui pengalaman dan juga pemahaman mereka. Hal ini mencerminkan integritas dan dedikasi yang tinggi terhadap misi mereka dalam membantu mahasiswa menyelesaikan masalah terkait skripsi.

Seperti halnya dengan motivasi pribadi, peran dari audiens pun menjadi faktor motivasi yang penting bagi Wifau, Icha dan Tyas. Dengan adanya respons, komentar dan testimoni baik dari audiens menciptakan sebuah hubungan interaksi yang dinamis diantara keduanya. Selain motivasi dari pengalaman pribadi,

motivasi dari audiens tidak hanya memberikan semangat dan dorongan, tetapi juga turut menjadi sumber inspirasi bagi seorang *influencer* untuk dapat menciptakan sebuah konten yang tentunya memiliki nilai manfaat bagi audiens. Selain itu, dengan adanya interaksi dua arah antara *influencer* dengan audiens tentu memberikan rasa tanggung jawab yang besar untuk terus memberikan konten edukasi yang bermanfaat serta memotivasi audiens. Dengan demikian, diketahui bahwa selain adanya motivasi dari pengalaman pribadi, motivasi dari audiens juga turut andil dalam memberikan semangat bagi *influencer* untuk terus memberikan yang terbaik dan memenuhi kebutuhan serta harapan dari audiens mereka.

Dalam memberikan konten edukasi skripsi di media sosial Tiktok, penting bagi seorang *influencer* untuk memiliki sejumlah skill yang krusial yang berguna untuk membantu perannya dalam memberikan konten yang efektif dan memberikan dampak yang positif. Pertama, yaitu skill akademik. Skill ini merupakan sebuah kemampuan dalam teknis penulisan, pemahaman yang mendalam terkait konsep skripsi, serta keterampilan dalam riset. Bagi seorang *influencer* yang memilih fokus pada konten edukasi, penting baginya untuk memiliki skill akademik yang bertujuan untuk mampu menyajikan informasi dengan jelas dan terstruktur. Dengan memiliki pemahaman yang mendalam mengenai skripsi, metodologi, dan konsep akademis menjadi sebuah keharusan yang berguna agar konten yang disampaikan memiliki nilai kredibilitas yang tinggi. Masih berhubungan dengan skill akademik, dalam menyampaikan sebuah konten akademis, pendekatan yang digunakan merupakan suatu hal yang penting. Berdasarkan hasil temuan menunjukkan bahwa pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan yang telah disesuaikan dengan kebutuhan audiens mereka, dengan menggunakan bahasa yang santai, ataupun memposisikan diri sama halnya seperti mahasiswa.

Skill motivasi dan persuasi turut menjadi elemen yang krusial dalam peran seorang *influencer*. Kemampuan ini bertujuan untuk memberikan sebuah motivasi

serta untuk mempengaruhi audiens dan menjadi aspek yang penting dalam memberikan konten edukasi. Skill ini melibatkan berbagai aspek yang kompleks, termasuk kemampuan untuk dapat menghadapi segala macam pertanyaan dengan baik. Sebagai seorang *influencer*, memiliki skill ini dapat menjadi kunci menuju kesuksesan dalam menyampaikan konten yang efektif. Dalam menghadapi berbagai pertanyaan yang muncul dari audiens, ketiga responden tersebut menggunakan berbagai strategi yang berguna untuk memastikan bahwa jawaban yang diberikan dapat meyakinkan serta memotivasi. Seperti yang dilakukan oleh Wifau, yang menggunakan template chat. Dengan membuat template chat tentu dapat membantunya dalam memberikan jawaban yang terstruktur dan jelas. Contoh lain, yaitu seperti yang diungkapkan oleh Tyas, yaitu dengan menyediakan video maupun foto yang berguna untuk menjadi bukti nyata. Dengan memberikan contoh konkret tersebut, tentu dapat menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan merupakan informasi yang valid. Berdasarkan temuan dari hasil wawancara, dapat ditarik kesimpulan bahwa skill memotivasi dan persuasi audiens tidak hanya melibatkan sebuah jawaban teknis semata.

Masih berkaitan dengan skill yang dibutuhkan *influencer*, skill teknologi menjadi sebuah keharusan yang utama bagi *influencer*. Skill ini tidak hanya mempermudah *influencer* dalam proses pembuatan konten, tetapi juga dapat membuka peluang untuk mencapai audiens yang luas. Skill ini mencakup penguasaan platform digital dan aplikasi yang mendukung aktivitas *influencer*. Salah satu aspek penting dari penggunaan skill ini yaitu untuk dapat menguasai platform media sosial seperti Tiktok, Instagram dan Youtube. Sebagai seorang *influencer* yang berkecimpung di dalam media sosial, memahami algoritma dan fitur - fitur yang ada didalamnya merupakan sebuah keharusan yang bertujuan agar dapat meningkatkan visibilitas konten mereka. Content planning merupakan salah satu bagian integral yang ada di dalam skill ini, yang bertujuan untuk dapat membantu *influencer* dalam mengelola serta menjaga konsistensi konten mereka. Meskipun ketiga responden menyatakan content planning merupakan hal yang

penting, namun lebih lanjut Tyas mengungkapkan bahwa content planning seiring berjalannya waktu merupakan hal yang biasa.

Pembahasan wawancara lanjutan mengenai cara *influencer* dalam menjaga agar konten tetap up to date. Ketiga responden menggunakan pendekatan yang berbeda untuk menjaga konten mereka agar tetap up to date. Salah satu pendekatan yang digunakan yaitu melakukan interaksi langsung dengan audiens, hal ini menjadi penting dilakukan karena bertujuan untuk memahami kebutuhan dari audiens itu sendiri. Selain itu, melakukan riset juga menjadi sebuah strategi, dengan melakukan berbagai riset, seorang *influencer* dapat memastikan bahwa konten yang akan dibuat dapat mengikuti perkembangan dan arus dari media sosial khususnya Tiktok. Berbagai pendekatan yang dilakukan bukan tanpa adanya sebuah tujuan, pendekatan ini berguna untuk memastikan bahwa konten yang akan dihasilkan tetap relevan bagi audiens mereka yang merupakan mahasiswa akhir. Dalam konteks menjelaskan dengan durasi yang terbatas, skill ini menjadi kunci efektivitas di dalam konten. Terutama untuk platform seperti Tiktok yang memiliki durasi terbatas pada pembuatan video. Meskipun demikian, berdasarkan dari hasil wawancara ketiga responden memiliki berbagai strategi yang efektif untuk mengatasi hal tersebut. Pertama, yaitu dengan menjelaskan secara per point, hal ini untuk memastikan agar informasi yang akan disampaikan memiliki kejelasan tanpa kelebihan maupun kekurangan informasi. Selanjutnya, penggunaan script dan content planning juga dapat membantu dalam mengontrol durasi video agar tidak melebihi durasi. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa skill bagi *influencer* merupakan hal yang penting, dengan demikian penggunaan strategi yang tepat menjadi kunci untuk dapat memastikan konten yang dibuat berkualitas meskipun terbatas pada sebuah durasi.

Tentunya dalam riset ini tidak terlepas dari berbagai referensi terdahulu yang dianggap relevan dengan riset yang sedang dilakukan saat ini. Yang pertama, Fajrin Aulia Arumdhani dan Agus Naryono (2018). yang berjudul “Kompetensi Komunikasi Public Relations Dalam Menjalin Hubungan Dengan

Stakeholder” Dalam penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui bagaimana kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh *public relations* Pertamina MOR IV dalam menjalin suatu hubungan dengan stakeholder. Lebih lanjut, penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif, dalam penelitian ini menggunakan teori kompetensi komunikasi dari Spitzberg dan Cupach serta menggunakan teori kompetensi interpersonal. *Public relations* MOR IV mempunyai kompetensi komunikasi yang terdiri dari sebuah motivasi, pengetahuan serta keterampilan yang berada pada tahap *conscious competence*, dimana dalam praktisi *public relations* tersebut telah memahami karakteristik dari stakeholder. Bila dilakukan perbandingan dengan riset ini, terlihat perbedaannya yaitu terletak pada fokus dan lingkup yang ada di dalam penelitian

Yang kedua, riset dari Jamal Aban Maruf (2021) dengan judul “Kompetensi Komunikasi Interpersonal Pedagang Pasar Tradisional Kroya, Cilacap, Jawa Tengah” Penelitian ini memiliki sebuah tujuan untuk mengetahui kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh seorang pedagang di pasar tradisional Kroya, Kabupaten Cilacap, Provinsi Jawa Tengah. Jenis penelitian yang digunakan dalam riset ini yaitu penelitian deskriptif dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Sedangkan jenis data yang digunakan dalam riset ini yaitu data primer dan sekunder. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, memiliki sebuah kesimpulan bahwa pedagang di pasar tradisional Kroya memiliki kompetensi komunikasi interpersonal yang baik. Melalui perbandingan dengan riset ini, dapat dilihat bahwa keduanya sama-sama memiliki tujuan untuk membahas kompetensi komunikasi meskipun dalam konteks yang berbeda. Dalam penelitian milik Jamal Aban Ma'ruf, meneliti mengenai aspek interpersonal pedagang pasar tradisional. Sementara pada penelitian lebih fokus untuk membahas kompetensi komunikasi *influencer*.

Riset ketiga, merupakan riset dari Desi Ria Antika (2021). Dengan judul “Kompetensi Komunikasi Guru dalam Pembelajaran Tematik SD Muhammadiyah Banyuwangi Pada Masa Pandemi Covid-19”. Penelitian ini dilakukan untuk

mengetahui kompetensi komunikasi yang dimiliki oleh guru dalam pembelajaran tematik di SD Muhammadiyah Banyuwangi pada masa pandemic covid-19. Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan menggunakan metode survey dan triangulasi. Perbedaan dengan riset ini yaitu terletak pada fokus penelitian, dalam riset Desi Ria Antika (2021) membahas mengenai kompetensi komunikasi guru, sedangkan dalam riset ini membahas kompetensi komunikasi influence. Meskipun kedua penelitian ini membahas mengenai kompetensi komunikasi dalam konteks pendidikan, namun memiliki fokus yang berbeda.

BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Pengetahuan yang mendalam mengenai skripsi merupakan suatu hal yang penting bagi *influencer* dalam membuat konten edukasi mengenai skripsi. Pengetahuan ini dapat diperoleh melalui berbagai sumber seperti literatur dan pengalaman pribadi. Selain itu, adanya hubungan baik antara *influencer* dengan audiens menjadi suatu hal yang dapat menunjang keberhasilan *influencer* dalam memahami masalah yang dihadapi sehingga dapat menyajikan konten yang tidak hanya berkualitas tetapi juga bermanfaat. Semakin tinggi pengetahuan yang dimiliki oleh *influence*, maka semakin baik pula konten yang dihasilkan. Kedua, motivasi utama dari *influencer* dalam membuat konten edukasi skripsi berasal dari dorongan pengalaman pribadi yang sukses dalam menyelesaikan skripsi. Selain itu, adanya interaksi positif, seperti respon, komentar serta testimoni turut menjadi sumber semangat bagi *influencer* untuk terus membagikan konten edukasi. Sedangkan motivasi keuangan bukanlah menjadi faktor penting bagi *influencer*. Ketiga, kombinasi antara skill akademik, motivasi serta teknologi merupakan suatu kunci keberhasilan bagi *influencer* dalam menghasilkan konten edukasi yang berkualitas. Skill akademik memberikan kemudahan bagi *influencer* untuk menyampaikan suatu informasi secara sistematis dan mudah dipahami. Sedangkan skill motivasi merupakan skill yang diperlukan bagi *influencer* untuk memberikan semangat atau support bagi audiens. Dan terakhir skill teknologi merupakan skill yang berguna bagi *influencer* dalam mengoptimalkan media sosial. Dengan skill ini *influencer* dapat memastikan konten yang dibuat dapat dijangkau dengan efektif.

B. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini, memiliki keterbatasan penelitian yaitu :

1. Dalam penelitian ini memiliki keterbatasan waktu karena ketiga *influencer* memiliki aktivitas yang padat. Berdasarkan adanya keterbatasan tersebut menyulitkan penulis untuk dapat mengatur waktu wawancara dengan ketiga *influencer* sehingga proses dalam pengumpulan data menjadi terhambat dan memakan waktu lebih lama.
2. Adanya kesulitan dalam menghubungi *influencer*, hal tersebut karena ketiga *influencer* memiliki seorang manajer yang membatasi komunikasi antara peneliti dan *influencer*. Dengan keterbatasan ini membuat peneliti harus menunggu hingga 3 minggu untuk mendapatkan jawaban yang pasti dari pihak informan.

C. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti ingin memberikan saran atas beberapa hal yang perlu diperhatikan dan dapat menjadi sebuah masukan kepada peneliti selanjutnya dengan melakukan penelitian lebih lanjut dengan mengembangkan model kompetensi komunikasi yang lebih terperinci. Kemudian peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat memilih platform media sosial lain selain media sosial Tiktok untuk dapat memperluas lingkup serta membandingkan efektivitas terhadap pembuatan konten edukasi skripsi oleh seorang *influencer*. Dengan mempertimbangkan saran dari penelitian yang sudah dipaparkan di atas, diharapkan peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian yang mendalam.

Selanjutnya terdapat beberapa saran yang akan ditujukan kepada seorang *influencer*, yaitu untuk dapat terus meningkatkan pengetahuan mengenai skripsi baik dari segi konsep, metodologi, maupun hal lain yang

berhubungan dengan skripsi. Selain meningkatkan pengetahuan, skill motivasi juga menjadi hal yang tidak kalah pentingnya bagi seorang *influencer*. Dengan begitu, perlu bagi *influencer* untuk dapat meningkatkan skill dalam berkomunikasi. Dengan memperhatikan hal - hal tersebut, tentu dapat memberikan kemudahan bagi *influencer* dalam meningkatkan kualitas konten yang akan dibuat serta dapat memberikan sebuah dampak yang positif

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, L. A. (2022). *Peranan Media Sosial Modern*.
- Aini, W. N. (2021). Strategi Pemasaran Menggunakan Influencer dan Media Sosial Instagram Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Umama Scarf pada Mahasiswi STIE Widya Gama Lumajang.
- Alam, S. (2020). Peran Influencer Sebagai Komunikasi Persuasif Untuk Pencegahan Covid-19. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 136-148.
- Anggito, A., & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. CV Jejak (Penerbit Jejak).
- Annisa, F. (2021). Edukasi Influencer di Instagram Berpengaruh Terhadap Kesadaran Khalayak (di Pandemi Covid-19). *Jurnal Jurnalisa*, 7(2).
- Anriani, A. (2022). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Prestasi Belajar Siswa di SDN 24 Biringere (Doctoral dissertation, Institut Agama Islam Muhammadiyah Sinjai).
- Antika, D. R. (2021). Kompetensi Komunikasi Guru Dalam Pembelajaran Tematik SD Muhammadiyah Banyuwangi Pada Masa Pandemi COVID 19 (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Pringsewu).
- Arumdhani, F. A., & Naryoso, A. (2018). Kompetensi Komunikasi Public Relations Dalam Menjalani Hubungan Dengan Stakeholder interaksi Online, 6(3), 294-301.
- Ayuningtyas, F., Cahyani, I. P., & Purabaya, R. H. (2022). Edukasi Penggunaan Media Sosial TikTok sebagai Media Pembelajaran di SDIT Attasyakur. *Cendekia: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(1), 25-31.
- Devito, J. A. (2011). *Komunikasi antar manusia* (edisi kelima ed.). Jakarta: Karisma Publishing Group.
- Faradhita, R. (2022). Studi Fenomenologi Kompetensi Komunikasi Seorang Master Of Ceremony.
- Hariyanti, T. N., & Wirapraja, A. (2018). Pengaruh influencer marketing sebagai strategi pemasaran digital era modern (Sebuah studi literatur). *Eksekutif*, 15(1), 133-146.

- Ilmu, J., Fakultas, K., & Sosial, I. (2013). Kompetensi Komunikasi Guru dalam Kegiatan Belajar Mengajar Berbasis Student Center Learning di SMA N 9 Semarang Skripsi Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Penyusun Nama : Novita Wulandari.
- Ismail, K. (2018). *Social Media Influencer: Mega, Macro, Micro or Nano*.
- Kusuma, A. T., & Indrawati, E. S. (2013). Procrastination In Completing The Thesis. *Jurnal Empati*, 2(4), 1-10.
- Listanto, A. G., Zuhri, S., Claretta, D., & Suratnoaji, C. (2023). Peran Akun Instagram @dr.tirta Sebagai Influencer dalam Edukasi Pencegahan Covid-19 di Media Sosial Instagram: Analisis Isi Konten Instagram. @dr.tirta. Linimasa.: *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 1-15.
- Listiyaningrum, A. T. N. (2020). Pengaruh Akun Tiktok @buiramura Terhadap Pengetahuan Tentang Skripsi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Masari, A. H., Abidin, Z., & Nayiroh, L. (2023). Konten Tiktok@ buiramira dan Skripsi: Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa sebagai Media Edukasi Skripsi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 7(2), 16564-16575.
- Maulidiya, R. (2022). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Fashion Remaja (Studi pada Pelajar SMAN 1 Pringsewu).
- Moleong, L. J. (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.
- Morreale, S. P., Brian, H. S., J. Kevin Barge, Julia, T. W., & Sarah, J. T. (2004). *Introduction to Human Communication*. USA: Wadsworth Group.
- Nabila, A. P. (2022). Strategi Konten Kreator dalam Memproduksi Video Dakwah di Akun Tiktok @kak.jefri (Doctoral dissertation, UIN Raden Intan Lampung).
- Notoatmodjo, S. (2003). *Pendidikan dan perilaku kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Novika, D. (2019). Kompetensi Komunikasi Tutor Dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Peserta Didik. *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(1), 19-29.

- Ortiz, A. L. (2003). *Modelo de J. Galen Saylor y William Alexander*. Diseño y Evaluación Curricular (pp.261-264).
- Pangesti, Y. Y. (2017). Dampak Media Sosial terhadap Pola Komunikasi Anak dalam Pembentukan Karakter Sopan Santun di Sekolah Dasar (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Purwokerto).
- Pardianti, M. S. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi.
- Payne, H. J. (2005). Reconceptualizing social skills in organizations: Exploring the relationship between communication competence, job performance, and supervisory roles. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 11(2), 63-77.
- Pratama, I. Y. T. (2021). Pengaruh Intensitas Menonton Konten Tiktok terhadap Tingkat Kreativitas pada Mahasiswa di Yogyakarta (Doctoral, dissertation, Universitas Atma Jaya Yogyakarta).
- Putri, R., & Sulistyanto, A. (2022). Analisis Isi Konten Edukasi Fun Fact Pada Akun Tiktok@ BUIRAMIRA. *Verba Vitae Unwira*, 3(1), 48-64.
- Rasdin, R., Mulyati, Y., & Kurniawan, K. (2021). Fenomena Tik Tok sebagai Media Komunikasi Edukasi. *In Seminar Internasional Riksa Bahasa* (pp. 227-235).
- Remeng, M. D. (2023). Pengaruh Konten Tiktok @BUIRAMIRA Terhadap Kepuasan Informasi Skripsi Pada Mahasiswa (Doctoral dissertation, UPN Veteran Jawa Timur).
- Remeng, M. D., & Claretta, D. (2023). Pengaruh Tontonan Konten Tiktok@ BUIRAMIRA Terhadap Kepuasan Informasi Dalam Penyusunan Skripsi Mahasiswa. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(8), 3942-3950.
- Rickheit, G., & Strohner, H. (2008). *Handbook of communication competence* (Vol. 1). Walter de Gruyter.
- Salim, S. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif Konsep dan Aplikasi Dalam Ilmu Sosial. Keagamaan dan Pendidikan*. Bandung: Citapustaka Media.
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). Komunikasi dan Media Sosial. *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69.

- Soreong, I. P., & Supartini, T. (2020). Hubungan komunikasi interpersonal guru dan siswa terhadap keaktifan belajar siswa di sma Kristen pelita kasih Makassar. *Jurnal ilmu teologi dan pendidikan agama Kristen*, 1(1), 29-42.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suprpto, T. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen dalam Komunikasi*. CAPS.
- Vidyana, A. N., & Adnan, N. (2022). Pengaruh Konten Edukasi Tiktok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa: Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7131-7144.
- Wulandari, N., Naryoso, A., & Rakhmad, W. N. (2013). Kompetensi Komunikasi Guru dalam Kegiatan Belajar Mengajar Berbasis Student Center Learning di SMA N 9 Semarang. Skripsi Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1 Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univ. *Interaksi Online*, 1(4).
- Wuwungan, K. E., Himpong, M. D., & Lotulung, L. J. H. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sarana Edukasi Bagi Mahasiswa. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(2).
- Yuba, M. Z. P. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Fotografi Produk Menggunakan Smartphone pada Akun Tiktok @Nasionp (Doctoral dissertation, Universitas Bhayangkara Surabaya).

Internet

<https://yoursay.suara.com/amp/lifestyle/2023/09/21/092106/5-content-creator-inspiratif-yang-mengulas-serba-serbi-skripsi> (diakses pada 2 Oktober 2024)

<https://yoursay.suara.com/amp/lifestyle/2023/09/21/092106/5-content-creator-inspiratif-yang-mengulas-serba-serbi-skripsi> (diakses pada 2 Oktober 2024)