

ANALISIS KONTEN KOMUNIKASI PADA AKUN @BROWILLYTAN

Aziratun Najiah¹, Akhmad Dhany Dwi Dantio², Ghana Alyfitusy Oktaviana³
Pendidikan Bahasa Sastra Indonesia, Universitas Islam Malang, Malang

E-mail: 22401071028@unisma.ac.id¹, 22401071005@unisma.ac.id², 22401071012@unisma.ac.id³

ABSTRAK

Komunikasi merupakan fondasi utama dalam membangun hubungan antarmanusia, menyampaikan gagasan, serta membentuk persepsi sosial. Diera sekarang Komunikasi digital telah menjadi sarana utama dalam membentuk hubungan sosial di era media sosial. TikTok, sebagai platform berbasis video pendek, menghadirkan pola komunikasi baru yang menekankan narasi singkat, visualisasi kuat, dan kedekatan emosional. Penelitian ini menganalisis konten komunikasi pada akun TikTok @browillytan dengan pendekatan kualitatif. Data diperoleh dari observasi dan komentar audiens terhadap tiga video motivasional. Hasil menunjukkan bahwa gaya komunikasi emosional dan naratif mampu membangun ikatan psikologis serta mendorong respons positif. Dengan demikian, komunikasi digital yang dirancang tepat berpotensi menjadi alat transformasi personal yang efektif.

Kata kunci

Kata kunci: komunikasi digital, media sosial, TikTok, storytelling, motivasi, kepercayaan diri.

ABSTRACT

Communication is a fundamental foundation for building human relationships, conveying ideas, and shaping social perceptions. In today's era, digital communication has become a primary medium for establishing social connections through social media. TikTok, as a short-form video platform, introduces a new communication pattern that emphasizes concise narratives, strong visual elements, and emotional closeness. This study analyzes the communication content on the TikTok account @browillytan using a qualitative approach. Data were obtained from audience comments and observations of three motivational videos. The results show that emotional and narrative communication styles can build psychological connections and generate positive responses. Thus, well-designed digital communication has the potential to become an effective tool for personal transformation.

Keywords

Digital communication, social media, TikTok, storytelling, motivation, self-confidence.

1. PENDAHULUAN

Media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi telah berevolusi menjadi ruang edukatif yang memiliki pengaruh besar terhadap pola belajar generasi muda (Prasetya, Utama, & Mastur, 2024). Transformasi ini terlihat nyata dalam platform-platform digital yang semakin banyak digunakan sebagai media pembelajaran informal. Media pembelajaran berperan sebagai alat komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan pembelajaran. Kebermanfaatan media ini muncul ketika digunakan dalam proses pembelajaran. Kemampuannya untuk menyajikan informasi secara visual, auditori, dan interaktif dapat meningkatkan pemahaman siswa terhadap materi pembelajaran (Adedo & Deriwanto, 2024).

Pemakaian sosial media semacam WhatApps, Tiktok, dan Instagram, Facebok dan juga Twiter yang dipadati dan dimanfaatkan dari berbagai macam generasi dan media sosial inilah yang saat ini dimanfaatkan Generasi Z untuk dijadikan media pembelajaran.

Menurut (Mendrofa & Aprilia, 2023) TikTok telah menjadi salah satu platform yang paling diminati oleh generasi muda karena kemampuannya menyajikan konten motivasional dan pengembangan diri dalam bentuk video pendek yang dinamis. Konten semacam ini bukan hanya memberi informasi, tetapi juga membangkitkan semangat dan membentuk pola pikir yang lebih positif terhadap diri sendiri dan lingkungan sosialnya (Putri & Arifin, 2023).

Fenomena ini perlu ditelaah lebih dalam, mengingat remaja sebagai kelompok pengguna terbesar (Handayani & Sari, 2022). TikTok berada dalam fase perkembangan identitas dan pencarian jati diri. Konten edukatif yang mereka konsumsi dapat memengaruhi cara mereka melihat dunia dan membangun kepercayaan diri. (Wulandari & Alfirahmi, 2021) menekankan bahwa keberhasilan konten edukatif terletak pada kemampuannya menyampaikan pesan yang kompleks dalam format yang sederhana namun tetap bermakna secara visual dan emosional.

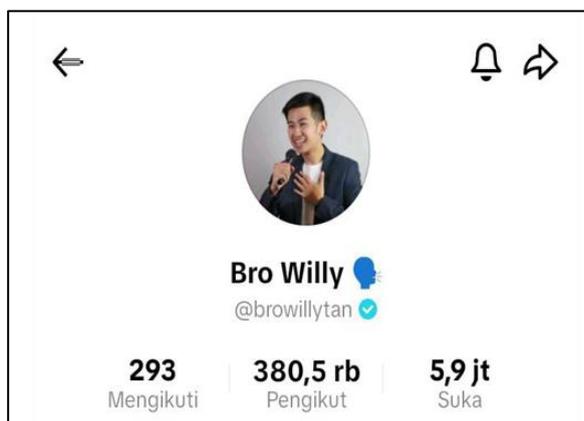
Dalam konteks Indonesia, peningkatan akses internet dan perangkat digital telah memperluas jangkauan konten edukatif hingga ke wilayah-wilayah yang sebelumnya sulit dijangkau oleh pendidikan formal. TikTok sebagai platform global memberikan ruang bagi kreator lokal untuk membagikan pengetahuan dalam konteks budaya yang lebih dekat dengan keseharian remaja Indonesia (Rahmawati & Nugroho, 2022).

Perkembangan ini terjadi terutama dalam lima tahun terakhir, seiring meningkatnya penetrasi digital dan perubahan kebiasaan belajar akibat pandemi COVID-19 yang mempercepat digitalisasi pendidikan. Remaja kini lebih sering mencari informasi melalui media sosial dibandingkan melalui buku teks atau media konvensional lainnya (Permana, 2022).

Cara penyampaian pesan edukatif di TikTok, dilakukan melalui strategi komunikasi yang persuasif, storytelling yang kuat, dan pendekatan visual yang disesuaikan dengan karakteristik generasi Z. Konten-konten yang berhasil mengedukasi tidak hanya menyajikan informasi, tetapi juga membangun relasi emosional dengan audiens, menjadikan pengalaman belajar terasa relevan dan menyenangkan. (Ramadhan, 2023).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis deskriptif analitis. Fokus utama penelitian terletak pada pemahaman yang mendalam terhadap bentuk, isi, dan cara komunikasi yang disampaikan melalui konten TikTok milik @browillytan. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat mengamati langsung fenomena komunikasi yang muncul secara alamiah di media sosial serta menafsirkan makna yang terkandung dalam pesan-pesan digital tersebut. Objek dalam penelitian ini adalah tiga video TikTok yang secara eksplisit mengangkat tema komunikasi dan motivasi, yang diunggah melalui akun TikTok@browillytan.



Gambar 1. Akun tiktok@browillytan

Pemilihan video dilakukan berdasarkan tingkat keterlibatan penonton, kekuatan pesan, serta gaya penyampaian khas yang menjadi ciri utama dari konten akun tersebut. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung dan dokumentasi digital. Peneliti mengamati secara teliti isi video, cara penyampaian, bahasa yang digunakan, serta reaksi audiens dalam kolom komentar. Seluruh proses pengamatan dilakukan menggunakan perangkat handphone dan laptop, disertai pencatatan dan tangkapan layar dari bagian konten yang dianggap penting untuk dianalisis lebih lanjut. Data yang diperoleh kemudian direduksi, disajikan dalam bentuk deskriptif, dan ditafsirkan untuk mendapatkan gambaran utuh mengenai karakteristik komunikasi dalam konten yang diteliti. Penelitian ini berlangsung selama tiga hari, yakni pada tanggal 25 hingga 27 Maret 2025.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menganalisis tujuh aspek komunikasi dalam konten TikTok @browillytan. Observasi dilakukan terhadap tiga video yang dipilih berdasarkan kekuatan pesan dan keterlibatan audiens.

Tabel 1. Hasil Analisis

No.	Aspek yang Diamati	Indikator Penilaian	Simpulan
1	Bentuk Penyampaian Konten	Video Tik Tok	Seluruh konten disampaikan dalam format video pendek dengan durasi maksimal 1 menit
2	Jenis Bahasa Komunikasi	Bahasa motivasional	Bahasa yang digunakan bersifat motivasional bertujuan untuk membangkitkan semangat para audiens.
3	Tema Utama Konten	Kepercayaan diri dan?/ motivasi diri.	Tema yang diangkat mencakup peningkatan kepercayaan diri dan motivasi untuk para audiens.
4	Karakteristik Komunikasi	Memberikan arahan, motivasi,	Konten memberikan Solusi konkret, membangkitkan semangat,

		edukasi praktis, emosional	mudah dipraktikkan, dan menyentuh sisi emosional audiens.
5	Visualisasi Konten	Menarik perhatian, profesional, menggunakan elemen teks	Visual konten dirancang untuk menarik perhatian dengan penggunaan teks dan grafis yang efektif.
6	Teknik Komunikasi	Storytelling	Metode penyampaian menggunakan narasi atau cerita yang menarik dan emosional.
7	Tanggapan Audiens	Komentar positif	Audiens memberikan respons berupa komentar positif.

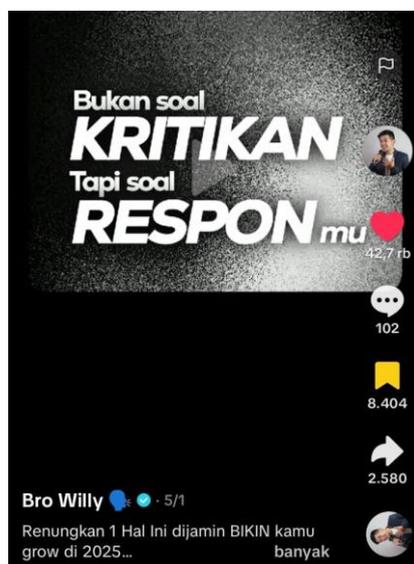
Tabel diatas merupakan rangkuman dari hasil analisis terhadap tiga konten TikTok @browillytan. berdasarkan aspek yang diamati, indikator penilaian, dan simpulan dari masing-masing temuan.



Gambar 2. Cuplikan Konten Pertama Yang Di Amati Dari Akun Tiktok @Browillytan



Gambar 3. Cuplikan Konten Kedua Yang Di Amati Dari Akun Tiktok @Browillytan



Gambar 4. Cuplikan Konten Ketiga Yang Di Amati Dari Akun Tiktok @Browillytan

Komunikasi merupakan fondasi utama dalam kehidupan sosial manusia. Dalam era digital, komunikasi telah mengalami pergeseran yang signifikan, dari tatap muka menuju ruang virtual. Media sosial, seperti TikTok, bukan hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga menjelma sebagai ranah komunikasi yang aktif, interaktif, dan edukatif. Perubahan ini membawa pengaruh besar terhadap pola berpikir dan perilaku generasi muda, terutama dalam membentuk kepercayaan diri dan identitas diri. (Mendrofa & Aprilia, 2023).

Akun Tiktok @browillytan menjadi representasi nyata dari bagaimana komunikasi digital dapat dibangun melalui strategi yang matang. Kontennya dirancang dengan durasi singkat (maksimal 1 menit), namun padat pesan, memanfaatkan gaya komunikasi motivasional yang dekat dengan keseharian audiens. Ini mencerminkan bahwa dalam komunikasi digital, bukan panjang durasi yang menentukan keberhasilan penyampaian pesan, melainkan efektivitas struktur narasi dan pendekatan emosional.

Tiga konten yang dianalisis menunjukkan konsistensi dalam penggunaan teknik storytelling dan visual yang menarik. Teknik naratif ini menciptakan koneksi emosional yang kuat, di mana penonton tidak hanya menerima pesan, tetapi juga merasa terlibat secara personal. Pesan seperti “kamu tidak sendirian dalam perjuangan ini” atau “percaya pada dirimu sendiri” dikemas dengan bahasa yang hangat dan relatable, yang memicu resonansi psikologis dengan kondisi penonton.

Dari hasil observasi, peneliti menemukan bahwa aspek komunikasi yang ditonjolkan dalam konten meliputi: penyampaian praktis, solusi yang konkret, dan pendekatan emosional. Audiens tidak hanya diberikan motivasi semu, tetapi juga ajakan reflektif dan langkah-langkah aplikatif. Misalnya, dalam salah satu video, disampaikan secara visual dan verbal tentang cara mengubah pola pikir negatif menjadi afirmasi positif melalui kebiasaan harian sederhana. Respon audiens pun menunjukkan kecenderungan positif, dengan komentar-komentar seperti “aku merasa lebih semangat,” “video ini muncul di saat yang tepat,” dan “terimakasih, ini menyadarkanku.”

Keterlibatan audiens yang tinggi juga mengindikasikan bahwa komunikasi yang personal, emosional, dan visual menjadi kunci dalam menciptakan ruang interaksi yang produktif di media sosial. Interaksi ini tidak hanya bersifat satu arah (dari kreator ke audiens), tetapi membentuk dialog batin, bahkan komunitas emosional yang saling mendukung. TikTok, dalam konteks ini, bukan hanya platform berbagi, tetapi ruang pertumbuhan kolektif berbasis komunikasi yang empatik.

Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi digital di media sosial tidak bergantung pada kemewahan teknologi semata, melainkan pada kemampuan untuk menyampaikan pesan yang tulus, relevan, dan menyentuh sisi manusiawi audiens. Akun @browillytan menunjukkan bahwa komunikasi yang dikelola dengan pendekatan naratif dan visualisasi yang kuat dapat menjadi alat transformasi personal, terutama bagi remaja yang sedang mencari arah dalam proses pertumbuhan dirinya.

4. KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang diterapkan dalam konten TikTok @browillytan memiliki karakteristik yang kuat dan konsisten. Komunikasi disampaikan melalui video berdurasi pendek dengan gaya bahasa yang bersifat afirmatif, didukung oleh teknik storytelling yang personal dan emosional, serta visualisasi yang menarik dan profesional. Tema yang diangkat relevan dengan kebutuhan psikososial generasi muda, khususnya dalam aspek peningkatan kepercayaan diri dan motivasi diri. Respons positif dari audiens memperkuat temuan bahwa pendekatan komunikasi semacam ini mampu menciptakan keterlibatan emosional yang bermakna dan memberikan dampak positif secara psikologis. Selain menyampaikan informasi, konten juga berhasil mengedukasi dan menginspirasi, sehingga menunjukkan potensi besar media sosial sebagai sarana transformasi personal.

5. DAFTAR PUSTAKA

Adedo, E., & Deriwanto, D. (2024). Perkembangan Media Digital Dan Pemanfaatannya Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Islam. Institut Agama Islam Negeri Curup.

- Astuti & Nurhayati. (2023). Efek paparan konten motivasi terhadap efikasi diri remaja. *Jurnal Psikologi Digital*, 5(1), 33–48.
- Handayani & Sari. (2022). Peran media digital dalam pendidikan karakter. *Jurnal Pendidikan Karakter Digital*, 3(1), 87–96.
- Hidayat et al. (2023). Digital storytelling sebagai strategi komunikasi efektif pada platform TikTok. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(1), 78–93.
- Kusuma & Hartati. (2022). Efektivitas storytelling digital dalam penyampaian pesan edukasi di media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 213–228.
- Maharsi. (2022). TikTok sebagai media pembelajaran bagi generasi Z: Studi pada konten edukasi dan motivasi. *Jurnal Kajian Media dan Komunikasi*, 6(3), 312–327.
- Mendrofa, C. N. R., & Aprilia, N. (2023). Pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z sebagai media pembelajaran (Utilization of social media by Generation Z as a learning medium). *Jurnal Tonggak Pendidikan Dasar: Jurnal Kajian Teori dan Hasil Pendidikan Dasar*, 2(1), 20–31.
- Permana. (2022). Storytelling sebagai strategi engagement konten edukasi di media sosial. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran*, 7(2), 178–193.
- Prasetya, A. D., Utama, A. H., & Mastur, M. (2024). Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Penyajian Konten Pembelajaran Digital: Study Literature Review. *Jurnal Riset dan Inovasi Pembelajaran*, 4(2), 1004–1017. <https://doi.org/10.51574/jrip.v4i2.1702>
- Pratiwi et al. (2022). Karakteristik konten motivasional efektif di platform TikTok. *Jurnal Komunikasi Massa*, 9(1), 55–70.
- Putri & Arifin. (2023). Transformasi media sosial sebagai alat pembelajaran. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 5(1), 101–116.
- Rahmawati & Nugroho. (2022). Media sosial dan pembentukan identitas remaja. *Jurnal Sosiologi Media*, 2(2), 88–99.
- RAMADHAN, A. J. I. P. (2023). PENGARUH ELECTRONIC WORD OF MOUTH (E-Wom), KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS WARUNG NYAMPLUNGAN CILONGOK).
- Septiani & Prasetyo. (2023). Efektivitas media sosial sebagai sarana edukasi informal di kalangan remaja. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 11(4), 345–360.
- Wulandari & Alfirahmi. (2021). Optimalisasi konten edukasi pada platform TikTok: Analisis faktor keberhasilan dan strategi penyampaian. *Jurnal Komunikasi Multimedia*, 7(2), 167–182.