

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam melakukan penelitian ini, digunakan penelitian terdahulu sebagai pedoman, referensi, dan sumber. Penelitian terdahulu memberikan penjelasan terkait relevansi penelitian yang sedang dilakukan serta menjadi dasar refleksi untuk mengembangkan dan menyempurnakan penelitian berikutnya. Adapun dalam penelitian ini digunakan enam jurnal penelitian yang relevan sebagai sumber referensi utama.

Penelitian terdahulu pertama adalah *"Representasi Ibu Millennial Melalui Semiotika Barthes (Studi pada Akun Instagram @Tasyakamila)"* oleh Putri & Kamilah (2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana representasi ibu millennial dikonstruksikan melalui unggahan media sosial Instagram. Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam sembilan unggahan Instagram milik Tasya Kamila selama periode Desember 2022 hingga Februari 2023.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa representasi ibu millennial dalam akun Instagram Tasya Kamila ditampilkan melalui empat nilai utama, yaitu kemampuan mengurus keluarga, menjaga penampilan, bekerja melalui media sosial, dan bersifat afektif. Nilai yang paling dominan adalah penampilan menarik dan afeksi, yang membentuk citra ibu millennial sebagai sosok yang sempurna dan multidaya. Penelitian ini juga menegaskan bahwa media sosial menjadi sarana penting dalam pembentukan citra keibuan yang ideal sekaligus menjadi ruang untuk membangun peran ganda sebagai ibu dan pekerja (Putri & Kamilah, 2023).

Penelitian kedua berjudul *"The Representation of Parenting Based on Sharenting (Semiotic Analysis of Roland Barthes on The TikTok Account @Idawida)"* (Yemima et al., 2023). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis

bagaimana praktik *sharenting* atau pembagian konten tentang anak di media sosial direpresentasikan sebagai bagian dari pola asuh, dengan objek kajian akun TikTok @Idawida yang menampilkan keseharian bersama anak selebritas, Gala Sky.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta metode analisis semiotika Roland Barthes dan teori representasi Stuart Hall, penelitian ini mengamati enam video unggahan TikTok dalam kurun waktu tujuh bulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten-konten tersebut merepresentasikan kedekatan antara pengasuh dan anak, namun juga mengandung potensi eksploitasi anak secara tidak sadar demi popularitas dan keuntungan finansial. Penelitian ini menekankan pentingnya kesadaran etis dalam praktik *sharenting* serta perlunya perlindungan terhadap privasi anak di media sosial.

Penelitian berjudul "*Personal Branding Mom-Influencer dan Representasi Ibu Milenial di Media Sosial*" (Arindita, 2019). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana seorang *mom-influencer* membangun *personal branding*. Penelitian ini merepresentasikan sosok ibu milenial melalui unggahan-unggahan di media sosial Instagram, dengan studi kasus pada akun @tanyalarasati.

Dengan menggunakan pendekatan kualitatif serta teori *personal branding* dari Hubert Rampersad dan teori representasi dari Stuart Hall, penelitian ini menemukan bahwa Tanya Larasati berhasil membentuk citra sebagai seorang ibu yang tetap mengejar ambisi pribadi sebagai *entrepreneur* tanpa mengabaikan perannya dalam keluarga. Konsistensi unggahannya yang menonjolkan keseharian, nilai kekeluargaan, dan gaya hidup modern memperkuat citranya di mata publik. Hal ini mencerminkan representasi ibu milenial kelas menengah ke atas yang mandiri, aktif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta pemanfaatan jasa digital dalam kehidupan sehari-hari (Arindita, 2019).

Penelitian keempat adalah "*Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (@mostbeautyindo, @bidadarisurga_, dan @papuan_girl)*" oleh Dini Aprilita dan Refti Handini Listyani (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji representasi kecantikan perempuan dalam media sosial Instagram melalui pendekatan semiotika Roland Barthes. Penelitian ini menggunakan metode

kualitatif deskriptif untuk membongkar makna dan mitos yang terkandung dalam foto-foto perempuan di dua akun Instagram.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @mostbeautyindo merepresentasikan kecantikan modern dan sensual, akun @bidadarisurga_ menampilkan kecantikan Islami yang religius dan sopan, sementara akun @papuan_girl menunjukkan kecantikan lokal khas Papua. Temuan ini menggambarkan bagaimana keberagaman representasi kecantikan di media sosial mencerminkan identitas budaya dan nilai-nilai yang berbeda. Penelitian ini juga menegaskan bahwa media sosial turut membentuk standar dan konstruksi sosial tentang kecantikan perempuan di masyarakat (Aprilita & Listyani, 2016).

Penelitian kelima dengan judul Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle (Garcia & Winduwati, 2023). Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap representasi standar kecantikan perempuan dalam akun Instagram @springsummerstyle. Dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini menemukan bahwa sosok perempuan cantik digambarkan melalui ciri-ciri fisik seperti tubuh langsing, kulit putih atau sawo matang, serta wajah tirus dengan riasan yang menarik. Representasi visual tersebut membentuk makna denotatif, konotatif, hingga mitos yang menggambarkan kecantikan sebagai sesuatu yang seragam dan ideal.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran dalam membentuk persepsi masyarakat mengenai standar kecantikan. Representasi yang ditampilkan cenderung mempersempit makna kecantikan dan dapat menimbulkan tekanan sosial terhadap perempuan yang tidak sesuai dengan standar tersebut. Dengan demikian, standar kecantikan yang tersebar di media sosial bukanlah kebenaran mutlak, melainkan konstruksi sosial yang terus direproduksi oleh media.

Penelitian keenam adalah "Representasi Anak Muda Gaul dan Saleh dalam Gerakan Hijrah", yang bertujuan untuk mengkaji bagaimana identitas anak muda yang terlibat dalam gerakan hijrah direpresentasikan melalui media sosial dan budaya populer, dengan menggunakan pendekatan representasi budaya dan analisis semiotika. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menggali makna di

balik simbol, gaya hidup, dan narasi visual yang digunakan oleh komunitas hijrah anak muda.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa gerakan hijrah merepresentasikan identitas anak muda muslim yang ingin tetap tampil modern dan gaul, namun juga taat beragama. Media sosial seperti Instagram menjadi ruang utama untuk membangun citra religius yang *trendy*, melalui fesyen Islami kekinian, gaya hidup syar'i yang tetap relevan, serta komunitas hijrah yang inklusif dan bersaudara. Penelitian ini juga menyoroti adanya komodifikasi religiusitas, di mana identitas hijrah menjadi bagian dari gaya hidup yang sekaligus dapat dipasarkan melalui produk dan kegiatan keagamaan.

Berdasarkan tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu, kebaruan dalam penelitian ini terletak pada fokus analisis representasi *momfluencer* generasi Z di platform TikTok yang masih jarang dijadikan objek kajian. Jika penelitian sebelumnya cenderung menggunakan Instagram sebagai platform dan figur milenial sebagai subjek, maka penelitian ini mengulas bagaimana citra *momfluencer* dari generasi Z ditampilkan dan dibentuk melalui TikTok, platform yang mengedepankan video pendek, ekspresi visual yang dinamis, serta narasi audio-visual yang kuat. Dengan menggunakan pendekatan semiotika Roland Barthes, penelitian ini mengurai bagaimana tanda-tanda visual dan verbal dalam konten TikTok berperan dalam membangun mitos tentang sosok ibu ideal (*supermom*) yang multitugas, produktif, modis, dan inspiratif. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi yang aktual dan relevan dalam kajian komunikasi digital, khususnya dalam konteks media sosial yang lebih segar dan sesuai dengan perkembangan zaman.

Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3	Jurnal 4	Jurnal 5	Jurnal 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	Representasi Ibu Millennial Melalui Semiotika Barthes (Studi Pada Akun Instagram @Tasyakamila)	<i>The Representation of Parenting Based on Sharenting (Semiotic Analysis of Roland Barthes on The Tiktok Account @Idawida)</i>	<i>PERSONAL BRANDING MOM-INFLUENCER DAN REPRESENTASI IBU MILLENNIAL DI MEDIA SOSIAL</i>	Representasi Kecantikan Perempuan dalam Media Sosial Instagram (@mostbeautyindo, @bidadarisurga, dan @papuan_girl)	Representasi Standar Kecantikan Wanita di Media Sosial Instagram @springsummerstyle	Representasi Anak Muda Gaul dan Saleh dalam Gerakan Hijrah: Analisis Semiotika Roland Barthes atas Konten Akun Instagram Pesan Trend Pemuda (@pesan_trend)
2.	Nama Lengkap Peneliti, Tahun Terbit, dan Penerbit	Sekartaji Anisa Putri & Eka Puteri Kamilah, 2023.	Diana Yemima, Merry Fridha Tri Palupi & Herlina Kusumaningrum, 3.	Ruvira Arindita, 2019.	Dini Aprilita & Refti Handini Listyani, 2016.	Giorgiana Garcia & Septia Winduwati, 2023	Muhamad Ibissam Han

3.	Fokus Penelitian	Meneliti bagaimana representasi ibu millennial ditampilkan melalui unggahan Instagram Tasya Kamila, seorang publik figur yang juga ibu dari generasi millennial. Penelitian ini secara khusus menganalisis makna denotatif, konotatif, dan mitos dalam unggahan tersebut.	Menganalisis bagaimana praktik <i>sharenting</i> yang dilakukan, kegiatan membagikan informasi, foto, atau video tentang anak di media sosial. direpresentasikan sebagai bagian dari pola asuh pada akun TikTok @Idawida, yang menampilkan keseharian bersama anak selebritas, Gala Sky tersebut.	Meneliti bagaimana personal branding yang dibangun oleh <i>mom-influencer</i> (dalam hal ini Tanya Larasati) di Instagram membentuk representasi sosok ibu milenial di media sosial. Penelitian ini berangkat dari fenomena maraknya ibu muda yang menjadi <i>influencer</i> dan bagaimana mereka memengaruhi persepsi dan pilihan gaya hidup ibu-ibu lainnya..	Berkfokus pada bagaimana representasi kecantikan perempuan dikonstruksikan melalui tiga akun Instagram, yaitu @mostbeautyindo, @bidadarisurga, dan @papuan_girl. Tujuannya adalah untuk mengungkap mitos kecantikan yang dibentuk oleh akun-akun tersebut dan bagaimana pengaruhnya terhadap pemaknaan kecantikan dalam masyarakat.	Fokus penelitian ini adalah mencari tahu bagaimana idealisme kecantikan wanita direpresentasikan melalui unggahan-unggahan visual di akun Instagram @springsummerstyle. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mendeskripsikan standar kecantikan ideal yang ditampilkan, serta mengungkap makna-makna simbolik dan mitologis di balik representasi tersebut.	berfokus pada bagaimana Gerakan <i>Shift</i> Pemuda Hijrah, melalui akun Instagram @pesan_trend, merepresentasikan citra anak muda yang gaul namun tetap saleh. Peneliti ingin mengetahui bagaimana simbol-simbol budaya populer digunakan dalam strategi dakwah untuk menarik perhatian anak muda, khususnya melalui analisis <i>visual</i> terhadap konten-konten yang diunggah dalam akun tersebut.
4.	Teori	<i>teori semiotika Roland Barthes,</i>	Teori <i>Representasi</i> Stuart Hall & Teori Semiotika Roland Barthes	Teori <i>Personal Branding</i> Hubert Rampersad & teori <i>representasi</i> Stuart Hall	Semiotika Roland Barthes	<i>Teori Representasi (Stuart Hall), Mitos Kecantikan (Naomi Wolf), Teori Semiotika (Roland Barthes):</i>	Teori <i>semiotika Roland Barthes, Teori Semiotika sosial (Branston & Stafford), Teori komunikasi</i>

							dakwah menggunakan “bahasa kaumnya” (QS. Ibrahim: 4)
5.	Metode Penelitian	Kualitatif	Kualitatif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif Deskriptif	Kualitatif	Kuantitatif
6.	Persamaan dengan penelitian yang dilakukan	Membahas representasi ibu di media sosial menggunakan pendekatan kualitatif dan teori semiotika Roland Barthes. Keduanya menyoroti bagaimana ibu membangun citra diri melalui konten digital.	Menggunakan pendekatan kualitatif dan metode semiotika Roland Barthes. Pembahasan mengenai representasi peran ibu atau pengasuh di TikTok dalam konteks <i>parenting</i> serta bagaimana media sosial membentuk makna sosial seputar keibuan.	Membahas tentang <i>momfluencer</i> dan bagaimana mereka mewakili sosok ibu masa kini di media sosial. Keduanya menggunakan pendekatan kualitatif dan melihat media sosial sebagai ruang konstruksi identitas serta arena representasi sosial bagi ibu milenial.	Menggunakan teori semiotika Roland Barthes dan metode kualitatif deskriptif. Membahas representasi perempuan di media sosial, serta menganalisis tanda visual sebagai bentuk konstruksi makna sosial.	menggunakan pendekatan kualitatif dan analisis semiotika Roland Barthes untuk mengkaji representasi perempuan di media sosial. Keduanya menyoroti bagaimana media membentuk persepsi publik melalui simbol dan <i>visual</i> .	Aktivitas media sosial sebagai saluran dua arah yang membangun keterlibatan dan persepsi publik.
7.	Perbedaan dengan penelitian yang dilakukan	Fokus pada Tasya Kamila di Instagram sebagai ibu millennial, Selain itu, jurnal membahas figur publik tunggal, sedangkan skripsi menganalisis beberapa akun.	Praktik <i>sharenting</i> dan potensi eksploitasi anak oleh pengasuh, serta menggunakan tambahan teori representasi Stuart Hall.	Fokus pada personal branding <i>mom-influencer</i> di Instagram, dengan menyoroti bagaimana Tanya Larasati membentuk citra ibu milenial yang tetap aktif dan	Meneliti representasi kecantikan perempuan di Instagram melalui foto, Fokus jurnal ada pada mitos kecantikan (modern, islami, lokalitas),.	Jurnal fokus kepada pembahasan mengenai standar kecantikan perempuan di Instagram (@springsummerstyle, dan juga Fokus kepada tubuh ideal dan mitos kecantikan,	Fokus pada industri penerbangan dan aktivitas media sosial mereka.

				ambisius., menggunakan teori personal branding dan representasi.			
8.	Hasil Penelitian	Tasya Kamila mempresentasikan sosok ibu millennial sebagai figur yang merawat keluarga, berpenampilan menarik, bekerja melalui media sosial dan penuh kasih sayang. mitos yang dibangun menggambarkan ibu sebagai sosok multidaya dan diagungkan.	Video TikTok Idawida dan Gala Sky menampilkan hubungan yang hangat dan positif, sehingga menarik banyak dukungan publik. Namun, kedekatan ini juga dimanfaatkan untuk meraih <i>popularitas</i> dan keuntungan finansial. Secara tidak langsung, praktik tersebut mencerminkan bahwa membagikan momen anak di media sosial dianggap wajar, meski berpotensi mengeksploitasi anak. Oleh karena itu, dibutuhkan kesadaran kritis dan regulasi untuk	Menggambarkan sosok ibu yang tetap mengejar ambisi pribadi namun tetap berkomitmen pada peran sebagai ibu dan istri.	Menunjukkan bahwa tiga akun Instagram merepresentasikan kecantikan perempuan dengan cara yang berbeda. Akun @mostbeautyindo menampilkan mitos kecantikan modern dan sensual, ditandai dengan penggunaan gadget, pakaian terbuka, dan standar kecantikan barat. Akun @bidadarisurga_ merepresentasikan kecantikan Islami melalui penampilan berkerudung, atribut ibadah, dan <i>gesture</i> yang sopan. Sementara itu, akun @papuan_girl menonjolkan kecantikan lokal khas Papua, dengan ciri fisik asli seperti kulit gelap, rambut keriting, dan riasan tradisional, sebagai bentuk perlawanan terhadap standar kecantikan universal.	Akun Instagram @springsummerstyle menggambarkan standar kecantikan perempuan dengan memunculkan sosok wanita yang ramping, berkulit terang, dan berpakaian modis. Gambaran ini memperkuat anggapan umum bahwa tubuh langsing dan kulit putih merupakan representasi kecantikan ideal. Secara tidak langsung, akun ini membentuk pandangan sempit tentang kecantikan serta cenderung mendiskriminasi perempuan yang tidak sesuai dengan citra tersebut. Walaupun ada model berkulit	Maskapai sukses menggunakan media sosial dengan pendekatan interaktif dan konten relevan yang memperkuat hubungan dengan pelanggan serta meningkatkan kesadaran merek.

			melindungi privasi anak di era digital.			sawo matang, gaya fashion yang diusung tetap merujuk pada standar kecantikan barat.	
--	--	--	---	--	--	---	--



2.2 Landasan Teori

2.2.1 Teori Representasi

Menurut Hall (2024), dalam bukunya *Representation: Cultural Representations and Signifying Practices*, representasi dipahami sebagai sebuah proses yang digunakan oleh anggota suatu budaya untuk menciptakan makna melalui bahasa. Bahasa tidak terbatas pada kata-kata saja, melainkan mencakup segala sistem tanda yang digunakan untuk menyampaikan makna. Representasi menjadi sarana utama bagi individu dalam suatu budaya untuk menafsirkan dan menyampaikan pemahaman mereka terhadap dunia di sekitar.

Hal membagi proses representasi menjadi dua unsur utama: representasi mental dan bahasa. Representasi mental mengacu pada gambar abstrak atau konsep abstrak yang dibentuk oleh seseorang tentang sesuatu. Sementara itu, bahasa berfungsi sebagai media penting untuk mengekspresikan konsep-konsep ini, sehingga dapat diakses oleh orang lain. Dengan kata lain, bahasa menjadi jembatan antara ide-ide abstrak dalam pikiran dan bentuk komunikasi yang diterima secara luas oleh masyarakat.

Terdapat tiga pendekatan utama untuk memahami representasi. Pertama, pendekatan *reflektif* berasal dari makna realitas yang ada, seperti pengalaman, objek, ide, dan berbagai hal lain yang diciptakan oleh manusia dalam kehidupan nyata. Pendekatan kedua adalah *intensional*; pendekatan ini menekankan bahwa makna didasarkan pada niat pembicara atau pencipta pesan. Bahasa yang digunakan, baik lisan maupun tulisan, mengandung makna khas dan unik sesuai dengan tujuan pengguna. Ketiga, pendekatan konstruktivis menyatakan bahwa makna yang disampaikan oleh penulis atau pembicara secara aktif dibentuk melalui pemilihan simbol dalam pesan. Dalam pandangan ini, makna tidak terkait langsung dengan objek atau dunia material itu sendiri, melainkan dibangun oleh manusia (Hall, 2024).

Representasi dipahami sebagai proses di mana media membentuk realitas melalui teks, gambar, maupun film dengan menyampaikan berbagai interpretasi

terhadap suatu isu baik yang bersifat positif maupun negative yang dapat mendukung atau menolak ide tertentu. Dalam hal ini, media memiliki peran penting dalam membentuk makna sosial atas suatu fenomena serta berpengaruh dalam membingkai realitas sesuai dengan ideologi dan kepentingan tertentu.

2.2.3 Momfluencer

Dalam kehidupan ibu milenial yang akrab dengan penggunaan media sosial, khususnya Instagram, kehadiran *momfluencer* menjadi fenomena yang menonjol dan sulit dipisahkan dari dinamika keseharian mereka. Sosok ini secara konsisten membagikan berbagai aspek kehidupan sebagai seorang ibu, baik melalui konten visual maupun narasi pribadi yang diunggah di media sosial. Melalui unggahan tersebut, mereka tidak hanya menceritakan pengalaman pribadi, tetapi juga berperan sebagai rujukan bagi ibu lainnya dalam mengambil keputusan terkait pola asuh, gaya hidup, hingga konsumsi produk rumah tangga (Arindita, 2021).

Fenomena meningkatnya popularitas media sosial *influencer* turut mendorong pentingnya kemampuan membangun *personal branding* bagi para *momfluencer* agar dapat mempertahankan eksistensi mereka di dunia digital. Menariknya, tidak sedikit *momfluencer* yang dikenal luas oleh kalangan ibu di Indonesia berasal dari latar belakang non-selebriti, tetapi tetap berhasil menjangkau ribuan pengikut dan membentuk komunitas digital yang aktif melalui konten-konten autentik serta relevan dengan kehidupan ibu masa kini (Arindita, 2021).

2.2.4 Semiotika Roland Barthes

Semiotika, menurut Junaedi (2019), berasal dari bahasa Yunani *semeion* yang berarti “tanda.” Ilmu ini pertama kali diperkenalkan oleh Ferdinand de Saussure (1857–1913), seorang linguist asal Swiss yang dikenal sebagai salah satu tokoh utama dalam perkembangan teori semiotika modern. Dalam teori semiotika, tanda (*sign*) terdiri dari dua aspek, yaitu *penanda* (*signifiant*) dan petanda (*signified*). *Penanda* merujuk pada bentuk atau wujud fisik yang dapat berupa

bunyi, gambar, huruf, visual, atau bentuk lainnya, sedangkan petanda adalah konsep atau makna yang dikandung oleh penanda tersebut. Hubungan antara keduanya bersifat *arbitrary* atau “diada-adakan,” yang berarti tidak ada hubungan alamiah antara penanda dan petanda.

Semiotika menitikberatkan pada pesan dan kode (Sobur, 2016), yang dalam konteks komunikasi digunakan individu untuk menyampaikan informasi melalui tanda-tanda. Pesan disampaikan melalui sistem kode yang dapat dipahami oleh penerima. Pemikiran Roland Barthes mengenai semiotika sejalan dengan teori linguistik Ferdinand de Saussure. Saussure memandang bahasa sebagai simbol yang mencerminkan asumsi-asumsi sosial pada era tertentu.

Pada Tabel 1.1, peta semiotika Roland Barthes menunjukkan bahwa tanda denotatif (3) terdiri dari *penanda* (1) dan *petanda* (2). Dalam pandangan Barthes, denotasi merupakan tingkatan pertama yang maknanya bersifat langsung dan tertutup, sedangkan tanda konotatif berhubungan dengan operasi ideologi yang disebut sebagai “mitos.” Konotasi ini berfungsi untuk mengungkapkan dan memberikan kebenaran bagi nilai-nilai tertentu, sehingga menjadi bagian penting dalam pembentukan makna yang lebih dalam.

Tabel 2. 2 Peta Tanda Roland Barthes

1. <i>Signifier</i> (penanda)	2. <i>Signified</i> (petanda)
3. Denotative Sign (tanda denotative)	
4. <i>Connotative Signifier</i> (penanda konotatif)	5. (petanda konotatif)
6.	

Connotative Sign

(tanda konotatif)

Sumber: Sobur (2016)

Penggunaan semiotika menurut Roland Barthes menjadi metode yang sesuai dalam menganalisis representasi *momfluencer* di platform media sosial TikTok. Melalui teori ini, peneliti dapat mengeksplorasi makna yang terkandung dalam konten video, baik dari segi visual maupun naratif. Analisis mencakup tiga lapisan makna, yaitu denotasi, konotasi, dan mitos, yang berhubungan dengan konteks sosial, budaya, dan *historis*. Dengan demikian, pendekatan ini berkontribusi pada pemahaman bagaimana konstruksi makna dibentuk dan disampaikan melalui akun @mamazoey, @dhannicha.

2.2.4 Tiktok

TikTok pertama kali hadir pada tahun 2016 dengan nama Douyin dan hanya tersedia di Tiongkok. Setahun kemudian, pada 2017, aplikasi ini diluncurkan secara global dengan nama TikTok. Sebelum sepenuhnya beroperasi, TikTok bergabung dengan Musical.ly, sebuah aplikasi *lip sync*, untuk menjadi satu *platform* yang utuh (Izzati et al., 2016). Penggabungan ini menjadi langkah strategis yang memperkuat eksistensi TikTok di ranah media sosial global.

Perilaku Generasi Z dalam penggunaan TikTok sebagai sarana utama untuk menyampaikan pendidikan dan *behaviorisme* sangat mencerminkan perilaku kaum muda yang tidak hanya inovatif, tetapi juga luar biasa kreatif. Mereka mampu mengemas isu-isu penting dengan cara yang menarik, singkat, dan mudah dipahami oleh sesama generasi. Pemanfaatan fitur-fitur interaktif di TikTok turut mendorong terciptanya ruang diskusi yang aktif dan partisipatif. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga wadah strategis untuk pengembangan wawasan dan penyadaran social

2.3 Alur Penelitian

Tabel 2. 3 Alur Penelitian

