

ANALISIS ISI MEDIA SOSIAL TIKTOK @CECILIANOV PADA PESAN PERSUASIF PENGGUNAAN TRANSPORTASI UMUM JAKARTA

Miananda Emiliana

ABSTRAK

Kemacetan lalu lintas menjadi permasalahan yang sering terjadi di kota-kota besar, khususnya Jakarta, yang mengakibatkan mobilitas masyarakat menjadi terganggu. Salah satu upaya untuk mengurangi permasalahan tersebut adalah dengan beralih menggunakan transportasi umum. Cecilia Novanca merupakan salah satu *influencer* yang secara konsisten membuat konten terkait penggunaan transportasi umum dan diunggah pada media sosial TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis isi pesan persuasif dalam konten media sosial TikTok @cecilianov yang diunggah pada periode 1 s.d 30 September 2024 dengan menggunakan konsep komunikasi persuasif. Indikator yang digunakan dalam penelitian ini berupa indikator dimensi pesan persuasif, yaitu *rational appeals* dan *emotional appeals*. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif metode analisis isi dengan unit analisis video yang terdiri dari 22 teks, 3 gambar, 87 audio, dan 91 *scene*. Data yang telah didapatkan, dianalisis secara deskriptif, kemudian disajikan dalam bentuk tabel frekuensi dan persentase. Selanjutnya, dilakukan perhitungan nilai kesepakatan antar koder menggunakan Formula Holsti dan menghitung nilai reliabilitas dengan menggunakan Formula Scott. Hasil analisis menunjukkan bahwa konten TikTok @cecilianov mengandung pesan persuasif, yaitu pada unggahan teks sebesar 100%, gambar sebesar 100%, audio sebesar 98.85%, dan *scene* sebesar 97.80%. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa unit analisis dengan tingkat reliabilitas tertinggi terdapat pada unit teks. Berdasarkan hasil tersebut, kesimpulan dalam penelitian ini adalah konten yang diunggah pada akun TikTok @cecilianov merepresentasikan pesan persuasif terkait ajakan penggunaan transportasi umum.

Kata Kunci: Konten TikTok, Pesan Persuasif, Transportasi Umum

**CONTENT ANALYSIS OF TIKTOK @CECILIANOV'S SOCIAL MEDIA ON
PERSUASIVE MESSAGES ON THE USE OF PUBLIC TRANSPORTATION
IN JAKARTA**

Miananda Emiliana

ABSTRACT

Traffic congestion is a problem that often occurs in big cities, especially Jakarta, which results in disrupted community mobility. One of the efforts to reduce these problems is to switch to using public transportation. Cecilia Novanca is one of the influencers who consistently creates content related to the use of public transportation and uploads it on TikTok social media. This study aims to analyze the content of persuasive messages in TikTok @cecilianov social media content uploaded in the period 1 to 30 September 2024 using the concept of persuasive communication. The indicators used in this study are indicators of the dimensions of persuasive messages, namely rational appeals and emotional appeals. The approach used in this research is a quantitative approach content analysis method with a video analysis unit consisting of 22 texts, 3 images, 87 audios, and 91 scenes. The data that has been obtained is analyzed descriptively, then presented in the form of frequency and percentage tables. Furthermore, the intercoder agreement value was calculated using Holsti Formula and the reliability value was calculated using Scott Formula. The results of the analysis show that @cecilianov's TikTok content contains persuasive messages, namely in text uploads at 100%, images at 100%, audio at 98.85%, and scenes at 97.80%. The reliability test shows that the unit of analysis with the highest level of reliability is the text unit. Based on these results, the conclusion in this study is that the content uploaded on @cecilianov's TikTok account represents persuasive messages related to the invitation to use public transportation.

Keywords: *TikTok Content, Persuasive Messages, Public Transportation*