



**RESEPSI REMAJA SMA KELUARGA WIDURI KELAS XII  
TERHADAP KONTEN PEMBELAJARAN MATEMATIKA PADA  
AKUN TIKTOK @CLARISTACAHYANI**

***SKRIPSI***

Ditujukan Untuk Syarat Mendapatkan Gelar Sarjana

Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

Nama: Sidqi Akhdan Hani

Nim: 1706015098

Peminatan: Penyiaran



**Uhamka**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA  
JAKARTA, 2021**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sidqi Akhdan Hani  
NIM : 1706015098  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran  
Judul Skripsi : Resepsi Remaja SMA Keluarga Widuri Kelas XII Terhadap Konten Pembelajaran Matematika Pada Akun TikTok @Claristacahyani

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 18 November 2021

Yang Menyatakan



Sidqi Akhdan Hani

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Judul : Resepsi Remaja SMA KELUARGA WIDURI Kelas  
XII Terhadap Konten Pembelajaran Matematika  
pada Akun TikTok @Claristacahyani

Nama : Sidqi Akhdan Hani

NIM : 1706015098

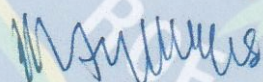
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Penyiaran

Telah diperiksa dan disetujui  
Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

★ Pembimbing I

Pembimbing II ★



Dr. Syaiful Rohim, M.Si.

Dr. Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum.

Tanggal: 18 Oktober 2021

Tanggal: 19 Oktober 2021

**HALAMAN PENGESAHAN**  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**  
**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

Judul : Resepsi Remaja SMA KELUARGA WIDURI Kelas XII Terhadap Konten Pembelajaran Matematika pada Akun TikTok @Claristacahyani  
Nama : Sidqi Akhdan Hani  
NIM : 1706015098  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Peminatan : Penyiaran

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Jumat, tanggal 3 Desember 2021, dan dinyatakan Lulus.

Dr. Hj. Novi Handayani  
Praptiningsih, M.Si

Mukhlis M. Maududi, S.Sos., SH, MH

Penguji I

Penguji II



Tanggal : 20 Desember 2021


Tanggal : 21 Desember 2021

Dr. Hj. Syaiful Rohim, M.Si

Dr. Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum

Pembimbing I

Pembimbing II



Tanggal : 23 Desember 2021

Tanggal : 30 Desember 2021

Mengetahui,

Dekan



Dra. Tellys Corliana M.Hum

## ABSTRAK

Nama : Sidqi Akhdan Hani  
NIM 1706015098  
Peminatan : Penyiaran  
Judul : Resepsi Remaja SMA KELUARGA WIDURI Kelas XII Terhadap Konten Pembelajaran Matematika pada Akun TikTok @Claristacahyani

2021, xi + 92 halaman + 37 lampiran + 38 buku + 5 jurnal + 9 sumber internet + 1 skripsi.

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia terlebih jaman sekarang sudah memasuki jaman modern dimana semua kegiatan sudah semakin canggih untuk memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Indonesia sekarang sedang terdampak kasus pandemi covid19 atau virus corona yang memaksa untuk seluruh masyarakat melakukan aktifitas dirumah secara online. Media sosial adalah salah satu alat komunikasi yang sering digunakan selama masa pandemi berjalan untuk mencegah kebosanan saat melakukan aktifitas dirumah. Salah satu media sosial yang sering digunakan selama pandemi adalah aplikasi TikTok dan jenis konten yang mengalami kenaikan selama pandemic pada TikTok adalah konten edukasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berlandaskan pada paradigma konstruktivis dengan tujuan untuk mengetahui resepsi remaja terhadap konten pembelajaran matematika pada media sosial TikTok akun @Claristacahyani dengan menggunakan teori resepsi Stuart Hall *encoding – decoding*.

Hasil dari wawancara yang peneliti lakukan kepada tujuh informan menunjukkan bahwa 21 pemaknaan dominan, 10 pemaknaan negosiasi, dan 4 pemaknaan oposisi terhadap isi konten pembelajaran pada akun TikTok @Claristacahyani.

**Kata kunci: Analisis Resepsi, Stuart Hall, TikTok, Remaja, Media Pembelajaran.**

## ABSTRACT

Name : Sidqi Akhdan Hani  
NIM : 1706015098  
Major : Broadcasting  
Title : Reception of Teenagers from SMA KELUARGA WIDURI Class XII Against Mathematics Learning Content on TikTok Account @Claristacahyani

2021, xi + 92 pages + 37 attachments + 38 books + 5 journals + 9 internet sources + 1 skripsi.

Communication is something that is very important for human life, especially now that we have entered the modern era where all activities are increasingly sophisticated to make it easier for humans to communicate. Indonesia is currently being affected by the COVID-19 pandemic or the corona virus, which forces all people to carry out activities at home online. Social media is one of the communication tools that is often used during the ongoing pandemic to prevent boredom when doing activities at home. One of the social media that is often used during the pandemic is the TikTok application and the type of content that has increased during the pandemic on TikTok is educational content.

This study uses a descriptive qualitative approach based on the constructivist paradigm with the aim of knowing the reception of adolescents towards mathematics learning content on social media TikTok account @Claristacahyani using Stuart Hall's reception theory encoding - decoding.

The results of the interviews that the researchers conducted with seven informants showed that 21 dominant comprehensions, 10 negotiation comprehensions, and 4 opposition comprehensions to the learning content on the TikTok account @Claristacahyani.

**Key words: Receptio, Stuart Hall, TikTok, Teenager. Learning media**

## DAFTAR ISI

JUDUL (COVER)	
HALAMAN PERNYATAAN .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI .....	viii
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
BAB I Pendahuluan.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	7
1.3 Pembatasan Masalah.....	9
1.4 Tujuan Penelitian .....	10
1.5 Kontribusi Penelitian .....	10
1.6 Sistematika Penulisan.....	11
BAB II Kerangka Pemikiran.....	13
2.1 Penelitian Terdahulu.....	13
2.2 Paradigma Komunikasi .....	17
2.3 Hakekat Komunikasi .....	18
2.3.1 Pengertian Komunikasi .....	18
2.3.2 Fungsi Komunikasi .....	19
2.3.3 Tujuan Komunikasi .....	20
2.3.4 Model Komunikasi Linier .....	21
2.3.5 Elemen Komunikasi .....	22
2.3.6 Konteks Komunikasi .....	23
2.4 Penyiaran .....	26
2.4.1 Pengertian Penyiaran.....	26
2.4.2 Jenis Penyiaran .....	27

2.4.3 Manfaat Penyiaran.....	30
2.4.4 Karakteristik Penyiaran.....	30
2.5 Komunikasi Massa .....	31
2.5.1 Pengertian Komunikasi Massa .....	31
2.5.2 Fungsi Komunikasi Massa .....	32
2.5.3 Ciri Komunikasi Massa.....	33
2.6 Resepsi Stuart Hall .....	35
2.7 Remaja .....	38
2.7.1 Pengertian Remaja.....	38
2.7.2 Batasan Usia .....	39
2.7.3 Perkembangan Fisik Pada Remaja.....	40
2.8 Media Sosial .....	41
2.8.1 Pengertian Media Sosial.....	41
2.8.2 Fungsi Media Sosial .....	42
2.8.3 Jenis Media Sosial .....	43
2.9 Tiktok Sebagai Media Sosial.....	45
2.10 Tiktok Sebagai Media Pembelajaran .....	46
<b>BAB III Metodologi Penelitian .....</b>	<b>48</b>
3.1 Pendekatan, Metodologi Penelitian dan Jenis Penelitian.....	48
3.1.1 Pendekatan Kualitatif .....	48
3.1.2 Metode Penelitian.....	48
3.1.3 Jenis Penelitian .....	49
3.2 Teknik Penentuan Informan .....	50
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	53
3.3.1 Wawancara .....	53
3.3.2 Observasi .....	53
3.3.3 Dokumentasi.....	53
3.4 Teknik Analisis Data .....	54
3.5 Bagan Alur Penelitian .....	55
3.6 Lokasi Penelitian .....	55
3.6.1 Jadwal Penelitian.....	56
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>57</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	57



4.1.1 Profil Sekolah SMA Keluarga Widuri.....	57
4.1.2 Sejarah TikTok.....	58
4.1.3 Biografi dan Isi Konten TikTok Claristacahyani.....	60
4.1.4 Deskripsi Informan.....	62
4.2 Hasil Penelitian .....	64
4.2.1 Pemahaman Informan Terhadap Media Sosial TikTok.....	65
4.2.2 Pemahaman Informan Tentang Seberapa Penting Media Sosial TikTok Untuk Keseharian .....	68
4.2.3 Pemahaman Informan Terhadap Seberapa Sering Menggunakan Media Sosial TikTok .....	71
4.2.4 Pemahaman Infroman Tentang Pembelajaran Media Sosial TikTok Dengan Pembelajaran Sekolah.....	75
4.2.5 Pemahaman Informan Tentang Pembelajaran TikTok Dapat Di Terapkan Dalam Belajar .....	78
4.3 Pembahasan.....	82
4.3.1 Dominan .....	84
4.3.2 Negosiasi .....	85
4.3.3 Oposisi .....	86
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>89</b>
5.1 Kesimpulan .....	89
5.2 Saran.....	90
5.2.1 Saran Akademis.....	90
5.2.2 Saran Praktis.....	91
5.2.3 Saran Metodologis.....	91
Daftar Pustaka .....	92

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu 1 .....	13
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu 2 .....	15
Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu 3 .....	16
Tabel 2.5 Fitur Terdapat Dalam Aplikasi TikTok .....	47
Tabel 4.1 Pemahaman Informan Terhadap Media Sosial TikTok .....	67
Tabel 4.2 Pemahaman Informan Tentang Seberapa Penting Media Sosial TikTok Untuk Keseharian .....	70
Tabel 4.3 Pemahaman Informan Terhadap Seberapa Sering Menggunakan Media Sosial TikTok .....	74
Tabel 4.4 Pemahaman Informan Tentang Pembelajaran Media Sosial TikTok Dengan Pembelajaran Sekolah .....	78
Tabel 4.5 Pemahaman Informan Tentang Pembelajaran TikTok Dapat Di Terapkan Dalam Belajar .....	81
Tabel 4.6 Dominant, Negosiasi, Oposisi .....	87

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penjelasan Materi TikTok.....	5
Gambar 3.1 Bagan Alur Penelitian.....	55
Gambar 4.1 Logo TikTok.....	58
Gambar 4.2 Isi Konten Pembelajaran TikTok Claristacahyani.....	61



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia terlebih jaman sekarang sudah memasuki jaman modern dimana semua kegiatan sudah semakin canggih untuk memudahkan manusia dalam berkomunikasi.

Dilansir dari Bisnis.com ketua umum Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) Jamalul Izza mengatakan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia hingga kuartal II/2020 mencapai 196,7 juta atau 73,7 persen dari populasi. Jumlah ini bertambah sekitar 25,5 juta pengguna dibandingkan dengan tahun lalu. Kenaikan ini didorong oleh kehadiran infrastruktur internet cepat yang makin meratadan transformasi digital yang masif akibat pandemi Covid-19 sejak maret 2020 (Jatmiko, 2020).

Indonesia sekarang sedang terdampak kasus pandemi covid19 atau virus corona yang memaksa untuk seluruh masyarakat melakukan aktifitas dirumah secara online. Media sosial adalah salah satu alat komunikasi yang sering digunakan selama masa pandemi berjalan untuk mencegah kebosanan saat melakukan aktifitas dirumah. Salah satu media sosial yang sering digunakan selama pandemi adalah aplikasi TikTok.

Aplikasi TikTok adalah sebuah jejaring sosial dan platform video musik asal Tiongkok bedurasi 15 detik yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Di Indonesia sendiri, aplikasi TikTok diluncurkan bulan Mei 2017 (Kumparan, 2020). Indonesia merupakan salah satu target utama dari TikTok karena melihat penggunaan internet terbesar. Viv Gong, sebagai *Head of Marketing* Tiktok percaya bahwa aplikasinya bisa berkembang di negara Indonesia.

Strategi Influencer marketing TikTok menjadi andalan utama dalam memperkenalkan aplikasi tersebut. Pada peluncuran di Indonesia, terbukti TikTok mengundang 100 kreator Indonesia untuk menghadirkan acara peluncuran. Beberapa *public figure* muda seperti Salshabilla Adriani dan Suppanad Jittaleela dianggap mampu memperkenalkan aplikasi TikTok dengan baik, mempunyai wajah cantik adalah salah satu andalan untuk mempromosikan peluncuran aplikasi TikTok.

*Special Effect* yang diberikan oleh TikTok kepada penggunanya sangat banyak dan menarik sehingga akan membuat video yang dibuat akan lebih bagus. Efek tersebut bisa digunakan dengan sangat mudah, dan dapat digunakan berulang-ulang kali. Aplikasi TikTok juga mempunyai beberapa varian musik sehingga pengguna dapat memilih lagu dengan sendirinya saat membuat video dengan melakukan tarian,

gaya bebas, dan masih banyak lagi untuk mendorong kreativitas pengguna aplikasi sehingga tidak menyebabkan kebosanan.

Target utama pengguna aplikasi ini adalah remaja, rasa ingin tahu generasi anak-anak di Indonesia terhadap TikTok sangat tinggi. Bisa dilihat kini aplikasi TikTok didominasi oleh generasi anak milenial, usia sekolah dengan rentan umur 7-17 tahun.

Hal ini menuai kontroversi di kalangan pengguna TikTok. Kabar aplikasi TikTok menjadi bahan bully di Indonesia karena dianggap memberikan konten tidak mendidik bagi pengguna yang melihat. Kementerian dan Informatika (Kominfo) sempat memblokir TikTok untuk sementara karena mengandung konten negatif dan pornografi.

Pemblokiran Tiktok dibuka setelah pihak Tiktok menyanggapi syarat yang diajukan pihak Kominfo, dimana Kominfo mengajukan 10 syarat terkait regulasi konten Tiktok terkait regulasi konten. Tiktok menanggapi secara kooperatif hingga tercapai kesepakatan dengan Kominfo, Tiktok secara resmi kembali dibuka tepatnya pada tanggal 3 Juli 2018 (Viva, 2018).

Banyak kreator TikTok dengan isi konten yang berupaya untuk menambah kreativitas positif, menarik, menghibur, memberikan informasi dan mengajarkan didalam sebuah video berdurasi 15 hingga 60 detik ini. TikTok dapat di olah menjadi media pembelajaran yang

menarik dan efektif bagi peserta didik untuk menambah pengetahuan belajar. Hal ini dibuktikan oleh pernyataan Angga Anugrah Putra selaku *Head of Content and User Operations* Tiktok Indonesia, dimana beliau mengatakan pengguna Tiktok di Indonesia naik sebanyak 20% dan jenis konten yang mengalami kenaikan selama pandemi itu adalah konten edukasi (Kata Data, 2020).

Dilansir dari [jpn.com](http://jpn.com), TikTok menyebutkan bahwa program #SamaSamaBelajar yang berisikan konten edukasi makin diminati penggunanya. Hal ini terlihat dari konten dengan tagar #SamaSamaBelajar telah mendapatkan 56,4 miliar view. #SamaSamaBelajar sendiri merupakan program edukasi yang diluncurkan pada pertengahan tahun 2020, dengan berbagai konten interaktif dan informatif. Konten tantangan dengan tagar #SamaSamaBelajar memuat berbagai tips, mulai dari cara membersihkan sudut rumah, soal matematika, bahasa asing, trik fotografi, trik videografi, tips organisir, dsb.

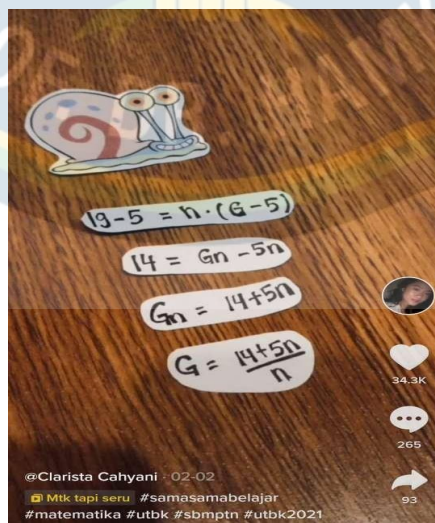
Seperti akun TikTok @Claristacahyani dengan jumlah pengikut sebanyak 291,9 ribu, Clarista memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media dalam pembelajaran Matematika. Clarista Cahyani merupakan *completer* Kumon. Kumon sendiri merupakan organisasi kursus pelajaran dan *completer* merupakan sebutan untuk siswa-siswi yang telah menyelesaikan seluruh materi yang diajarkan di sekolah, mulai dari jenjang TK hingga SMA. Dalam salah satu video-nya, Clarista

menunjukkan piala dan sertifikat yang didapatnya selama belajar di Kumon.

Mengingat kemampuannya dalam memahami materi pelajaran sekolah, Clarista memanfaatkan Tiktok sebagai wadah untuk berbagi ilmu dan membahas teori-teori pelajaran sekolah terutama matematika. Melihat berbagai fitur yang ada pada aplikasi TikTok, sangat memungkinkan Clarista untuk membuat video pembelajaran mendidik bagi remaja Sekolah Menengah Atas (SMA) adanya pembelajaran matematika memecahkan masalah berhitung dengan baik dan tepat. Keterampilan pembelajaran matematika ditunjukkan dengan kemampuan melakukan penyampaian materi dan pemecah materi yang benar dan tepat.

**Gambar 1.1**

**Penjelasan Materi Konten TikTok @Claristacahyani**



**Sumber: Akun TikTok @Claristacahyani.**



Terlihat penjelasan materi konten TikTok, Clarista menerangkan materi menggunakan animasi dengan sentuhan ilustrasi agar tidak terlihat bosan dalam menerangkan materi pembelajaran matematika.

Pada masa pandemi, kegiatan belajar-mengajar terpaksa dilakukan secara daring. Pembelajaran daring memanfaatkan berbagai platform media sosial. Mulai dari aplikasi *video conference* seperti Zoom dan Google Meet, hingga aplikasi Whatsapp. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Astuti dan Prestiadi (2020: 129-135), ditemukan bahwa pelaksanaan kegiatan pembelajaran online belum maksimal dan belum efektif. Hal ini dikarenakan banyaknya hambatan pada pembelajaran dengan system daring. Selain itu ditemukan bahwa efektivitas pembelajaran daring dipengaruhi oleh kemampuan guru.

Berdasarkan penjelasan diatas dapat kesimpulan bahwa aplikasi TikTok banyak digunakan oleh anak usia sekolah. Hal ini dikarenakan aplikasi TikTok bersifat interaktif sebagai media pembelajaran. Berdasarkan indikasi tersebut maka dapat ditarik hiopotesis bahwa aplikasi TikTok memenuhi kreteria sebagai media pembelajaran yang baik, menarik dan dekat dengan anak usia sekolah, khususnya dalam pembelajaran matematika seperti yang ada dalam konten @Claristacahyani.

Penelitian ini dilakukan kepada murid di SMA Keluarga Widuri kelas XII, dimana mereka termasuk dalam usia anak sekolah. Selain

itu mereka merupakan bagian dari *digital natives*. *Digital natives* merupakan generasi atau populasi yang tumbuh di lingkungan yang dikelilingi oleh teknologi digital dimana komputer dan Internet adalah komponen alami dari kehidupan mereka (Dingli & Seychell, 2015: 9). Hal ini menyebabkan mereka terbiasa memanfaatkan teknologi digital pada kesehariannya. Selain itu, murid-murid di SMA Keluarga Widuri ikut terdampak pada pembelajaran jarak jauh daring selama masa pandemi Covid-19.

## 1.2 Perumusan Masalah

TikTok merupakan aplikasi media sosial berbasis video pendek yang dimiliki perusahaan asal China bernama *Byte Dance*. Walaupun banyak menuai kontroversi, jumlah pengunduh dan pengguna aktif aplikasi ini kian bertambah.

Popularitas TikTok tidak dapat dipungkiri, jika dilihat dari perkembangan statistik pengguna TikTok yang terus berkembang. Aplikasi TikTok sudah di unduh lebih dari 2 milyar kali melalui App Store dan Google Play (Sensor Tower, 2020). Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh *Hootsuite* dan *We Are Social* menunjukkan bahwa ada 800 juta pengguna aktif TikTok diseluruh dunia. Berdasarkan penelitian tersebut, TikTok berada di posisi ke-6 untuk aplikasi media sosial yang paling sering dipakai (We Are Social, 2020). Kontroversi yang terus bermunculan terkait dengan adanya TikTok tidak cukup

untuk meredam popularitasnya dan meningkatnya pengguna media sosial TikTok.

Konten edukasi menempati urutan kedua setelah konten komedi sebagai jenis konten yang paling diminati pengguna Tiktok. Hal ini terlihat dari konten edukasi yang memiliki lebih dari 56.4 milyar views. Hal ini berkat tagar #SamaSamaBelajar yang merupakan program edukasi yang diluncurkan pada pertengahan 2020, dimana saat itu baru dilaksanakan PSBB dan pembelajaran daring bagi sekolah dan institusi Pendidikan lain (Antara, 2021)

Pada Tiktok, materi edukasi dijabarkan secara singkat menyesuaikan durasi video Tiktok yang hanya sepanjang 15 hingga 60 detik saja. Selain itu, Tiktok memiliki misi untuk mendorong pengguna mengeksplor minatnya dengan sekreatif mungkin, sehingga konten edukasi di Tiktok disajikan secara menarik dan menyenangkan. Salah satu pembuat konten Tiktok bertema edukasi adalah @Claristacahyani, dimana terdapat berbagai bahasan materi yang biasanya terdapat pada UTBK (Ujian Tulis Berbasis Komputer).

Pembelajaran secara daring menjadi alternatif dalam masa darurat pandemi Covid-19. Sekolah dan semua instansi Pendidikan ditutup dan kegiatan belajar-mengajar beralih menjadi daring. Dalam pembelajaran dengan sistem daring ini, dibutuhkan perangkat-perangkat pendukung seperti ponsel pintar, laptop, dan tab serta

koneksi internet. Selain itu, pembelajaran secara daring memanfaatkan platform seperti *Google Classroom*, *Zoom*, dan *Google Meet*.

Hasil penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Amelia, Hasanah, Rahman, dkk (2020) bahwa pembelajaran daring kurang efektif. Hal ini dikarenakan faktor kurangnya sarana dan prasarana serta ketidaksiapan edukasi teknologi.

Pada penelitian ini, peneliti memilih objek konten TikTok Claristacahyani untuk mengetahui efektif atau tidaknya konten media pembelajaran matematika dalam aplikasi TikTok bagi remaja SMA Keluarga Widuri pada saat pandemi.

Maka berdasarkan penjelasan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

“Bagaimana resepsi remaja SMA Keluarga Widuri Kelas XII terhadap konten pembelajaran matematika pada akun Tiktok @Claristacahyani?”

### **1.3 Pembatasan Masalah**

1. Penelitian ini hanya menggunakan studi resepsi dengan pendekatan kualitatif.
2. Penelitian dibatasi hanya kepada remaja SMA Keluarga Widuri kelas XII yang sudah menton konten TikTok @Claristacahyani.

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

1. Untuk mengetahui resepsi remaja SMA Keluarga Widuri kelas XII terhadap konten pembelajaran matematika pada akun TikTok @Claristacahyani.
2. Untuk mengetahui makna khalayak Siswa dan Siswi dalam ruang lingkup pembelajaran.

#### **1.5 Kontribusi Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini, adalah:

##### **1. Kontribusi Akademis**

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat mengisi celah dari penelitian yang sudah ada sebelumnya dan dapat berguna untuk penelitian selanjutnya yang mengarah pada penelitian untuk memahami resepsi remaja terhadap konten media pembelajaran di media sosial. Peneliti juga berharap hasil penelitian ini dapat menjadi referensi pada penelitian dimasa yang akan datang.

##### **2. Kontribusi Metodologis**

Secara metodologis penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, yakni penulis memaparkan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai resepsi dalam suatu konten TikTok.

##### **3. Kontribusi Sosial**

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan dan referensi dalam memahami resepsi remaja

terhadap konten pembelajaran di media sosial pihak pemilik media serta pembuat konten dapat menyesuaikan dan meningkatkan konten pembelajaran agar lebih efektif dalam membantu remaja belajar melalui media sosial.

#### 4. Kontribusi Praktis

Peneliti berharap hasil penelitian ini dapat bermanfaat bagi siswa dan siswi SMA Keluarga Widuri, untuk menjadikan TikTok sebagai media pembelajaran sehingga dapat meningkatkan motivasi belajar dan pemanfaatan sumber belajar secara maksimal sehingga mampu mendapatkan hasil belajar yang lebih tinggi.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam penelitian ini sistematikanya adalah sebagai berikut:

#### **BAB I**

##### **PENDAHULUAN**

Dalam bab ini diuraikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat serta sistematika penulisan dalam yang ada pada penelitian.

#### **BAB II**

##### **LANDASAN PEMIKIRAN**

Pembahasan yang menuraim tentang teori-teori yang digunakan secara fakta sebagai dasar pemikiran.

#### **BAB III**

##### **METODELOGI PENELITIAN**

Menjelaskan metode pengujian yang digunakan.

## **BAB IV**

## **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Berisi tentang gambaran umum objek berdasarkan dari penelitian yang sudah lakukan.

## **BAB V**

## **PENUTUP**

Seluruh kesimpulan dari hasil pembahasan yang ada bab ini.



## DAFTAR PUSTAKA

### BUKU

- A.W. Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ahmadi Abu, Cholid Narbuko. 2007. *Metode Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Alaasutari, Pertti. 1999. *Rethinking The Media Audience*. London: Sage Publication.
- Althusser, Louis. 1984. *Esai Tentang Ideologi. Cultural Studies, Neo Marxisme, Strukturalisme, dan Psikonalisis*. (terj. Olsy Vinoly Arnop). Jalasutra: Bandung.
- Ang, I. (1996). *Living Room Wars: Rethinking media audiences for a postmodern world*. London: Routledge.
- Anggito Albi, Johan Setiawan. 2018. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Jawa Barat : Tim CV Jejak.
- Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2013. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto Elvinaro, Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Simbiosis Rekatama Media.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif Aktualisasi Metodologis ke Arah Ragam Varian Kontemporer*, Jakarta : Rajawali Pers.
- Cangara, Hafied . 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajawali Pers.
- Darmasih Ririn. 2009. *Faktor Yang Mempengaruhi Prilaku Seks Pranikah Pada Remaja Sma Di Surakarta*. Skripsi : tidak diterbitkan. Surakarta: Fakultas Ilmu Kesehatan Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Dingli, A., & Seychell, D. 2015. *The New Digital Natives: Cutting the Chord*. New York: Springer.



- Djamal Hidajanto, Andi Fachrudin. 2011. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fachrudin, A. (2011). *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Henderi. 2007. *Analysis and Design System with Unified Modeling Language (UML)*. Tangerang.
- Hidajanto Djamal, Andi Fachruddin. 2013. *Dasar-Dasar Penyiaran*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- J.B Wahyudi. 1994. *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: PT. Gramedia.
- Jensen, Klaus Burhn. 1999. *Media Audiences Reception Analysis; Massa Communication as The Social Production of Meaning*". Dalam Klaus Burhn Jensen dan Nicholas W Jankowski (eds). *A Handbook of Qualitatif Metodologies for Massa Communication Reaserch*. London: Routledg.
- Kaplan, Andreas. M, Haenlein. Michael. 2010. *Users of The World Unite The Challengs and Opportunities of Media Sosial. Business Horizon*.
- Kartini Kartono. 1995. *Psikologi Umum*. Bandung: Mandar Maju.
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. ed Ketiga Belas. Jilid 2 Terjemahan oleh BOB Sabran MM: Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunukasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Malau, F. (2018). *Pornografi dalam film : Analisis resepsi film "men, women & children"*. Jakarta: proTVF.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Mulyana Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

- Noor, Juliansyah. 2011. *Metodelogi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. 2007. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Raja Gafindo Persada.
- Puntoadi, Danis. 2011. *Meningkatkan Penjualan Melalui Media Sosial*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sarwito Wirawan Sarwono. 2006. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Wahjudi, J. (1994). *Dasar-Dasar Manajemen Penyiaran*. Jakarta: PT. Gramedia.
- West, R., & Turner, L. H. (2010). *Introducing Communication Theory*. New York: McGraw-Hill.
- Wiryanto. 2000. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Gramedia Widasarana Indonesia.

### **Jurnal Ilmiah**

- Aji, W.N. *Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra*. Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Widya Kharma Klaten. Vol.6 No 1, 2012.
- Briliannur Dwi C, Aisyah Amelia, dkk. *Analisis Keefektifan Pembelajaran Online Di Masa Pandemi Covid-19*. Universitas Trunojoyo Madura. E-ISSN 2721-7957. 2020
- Isroqmi, A. 2013. *Pembuatan Media Pembelajaran Interaktif (Studi Kasus: Aplikasi Powerpoint)* Universitas PGRI Palembang. 1317-1336.
- Sandi Marga Pratama, Muchlis. *Pengaruh Aplikasi Tik Tok Terhadap Ekspresi Komunikasi Mahasiswa Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Ampel Surabaya Tahun 2020*. Vol.01, No.02. 2020.
- Steven Kesuma, H.H Daniel Tamburian. *Resepsi Remaja terhadap Konten @BotakTikTok di Media Sosial TikTok*. Universitas Tarumanegara. Vol. 5, No. 1, 2021, Hal 182-186. EISSN 2598-0785.

## SKRIPSI

Lenggana Wulandari, 2020. *Resepsi Konten Negatif Porno Aksi dan Penyesuaian Informasi Pada Aplikasi TikTok (Analisis Budaya Populer di Khalangan Remaja Ternate)*. Universitas Bakrie.

## WEBSITE

Annur, C. M. (2020, May 18). *Pengguna Tiktok Naik 20% Selama Pandemi, Terbanyak Konten Edukasi*.—Retrieved from Kata Data: <https://katadata.co.id/ekarina/digital/5ec2245aa8bc7/pengguna-tiktok-naik-20-selama-pandemi-terbanyak-konten-edukasi>

Chapple, C. (2020, April 29). *TikTok Crosses 2 Billion Downloads After Best Quarter For Any App Ever*. Retrieved from Sensor Tower: <https://sensortower.com/blog/tiktok-downloads-2-billion>

*Ini Asal Muasal TikTok yang Kini Mendunia*. (2020, Februari 19). Retrieved from Kumparan: <https://kumparan.com/berita-hari-ini/ini-asal-muasal-tiktok-yang-kini-mendunia-1ss18QadAEN>

Jatmiko, L. D. (2020, November 10). *APJII: 196,7 Juta Warga Indonesia Sudah Melek Internet*. Retrieved from Teknologi Bisnis: <https://teknologi.bisnis.com/read/20201110/101/1315765/apjii-1967-juta-warga-indonesia-sudah-melek-internet>

Kemp, S. (2020, Januari 30). *DIGITAL 2020: 3.8 BILLION PEOPLE USE SOCIAL MEDIA*. Retrieved from We Are Social: <https://wearesocial.com/blog/2020/01/digital-2020-3-8-billion-people-use-social-media>

Ngazis, A. N., & Hasanah, M. (2018, July 3). *Kominfo: Blokir Tik Tok Hanya Sementara*. Retrieved from Viva.co.id: <https://www.viva.co.id/digital/digilife/1050504-kominfo-blokir-tik-tok-hanya-sementara>

Pratomo, Y. (2019, May 16). *APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa*. Retrieved from tekno.kompas.com: <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>

*Tiktok: Konten Edukasi Makin Diminati*. (2021, Mei 2). Retrieved from JPNN.com: <https://www.jpnn.com/news/tiktok-konten-edukasi-makin-diminati>

Zhafira, A. (2021, Mei 2).  
*<https://www.antaraneews.com/berita/2134030/konten-edukasi-di-tiktok-kian-diminati-raih-56-miliar-penayangan>*. Retrieved from Antara News: <https://www.antaraneews.com/berita/2134030/konten-edukasi-di-tiktok-kian-diminati-raih-56-miliar-penayangan>

