

**PEMANFAATAN KONTEN EDUKATIF TIKTOK DALAM MENINGKATKAN
KETERAMPILAN PUBLIC SPEAKING PADA REMAJA**

Fahmil Ananta¹, Muhammad Kamil², Ferdi Firmansyah³, Muhammad Saleh⁴

^{1,2,3,4}UIN Sultanah Nahrasiyah

Email: fahmilanantaa24@gmail.com¹, mkamilbukhari@gmail.com²,
ferdифirmansyah821@gmail.com³

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pemanfaatan konten edukatif TikTok dalam meningkatkan keterampilan public speaking pada remaja. Di era digital, TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga berkembang sebagai media pembelajaran informal yang menarik bagi generasi muda. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan dokumentasi terhadap konten edukatif serta wawancara dengan beberapa remaja pengguna aktif TikTok. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten edukatif yang dikemas secara ringkas, visual, dan interaktif mampu meningkatkan pemahaman remaja terhadap teknik public speaking. Selain itu, partisipasi aktif dalam membuat konten juga meningkatkan kepercayaan diri dan kemampuan komunikasi mereka. Penelitian ini didukung oleh teori social learning dan konstruktivisme, yang menjelaskan bahwa pembelajaran terjadi melalui pengamatan, peniruan, dan pengalaman langsung dalam konteks sosial dan teknologi. TikTok terbukti menjadi media alternatif yang efektif dalam mengembangkan keterampilan public speaking di kalangan remaja.

Kata Kunci: TikTok, Konten Edukatif, Public Speaking, Remaja, Media Sosial.

Abstract: *This study aims to describe the use of TikTok educational content to improve public speaking skills in adolescents. In the digital era, TikTok is not only a means of entertainment but has also developed into an engaging informal learning medium for the younger generation. The research method used was descriptive qualitative, using observation and documentation techniques for educational content, as well as interviews with several active adolescent TikTok users. The results show that educational content presented in a concise, visual, and interactive manner can improve adolescents' understanding of public speaking techniques. Furthermore, active participation in content creation also improves their self-confidence and communication skills. This research is supported by social learning and constructivism theories, which explain that learning occurs through observation, imitation, and direct experience in social and technological contexts. TikTok has proven to be an effective alternative medium for developing public speaking skills among adolescents.*

Keywords: Christian Religious Education, Mediation Resolution Theory, Social Harmony.

PENDAHULUAN

Di era digital sekarang, media sosial tidak lagi sekadar digunakan untuk hiburan, melainkan telah berkembang menjadi alat edukasi yang efektif bagi berbagai kalangan, khususnya remaja. Salah satu platform yang mengalami perubahan signifikan adalah TikTok (Wulandari et al., 2025). Awalnya dikenal sebagai aplikasi video pendek untuk hiburan semata, kini TikTok semakin banyak dimanfaatkan sebagai media penyebaran konten edukatif. Berkat format videonya yang singkat, menarik, dan mudah dipahami, TikTok berhasil menarik minat remaja untuk belajar secara informal, termasuk dalam mengasah keterampilan public speaking.

Konten edukatif di TikTok tersedia dalam berbagai format, seperti tutorial public speaking, tips mengatasi rasa gugup saat presentasi, panduan menyusun argumen secara efektif, hingga contoh praktik berbicara yang baik. Para kreator biasanya menyampaikan materi dengan gaya yang santai dan mudah dipahami, sehingga remaja merasa lebih dekat dan nyaman menerima informasi tersebut (Sabilah et al., 2024). Karena durasi videonya singkat, remaja dapat menangkap inti materi dengan cepat tanpa merasa jemu atau terbebani.

Selain berfungsi sebagai media pembelajaran, TikTok juga menjadi wadah bagi remaja untuk langsung mengasah kemampuan public speaking mereka. Fitur-fitur seperti duet, stitch, dan komentar video mendorong terjadinya interaksi serta ekspresi diri yang aktif (KHADAFI, n.d.). Remaja dapat bereksperimen dengan membuat konten sendiri, menyampaikan gagasan atau opini, dan menerima feedback dari penonton. Pengalaman ini memberikan kesempatan bagi mereka untuk berlatih berbicara di depan umum secara nyata, meskipun dilakukan dalam lingkungan digital.

Lebih dari sekadar platform berbagi video, TikTok memiliki algoritma yang cerdas dalam menyesuaikan konten sesuai minat penggunanya. Hal ini memudahkan remaja untuk menemukan konten edukatif yang relevan dengan kebutuhan mereka. Dengan rutin mengakses dan memproduksi konten semacam ini, remaja dapat mengembangkan kemampuan public speaking secara bertahap dalam suasana yang menyenangkan (Amalia et al., 2025). Keunikan format dan luasnya jangkauan TikTok menjadikannya sebagai media alternatif yang efektif untuk mendukung pembelajaran non-formal di kalangan generasi muda.

Public speaking atau kemampuan berbicara di depan umum merupakan keterampilan esensial yang sebaiknya dimiliki oleh remaja di era modern. Kemampuan ini tidak hanya berguna dalam lingkungan akademis, seperti saat presentasi di kelas, tetapi juga sangat penting

dalam kehidupan sosial dan profesional. Kemampuan untuk menyampaikan gagasan secara jelas, percaya diri, dan meyakinkan menjadi modal penting untuk meraih kesuksesan di masa depan. Namun, kenyataannya masih banyak remaja yang merasa tidak nyaman, malu, atau bahkan takut ketika harus tampil dan berbicara di depan orang banyak.

Banyak faktor yang menyebabkan rendahnya kemampuan public speaking pada remaja, seperti kurangnya rasa percaya diri, minimnya pengalaman berbicara di depan umum, serta keterbatasan akses terhadap pelatihan formal (Kandani & Victor, 2020). Untuk mengatasi hal ini, diperlukan pendekatan yang relevan dengan gaya hidup dan kebiasaan remaja masa kini. Salah satu solusi yang potensial adalah memanfaatkan media digital yang sudah menjadi bagian dari keseharian mereka, seperti TikTok. Platform ini bisa dijadikan wadah belajar dan berlatih public speaking secara informal, menyenangkan, dan tetap efektif sesuai dengan kebutuhan remaja.

Peningkatan kemampuan public speaking pada remaja merupakan proses yang berlangsung secara bertahap, bukan sesuatu yang instan. Langkah awal yang penting adalah memberikan pemahaman dasar mengenai teknik berbicara, seperti penggunaan intonasi yang tepat, ekspresi tubuh yang mendukung, serta cara menyusun pesan secara terstruktur. Setelah memahami dasar-dasar tersebut, remaja dapat mulai mempraktikkannya dalam bentuk sederhana, seperti membuat video pendek. Melalui latihan yang konsisten dan pengalaman langsung, kepercayaan diri akan berkembang secara alami, dan keterampilan komunikasi mereka pun akan semakin matang (Yudiyanto et al., 2024).

Selain pembekalan dan latihan, lingkungan yang mendukung juga memiliki peran penting dalam perkembangan keterampilan public speaking remaja. Dukungan dari teman, guru, maupun keluarga dapat memberikan dorongan mental yang kuat agar remaja mau terus mencoba dan tidak takut gagal. Ketika mereka merasa diapresiasi dan mendapatkan masukan yang membangun—terutama dari audiens di platform digital seperti TikTok—motivasi untuk berkembang akan semakin meningkat (Farida, 2023). Dalam jangka panjang, keterampilan ini tidak hanya memperkaya kemampuan pribadi, tetapi juga membantu membentuk karakter remaja yang lebih percaya diri, terbuka, dan komunikatif.

KAJIAN TEORI

Secara teori, pemanfaatan TikTok untuk meningkatkan public speaking remaja dapat dikaitkan dengan teori social learning Bandura, di mana remaja belajar melalui menonton dan

meniru. Mereka bisa melihat contoh cara berbicara dari konten edukatif, lalu mempraktikkannya sendiri. Selain itu, teori konstruktivisme Vygotsky juga mendukung, karena pembelajaran terjadi lewat interaksi sosial dan media yang digunakan, seperti TikTok (Annisa et al., 2025).

a. Public Speaking

Secara umum, public speaking dapat diartikan sebagai aktivitas berbicara di hadapan sekelompok orang dengan tujuan menyampaikan informasi, memengaruhi (mempersuasi), atau menghibur audiens. Banyak yang menyamakan public speaking dengan kegiatan presentasi. Seperti halnya bentuk komunikasi lainnya, berbicara di depan umum melibatkan unsur-unsur dasar yang sejalan dengan model komunikasi dari Harold Laswell, yaitu komunikator (pembicara), pesan (materi yang disampaikan), komunikan (pendengar atau audiens), media (saluran komunikasi), dan efek (reaksi atau dampak yang ditimbulkan pada audiens). Tujuan dari public speaking pun beragam, bisa untuk menyampaikan informasi, memberi motivasi, atau sekadar berbagi cerita (Oktarina & Abdullah, 2017).

Apa pun tujuan dari public speaking, seorang pembicara yang efektif mampu memengaruhi baik cara berpikir maupun emosi audiensnya (Siregar & Comm, 2022). Di era sekarang, keterampilan berbicara di depan umum sangat dibutuhkan dalam berbagai bidang, seperti dalam kepemimpinan, sebagai motivator, kegiatan keagamaan, dunia pendidikan, bisnis, layanan pelanggan, hingga komunikasi massa seperti siaran televisi atau radio. Public speaking menjadi keterampilan kunci yang mendukung penyampaian pesan secara meyakinkan dan berdampak luas.

Ada beberapa elemen - elemen yang penting dalam berbicara kepada orang, untuk melancar public speaking:

1. **Pembicara** : Dalam proses komunikasi selalu terjadi penyampaian pesan dari seorang pembicara kepada sekelompok pendengar.
2. **Pendengar (audiens)** : Pendengar adalah penerima pesan yang dikirimkan oleh pembicara. Walaupun seorang pembicara dapat berbicara dengan lancar dan dinamis, namun ukuran kesuksesan sebuah public speech adalah bila pendengar menerima dan memaknai isi pesan yang disampaikan dengan tepat.
3. **Pesan** : Pesan adalah isi yang dikomunikasikan pembicara kepada pendengar terdiri dari pesan verbal dan non-verbal.

4. Medium : Medium adalah sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan. Sebuah pidato dapat disampaikan pada pendengar dengan berbagai cara; contohnya melalui suara, radio, televisi, pidato di depan publik (*public address*), dan multimedia.
5. Umpulan balik : Umpulan balik adalah respon yang diberikan oleh pendengar kepada pembicara. Umpulan balik dapat berbentuk verbal maupun non verbal.
6. Gangguan: Gangguan adalah segala sesuatu yang menghalangi atau mencegah penyampaian pesan yang akurat dalam sebuah komunikasi.
7. Situasi : Situasi adalah konteks, yaitu waktu dan tempat di mana komunikasi terjadi. Situasi yang berbeda memerlukan cara berkomunikasi yang berbeda, baik dari pembicara maupun dari pendengar.

b. New Media tiktok Theory

Kajian New Media membahas perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (telematika) untuk memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya terkait dengan fenomena media massa serta dampaknya terhadap sikap, perilaku, sistem sosial, budaya, dan lingkungan secara lebih luas (Hikmat, 2024). Salah satu teori yang relevan dalam kajian ini adalah teori *Uses and Gratifications*, yang menekankan pendekatan humanistik dalam melihat hubungan antara manusia dan media. Teori ini berpandangan bahwa individu memiliki kebebasan dan kontrol dalam menggunakan media sesuai kebutuhannya. Blumer dan Katz, sebagai tokoh utama dalam teori ini, menyatakan bahwa tidak ada satu cara tunggal dalam mengonsumsi media (Suherman, 2020). Sebaliknya, setiap individu memiliki beragam alasan dan motivasi dalam menggunakan media, serta memiliki keleluasaan untuk memilih platform dan menentukan bagaimana media tersebut memengaruhi dirinya.

Model *Uses and Gratification* menekankan bahwa fokus utama bukan pada bagaimana media memengaruhi sikap dan perilaku khalayak, melainkan pada bagaimana media digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi maupun sosial penggunanya (Rohmah, 2020). Dalam kerangka ini, khalayak dipandang sebagai pihak yang aktif, yang secara sadar memilih dan memanfaatkan media untuk mencapai tujuan tertentu. Salah satu contoh nyata dari penerapan model ini adalah popularitas platform TikTok. Saat ini, TikTok menjadi salah satu media digital paling digemari dengan jumlah pengguna dan pengunjung yang sangat besar di seluruh dunia (Rohmah, 2020). Keberadaan TikTok di tengah masyarakat tidak hanya dipandang

sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai wadah ekspresi kreatif dan media promosi yang dinamis. Bagi sebagian orang, TikTok bahkan telah menjadi bagian dari kebutuhan sehari-hari, baik dalam konteks hiburan, edukasi, maupun pengembangan diri.

c. Perkembangan Psikologi Remaja

Remaja merupakan fase transisi penting yang menjembatani masa anak-anak menuju kedewasaan. Meskipun terdapat perbedaan pandangan mengenai rentang usia remaja, perbedaan tersebut umumnya tidak terlalu signifikan. Beberapa pendapat menetapkan usia remaja antara 12 hingga 18 tahun, yang dibagi menjadi dua tahap, yaitu pra-pubertas (12–14 tahun) dan pubertas (14–18 tahun). Ada juga yang membagi masa remaja menjadi dua bagian: remaja awal (10–14 tahun) dan remaja akhir (15–20 tahun). Selain itu, ada pula pembagian yang lebih rinci, yakni remaja awal (12–14 tahun), remaja madya (15–18 tahun), dan remaja akhir (19–21 tahun) (Puspitasari & Sari, 2018). Setiap tahap perkembangan ini memiliki karakteristik dan tantangan tersendiri yang memengaruhi aspek fisik, emosional, dan sosial remaja.

Salah satu aspek yang mengalami perkembangan penting pada masa remaja adalah aspek psikososial. Perkembangan ini berkaitan dengan cara individu berinteraksi secara sosial dengan orang lain, serta bagaimana interaksi tersebut memengaruhi pertumbuhan emosional, perasaan, dan kepribadian (Hidayah & Khadijah, 2023). Proses ini juga mencakup berbagai perubahan yang terjadi seiring waktu sebagai hasil dari pengalaman sosial dan hubungan interpersonal

METODE PENELITIAN

Penulis menggunakan data kualitatif untuk mengidentifikasi vidio edukatif yang terdapat di Tiktok. Kemudian penulis menggunakan observasi beberapa konten Tiktok yang bisa menjadi perubahan karakter setiap remaja. Metode ini digunakan untuk menggambarkan secara mendalam bagaimana konten edukatif di TikTok dimanfaatkan oleh remaja dalam mengembangkan keterampilan public speaking mereka. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengeksplorasi persepsi, pengalaman, dan motivasi remaja secara lebih kaya dan kontekstual.

Selain itu, dokumentasi berupa tangkapan layar atau catatan dari video juga digunakan sebagai data pendukung. Data yang terkumpul dianalisis menggunakan model analisis

interaktif dari Miles dan Huberman yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian ini dilaksanakan secara daring selama awal bulan Juli 2025 agar lebih fleksibel dan menjangkau informan dari berbagai konten yang menarik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil wawancara dengan sejumlah remaja yang aktif menggunakan TikTok menunjukkan bahwa konten edukatif seputar public speaking cukup diminati dan dianggap bermanfaat. Para remaja merasa tertarik karena materi disajikan dengan cara yang ringkas, jelas, dan mudah dipahami. Mereka juga menyatakan bahwa penggunaan bahasa yang santai, visual yang menarik, serta adanya contoh praktik langsung membuat konten tersebut lebih efektif dalam membantu mereka memahami teknik berbicara yang baik. Temuan ini sejalan dengan kecenderungan generasi muda yang lebih menyukai media interaktif berbasis visual daripada materi dalam bentuk teks tradisional.

Hasil observasi terhadap konten TikTok bertema public speaking menunjukkan bahwa mayoritas video berfokus pada pengajaran dasar-dasar keterampilan berbicara, seperti teknik membuka pembicaraan, menjaga kontak mata, pengaturan intonasi, serta cara mengatasi rasa gugup. Para kreator biasanya membagikan pengalaman pribadi atau langsung memperagakan teknik yang dijelaskan, sehingga penonton lebih mudah memahami dan menirunya. Beberapa kreator juga melibatkan audiens melalui tantangan berbicara atau fitur duet, yang menciptakan ruang interaktif bagi remaja untuk ikut berlatih secara langsung melalui platform tersebut.

Dari perspektif pengembangan keterampilan, remaja yang secara konsisten mengonsumsi dan mengikuti konten edukatif di TikTok menunjukkan kemajuan dalam hal kepercayaan diri saat berbicara, baik dalam lingkungan akademis maupun di platform digital. Sebagian dari mereka bahkan mulai menciptakan konten public speaking versi mereka sendiri, sebagai bentuk latihan sekaligus sarana mengekspresikan diri. Hal ini membuktikan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media pembelajaran pasif, tetapi juga sebagai wadah latihan aktif yang memberikan kontribusi positif terhadap peningkatan kemampuan komunikasi remaja.

Temuan ini mendukung teori pembelajaran sosial dari Bandura, yang menyatakan bahwa individu dapat belajar melalui pengamatan dan peniruan terhadap perilaku di lingkungan sosial—dalam konteks ini, melalui konten-konten di TikTok. Selain itu, pendekatan konstruktivis ala Vygotsky juga terlihat jelas, di mana proses belajar berlangsung secara aktif,

relevan dengan konteks kehidupan remaja, dan didukung oleh penggunaan teknologi. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penggunaan konten edukatif di TikTok memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan keterampilan public speaking remaja, baik dari segi pemahaman konsep maupun penerapannya secara langsung.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pemanfaatan konten edukatif di TikTok memberikan kontribusi yang positif terhadap peningkatan keterampilan public speaking pada remaja. Konten-konten tersebut disajikan dengan cara yang menarik dan mudah dipahami, sehingga remaja dapat menyerap materi secara cepat dan menyenangkan. Penggunaan bahasa santai, contoh praktis, dan fitur interaktif seperti duet serta komentar memberi kesempatan bagi remaja untuk berlatih secara langsung, membangun rasa percaya diri, dan mengembangkan keterampilan berbicara mereka.

Selain menjadi sarana belajar yang pasif, TikTok juga mendorong remaja untuk aktif menciptakan konten, yang pada akhirnya memperkuat kemampuan komunikasi mereka. Temuan ini memperkuat relevansi teori social learning dan konstruktivisme dalam konteks pembelajaran modern berbasis media digital. Oleh karena itu, TikTok dapat dimanfaatkan secara optimal sebagai media edukatif yang mendukung pembelajaran non-formal, khususnya dalam aspek keterampilan berbicara di depan umum bagi generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, T., Wijaya, S., & Sari, N. (2025). PUBLIC SPEAKING MEMBANGUN KEPERCAYAAN DIRI DAN KOMUNIKASI EFEKTIF. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1), 21–32.
- Annisa, L. A., Alya, D., & Bahri, S. (2025). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER PEMBELAJARAN YANG EFEKTIF DI KALANGAN PELAJAR. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 2(2), 15–22.
- Farida, A. (2023). *Pilar-pilar Pembangunan Karakter Remaja: Metode Pembelajaran Aplikatif untuk Guru Sekolah Menengah*. Nuansa Cendekia.
- Hidayah, F., & Khadijah, K. (2023). Optimalisasi Perkembangan Sosial Emosional Anak Usia Dini Dalam Belajar Kelompok. *INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research*, 3(5), 7942–7956.

Jurnal Inovasi Pembelajaran dan Teknologi Modern

<https://journal.fexaria.com/j/index.php/jiptm>

Vol. 9, No. 3, Juli 2025

- Hkikmat, H. M. M. (2024). *Politik Hukum Komunikasi: Kebijakan, Hukum, dan Etika Media Massa Cetak, Elektronik, dan New Media*. Prenada Media.
- Kandani, H., & Victor, H. (2020). *Public speaking for success*. Elex Media Komputindo.
- KHADAFI, M. R. (n.d.). *KAJIAN DISINHIBISI ONLINEDI MEDIA SOSIAL (STUDI KASUS KREATOR KONTEN KRITIK SOSIAL DI MEDIA SOSIAL TIKTOK)*.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi dalam perspektif teori dan praktik*. Deepublish.
- Puspitasari, L., & Sari, C. A. (2018). Periodesasi Perkembangan Masa Remaja. *Periodesasi Perkembangan Masa Remaja*, 1–14.
- Rohmah, N. N. (2020). Media sosial sebagai media alternatif manfaat dan pemuas kebutuhan informasi masa pandemik global covid 19 (kajian analisis teori uses and gratification). *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Sabilah, N. F., Natasya, H. P., & Rahmawati, N. F. (2024). Persepsi Remaja Tentang Edukasi Seksual Melalui Media Sosial. *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)*, 3, 797–813.
- Siregar, N. S. S., & Comm, I. S. T. M. (2022). *Buku Ajar Public Speaking*. Scopindo Media Pustaka.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi*. Deepublish.
- Wulandari, S., Zahiroh, M., Maknunah, L., & Halizah, S. N. (2025). Peran konten TikTok dalam mengembangkan branding sebagai media bisnis digital yang berprofitabilitas. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 71–78.
- Yudiyanto, M., Riyanti Agustini, N. A. F., Subiyono, S. K., Amaliya, M. F., Sa'diah, S., Sulastri, A. S., Astria, T., Nurhasan, I. S. H., Dini, A., & Khoerunnisa, Z. (2024). *Strategi Membangun Percaya Diri Peserta Didik*. CV. Intake Pustaka.