

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu proses yang kompleks dan multifaset di mana pesan disampaikan dari komunikator kepada komunikan dengan tujuan untuk menciptakan pemahaman bersama. Dalam konteks ini, komunikator berperan sebagai pengirim informasi, sedangkan komunikan berperan sebagai penerima. Proses ini melibatkan interaksi dua arah yang penting dalam mencapai kejelasan dan efektivitas komunikasi (Nordmann et al., 2025).

Kata "komunikasi" berasal dari bahasa Inggris dan Latin. Dalam bahasa Latin, kata-kata seperti "communis," "communico," "communicatio," atau "communicare" memiliki makna "membuat sama" atau "menghadirkan kesamaan" (to make common). Istilah "communis" adalah bentuk yang paling sering digunakan sebagai asal usul kata "komunikasi," dan kata ini juga menjadi dasar bagi istilah Latin lainnya yang memiliki arti serupa. Dalam konteks komunikasi, istilah ini mengandung makna bahwa pikiran, makna, atau pesan diterima dan dipahami secara bersama (HerlinaS.St.,m.Kes et al., 2023).

Menurut Lasswell, (dalam Kurniawan, 2018) komunikasi akan berlangsung dengan efektif jika melalui lima tahap. Kelima tahap tersebut adalah: Who: Siapa yang menyampaikan komunikasi (komunikator). Say What: Apa isi pesan yang disampaikan. In Which Channel: Saluran atau media apa yang digunakan untuk menyampaikan pesan. To Whom: Siapa yang menerima pesan komunikasi (komunikan). With What Effect: Perubahan apa yang terjadi setelah komunikan menerima pesan yang disampaikan.

Menurut Stoner et al. (dalam HerlinaS.St.,m.Kes et al., 2023) mendefinisikan komunikasi sebagai proses di mana seseorang berusaha untuk menyampaikan makna melalui pengiriman pesan simbolik. Komunikasi dapat berlangsung baik secara langsung maupun tidak langsung, dengan memanfaatkan

berbagai media komunikasi yang ada. Komunikasi langsung merujuk pada interaksi yang terjadi tanpa perantara, sedangkan komunikasi tidak langsung mengacu pada komunikasi yang melibatkan perantara.

Terdapat empat elemen dasar yang harus ada dalam proses komunikasi: pengirim (source), pesan (message), saluran (channel), dan penerima (receiver). Setiap elemen ini memiliki peran penting dalam memastikan bahwa informasi dapat disampaikan dengan cara yang jelas dan efektif (Sánchez-Álvarez et al., 2023). Komunikasi tidak hanya sekedar penyampaian informasi tetapi juga merupakan sebuah interaksi yang memerlukan keterlibatan dari kedua belah pihak. Keterlibatan ini meliputi aspek keaktifan penerima dalam menerima dan menafsirkan pesan yang dikirim, yang sering kali dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti konteks budaya dan latar belakang individu (Essen, 2022).

2.2 Komunikasi Digital

Komunikasi digital merujuk pada proses penyampaian pesan yang memanfaatkan perangkat elektronik dan teknologi internet. Proses ini memungkinkan interaksi dan pertukaran informasi secara real-time, lintas ruang, dan waktu, menjadikannya sangat relevan dalam dunia yang semakin terdigitalisasi saat ini (Singhal et al., 2024). Komunikasi digital melibatkan sejumlah elemen penting, termasuk perangkat yang digunakan seperti komputer dan smartphone, platform komunikasi seperti media sosial, email, dan aplikasi *chatting*, serta saluran yang memfasilitasi penyampaian pesan (Alwendi et al., 2023).

Komunikasi digital sering dilakukan melalui sejumlah platform online seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan situs web. Misalnya, platform-platform ini memungkinkan individu untuk saling berbagi informasi, berinteraksi dalam komunitas yang lebih luas, dan mendukung berbagai jenis komunikasi, baik formal maupun informal (Velasco et al., 2022). Penggunaan elemen multimedia, seperti teks, gambar, audio, dan video, merupakan ciri khas dari komunikasi digital. Elemen-elemen ini tidak hanya memperkaya pengalaman pengguna, tetapi juga meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan informasi. Sebagai contoh, video sering digunakan untuk mendukung materi presentasi atau sebagai alat yang efektif

dalam terapi psikologis digital, di mana pasien dapat melihat dan mendengarkan penjelasan yang diberikan (McGuire et al., 2021).

2.3 Tiktok sebagai Kanal Komunikasi Digital

TikTok, sebuah platform digital yang diluncurkan oleh ByteDance pada tahun 2017, telah berkembang pesat menjadi pemain utama dalam lanskap media sosial global (Boffone, 2023). Pengguna TikTok dapat memanfaatkan berbagai elemen multimedia seperti musik, gambar, dan teks untuk menyampaikan pesan yang emosional. Musik, khususnya, memiliki kekuatan untuk evokasikan perasaan yang mendalam dan menciptakan koneksi antara pembuat konten dan audiens (Song et al., 2021). TikTok juga menyediakan platform untuk berbagai narasi pribadi. Melalui format yang ringkas dan mudah diakses, individu dapat membagikan kisah hidup mereka, termasuk pengalaman negatif dan tantangan yang dihadapi (Barta & Andalibi, 2021).

Banyak pengguna TikTok mengambil langkah berani untuk membagikan pengalaman pribadi mereka mengenai masalah keluarga, yang sering kali diperkaya dengan elemen musik dan visual untuk memperkuat kedalaman emosional dari cerita yang mereka sampaikan. Melalui video, mereka bisa menceritakan bagaimana perceraian atau perpisahan mempengaruhi mereka secara emosional, serta menggambarkan perasaan seperti kesedihan, kebingungan, atau bahkan harapan untuk masa depan (Jerin et al., 2024). Pentingnya ekspresi emosional dalam konteks ini dapat memperkuat hubungan sosial yang dibangun di dalam komunitas TikTok. Video-video ini seringkali mendapatkan banyak interaksi dari audiens yang merasakan hal serupa, menciptakan ruang dukungan yang dapat membantu individu merasa tidak sendirian dalam tragedi mereka (Mercado et al., 2024).

TikTok sebagai platform media sosial berbasis video pendek memiliki berbagai unsur yang berkontribusi pada cara pengguna berinteraksi dan berbagi konten. Unsur-unsur ini sangat mempengaruhi pengalaman pengguna serta ekspresi ide dan emosi mereka. Unsur Musik dan audio menjadi bagian integral, di mana lagu atau audio viral digunakan untuk menambah daya tarik emosional dan mendalami narasi video, sehingga membantu penonton terhubung secara emosional dengan

konten (Khosro et al., 2023). Unsur visual dan estetika, seperti filter, efek, dan transisi, memperindah tampilan video dan meningkatkan daya tariknya di antara banyak konten lainnya, sehingga penonton lebih terlibat dengan cerita yang disampaikan (Hautea et al., 2021). Unsur Interaksi dan komentar melalui fitur seperti like, share, dan komentar memungkinkan pengguna berkomunikasi langsung, menciptakan lingkungan sosial yang mendukung dan memperkuat relevansi pesan yang disampaikan (AbouWarda et al., 2024). Unsur viralitas dan algoritma TikTok turut mendorong video untuk menjadi viral, meningkatkan eksposur konten dan kesadaran terhadap isu-isu penting seperti kesehatan mental (Macharia et al., 2022). Tagar juga salah satu unsur atau elemen yang penting untuk mengkategorikan konten dan mempermudah pengguna menemukan video yang relevan dengan topik tertentu, sekaligus menciptakan komunitas yang memperkuat ikatan antar pengguna dengan pengalaman serupa (Prucoli et al., 2022).

Tagar merupakan unsur penting di TikTok yang berfungsi sebagai alat untuk mengkategorikan konten. Penggunaan tagar memungkinkan pengguna untuk menemukan video yang relevan dengan topik tertentu dan menjangkau audiens yang lebih luas. Sebagai contoh, pengguna dapat menggunakan tagar seperti *#MentalHealth* atau *#TraumaTok* untuk mengakses konten yang berkaitan dengan pengalaman emosional atau isu-isu kesehatan mental (Nair et al., 2023). Setiap video yang menggunakan tagar tertentu tidak hanya menjangkau audiens yang relevan, tetapi juga membuka peluang untuk interaksi. Pengguna sering kali meninggalkan komentar, berbagi pengalaman mereka sendiri, atau memberikan dukungan kepada pembuat konten. Interaksi ini menciptakan ikatan yang lebih kuat antar pengguna, yang pada gilirannya, dapat meningkatkan kesejahteraan emosional mereka. Penelitian menunjukkan bahwa partisipasi dalam komunitas dukungan, terutama melalui media sosial, dapat membantu mengurangi perasaan kesepian dan meningkatkan semangat individu yang menghadapi tantangan emosional (Rinn et al., 2023).

2.4 Teori Representasi – Stuart Hall

Stuart Hall memandang representasi sebagai proses produksi makna melalui bahasa dan sistem tanda yang memungkinkan suatu pengalaman atau peristiwa dapat dipahami, dikomunikasikan, dan dibagikan di dalam kebudayaan (Hall, 2020). Dalam kerangka ini, representasi tidak dipahami sebagai cermin realitas yang netral, melainkan sebagai cara realitas tersebut “dibuat bermakna” melalui penggunaan tanda-tanda. Tanda-tanda ini dapat berbentuk bahasa verbal dan nonverbal yang hadir dalam media, seperti narasi, teks, visual, dan audio, yang semuanya berperan menyusun pemaknaan tertentu atas suatu isu (Behera, 2024). Dengan demikian, fokus representasi menurut Hall berada pada bagaimana media menghadirkan pengalaman dalam bentuk yang dapat ditafsirkan dan diinternalisasi oleh khalayak, sehingga makna suatu pengalaman sosial menjadi dapat dipertukarkan.

Stuart Hall menekankan pendekatan konstruksionis dalam representasi, yakni pandangan bahwa makna tidak melekat secara alamiah pada objek atau peristiwa, tetapi dikonstruksi melalui praktik bahasa dan sistem tanda yang digunakan oleh masyarakat. Pendekatan ini berbeda dari pandangan reflektif yang menganggap bahasa hanya memantulkan realitas, maupun pandangan intensional yang menganggap makna sepenuhnya berasal dari niat pembuat pesan (Hall, 2020). Dalam pendekatan konstruksionis, makna terbentuk melalui hubungan antara konsep di benak individu dan tanda yang digunakan untuk mengekspresikannya, lalu dipahami melalui konvensi sosial yang memungkinkan tanda-tanda tersebut dimengerti oleh audiens (Hall, 2020). Dengan kata lain, praktik representasi selalu melibatkan proses seleksi, penekanan, dan pengemasan aspek-aspek tertentu dari realitas sehingga sebuah isu tampil dalam bentuk makna tertentu di ruang publik.

Kerangka representasi Hall relevan digunakan untuk memahami bagaimana pengalaman *broken home* ditampilkan dan disirkulasikan di media sosial seperti TikTok. Konten TikTok tidak sekadar “menceritakan” pengalaman keluarga yang retak, tetapi merepresentasikan isu tersebut melalui bentuk-bentuk penyajian tertentu, misalnya penggunaan narasi personal (pengakuan, curahan hati), penyusunan teks atau overlay, serta elemen audio-visual yang menyertai. Dalam

penelitian ini, bentuk-bentuk representasi tersebut dipetakan melalui kategori konten, seperti *personal story/confessional*, *social support*, *advice and information*, *humor and coping* dan *product or service for sale* yang menunjukkan cara-cara dominan pengalaman *broken home* dibingkai dan ditampilkan kepada audiens. Dengan demikian, kategori konten dapat dipahami sebagai pola representasional yang paling sering muncul dalam diskursus #brokenhome di TikTok Indonesia.

2.5 Teori Emosi - Paul Ekman

Teori Emosi memberikan pemahaman yang mendalam mengenai cara emosi diekspresikan melalui isyarat non-verbal seperti ekspresi wajah, gerakan tubuh, dan suara (Ekman & Friesen, 2003). Dalam konteks ilmu komunikasi, teori ini sangat relevan karena komunikasi tidak hanya melibatkan penyampaian pesan secara verbal, tetapi juga melibatkan komunikasi non-verbal, yang memiliki peran penting dalam memperkaya dan memperjelas makna pesan yang disampaikan.

Dalam komunikasi interpersonal, ekspresi wajah adalah salah satu elemen utama dalam memahami kondisi emosional seseorang. Sebagai contoh, senyuman dapat menyampaikan perasaan kebahagiaan, sedangkan ekspresi cemberut atau tangisan dapat mengindikasikan kesedihan (Philip et al., 2023). Komunikasi non-verbal seperti ini memiliki kekuatan untuk menyampaikan pesan yang jauh lebih langsung dan intuitif dibandingkan dengan kata-kata, dan seringkali menjadi lebih bermakna dalam situasi yang emosional. Hal ini mengarah pada pemahaman yang lebih dalam mengenai makna sosial dan budaya yang dibawa oleh ekspresi tersebut dalam interaksi antar individu, baik dalam percakapan langsung maupun melalui media sosial (Hess, 2022).

Ekspresi emosi seperti ini berfungsi sebagai simbol yang mengkomunikasikan makna tertentu, tanpa perlu menggunakan kata-kata. Sebagai contoh, melalui ekspresi wajah atau gerakan tubuh yang menunjukkan kemarahan, seseorang secara otomatis menyampaikan bahwa mereka tidak setuju atau merasa terprovokasi, yang jelas merupakan bagian dari komunikasi verbal dan non-verbal yang memperkaya pesan yang diterima oleh komunikan (Correia-Caeiro et al., 2022). Begitu juga dalam konteks media sosial, ekspresi emosi dalam video atau

gambar dapat menggugah audiens untuk merespons, memahami, atau bahkan memberikan dukungan, terutama dalam diskursus sosial terkait masalah keluarga seperti yang ditemukan pada tagar #brokenhome di TikTok.

Teori emosi ini membantu memperjelas bahwa komunikasi adalah proses dua arah yang tidak hanya melibatkan kata-kata, tetapi juga ekspresi yang mencerminkan kondisi emosional dan hubungan sosial. Seperti yang dikemukakan oleh Namba et al. (2021), komunikasi non-verbal dapat menciptakan koneksi sosial yang lebih kuat dan mendalam, yang sangat penting dalam konteks komunikasi modern, di mana interaksi semakin banyak terjadi di platform digital seperti TikTok. Platform ini memungkinkan penggunanya untuk mengekspresikan diri secara visual dan emosional, membentuk komunitas digital, dan memperkuat dukungan sosial, terutama bagi mereka yang berbagi pengalaman pribadi dan trauma melalui ekspresi emosi yang tulus.

2.6 Penelitian terdahulu

Susanne Benzel, Jacob Johanssen, Daniela Nadj, Nahiyan Rashid (2024)

Judul: *What eating disorders are really like' - Dynamics of lived experience and repetitive aesthetics on TikTok*

Metode Pengumpulan Data: Analisis isi kualitatif dengan pendekatan teoritis. Data dikumpulkan melalui pencarian video terkait gangguan makan di TikTok menggunakan istilah pencarian seperti "ED", "Eating", dan "Eating food", serta tagar yang sengaja dimodifikasi, seperti #eatingpromblems dan #edrec0very, untuk memperluas jangkauan. Video yang dikumpulkan kemudian dipilih menggunakan strategi sampel teoritis berdasarkan kontras minimum dan maksimum untuk memastikan keberagaman konten.

Hasil Penelitian: Temuan dari penelitian ini menyatakan bahwa TikTok banyak digunakan untuk berbagi pengalaman tentang gangguan makan dengan estetika tubuh, mengungkapkan dinamika yang repetitif namun penuh makna emosional.

Relevansi penelitian: Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada, sama-sama menggunakan analisis isi dan memanfaatkan TikTok untuk meneliti ekspresi emosional. Namun, penelitian ini memiliki gap yang membedakan

dengan penelitian sebelumnya, yaitu fokus pada gangguan makan seperti anoreksia dan bulimia, sedangkan pada penelitian ini keluarga yang tidak utuh atau *broken home*.

Turuba et al. (2025)

Judul: *Do you have depression? A summative content analysis of mental health-related content on TikTok*

Metode Pengumpulan Data: analisis isi sumatif dengan pengumpulan data melalui scraping metadata.

Hasil Penelitian: Temuan dari penelitian ini mengidentifikasi enam kategori utama dalam konten TikTok terkait kesehatan mental, dengan kategori paling dominan adalah cerita pribadi atau pengakuan serta Penelitian ini menyarankan agar profesional kesehatan lebih aktif di TikTok untuk menyediakan informasi berbasis bukti dan mengurangi penyebaran misinformasi yang dapat berdampak negatif pada kesehatan mental penggunanya.

Relevansi penelitian: Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada, sama-sama menggunakan analisis isi untuk menilai kategori-kategori yang muncul dalam video TikTok dan berfokus pada mengidentifikasi kategori-kategori emosional. Namun, penelitian ini memiliki gap yang membedakan dengan penelitian sebelumnya, yaitu fokus pada konten TikTok yang menggunakan tagar *#mentalhealth*, sedangkan pada penelitian ini fokus pada konten TikTok yang menggunakan tagar *#brokenhome*.

Annisa Maharani, Annisa Arrumaisyah Daulay (2023)

Judul: *exploring child mindsets in broken homes: a qualitative research study*

Metode Pengumpulan Data: Metode pengumpulan data dalam penelitian ini adalah wawancara kualitatif yang dilakukan terhadap lima anak yang mengalami broken home. Teknik purposive sampling digunakan untuk memilih sampel berdasarkan kriteria yang telah ditentukan sebelumnya, yang bertujuan untuk menggali pengalaman dan perspektif mereka secara mendalam terkait topik yang diteliti.

Hasil Penelitian: Temuan dari penelitian ini menyatakan bahwa anak-anak dari keluarga broken home mengalami perubahan signifikan dalam mindset mereka. Sebelum perpecahan, mereka melihat keluarga sebagai sumber kebahagiaan dan

dukungan. Namun, setelah perpecahan, mereka merasa terisolasi, tidak pantas untuk bahagia, dan mengalami ketakutan serta pesimisme. Seiring waktu, mindset mereka mulai membaik, dengan berkembangnya kemandirian dan upaya untuk mencapai tujuan pribadi, yang akhirnya menghasilkan sikap yang lebih positif dan adaptif seiring bertambahnya usia dan pengetahuan.

Relevansi penelitian: Persamaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya terletak pada, sama-sama menggunakan analisis isi dan memanfaatkan TikTok untuk meneliti ekspresi emosional. Namun, penelitian ini memiliki gap yang membedakan dengan penelitian sebelumnya, yaitu menggunakan wawancara dan observasi untuk memahami pola pikir internal anak-anak, sedangkan pada penelitian ini menggunakan analisis konten video TikTok untuk mengidentifikasi kategori dan ekspresi emosional.

