



Analisis Wacana Kritis Terhadap Fenomena *Teacher-Influencer* Di Tiktok

¹Qunita Fatina, ²Putri Masitoh Amin, ³Siti Yuliana, ⁴Ria Kasanova

^{1,2,3,4} Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan, Universitas Madura

¹qunitafatina23@gmail.com*, ²putrimasitoh967@gmail.com, ³anay53345@gmail.com, ⁴kasanovaria@unira.ac.id

Abstract

The teacher-influencer phenomenon on TikTok social media shows a change in educational communication patterns in the digital era. Teachers no longer only act as formal educators in the classroom, but also present as content creators who actively build communication with audiences through social media. Teacher-influencer content combines elements of education, entertainment, motivation, and personal experience packaged in a short video format in accordance with TikTok's digital culture. This study aims to analyze teacher representation as well as the practice of discourse and ideology that emerge in the teacher-influencer phenomenon on TikTok. The research uses a descriptive qualitative approach with the Critical Discourse Analysis method of the Teun A. van Dijk model. The research data was obtained from five teacher-influencer videos on TikTok which included captions, video transcripts, hashtags, and audience comments. Data collection techniques are carried out through digital observation, documentation, and listening and recording techniques. Data analysis was carried out through three dimensions, namely text structure, social cognition, and social context. The results of the study show that teachers are represented as digital educators, humorous figures, motivators, and content creators who are adaptive to social media culture. The practice of teacher-influencer discourse is influenced by viral culture, TikTok algorithms, and digital engagement logic that encourages teachers to build personal branding to gain visibility on social media. In addition, this phenomenon shows a shift in the identity and authority of teachers in the digital era, where teachers not only gain legitimacy through educational institutions, but also through popularity and interaction on social media.

Keywords: Critical Discourse Analysis, Teacher-Influencer, Tiktok, Teacher Representation, Digital Social Media

Abstrak

Fenomena teacher-influencer di media sosial Tiktok menunjukkan adanya perubahan pola komunikasi pendidikan di era digital. Guru tidak lagi hanya berperan sebagai pendidik formal di ruang kelas, tetapi juga hadir sebagai kreator konten yang aktif membangun komunikasi dengan audiens melalui media sosial. Konten teacher-influencer memadukan unsur pendidikan, hiburan, motivasi, dan pengalaman personal yang dikemas dalam format video pendek sesuai dengan budaya digital Tiktok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis representasi guru serta praktik wacana dan ideologi yang muncul dalam fenomena teacher-influencer di Tiktok. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Analisis Wacana Kritis model Teun A. van Dijk. Data penelitian diperoleh dari lima video teacher-influencer di Tiktok yang meliputi caption, transkrip video, hashtag, dan komentar audiens. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital, dokumentasi, serta teknik simak dan catat. Analisis data dilakukan melalui tiga dimensi, yaitu struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa guru direpresentasikan sebagai pendidik digital, figur humoris, motivator, serta kreator konten yang adaptif terhadap budaya media sosial. Praktik wacana teacher-influencer dipengaruhi oleh budaya viral, algoritma Tiktok, dan logika engagement digital yang mendorong guru membangun personal branding untuk memperoleh visibilitas di media sosial. Selain itu, fenomena ini menunjukkan adanya pergeseran identitas dan otoritas guru di era digital, di mana guru tidak hanya memperoleh legitimasi melalui institusi pendidikan, tetapi juga melalui popularitas dan interaksi di media sosial.

Kata Kunci: Analisis Wacana Kritis, Teacher-Influencer, Tiktok, Representasi Guru, Media Sosial Digital

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi masyarakat, terutama melalui media sosial yang semakin terintegrasi dalam kehidupan sehari-hari. Media sosial tidak lagi hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi ruang produksi pengetahuan, pembentukan identitas, dan interaksi sosial yang bersifat masif. Perkembangan tersebut menunjukkan bahwa teknologi digital telah mengubah cara individu berkomunikasi, memperoleh informasi, hingga membangun relasi sosial secara virtual. Dalam konteks pendidikan, transformasi digital mendorong guru untuk beradaptasi dengan pola komunikasi baru agar tetap relevan dengan karakteristik generasi digital saat ini (Bini, 2025; Social & Meltwater, 2024). Kehadiran platform berbasis video pendek seperti Tiktok memperlihatkan bagaimana teknologi digital telah mengubah cara masyarakat mengakses informasi pendidikan secara cepat, singkat, visual, dan interaktif. Pola komunikasi digital

yang berbasis visual dan algoritma membentuk budaya belajar baru yang lebih fleksibel serta menyesuaikan kebiasaan konsumsi media generasi muda (Conde-Caballero & Castillo-Sarmiento, 2024; Nguyen & Diederich, 2023).

TikTok menjadi salah satu platform media sosial paling populer di dunia, termasuk di Indonesia. Popularitas TikTok didorong oleh sistem algoritma yang mampu menampilkan konten sesuai minat pengguna sehingga meningkatkan intensitas konsumsi media secara personal. Pengguna TikTok di Indonesia didominasi oleh kelompok usia muda yang juga merupakan peserta didik aktif. Kondisi tersebut menjadikan TikTok sebagai ruang strategis bagi penyebaran konten edukatif, termasuk yang diproduksi oleh guru (Fauziah & Pratolo, 2025; Social & Meltwater, 2024). Selain itu, fitur seperti *For You Page* (FYP), penggunaan audio viral, duet, *stitch*, dan sistem interaksi yang cepat membuat TikTok mampu menciptakan pola komunikasi yang partisipatif dan mudah menjangkau audiens luas. Media sosial kemudian berkembang menjadi arena baru dalam praktik komunikasi pendidikan yang lebih interaktif dan fleksibel dibandingkan pembelajaran konvensional. Guru tidak hanya dituntut menguasai materi pembelajaran, tetapi juga harus mampu menyesuaikan gaya komunikasi dengan budaya digital yang berkembang di media sosial.

Fenomena munculnya teacher-influencer menjadi salah satu dampak dari perkembangan media sosial tersebut. Teacher-influencer merupakan guru yang aktif memproduksi konten di media sosial dan memiliki pengaruh terhadap audiens digital melalui konten edukasi, motivasi, maupun hiburan. Guru tidak lagi hanya hadir di ruang kelas formal, tetapi juga memasuki ruang digital sebagai figur publik yang dapat memengaruhi opini dan perilaku pengikutnya (Abidin, 2021; Marwick, 2021). Kehadiran teacher-influencer menunjukkan adanya transformasi profesi guru ke arah yang lebih terbuka terhadap budaya digital dan ekonomi perhatian (*attention economy*). Dalam budaya media sosial, perhatian publik menjadi nilai utama yang menentukan popularitas sebuah akun. Teacher-influencer kemudian berupaya memproduksi konten yang menarik, relevan, dan mudah viral agar memperoleh engagement tinggi dari pengguna TikTok.

Dalam praktiknya, *teacher-influencer* memanfaatkan TikTok untuk menyampaikan materi pembelajaran secara kreatif melalui video singkat, penggunaan musik, tren viral, serta gaya komunikasi yang santai. Strategi tersebut membuat materi pendidikan lebih mudah diterima oleh audiens muda karena dikemas dalam bentuk hiburan atau *edutainment*. Penyajian materi yang sederhana dan visual dianggap lebih sesuai dengan karakteristik pengguna media sosial yang cenderung menyukai informasi singkat dan cepat dipahami. Media sosial mendorong individu untuk membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui performativitas digital yang menarik dan autentik (Carpenter & Shelton, 2023; Khamis et al., 2021). Guru kemudian tidak hanya berperan sebagai pendidik, tetapi juga *digital entertainer* yang harus mampu mempertahankan perhatian pengguna media sosial. Praktik komunikasi tersebut memperlihatkan adanya perubahan cara penyampaian pendidikan yang semakin dipengaruhi budaya populer dan kebutuhan pasar digital.

Perubahan tersebut secara tidak langsung memengaruhi identitas dan profesionalisme guru di era digital. Guru yang aktif di TikTok sering kali menampilkan sisi personal, gaya hidup, humor, bahkan opini pribadi yang sebelumnya jarang diperlihatkan di ruang pendidikan formal. Hal ini menimbulkan pergeseran batas antara identitas profesional dan identitas personal guru di ruang publik digital (Kasperuniene & Zydziunaite, 2019; Pasquini & Eaton, 2021). Kehadiran media sosial membuat identitas guru menjadi lebih terbuka dan mudah diakses oleh masyarakat luas. Media sosial juga menciptakan ruang baru bagi guru untuk membangun komunikasi yang lebih dekat dengan siswa melalui pendekatan yang lebih santai dan informal. Di sisi lain, keterbukaan tersebut menghadirkan tantangan etika dan profesionalisme karena guru harus menjaga citra profesional sekaligus mengikuti budaya media sosial yang dinamis.

Konten pendidikan di TikTok juga mengalami perubahan bentuk komunikasi yang lebih mengutamakan visualisasi, singkat, dan hiburan agar sesuai dengan karakter algoritma platform. Akibatnya, penyampaian materi pembelajaran sering kali disederhanakan agar mudah viral dan memperoleh engagement tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa proses produksi pengetahuan di media sosial dipengaruhi oleh sistem algoritma dan budaya perhatian digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa logika media sosial turut memengaruhi cara pengetahuan diproduksi dan disebarluaskan (Bucher, 2022; Fuchs, 2021). Pendidikan tidak lagi dipahami semata sebagai proses transfer ilmu, tetapi juga menjadi bagian dari arus produksi konten digital yang bersaing memperoleh perhatian pengguna media sosial. Materi pembelajaran yang dikemas secara menarik dan mengikuti tren digital cenderung memperoleh jangkauan lebih luas dibandingkan konten yang bersifat formal dan akademik.

Selain itu, algoritma TikTok memiliki peran besar dalam menentukan visibilitas konten teacher-influencer. Algoritma bekerja dengan menyeleksi dan merekomendasikan konten berdasarkan interaksi pengguna sehingga konten yang dianggap menarik akan lebih mudah viral. Algoritma media sosial tidak bersifat netral karena turut membentuk pola konsumsi informasi dan relasi kuasa dalam ruang digital (Bucher, 2022). Dalam konteks teacher-influencer, algoritma dapat memengaruhi jenis konten pendidikan yang diproduksi guru agar sesuai dengan preferensi

pasar digital. Guru cenderung memproduksi konten yang ringan, menghibur, dan mengikuti tren karena lebih mudah memperoleh perhatian audiens dibandingkan materi pembelajaran yang terlalu formal. Mekanisme tersebut memperlihatkan bagaimana algoritma memiliki kekuatan dalam menentukan bentuk komunikasi pendidikan yang dianggap relevan dan menarik di media sosial.

Fenomena viralitas dalam media sosial juga mendorong guru untuk melakukan personal branding demi meningkatkan popularitas dan jumlah pengikut. Personal branding dilakukan melalui penciptaan citra tertentu seperti guru humoris, guru inspiratif, atau guru kreatif yang konsisten ditampilkan dalam konten TikTok. Praktik ini memperlihatkan bagaimana identitas guru dikonstruksi secara strategis untuk memperoleh legitimasi sosial di media digital (Marwick, 2021). Guru kemudian tidak hanya dinilai dari kompetensi mengajar, tetapi juga dari kemampuan membangun citra digital yang menarik. Dalam budaya media sosial, jumlah pengikut, likes, komentar, dan views menjadi indikator keberhasilan komunikasi digital seseorang. Kondisi tersebut membuat citra dan popularitas digital menjadi bagian penting dalam praktik komunikasi teacher-influencer di TikTok.

Dalam perspektif komunikasi, media sosial merupakan ruang pertarungan wacana yang mengandung relasi kuasa dan ideologi tertentu. Konten teacher-influencer tidak hanya menyampaikan pesan pendidikan, tetapi juga merepresentasikan nilai, norma, dan pandangan tertentu mengenai profesi guru, siswa, maupun pendidikan itu sendiri. Van Dijk (2016) menjelaskan bahwa wacana media memiliki hubungan erat dengan kekuasaan karena mampu memengaruhi cara masyarakat memahami realitas sosial. Melalui bahasa, visual, dan strategi komunikasi tertentu, media sosial dapat membentuk persepsi publik mengenai sosok guru ideal di era digital. Praktik komunikasi digital pada akhirnya tidak dapat dilepaskan dari kepentingan, ideologi, serta relasi kuasa yang bekerja di balik produksi konten media sosial.

Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk menjadi pendekatan yang relevan untuk mengkaji fenomena teacher-influencer di TikTok. Pendekatan ini menekankan hubungan antara struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dalam produksi wacana. Melalui pendekatan van Dijk, penelitian dapat mengungkap bagaimana representasi guru dibangun melalui bahasa, visual, dan praktik komunikasi digital yang digunakan dalam konten TikTok (Van Dijk, 2016). Analisis tersebut juga dapat memperlihatkan bagaimana media sosial mereproduksi ideologi tertentu terkait pendidikan dan profesi guru. Pendekatan ini tidak hanya melihat isi teks secara linguistik, tetapi juga mengkaji relasi sosial dan kepentingan yang memengaruhi pembentukan wacana di ruang digital.

Representasi guru dalam media sosial sering kali menunjukkan dualitas antara profesionalisme dan hiburan. Sebagian teacher-influencer menampilkan citra guru yang kreatif dan inovatif, namun sebagian lainnya justru menampilkan konten yang lebih berorientasi pada hiburan demi meningkatkan popularitas. Budaya platform digital mendorong pengguna untuk terus memproduksi konten yang menarik perhatian agar tetap relevan di hadapan algoritma (Zulli & Zulli, 2022). Kondisi tersebut menyebabkan profesi guru mengalami komodifikasi dalam budaya media sosial. Guru tidak hanya diposisikan sebagai pendidik, tetapi juga sebagai kreator konten yang harus mampu mengikuti dinamika pasar digital dan budaya viral di media sosial.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa TikTok memiliki pengaruh besar dalam membentuk pola komunikasi digital dan konstruksi identitas pengguna di media sosial. Omar & Dequan (2021) menjelaskan bahwa TikTok mampu meningkatkan keterlibatan pengguna muda melalui format video pendek yang interaktif dan visual sehingga efektif digunakan sebagai media komunikasi digital, termasuk dalam konteks pendidikan. Sementara itu, Abidin & Ots (2022) menyatakan bahwa influencer digital berperan sebagai aktor budaya yang mampu membentuk persepsi publik melalui praktik personal branding dan performativitas konten di media sosial. Dalam konteks teacher-influencer, praktik tersebut terlihat dari upaya guru membangun citra tertentu agar mudah dikenali dan diterima audiens TikTok. Selain itu, Zulli & Zulli (2022) mengungkap bahwa budaya viralitas di TikTok mendorong pengguna untuk memproduksi konten yang mengikuti logika algoritma demi memperoleh visibilitas tinggi. Algoritma media sosial kemudian memengaruhi bentuk komunikasi digital karena konten yang sesuai dengan tren dan preferensi pengguna cenderung memperoleh jangkauan lebih luas dibandingkan konten yang bersifat formal dan informatif. Ketiga penelitian tersebut memperlihatkan keterkaitan antara budaya algoritma, praktik personal branding, dan komunikasi digital dalam membentuk identitas pengguna media sosial.

Berdasarkan penelitian terdahulu tersebut, masih terdapat keterbatasan kajian yang secara khusus membahas representasi guru dalam fenomena teacher-influencer menggunakan pendekatan Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk. Sebagian besar penelitian lebih berfokus pada efektivitas media sosial sebagai sarana pembelajaran atau strategi komunikasi digital, sehingga aspek ideologi, relasi kuasa, dan konstruksi identitas guru di media sosial belum banyak dikaji secara mendalam. Selain itu, penelitian mengenai teacher-influencer masih cenderung melihat media sosial sebagai sarana inovasi pendidikan tanpa mengkritisi bagaimana logika algoritma dan budaya popularitas memengaruhi praktik komunikasi guru di ruang digital. Penelitian ini diarahkan untuk mengkaji representasi guru serta praktik wacana yang muncul dalam fenomena teacher-influencer di TikTok melalui perspektif Analisis Wacana Kritis van Dijk. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kritis mengenai praktik

komunikasi pendidikan di media sosial serta menjadi referensi dalam kajian komunikasi digital dan pendidikan di era media baru.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode Analisis Wacana Kritis (AWK) model Teun A. van Dijk. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memahami fenomena sosial secara mendalam melalui interpretasi terhadap data berupa bahasa, teks, dan praktik komunikasi digital. Menurut Creswell (2009), penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang digunakan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada representasi guru serta praktik wacana yang muncul dalam fenomena *teacher-influencer* di TikTok. Analisis Wacana Kritis model van Dijk digunakan untuk mengkaji hubungan antara struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial dalam praktik komunikasi digital (Van Dijk, 2016).

Sumber data dalam penelitian ini terdiri atas data primer dan data sekunder. Data primer berupa lima video TikTok *teacher-influencer* yang dipilih berdasarkan relevansi dengan tema penelitian. Data tersebut meliputi transkrip isi video, *caption* konten, komentar pengguna, serta *hashtag* yang berkaitan dengan pendidikan dan profesi guru. Pemilihan data dilakukan karena unsur-unsur tersebut merepresentasikan praktik komunikasi dan pembentukan wacana dalam media sosial TikTok. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari artikel jurnal, buku, literatur media digital, dan penelitian terdahulu yang relevan dengan kajian *teacher-influencer*, media sosial, dan Analisis Wacana Kritis.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi digital terhadap akun TikTok *teacher-influencer*. Peneliti menggunakan teknik dokumentasi, simak, dan catat untuk mengumpulkan data berupa video, transkrip, *caption*, *hashtag*, serta komentar pengguna. Data yang diperoleh kemudian didokumentasikan melalui *screenshot* dan transkripsi isi video untuk mempermudah proses analisis. Menurut Creswell (2009) pengumpulan data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan melalui observasi, dokumentasi, serta pengumpulan berbagai bentuk data visual dan teks yang berkaitan dengan fenomena yang diteliti.

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk yang meliputi struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial (Van Dijk, 2016). Pada tahap struktur teks, analisis difokuskan pada tema atau topik konten, pilihan kata, bentuk kalimat, narasi, serta simbol visual dan bahasa digital yang digunakan dalam video TikTok *teacher-influencer*. Pada tahap kognisi sosial, analisis diarahkan pada cara *teacher-influencer* membangun citra diri, perspektif dan ideologi kreator, serta strategi *personal branding* guru di media sosial. Sementara itu, pada tahap konteks sosial, analisis dilakukan untuk melihat hubungan antara konten *teacher-influencer* dengan budaya digital TikTok, viralitas, algoritma media sosial, relasi kuasa, dan komodifikasi profesi guru dalam ruang digital.

3. Hasil Dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *teacher-influencer* di TikTok merepresentasikan guru tidak lagi hanya sebagai pengajar di ruang kelas formal, tetapi juga sebagai kreator konten yang aktif membangun komunikasi dengan audiens media sosial. Representasi tersebut terlihat melalui penggunaan bahasa informal, penyampaian materi yang kreatif, humor, serta pembentukan citra personal yang dekat dengan pengguna media sosial.

3.1. Representasi Guru Dalam Konten Teacher-Influencer Di Tiktok

Fenomena *teacher-influencer* di TikTok menunjukkan adanya perubahan representasi guru dalam ruang digital. Guru tidak lagi hanya diposisikan sebagai pengajar di ruang kelas formal, tetapi juga hadir sebagai kreator konten yang aktif membangun komunikasi dengan audiens media sosial. Representasi guru dalam TikTok terlihat melalui penggunaan bahasa informal, penyampaian materi yang kreatif, humor, hingga pembentukan citra personal yang dekat dengan pengguna media sosial. Dalam konteks ini, media sosial menjadi ruang baru bagi guru untuk membangun identitas digital sekaligus memperoleh perhatian publik melalui konten yang diproduksi.

Tabel 1. Kategori Representasi Guru Dalam Konten Tiktok

No	Akun TikTok	Data Konten	Interaksi Audiens
1	@hendrabrudy	Caption video: “Sebelum Pulang #pakguru #gurused #gurukreatif #guruhits #guru #guruviral”.	Komentar audiens menunjukkan ketertarikan terhadap sosok guru seperti “kenapa jaman aku sekolah guruku

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9270>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

melalui gaya komunikasi yang santai, penggunaan bahasa sehari-hari, serta keterlibatan dalam budaya viral media sosial. Dalam kondisi tersebut, guru tidak hanya dinilai dari kompetensi akademik, tetapi juga dari kemampuan membangun citra digital yang menarik perhatian pengguna TikTok. Fenomena ini sejalan dengan pandangan Abidin (2021) yang menjelaskan bahwa influencer media sosial membangun relasi kedekatan dengan audiens melalui performativitas digital dan strategi visibilitas. Selain itu, Marwick (2021) menyebutkan bahwa budaya media sosial mendorong individu untuk membangun *personal branding* sebagai bentuk legitimasi sosial di ruang digital.

Konten *teacher-influencer* juga memperlihatkan adanya pergeseran identitas profesional guru di ruang digital. Guru yang sebelumnya identik dengan citra formal dan otoritatif kini lebih sering menampilkan sisi personal, humor, hingga pengalaman kehidupan sehari-hari. Hal tersebut terlihat pada akun *@mamafatanperdana* yang membahas persoalan ekonomi guru honorer melalui konten humor dengan kalimat “*minta ke suami, minta ke suami, dibayarin suami.*” Konten tersebut memperlihatkan bagaimana pengalaman personal guru dijadikan bagian dari komunikasi publik di media sosial. Sementara itu, akun *@me.indam* menampilkan representasi guru honorer yang religius dan emosional melalui narasi motivasi serta refleksi spiritual mengenai perjuangan hidup sebagai guru honorer. Bentuk representasi tersebut memperlihatkan bahwa media sosial menjadi ruang bagi guru untuk membangun identitas yang lebih personal dan emosional dibandingkan ruang pendidikan formal. Hal ini sejalan dengan pendapat Lupton, (2022) yang menyatakan bahwa media digital memungkinkan individu menampilkan identitas personal secara lebih terbuka dan cair di ruang publik digital. Penelitian Fuchs (2021) juga menjelaskan bahwa media sosial mendorong terjadinya komodifikasi identitas melalui produksi konten berbasis pengalaman personal dan emosional.

Representasi citra guru modern dalam konten TikTok terlihat melalui kemampuan *teacher-influencer* mengikuti budaya digital dan tren media sosial. Guru tidak hanya menggunakan bahasa formal pendidikan, tetapi juga memanfaatkan bahasa informal, istilah populer, emoji, audio viral, serta gaya komunikasi komunikatif yang dekat dengan generasi muda. Penggunaan *hashtag* seperti *#fyp*, *#guruviral*, *#gurugenz*, dan *#gurutiktok* menunjukkan upaya *teacher-influencer* menyesuaikan diri dengan algoritma dan budaya TikTok agar memperoleh visibilitas lebih luas. Bahasa yang digunakan dalam konten cenderung sederhana, santai, dan interaktif sehingga menciptakan kesan bahwa guru merupakan figur yang fleksibel dan mudah beradaptasi dengan perkembangan media digital. Fenomena tersebut mendukung pandangan Bucher (2022) yang menjelaskan bahwa algoritma media sosial memengaruhi bentuk komunikasi digital dan perilaku pengguna dalam memproduksi konten. Selain itu, Khamis et al., (2021) menyatakan bahwa budaya media sosial mendorong individu membangun citra diri yang autentik, komunikatif, dan relevan dengan audiens digital.

3.2. Praktik Wacana Dan Ideologi Teacher-Influencer Di Tiktok

Fenomena *teacher-influencer* di TikTok tidak hanya memperlihatkan perubahan bentuk komunikasi pendidikan, tetapi juga menunjukkan adanya praktik wacana dan ideologi yang bekerja dalam media sosial. Konten yang diproduksi *teacher-influencer* dibangun melalui strategi bahasa, visual, dan komunikasi tertentu untuk menarik perhatian audiens serta memperoleh visibilitas dalam algoritma TikTok. Dalam perspektif Analisis Wacana Kritis Teun A. van Dijk, praktik wacana tersebut dapat dianalisis melalui struktur teks, kognisi sosial, dan konteks sosial yang saling berkaitan dalam proses produksi dan penyebaran konten digital.

Tabel 2. Data Analisis Wacana Konten Teacher-Influencer Di Tiktok

No	Akun TikTok	Data Konten	Aspek Analisis Van Dijk	Bentuk Wacana
1	<i>@hendrabrudym</i>	<i>Caption “Sebelum Pulang #pakguru #gurused #gurukreatif #guruviral” dan komentar audiens</i>	Struktur Teks dan Kognisi Sosial	Guru direpresentasikan sebagai figur humoris dan dekat dengan murid
2	<i>@riya_chanl</i>	<i>Caption “Wess kehabisan cara #buguru #gurutiktok #buguruviral” dan penggunaan humor dalam pembelajaran</i>	Struktur Teks dan Kognisi Sosial	Guru membangun citra kreatif dan menghibur
3	<i>@me.indam</i>	<i>Narasi perjuangan guru honorer dan penggunaan hashtag #fyp serta #guruhonorer</i>	Struktur Teks, Kognisi Sosial, dan Konteks Sosial	Representasi perjuangan hidup guru honorer dan ideologi motivasi

4	<i>@mamafatanperdana</i>	<i>Humor tentang gaji guru honorer dan komentar solidaritas audiens</i>	Struktur Teks dan Konteks Sosial	Komodifikasi pengalaman personal guru menjadi konten hiburan
5	<i>@_azurarchives</i>	<i>Tutorial media pembelajaran digital dan interaksi audiens</i>	Struktur Teks dan Konteks Sosial	Guru direpresentasikan sebagai pendidik digital yang inovatif
6	Seluruh akun teacher-influencer	<i>Penggunaan hashtag #fyp, #guru-viral, #gurutiktok</i>	Kognisi Sosial dan Konteks Sosial	Strategi personal branding dan pencarian visibilitas digital

a. Struktur Teks

Pada aspek struktur teks, konten *teacher-influencer* menunjukkan tema dominan yang berkaitan dengan pendidikan, hiburan, motivasi, serta kehidupan guru di era digital. Tema tersebut terlihat melalui *caption*, *hashtag*, dan isi video yang berupaya membangun kedekatan dengan audiens media sosial. Akun *@hendrabrudy* dan *@riya_chan1* lebih banyak menampilkan tema pembelajaran yang dikemas secara humoris dan santai, sedangkan akun *@me.indaa* dan *@mamafatanperdana* menghadirkan tema perjuangan guru honorer melalui narasi emosional dan komedi sosial. Sementara itu, akun *@_azurarchives* menampilkan tema inovasi pembelajaran digital melalui tutorial penggunaan media pembelajaran berbasis teknologi. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya digunakan sebagai media hiburan, tetapi juga menjadi ruang produksi wacana pendidikan yang mengikuti karakter komunikasi digital yang visual, singkat, dan interaktif (Greenhow & Chapman, 2023).

Pilihan kata dan bahasa yang digunakan *teacher-influencer* cenderung informal dan komunikatif agar sesuai dengan karakter pengguna TikTok. Penggunaan bahasa sehari-hari, emoji, istilah populer, serta *hashtag* seperti *#guruviral*, *#gurutiktok*, dan *#fyp* menunjukkan adanya penyesuaian bahasa dengan budaya digital TikTok. Bahasa informal tersebut menciptakan kesan santai dan dekat sehingga guru tidak lagi diposisikan sebagai figur formal yang memiliki jarak dengan siswa maupun audiens media sosial. Menurut Afrizans & Majid (2023), penggunaan bahasa informal dalam media sosial menjadi strategi komunikasi untuk menciptakan kedekatan emosional dan membangun keterlibatan audiens secara lebih personal. Selain itu, Klug et al., (2021) menjelaskan bahwa budaya TikTok mendorong pengguna menggunakan bahasa populer dan tren digital agar konten lebih mudah diterima algoritma dan pengguna.

Narasi dan *storytelling* juga digunakan *teacher-influencer* untuk membangun keterlibatan emosional audiens. Pada akun *@me.indaa*, narasi mengenai perjuangan hidup guru honorer disampaikan dengan bahasa reflektif dan religius sehingga memunculkan respons empati dari pengguna TikTok. Sementara itu, akun *@mamafatanperdana* menggunakan *storytelling* berbasis humor dalam membahas kondisi ekonomi guru honorer. Bentuk narasi tersebut menunjukkan bahwa pengalaman personal guru dijadikan bagian dari komunikasi publik di media sosial agar lebih mudah diterima dan dibagikan oleh audiens. Hal ini sejalan dengan pendapat Audrezet et al., (2020) yang menyatakan bahwa autentisitas influencer di media sosial dibangun melalui representasi pengalaman personal yang mampu menciptakan kedekatan emosional dengan audiens. Cover & Doak, (2015) juga menjelaskan bahwa media digital memungkinkan individu membentuk dan menampilkan identitas diri secara lebih personal melalui narasi kehidupan sehari-hari.

Penggunaan humor dan tren viral menjadi strategi penting dalam praktik wacana *teacher-influencer* di TikTok. Humor digunakan untuk menciptakan hiburan sekaligus meningkatkan *engagement* pengguna media sosial. Selain itu, penggunaan audio viral, *hashtag* populer, dan format video pendek menunjukkan bahwa *teacher-influencer* mengikuti logika algoritma TikTok agar kontennya lebih mudah masuk *FYP* dan memperoleh jangkauan luas. Praktik tersebut memperlihatkan bahwa komunikasi pendidikan di media sosial mulai menyesuaikan diri dengan budaya viral dan kebutuhan perhatian digital. Menurut Bucher Bucher (2022), algoritma media sosial memengaruhi bentuk komunikasi pengguna karena visibilitas konten sangat bergantung pada interaksi audiens. Fenomena tersebut juga menunjukkan adanya budaya *attention economy* dalam media sosial yang mendorong pengguna menciptakan konten menarik demi memperoleh perhatian publik (Abidin, 2021).

b. Kognisi Sosial

Pada aspek kognisi sosial, *teacher-influencer* membangun citra diri tertentu melalui konten yang diproduksi. Citra tersebut dibentuk melalui gaya komunikasi, pilihan tema, ekspresi visual, serta cara berinteraksi dengan audiens. Akun *@hendrabrudy* membangun citra sebagai guru humoris dan dekat dengan murid, sedangkan akun

@me.inda_ membangun citra guru honorer yang religius, sabar, dan penuh perjuangan. Pembentukan citra tersebut menjadi bagian dari strategi komunikasi untuk menciptakan identitas digital yang mudah dikenali oleh pengguna TikTok. Menurut Van Dijk (2016), kognisi sosial berkaitan dengan bagaimana individu membangun pengetahuan, persepsi, dan representasi sosial melalui praktik wacana. Dalam konteks ini, *teacher-influencer* menggunakan media sosial untuk membentuk persepsi audiens terhadap identitas profesi guru.

Teacher-influencer juga melakukan strategi *personal branding* melalui konsistensi tema dan karakter konten yang ditampilkan. Penggunaan *hashtag* seperti #gurukreatif, #gurugenz, #gurutiktok, dan #guruviral menjadi bagian dari upaya memperkuat identitas digital guru di media sosial. *Personal branding* dilakukan agar akun memiliki ciri khas tertentu dan lebih mudah memperoleh perhatian audiens. Dalam praktiknya, guru tidak hanya membangun identitas sebagai pendidik, tetapi juga sebagai kreator konten yang aktif mengikuti budaya media sosial. Fenomena ini sesuai dengan penelitian Xu et al. (2024) yang menjelaskan bahwa microcelebrity di media sosial membangun identitas digital melalui strategi representasi diri yang konsisten agar memperoleh pengakuan, visibilitas, dan keterlibatan audiens di ruang digital.

Konten *teacher-influencer* menunjukkan adanya ideologi popularitas dan *engagement* dalam praktik komunikasi digital. Konten yang diproduksi cenderung mengikuti tren, menggunakan format hiburan, dan menyesuaikan algoritma TikTok agar memperoleh *likes*, komentar, serta jumlah penonton yang tinggi. Popularitas digital kemudian menjadi bagian penting dalam praktik komunikasi *teacher-influencer* karena visibilitas konten sangat dipengaruhi oleh interaksi audiens di media sosial. Kondisi tersebut memperlihatkan bahwa praktik komunikasi digital guru tidak terlepas dari budaya popularitas yang berkembang di media sosial. Abidin (2021) menyatakan bahwa *influencer* digital bekerja dalam sistem ekonomi perhatian yang menempatkan visibilitas dan interaksi audiens sebagai bentuk modal sosial utama.

Perspektif *teacher-influencer* terhadap media sosial terlihat dari cara mereka memanfaatkan TikTok sebagai ruang komunikasi, ekspresi diri, dan pembentukan identitas profesional. Media sosial dipahami bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk berbagi pengalaman mengajar, membangun relasi sosial, serta memperoleh pengakuan publik. Praktik tersebut memperlihatkan bahwa guru mulai menyesuaikan diri dengan budaya komunikasi digital yang menekankan interaktivitas, visualitas, dan keterlibatan audiens. Menurut Fuchs, (2021), media sosial telah mengubah pola komunikasi masyarakat menjadi lebih partisipatif dan berbasis interaksi digital. Dalam konteks pendidikan, perubahan tersebut memengaruhi cara guru membangun hubungan dengan audiens di ruang digital.

c. Konteks Sosial

Pada aspek konteks sosial, praktik komunikasi *teacher-influencer* tidak dapat dilepaskan dari pengaruh algoritma TikTok. Algoritma menentukan visibilitas konten berdasarkan jumlah interaksi pengguna seperti *likes*, komentar, *share*, dan durasi menonton video. Kondisi tersebut mendorong *teacher-influencer* untuk memproduksi konten yang menarik perhatian audiens melalui humor, tren viral, dan gaya komunikasi santai. Penggunaan *hashtag* populer seperti #fyp dan #foryoupage menunjukkan adanya upaya menyesuaikan konten dengan sistem algoritma agar memperoleh jangkauan lebih luas. Menurut Bucher (2022), algoritma media sosial berperan dalam membentuk perilaku pengguna karena menentukan distribusi dan visibilitas informasi di ruang digital.

Budaya viral di media sosial juga memengaruhi bentuk komunikasi *teacher-influencer*. Konten pendidikan tidak lagi disampaikan secara formal, tetapi dikemas dalam format hiburan agar lebih mudah viral dan diterima pengguna TikTok. Budaya viral tersebut membuat guru harus mengikuti tren media sosial agar tetap relevan di ruang digital. Komunikasi pendidikan kemudian mengalami perubahan karena lebih berorientasi pada daya tarik visual dan *engagement* audiens. Fenomena ini sejalan dengan penelitian Zulli & Zulli, (2022) yang menjelaskan bahwa budaya TikTok dibangun melalui imitasi tren, audio viral, dan praktik partisipatif pengguna dalam menciptakan konten.

Fenomena *teacher-influencer* juga memperlihatkan adanya komodifikasi profesi guru di media sosial. Guru tidak hanya menjalankan fungsi pendidikan, tetapi juga menjadi bagian dari industri konten digital yang mengandalkan perhatian publik sebagai nilai utama. Popularitas akun, jumlah pengikut, *likes*, dan *engagement* menjadi indikator keberhasilan komunikasi digital seorang guru. Praktik tersebut menunjukkan bahwa identitas guru di media sosial mulai dipengaruhi oleh logika ekonomi perhatian dalam budaya digital. Menurut Fuchs (2021), media sosial mendorong komodifikasi identitas dan aktivitas pengguna melalui sistem ekonomi digital yang berbasis perhatian dan interaksi audiens.

Selain itu, media sosial menyebabkan terjadinya pergeseran otoritas guru di era digital. Guru yang sebelumnya memiliki otoritas berdasarkan institusi pendidikan kini juga membangun legitimasi melalui popularitas dan interaksi di media sosial. Audiens lebih mudah menerima guru yang komunikatif, santai, dan mengikuti budaya digital dibandingkan figur guru formal yang kaku. Dalam kondisi tersebut, relasi kuasa di media sosial menjadi

lebih cair karena audiens memiliki peran besar dalam menentukan popularitas dan visibilitas *teacher-influencer* melalui interaksi digital seperti komentar, *likes*, dan *share* konten. Hal ini sesuai dengan pandangan Van Dijk, (2016) yang menjelaskan bahwa kekuasaan dalam wacana media terbentuk melalui proses interaksi sosial dan kontrol terhadap akses komunikasi publik.

4. Kesimpulan

Fenomena *teacher-influencer* di TikTok menunjukkan adanya perubahan representasi guru dalam ruang digital. Guru tidak lagi hanya diposisikan sebagai pendidik formal di ruang kelas, tetapi juga hadir sebagai figur publik media sosial yang aktif membangun komunikasi dengan audiens melalui konten digital. Representasi tersebut terlihat melalui munculnya citra guru sebagai pendidik kreatif, guru humoris, guru motivator, hingga guru yang adaptif terhadap perkembangan teknologi pembelajaran. Penggunaan bahasa informal, humor, audio viral, dan hashtag populer menjadi strategi komunikasi yang digunakan *teacher-influencer* untuk membangun kedekatan dengan audiens sekaligus meningkatkan visibilitas konten di TikTok. Praktik wacana *teacher-influencer* memperlihatkan bahwa komunikasi pendidikan di media sosial dipengaruhi oleh budaya viral dan logika algoritma digital. Konten pendidikan tidak hanya disampaikan sebagai proses pembelajaran, tetapi juga dikemas dalam bentuk hiburan, motivasi, dan pengalaman personal agar lebih menarik perhatian pengguna media sosial. *Teacher-influencer* membangun citra diri dan personal branding tertentu melalui konsistensi tema, gaya komunikasi, serta interaksi dengan audiens. Dalam kondisi tersebut, popularitas digital dan engagement menjadi bagian penting dalam praktik komunikasi guru di media sosial. Fenomena *teacher-influencer* juga menunjukkan adanya pergeseran identitas dan otoritas guru di era digital. Guru tidak hanya memperoleh legitimasi melalui institusi pendidikan, tetapi juga melalui popularitas dan interaksi di media sosial. Kehadiran TikTok sebagai ruang komunikasi digital membuat profesi guru mengalami perubahan ke arah yang lebih terbuka, fleksibel, dan interaktif. Di sisi lain, media sosial turut mendorong terjadinya komodifikasi profesi guru karena pengalaman personal, aktivitas pembelajaran, dan kehidupan sehari-hari guru menjadi bagian dari konsumsi konten digital publik. Penelitian ini memperlihatkan bahwa media sosial memiliki pengaruh besar terhadap cara profesi guru direpresentasikan dan dipahami dalam masyarakat digital. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi dalam memahami perkembangan komunikasi pendidikan di era media sosial, khususnya terkait transformasi identitas guru dalam budaya digital. Penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian dengan jumlah data yang lebih luas, platform media sosial yang berbeda, atau pendekatan analisis lain agar diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai praktik komunikasi digital dalam dunia pendidikan.

Reference

- Abidin, C. (2021). Mapping Internet Celebrity On Tiktok: Exploring Attention Economies And Visibility Labours. *Cultural Science Journal*. <https://journals.culture-communication.unimelb.edu.au/csj/article/view/>
- Abidin, C., & Ots, M. (2022). Influencers And Digital Culture. *Social Media And Society*. <https://journals.sagepub.com/home/sms>
- Afrizans, D. E., & Majid, N. (2023). Analysis Of Language Strategies In The Digital Promotion Of The Mulyosari Group Through Instagram Media. <https://doi.org/10.55927/ijabm.v2i6.7147>
- Audrezet, A., Kerviler, G. De, & Moulard, J. G. (2020). Authenticity Under Threat: When Social Media Influencers Need To Go Beyond Self-Presentation. *Journal Of Business Research*, 117, 557–569. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.07.008>
- Bini, G. (2025). The Mathematical Network: Exploring Cultural And Epistemological Dimensions Of Leveraging Social Media In Mathematics Education. In Springer. https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-82837-9_7
- Bucher, T. (2022). *If...Then: Algorithmic Power And Politics*. Oxford University Press. <https://global.oup.com/academic/product/iftthen-9780190493028>
- Carpenter, J. P., & Shelton, C. C. (2023). The Education Influencer: A New Player In The Educator Professional Landscape. *Journal Of Research On Technology In Education*. <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15391523.2022.2030267>
- Conde-Caballero, D., & Castillo-Sarmiento, C. A. (2024). Microlearning Through Tiktok In Higher Education: An Evaluation Of Uses And Potentials. *Education And Information Technologies*. <https://link.springer.com/article/10.1007/S10639-023-11904-4>
- Cover, R., & Doak, S. (2015). Identity Offline And Online (Pp. 547–553). <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-097086-8.95078-5>
- Creswell, J. W. (2009). *Research Design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Sage.
- Fauziah, A., & Pratolo, B. W. (2025). Students' Views Of Tiktok As English Language Learning Resource: A Qualitative Approach. *IDEAS: Journal On English Language Teaching And Learning*. <http://ejournal.iainpalopo.ac.id/index.php/ideas/article/view/5387>
- Fuchs, C. (2021). *Social Media: A Critical Introduction* (3rd Ed.). Sage Publications. <https://uk.sagepub.com/en-gb/eur/social-media/book268307>
- Greenhow, C., & Chapman, A. (2023). Social Distancing Meet Social Media: Digital Pedagogy In Education. *Educational Researcher*. <https://journals.sagepub.com/home/edr>
- Kasperuniene, J., & Zydziunaite, V. (2019). A Systematic Literature Review On Professional Identity Construction In Social Media. *SAGE Open*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/2158244019828847>
- Khamis, S., Ang, L., & Welling, R. (2021). Self-Branding, Micro-Celebrity And The Rise Of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*. <https://www.tandfonline.com/journals/rce120>
- Klug, D., Qin, Y., Evans, M. C., & Kaufman, G. (2021). Trick And Please: A Mixed-Method Study On User Assumptions About The Tiktok Algorithm. 84–92. <https://doi.org/10.1145/3447535.3462512>
- Lupton, D. (2022). *Digital Sociology* (2nd Ed.). Routledge. <https://www.routledge.com/Digital-Sociology/Lupton/P/book/9780367670894>
- Marwick, A. (2021). *Status Update: Celebrity, Publicity, And Branding In The Social Media Age*. Yale University Press. <https://yalebooks.yale.edu/book/9780300176728/status-update/>
- Nguyen, H., & Diederich, M. (2023). Facilitating Knowledge Construction In Informal Learning: A Study Of Tiktok Scientific, Educational

DOI: <https://doi.org/10.69693/ijmst.v4i2.9270>

Lisensi: Creative Commons Attribution 4.0 International (CC BY 4.0)

- Videos. Computers & Education. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0360131523001732>
- Omar, B., & Dequan, W. (2021). Watch, Share Or Create: The Influence Of Personality Traits And User Motivation On Tiktok Mobile Video Usage. *International Journal Of Interactive Mobile Technologies*, 14(4). <https://online-journals.org/index.php/i-jim/article/view/12429>
- Pasquini, L. A., & Eaton, P. W. (2021). Being/Becoming Professional Online: Wayfinding Through Networked Practices And Digital Experiences. *New Media & Society*. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/1461444820902449>
- Social, W. A., & Meltwater. (2024). Digital 2024 Global Overview Report. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-global-overview-report>
- Trust, T., & Whalen, J. (2021). Should Teachers Be Trained In Emergency Remote Teaching? Lessons Learned From The COVID-19 Pandemic. *Journal Of Technology And Teacher Education*. <https://www.learnedtechlib.org/p/215995/>
- Van Dijk, T. A. (2016). *Critical Discourse Studies: A Sociocognitive Approach*. <https://discourses.org/oldarticles/critical-discourse-studies.pdf>
- Xu, H., Weninger, C., & Chen, D.-T. V. (2024). Microcelebrities' Identity Construction On Social Media: A Systematic Review And Synthesis. *European Journal Of Cultural Studies*. <https://doi.org/10.1177/13675494241246077>
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending The Internet Meme: Conceptualizing Technological Mimesis And Imitation Publics On Tiktok. *New Media & Society*. <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/1461444820983603>