

Strategi Komunikasi Konten Kreator Edsa Estella di TikTok

Christina¹, Sisca Aulia^{2*}

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: christina.915210067@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: siscaa@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 25-11-2024, revisi tanggal : 20-12-2024, diterima untuk diterbitkan tanggal : 15-02-2025

Abstract

TikTok has become one of the most popular informative social media applications in the digital era, encompassing various aspects of life, including health. Edsa Estella, a content creator on TikTok, provides her audience with educational and inspiring content about healthy lifestyles. This study employs a qualitative method to analyze data, with data collection techniques conducted through observation of the TikTok account @edsaestella and in-depth interviews. The findings reveal that Edsa's content covers various aspects of a healthy lifestyle, including exercise, nutrition, diet, and mental health, emphasizing the importance of self-love. Her content is dominated by motivational themes that aim to encourage a healthy lifestyle, presenting information in an engaging and easily digestible manner for her audience. Through an inspiring and motivational approach, Edsa Estella's content successfully encourages her audience to adopt healthy lifestyles by utilizing compelling storytelling, appealing visuals, and trending music. The @edsaestella account also optimizes factors that enhance a strong connection with its audience. This study aims to provide deeper insights into the role of content creators as information disseminators, social media as a medium for distribution, and healthy living as an increasingly popular positive trend.

Keywords: communication strategy, content creator, TikTok

Abstrak

TikTok menjadi salah satu aplikasi media sosial informatif terpopuler di era digital ini, yang berisikan berbagai macam aspek kehidupan, termasuk kesehatan. Edsa Estella, seorang kreator konten di TikTok, menyajikan informasi mengenai gaya hidup sehat melalui konten yang mengedukasi dan menginspirasi kepada audiensnya. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis data dengan teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui observasi terhadap akun TikTok @edsaestella dan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten yang diproduksi Edsa mencakup berbagai aspek gaya hidup sehat, mulai dari olahraga, nutrisi, dan pola makan, hingga kesehatan mental yang menggarisbawahi pentingnya mencintai diri sendiri (*self-love*). Edsa mendominasi tema kontennya dengan motivasi untuk menjalani hidup sehat, menghadirkan informasi yang menarik dan mudah dipahami oleh audiensnya. Melalui pendekatan yang inspiratif dan penuh motivasi, konten yang dibuat Edsa Estella mampu menginspirasi audiens untuk menjalani gaya hidup sehat dengan memperhatikan daya tarik bercerita, visual, dan penggunaan tren musik. Akun @edsaestella juga mengoptimalkan faktor yang dapat mendukung hubungan kuat dengan audiensnya. Penelitian ini bertujuan untuk memberikan wawasan lebih lanjut mengenai peran konten kreator sebagai penyampai informasi, media sosial sebagai sarana penyebaran, dan gaya hidup sehat sebagai tren positif yang semakin berkembang.

Kata Kunci: konten kreator, strategi komunikasi, TikTok

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan kemajuan zaman memiliki dampak besar terhadap berbagai aspek kehidupan manusia, salah satunya adalah komunikasi. Dengan adanya revolusi dan evolusi, media komunikasi dapat dilakukan dari jangkauan dekat ataupun jauh. Perubahan ini membawa komunikasi menjadi lebih kompleks ditandai dengan terjadinya komunikasi dua arah yang memungkinkan orang berinteraksi tanpa batasan jarak, memudahkan mereka untuk tetap terhubung baik dengan teman, keluarga, maupun jaringan profesional. Namun, Media sosial juga memerlukan dukungan akses internet yang dapat digunakan oleh semua kalangan dengan perangkat dan koneksi yang memadai. Dalam hasil survei oleh Kominfo (2024), sebanyak 79,5% populasi di Indonesia telah menggunakan internet. Hal ini menegaskan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia sangat tinggi dan terus meningkat seiring kemajuan teknologi.

Media sosial sangat bervariasi yang terealisasi dalam *platform* dan aplikasi, namun data *We Are Social* pada Januari 2024 menunjukkan bahwa pengguna aktif TikTok di Indonesia telah mencapai 126,83 juta sehingga TikTok menjadi salah satu aplikasi media sosial yang sangat populer di era ini. Peningkatan aplikasi TikTok ini didasarkan pada keberhasilan media dalam menarik perhatian audiens karena fitur unik yang variatif dengan video singkat, mudah diakses, cepat diikuti, dan memiliki daya tarik visual yang tinggi (Setianawati, 2023).

Popularitas TikTok meningkat karena tidak hanya memberikan hiburan tetapi juga menyajikan informasi secara menarik, ringkas, dan padat melalui fitur konten yang inovatif (P. dkk Pardianti, 2022). TikTok juga membuka peluang bagi para pengguna untuk memanfaatkan *platform* ini sebagai lahan pekerjaan atau sumber penghasilan baru, yaitu dengan menjadi konten kreator. Konten kreator merupakan orang yang secara aktif memproduksi dan menyebarkan konten di media sosial untuk memenuhi kebutuhan informasi atau hiburan publik, sering kali dengan pendekatan kreatif yang mampu menarik perhatian audiens (Sekar, 2020).

Profesi konten kreator ini semakin berkembang diberbagai aspek kehidupan dengan variasi konten yang beragam, salah satunya kesehatan. Konten kreator kesehatan merupakan orang yang konsisten dalam pembuatan video konten mengenai praktik kesehatan, membahas berbagai aspek yang dapat menunjang hidup sehat, mulai dari pola makan, olahraga, hingga tips kesejahteraan mental (Wakid & Roseline Andi, 2024).

Aspek kesehatan menjadi daya tarik banyak orang karena kesehatan merupakan kebutuhan mendasar yang diinginkan oleh semua orang. Setiap individu memiliki keinginan untuk menjalani hidup yang sehat, dan media sosial menyediakan banyak sumber inspirasi, informasi, dan edukasi untuk mencapai tujuan tersebut. Faktor internal, seperti niat dan komitmen diri, serta faktor eksternal, seperti motivasi yang diperoleh dari lingkungan atau media sosial, dapat membantu seseorang dalam menjalani gaya hidup sehat (Sekar, 2020).

Salah satu konten kreator TikTok yang aktif dalam menyajikan konten gaya hidup sehat dikenal dengan nama Edsa Estella. Edsa adalah seorang konten kreator muda dengan komitmen besar menjalani hidup sehat sembari membagikan perjalanannya menuju kesehatan fisik dan mental. Dengan 364,4 ribu pengikut di TikTok dan 38,4 ribu pengikut di Instagram, Edsa secara konsisten berbagi pengalaman serta tips hidup sehat, mulai dari pola makan, jenis olahraga yang dilakukan, hingga motivasi untuk mencintai diri sendiri. Dalam akun TikTok

@edsaestella, ia menyampaikan bahwa menjalani hidup sehat tidak sulit atau mahal, tetapi bisa dilakukan dengan cara yang sederhana dan harus konsisten. Selain itu, Edsa juga merupakan *Brand Ambassador* dari *Muscle First*, sebuah merek suplemen dan produk kesehatan yang mendukung kebutuhan nutrisi dan olahraga. Hal ini membuat Edsa Estella lebih terverifikasi bahwa Beliau adalah seorang konten kreator kesehatan.

Konten yang dibuat Edsa dengan fokus pentingnya *self-love* melalui olahraga dan gaya hidup yang sehat untuk menjadi inspirasi bagi banyak pengikutnya. Konten yang disajikan tidak hanya memberikan informasi tetapi juga mengandung elemen hiburan yang membuatnya lebih mudah diterima dan menarik perhatian banyak orang. Konten Edsa mencerminkan perjalanan pribadi yang ia jalani dalam membangun komitmen terhadap kesehatan dan konten ini menarik perhatian publik serta menghasilkan berbagai tanggapan dan interaksi di kolom komentar.

Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis terhadap strategi komunikasi konten Edsa Estella di *platform* TikTok dengan teori media sosial, khususnya terkait gaya hidup sehat. Analisis ini meliputi proses pembuatan konten, penyusunan informasi, cara penyampaian, serta dampaknya terhadap audiens, terutama dari segi respon publik yang dapat terlihat melalui kolom komentar dan interaksib di TikTok. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan lebih mendalam mengenai strategi komunikasi yang digunakan Edsa Estella dalam pembuatan konten gaya hidup sehat di TikTok serta pengaruhnya terhadap audiens yang mengonsumsi konten tersebut.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan fokus pada analisis strategi komunikasi konten kesehatan Edsa Estella di TikTok. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk menggali informasi dengan mendalam serta menafsirkan data berdasarkan perspektif dan pengalaman subjek penelitian (Abubakar, 2021). Metode ini sangat sesuai untuk mengamati konten digital dan gaya hidup sehat yang dibagikan melalui akun @edsaestella di TikTok dengan eksplorasi karakteristik media sosial (Yuzmanizar, 2020).

Melalui metode kualitatif, peneliti mengumpulkan data yang relevan untuk memahami subjek penelitian menyajikan konten gaya hidup sehat di TikTok dengan memfokuskan pada tahap perencanaan konten, struktur konten, serta dampaknya terhadap audiens berdasarkan teori media sosial yang difokuskan pada karakteristik media sosial.

Proses penelitian melibatkan pengumpulan informasi, pengelolaan data, serta analisis mendalam dengan data primer yang terdiri atas; metode wawancara dan observasi. Metode ini dilakukan untuk memperoleh informasi terkait subjek penelitian dan diterapkan juga kepada beberapa narasumber karena metode yang digunakan melibatkan dialog dua arah yang komunikatif baik secara tatap muka ataupun melalui jaringan untuk mendapatkan informasi yang lebih rinci dan autentik. Dengan data sekunder, peneliti menggunakan sumber yang berasal dari studi pustaka yang relevan dan dokumentasi untuk validasi kebenaran data (M. T. dkk Saefuddin, 2023).

Teknik pengolahan dan analisis data pada penelitian ini dilakukan secara sistematis untuk memastikan data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian. Dengan teknik reduksi data dan display data, informasi yang didapat disaring dan disederhanakan sesuai dengan penelitian untuk memudahkan proses analisis. Selanjutnya, analisis isi digunakan untuk menginterpretasikan makna simbol dan

pesan dalam konten Edsa Estella, sehingga diperoleh pemahaman mendalam tentang gaya komunikasi dan pesan yang disampaikan. Proses ini diakhiri dengan penarikan kesimpulan dan verifikasi, memastikan hasil analisis konsisten dan dapat dipertanggungjawabkan (Hasanah, 2016).

Teknik Keabsahan data pada penelitian ini menggunakan teknik triangulasi untuk memastikan validitas dan keabsahan data yang dikumpulkan, dengan memanfaatkan berbagai pendekatan untuk memvalidasi informasi. Triangulasi sumber dilakukan dengan mengumpulkan data dari berbagai sumber, termasuk wawancara langsung triangulator dan narasumber lainnya, hasil observasi, serta dokumentasi terkait aktivitasnya. Hal ini bertujuan untuk memeriksa konsistensi informasi dari berbagai sudut pandang sehingga data yang diperoleh lebih akurat (Augina, 2020).

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Hasil penelitian dalam strategi komunikasi yang digunakan oleh Edsa Estella sebagai seorang konten kreator kesehatan di TikTok dengan akun @edsaestella serta narasumber yang terlibat, antara lain:

Strategi Komunikasi Konten Kesehatan di Akun TikTok @edsaestella

Kemajuan teknologi menghadirkan berbagai media baru, termasuk TikTok, yang menjadi *platform* bagi banyak orang untuk menciptakan konten kreatif dengan beragam tema. TikTok memberikan ruang bagi para kreator untuk mengeksplorasi konsep dan strategi konten mereka, termasuk dalam bidang kesehatan. Edsa Estella, salah satu konten kreator di TikTok, menggunakan *platform* ini untuk membagikan perjalanan gaya hidup sehat sambil mengedukasi pengikutnya tentang *self-love* dan kesehatan.

Gambar 1. Konten Kesehatan Edsa Estella



Sumber: Dokumentasi Peneliti, November 2024

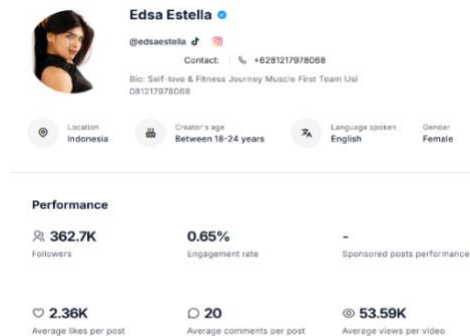
Dengan interaksi yang konsisten dan respons audiens yang positif, Edsa mampu membangun hubungan yang erat dengan pengikutnya, meskipun beberapa konten menuai pro dan kontra (Azizah, 2023). Edsa mengakui bahwa tidak semua orang menyukai kontennya, namun ia tetap fokus pada pesan positif. Strategi Edsa dalam memanfaatkan algoritma TikTok, ia memahami pentingnya tiga detik pertama dalam video untuk menarik perhatian penonton, penggunaan *caption* yang relevan, serta konsistensi waktu unggahan.

Akun TikTok @edsaestella

Akun @edsaestella telah diverifikasi oleh TikTok dengan pengikut lebih dari 362.7 ribu. Data dari aplikasi *Insightio* menunjukkan rata-rata 53.59 ribu penonton per

video dengan *engagement rate* 0,65%. Audiensnya mayoritas perempuan (76,1%) berusia 18-24 tahun.

Gambar 2. Akun TikTok @edsaestella



Sumber: Insightio, November 2024

Analisis konten gaya hidup sehat dari akun @edsaestella menggunakan aplikasi *Insightio* menunjukkan adanya penurunan jumlah pengikut sejak Agustus hingga November 2024. Saat ini, akun tersebut memiliki 362.700 pengikut dengan rata-rata 2.360 suka per video, jumlah penonton rata-rata 53.590, dan tingkat *engagement* sebesar 0,65%. Strategi komunikasi yang digunakan oleh Edsa Estella dalam pembuatan konten memenuhi lima karakteristik media sosial (Yuzmanizar, 2020), yaitu:

1) Partisipasi

Edsa Estella aktif sebagai konten kreator diberbagai *platform*, terutama TikTok. Sejak 2021, ia mulai membuat konten tanpa konsep spesifik terkait kesehatan, seperti *fitness*, masakan sehat, nutrisi, motivasi olahraga, dan tren terkini. Bentuk partisipasi Edsa Estella di TikTok signifikan karena ia mengubah standar kecantikan dan membuat olahraga terasa lebih menyenangkan melalui kontennya. Respon audiens terhadap kontennya melibatkan pro dan kontra, termasuk permintaan saran untuk menjaga konsistensi perubahan tubuh.

2) Keterbukaan

Sebagai konten kreator, Edsa Estella menghadapi pro dan kontra dari publik. Ia menunjukkan keterbukaan dalam menerima kritik dan saran, menjadikannya bahan evaluasi untuk terus berkembang tanpa kehilangan ciri khas. Awalnya, ia tidak sepenuhnya menunjukkan jati dirinya di media sosial, tetapi dalam setahun, ia mulai lebih autentik. Perjalanan Edsa Estella juga menuai kontroversi terkait perubahan tubuhnya, tetapi ia tetap konsisten dan menjadikan kritik sebagai motivasi untuk terus berkarya. Menurut Elsa, “Konten Edsa Estella sangat inspiratif dan memotivasi perubahan untuk memulai kehidupan yang sehat adalah hal yang penting.” (Wawancara 14 November 2024).

3) Interaksi Percakapan

Fitur TikTok memungkinkan interaksi dua arah antara kreator dan audiens melalui kolom komentar. Edsa Estella aktif merespon komentar dengan balasan berupa teks atau video yang dapat menjadi konten tambahan. Ia juga menggunakan *likes* untuk menunjukkan apresiasi, yang menjadi indikator *engagement*. “Interaksi dengan penonton TikTok menjadi pendukung untuk akun @edsaestella karena Edsa kemungkinan bisa mendapatkan hal dan

konsep baru untuk dijadikan konten.” Menurut Melvin dalam wawancara (15 November 2024).

4) Komunitas

Edsa Estella membangun komunitas melalui konsistensi dalam tema kontennya, seperti fitness, *self-love*, nutrisi, dan gaming. Ia menciptakan loyalitas pengikut dengan menjadwalkan konten secara teratur dan memberikan motivasi melalui slogan “Team No Excuse!” yang mendorong semangat untuk terus mencoba meski gagal. Selain itu, komunitas yang diminiliki Edsa Estella juga menjadi brand ambassador Muscle First, ia juga mempromosikan gaya hidup sehat melalui kontennya. Menurut Melvin, “Seorang konten kreator perlu memiliki nilai jual terhadap dirinya ataupun produk yang menjalin kerjasama dengan harapan kreator tersebut dapat mempromosikan sebuah produk dan mendapatkan keuntungan.” (Wawancara 15 November 2024).

5) Konektivitas

Konektivitas adalah aspek penting dalam pembuatan konten di TikTok. Edsa memanfaatkan algoritma TikTok untuk memperluas jangkauan konten melalui *For You Page* (FYP). Ia memahami pentingnya waktu unggah (*primetime*) untuk meningkatkan *engagement*, biasanya antara pukul 18.00-20.00. Selain itu, ia menggunakan teks, *caption*, dan *hashtag* yang relevan untuk meningkatkan visibilitas konten. Teknologi AI TikTok juga membantu Edsa dalam merancang konten agar tetap relevan dan menarik bagi audiens. “Untuk menemukan konten Edsa estella tidak sulit karena selalu melewati Fyp ku ataupun ada notifikasi dari lonceng TikTok.” Menurut Josephine dalam wawancara (14 November 2024).

Strategi Komunikasi Perencanaan, Pengorganisasian, Pengarahan, dan Evaluasi

Strategi interaksi yang diterapkan Edsa melibatkan tanggapan aktif terhadap komentar dan pertanyaan pengikutnya yang membantu membangun kedekatan emosional. Audiens merasa bahwa mereka tidak hanya sekadar menonton, tetapi juga dilibatkan dalam perjalanan Edsa menuju gaya hidup sehat (Menurut Elsa dan Josephine sebagai pengikut akun TikTok @edsaestella). Berbagi pengalaman pribadi, seperti perubahan tubuh dan tantangan *fitness*, memberikan nilai tambah pada kontennya. Hal ini menciptakan citra autentik dan mendorong audiens untuk mendukung serta mengikuti kontennya.

Edsa menggunakan berbagai strategi untuk memaksimalkan jangkauan konten, yaitu; *Hook* dalam 3 detik pertama dapat menjadi daya tarik perhatian penonton di awal video, Penggunaan *Caption* dan Teks mempengaruhi algoritma TikTok memahami konteks video, konsistensi waktu unggahan untuk meningkatkan *engagement* (*Primetime*), dan menyesuaikan preferensi pengguna TikTok yang lebih menyukai video singkat.

Akun TikTok Edsa Estella tidak hanya berfungsi sebagai media edukasi, tetapi juga sebagai *platform* komunitas yang suportif. Audiens merasa didukung dan termotivasi oleh pesan-pesan positif yang disampaikan Edsa. Dengan konten yang mengedepankan *self-love*, Edsa menciptakan ruang aman bagi pengikutnya untuk berbagi pengalaman pribadi. Hal ini memperkuat loyalitas audiens dan mendukung pertumbuhan akun secara berkelanjutan. Pesan inspiratif Edsa, “Kalau kamu mau, pasti kamu bisa! Karena Tuhan nggak mungkin kasih keinginan tanpa jalannya.”

4. Simpulan

Akun TikTok @edsaestella berhasil memanfaatkan TikTok sebagai *platform* untuk menyebarkan pesan gaya hidup sehat kepada audiensnya. Pemanfaatan ini sejalan dengan lima karakteristik media sosial, yaitu partisipasi, keterbukaan, interaksi percakapan, komunitas, dan konektivitas. Edsa secara aktif mengintegrasikan karakteristik ini dalam pengelolaan kontennya.

Karakteristik partisipasi terlihat dari cara Edsa mendorong audiens untuk tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga berpartisipasi melalui kolom komentar, memberikan tanggapan, dan bahkan berbagi pengalaman pribadi. Partisipasi ini semakin diperkuat dengan elemen keterbukaan, Edsa secara transparan membagikan cerita pribadinya mengenai perjalanan diet dan rutinitas olahraga. Pendekatan ini menciptakan hubungan emosional yang erat dengan audiens, sehingga mereka merasa lebih terhubung dengan Edsa dan pesan yang ia sampaikan.

Interaksi percakapan menjadi elemen yang sangat penting dalam membangun hubungan yang lebih dekat antara Edsa dan audiensnya. Dengan aktif membalas komentar, merespons pertanyaan, dan memanfaatkan fitur-fitur seperti *live streaming* dan sesi *Q&A*, Edsa menciptakan dialog yang hangat dan akrab dengan pengikutnya. Hal ini tidak hanya meningkatkan tingkat *engagement*, tetapi juga memperkuat kepercayaan audiens terhadap pesan yang disampaikan. Interaksi yang konsisten ini menjadikan konten yang dibuat lebih relevan dan bermakna karena audiens merasa dilibatkan secara langsung dalam percakapan dan proses berbagi informasi.

Karakteristik komunitas juga terlihat dalam pengelolaan akun ini. Edsa berhasil menciptakan sebuah komunitas yang berfokus pada gaya hidup sehat, audiens saling mendukung dan berbagi pengalaman melalui kolom komentar atau diskusi yang muncul dari konten yang ia unggah. Konektivitas yang dibangun melalui komunitas ini meningkatkan peran akun @edsaestella sebagai penghubung bagi audiens yang memiliki ketertarikan terhadap gaya hidup sehat.

Dengan mengintegrasikan kelima karakteristik media sosial, yaitu: partisipasi, keterbukaan, interaksi percakapan, komunitas, dan konektivitas akun @edsaestella menunjukkan pendekatan komunikasi strategis dalam pengelolaan konten dapat menyampaikan pesan gaya hidup sehat kepada audiens TikTok. Keberhasilan ini menunjukkan potensi besar media sosial sebagai *platform* untuk membangun komunikasi yang autentik, bermakna, dan relevan, serta untuk memengaruhi audiens secara positif dalam adopsi gaya hidup yang lebih sehat.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, dan seluruh pihak yang telah mendukung penelitian ini.

6. Daftar Pustaka

Abubakar, H. R. (2021). *Pengantar Metodologi Penelitian*. <https://digilib.uin-suka.ac.id/id/eprint/42716/1/PENGANTAR%20METODOLOGI%20PENELITIAN.pdf>

- Augina, A. (2020). Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data pada Penelitian Kualitatif di Bidang Kesehatan Masyarakat. In *Jurnal Ilmiah Kesehatan Masyarakat* (Vol. 12).
- Hasanah, H. (2016). *Teknik- Teknik Observasi (Sebuah Alternatif Metode Pengumpulan Data Kualitatif Ilmu-ilmu Sosial)*.
- Sekar, M. dkk. (2020). *Persepsi Khalayak pada Tayangan Konten Gaya Hidup Sehat oleh Influencer*.
- Pardianti, P. dkk. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2.
- Azizah, R. dkk. (2023). Dampak Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja Perempuan. *Student Scientific Creativity Journal*, 1(4), 399–414. <https://doi.org/10.55606/sscj-amik.v1i4.1681>
- Saefuddin, M. T. dkk. (2023). *Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif Dan Kualitatif Pada Metode Penelitian*.
- Setianawati, L. (2023). *Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Remaja Terhadap Adab Dan Perilaku Kepada Orang Tua* (Vol. 2, Issue 3). <http://jurnal.anfa.co.id/index.php/seroja>
- Wakid, F., & Roseline Andi, V. (2024). *Analisis Konten Dan Dampak Video Hotto Di Youtube Terhadap Transformasi Gaya Hidup Sehat*. <https://doi.org/10.36418/syntax>
- Yuzmanizar, Y. dkk. (2020). *Analisis Karakteristik Penggunaan Media Sosial Pada Dinas Komunikasi Dan Informatika Kota Makassar*.