



**STRATEGI PENGELOLAAN KONTEN EDUKASI
PADA AKUN TIKTOK @BERTUSTUSTUS
DALAM MENINGKATKAN *BRAND AWARENESS*
(PERIODE PENELITIAN AGUSTUS 2020 SAMPAI SEPTEMBER 2021)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana

Strata I (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Digital Communication*

Disusun oleh:

Ardiyasa Noviansah

44518010027

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ardiyasa Noviansah
NIM : 44518010027
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul : Strategi Pengelolaan Konten Edukasi Pada Akun TikTok @bertustustus Dalam Meningkatkan Brand Awareness (Periode Penelitian Agustus 2020 Sampai September 2021) adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 3 Februari 2022

Yang membuat pernyataan,



(Ardiyasa Noviansah)

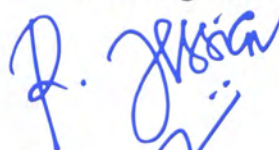
Mengetahui,

Pembimbing



(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)

Ketua Bidang Studi



(Rika Jessica, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Ardiyasa Noviansah
NIM : 44518010027
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication
Judul : Strategi Pengelolaan Konten Edukasi Pada Akun TikTok
@bertustustus Dalam Meningkatkan Brand Awareness
(Periode Penelitian Agustus 2020 Sampai September 2021)



Jakarta, 3 Februari 2022

Mengetahui,
Pembimbing

(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Ardiyasa Noviansah
NIM : 44518010027
Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication
Judul : Strategi Pengelolaan Konten Edukasi Pada Akun TikTok
@bertustustus Dalam Meningkatkan Brand Awareness
(Periode Penelitian Agustus 2020 Sampai September 2021)

Jakarta, 3 Februari 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang : Rika Jessica, M.Ikom (.....)

Penguji Ahli : Sofia Aunul, M.Si (.....)

Pembimbing : Siti Muslichatul Mahmudah,
M.Ikom (.....)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Strategi Pengelolaan Konten Edukasi Pada Akun TikTok
@bertustustus Dalam Meningkatkan Brand Awareness
(Periode Penelitian Agustus 2020 Sampai September 2021)

Nama : Ardiyasa Noviansah

NIM : 44518010027

Fakultas : Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 3 Februari 2022

Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Digital
Communication

Pembimbing

(Rika Jessica, M.Ikom)

(Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi *Digital Communication*
Ardiyasa Noviansah
44518010027

Strategi Pengelolaan Konten Edukasi Pada Akun TikTok @bertustustus Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Periode Penelitian Agustus 2020 Sampai September 2021)
Bibliografi:

ABSTRAK

TikTok adalah salah satu media sosial paling populer di Indonesia dan terlihat dari jumlah unduhan aplikasi TikTok yang sangat tinggi. Diantara kategori konten pada TikTok, Staff TikTok mengemukakan Konten Edukasi adalah salah satu kategori paling populer. Salah satu akun TikTok yang aktif membagikan konten edukasi terutama edukasi *gadget* adalah @bertustustus. Akun TikTok @bertustustus juga sering memenangkan kompetisi konten edukasi dari TikTok Indonesia. Akun TikTok @bertustustus juga terkenal dengan keaktifan dan spesialisasinya dalam konten edukasi *gadget*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Strategi Pengelolaan Konten Edukasi Pada Akun TikTok @bertustustus Dalam Meningkatkan *Brand Awareness*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Konsep 4C dalam Pengoperasian Media Sosial milik Chris Heuer yang terdiri dari elemen *context, communication, collaboration, dan connection*. Kemudian Teori Strategi Komunikasi Pemasaran Efektif milik Mahmud Machfoedz yang terdiri dari elemen strategi pesan dan strategi media.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Penelitian ini adalah penelitian Kualitatif dengan metode Studi Kasus. Subjek penelitian ini adalah pemilik akun TikTok @bertustustus yang bertindak sebagai *key informant* dan lima orang pengikutnya sebagai informan.

Hasil dari Penelitian ini menunjukkan bahwa Akun TikTok @bertustustus memiliki strategi dalam penentuan ide konten dari pengalaman pribadi atau komentar di video TikTok, pengemasan konten seperti teknik *shooting* dan *editing* menggunakan 3 *app*, proses *mirroring* ke media sosial lain dan juga pemeliharaan hubungan dengan pengikutnya seperti rutin melakukan *posting* dan berinteraksi langsung dengan pengikutnya yang dapat meningkatkan *Brand Awareness* dari @bertustustus.

Kata Kunci: Strategi, Pengelolaan Konten, Konten Edukasi, TikTok,
Brand Awareness



Universitas Mercu Buana
Faculty of Communication Sciences
Major of Digital Communication
Ardiyasa Noviansah
44518010027

Education Content Management Strategy of @bertustustus TikTok Account In Order To Increase Brand Awareness (Research Period From August 2020 Until September 2021)
Bibliography:

ABSTRACT

TikTok is one of the most popular social media in Indonesia and can be seen from the very high number of downloads. Among the content categories on TikTok, TikTok staff stated that Educational Content is one of the most popular categories. One of the TikTok accounts that is actively sharing educational content, especially gadgets, is @bertustustus. The TikTok account @bertustustus also often wins educational content competitions from TikTok Indonesia. The TikTok account @bertustustus is also famous for its activeness and specialization in gadget education content. This study aims to determine the Educational Content Management Strategy on the @bertustustus TikTok Account in Increasing Brand Awareness.

The theory used in this research is the 4C Concept in Chris Heuer's Social Media Operation which consists of elements of context, communication, collaboration, and connection. Then Mahmud Machfoedz's Effective Marketing Communication Strategy Theory which consists of elements of message strategy and media strategy.

This research uses the constructivism paradigm. This research is a qualitative research with a case study method. The subject of this research is the owner of the TikTok account @bertustustus who acts as a key informant and five of his followers as informants.

The results of this study indicate that the TikTok account @bertustustus has a strategy in determining content ideas from personal experiences or comments on TikTok videos, packaging content such as shooting and editing using 3 apps, content mirroring to other social media and also maintaining relationships with followers like a posting routine and interact directly with followers which can increase Brand Awareness.

Keywords: *Strategy, Content Management, Educational Content, TikTok, Brand Awareness*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kita panjatkan kepada Allah SWT karena berkat Rahmat dan Hidayah-Nya lah penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi ini. Sholawat serta salam tak lupa kita haturkan kepada junjungan kita Rasulullah Muhammad SAW yang telah membawa kita dari zaman kebodohan menjadi zaman yang penuh dengan Ilmu Pengetahuan seperti sekarang ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Skripsi Kualitatif dengan Judul “Strategi Pengelolaan Konten Edukasi Pada Akun TikTok @bertustustus Dalam Meningkatkan *Brand Awareness* (Periode Penelitian Agustus 2020 Sampai September 2021)”.

Proposal Skripsi Kualitatif ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata satu (S1) Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta. Dalam proses penyusunan proposal ini, penulis mendapat dukungan dari banyak sekali pihak. Penulis menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar besarnya kepada pihak yang telah memberikan beribu dukungan, doa, semangat, serta membimbing dan membantu penulis dalam menyelesaikan tugas akhir kualitatif ini ini. Oleh karenanya, penyelenggara mengucapkan terimakasih yang sedalam-dalamnya kepada :

1. **Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, M.Ikom** selaku dosen pembimbing yang telah sabar membimbing dan memberikan masukan serta motivasi dan dukungan yang luar biasa dalam tugas akhir kualitatif ini,
2. **Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta,

3. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu buana Jakarta,
4. **Ibu Rika Yessica Rahma, M.Ikom** selaku Ketua Bidang Studi *Digital Communication* Universitas Mercu Buana Jakarta,
5. **Ibu Mardhiyyah, M.Ikom** selaku Sekretaris Bidang Studi *Digital Communication* Universitas Mercu Buana Jakarta,
6. **Seluruh dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta** yang telah memberikan ilmu yang sangat berharga,
7. **Semua Staff Tata Usaha Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta** yang telah membantu pengurusan dokumen syarat tugas akhir,
8. **Orang tua peneliti**, Dwiarko Prasetyawan dan Trienza Charyanti dan kakak peneliti, Rianda Oktafiansah yang telah senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan tanpa henti baik moril maupun materiil,
9. **Albertus Siswo Yulianto** sebagai *key informant* sekaligus rekan *content creator* di TikTok yang sudah bersedia untuk diangkat topik dalam Tugas Akhir Kualitatif ini,
10. **Kak Joerdy, Jeje, Kak Eric, Kak Clarissa, dan Kak Noviani** sebagai informan yang telah bersedia membantu menyediakan data untuk Tugas Akhir Kualitatif ini,
11. **Om Dendy, Mas Rifwan, Mas Rifki, dan Mas Wendy** selaku atasan dan rekan peneliti di kantor yang senantiasa mendukung dan juga selalu

memberikan keringanan dalam pekerjaan demi terselesainya Tugas Akhir Kualitatif ini,

12. Sahabat-sahabat penulis, Raini, Elviera, Anggia, Moza, Sheila, Gina, Moraina, Diana, kak Syifa, Namira, Seren, Dindey, Fadhil, Nada, Relly, Dinpiip, Salma, Risa, April, Yudis, Hamdy, dan masih banyak lagi yang tentunya memberikan dukungan yang sangat berharga bagi penulis.

Terimakasih juga penulis sampaikan kepada pihak-pihak lainnya, yang telah banyak membantu dalam menyelesaikan proposal skripsi. Melalui penelitian ini, diharapkan dapat memberikan sumbangsih ilmiah bagi ilmu komunikasi *Digital* dan juga bermanfaat bagi banyak pihak khususnya para *content creator* yang bergerak di bidang konten edukasi agar bisa memroduksi konten yang baik.



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ardiyasa Noviansah

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR TABEL.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Fokus Penelitian.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	17
2.1 Penelitian Terdahulu.....	17
2.2 Kajian Teoretis.....	23
2.2.1 Komunikasi <i>Digital</i>	23
2.2.2 Media <i>Digital</i>	26
2.2.3 Media Sosial.....	27
2.2.4 TikTok.....	30

2.2.5 Konten Pada TikTok.....	31
2.2.6 Strategi Pengelolaan Konten.....	33
2.2.7 <i>Brand Awareness</i>	38
BAB III METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian.....	41
3.3 Subyek Penelitian.....	43
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.5 Teknik Analisis Data.....	47
3.6 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	48
BABA IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	50
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	50
4.2 Pembahasan.....	52
4.2.1 Ide Konten dan Bentuk Konten Edukasi <i>Gadget</i> Pada Akun TikTok @bertustustus.....	53
4.2.2 Proses Komunikasi Pada Konten Edukasi <i>Gadget</i> di Akun TikTok @Bertustustus.....	60
4.2.3 Teknis dan Produksi Konten Edukasi Pada Akun TikTok @bertustustus.....	66
4.2.4 Kolaborasi Dengan <i>Content creator</i> Lainnya di TikTok.....	72
4.2.5 Pemeliharaan Hubungan Dengan Pengikut Yang	

Dilakukan Oleh Akun TikTok @bertustustus.....	77
4.2.6 Strategi Isi Informasi Pada Konten Edukasi <i>Gadget</i>	
Akun TikTok @bertustustus.....	84
4.2.7 Strategi Bentuk Kreatif Pesan Pada Konten Edukasi	
<i>Gadget</i> Akun TikTok @bertustustus.....	90
4.2.8 Strategi Pemilihan Media Penyebaran Informasi.....	97
4.2.9 Strategi Celah Target Audiens.....	102
4.2.10 <i>Brand Awareness</i> Akun TikTok @bertustustus.....	104
4.3 Pembahasan.....	110
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	162
5.1 Kesimpulan.....	162
5.2 Saran.....	163
5.2.1 Saran Akademis.....	164
5.2.2 Saran Praktis.....	164
DAFTAR PUSTAKA.....	166
LAMPIRAN.....	170

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Pengumuman Penyelenggaraan Lomba Konten Edukasi #MasterFoto di TikTok	5
Gambar 1.2	Akun TikTok @bertustustus.....	7
Gambar 1.3	Konten Edukasi di Akun TikTok @bertustustus.....	9
Gambar 1.4	Konten Edukasi Bertus di Akun Resmi TikTok Indonesia..	12
Gambar 2.1	Kategori Konten pada Aplikasi TikTok.....	32
Gambar 2.2	Komponen Strategi Komunikasi.....	37
Gambar 4.1	Logo Aplikasi TikTok.....	50
Gambar 4.2	Akun TikTok @bertustustus.....	51
Gambar 4.3	Feeds dan Salah Satu Video Edukasi <i>Gadget</i> Pada Akun TikTok @bertustustus.....	57
Gambar 4.4	Kolom Komentar Pada Akun TikTok @bertustustus.....	64
Gambar 4.5	Video Edukasi <i>Gadget</i> Pada Akun TikTok @bertustustus.	68
Gambar 4.6	<i>Caption</i> Video Edukasi <i>Gadget</i> Pada Akun TikTok @bertustustus.....	71
Gambar 4.7	Video Edukasi <i>Gadget</i> Kolaborasi Pada Akun TikTok @bertustustus.....	76
Gambar 4.8	Video Edukasi <i>Gadget</i> Pada Akun TikTok @bertustustus yang <i>diposting</i> pada tanggal 24 Juli 2021 sampai 28 Juli 2021.....	80

Gambar 4.9	Kolom Komentar Video Pada Akun TikTok @bertustustus.....	83
Gambar 4.10	Video Pada Akun TikTok @bertustustus.....	87
Gambar 4.11	Video Pada Akun TikTok @bertustustus.....	91
Gambar 4.12	Efek <i>Editing</i> Video Pada Akun TikTok @bertustustus.....	94
Gambar 4.13	Konten Edukasi <i>Gadget</i> Aplikasi PeduliLindungi.....	96
Gambar 4.14	Video <i>Reels</i> Pada Akun <i>Instagram</i> @bertustustus_.....	98
Gambar 4.15	Video <i>Reels</i> (Kiri) dan <i>Instagram Story</i> (Kanan) Pada Akun <i>Instagram</i> @bertustustus_.....	99
Gambar 4.16	Kolom Komentar Video TikTok Yang Terdapat Mention/Tag Kepada Akun TikTok @bertustustus.....	107
Gambar 4.17	Tahapan Strategi Pengelolaan Konten Edukasi Akun TikTok @bertustustus.....	111
Gambar 4.18	Ide dan Bentuk Konten Edukasi Akun TikTok @bertustustus.....	114
Gambar 4.19	Proses Komunikasi Pada Konten Edukasi Akun TikTok @bertustustus.....	118
Gambar 4.20	Kolaborasi Pada Produksi Konten Edukasi Akun TikTok @bertustustus.....	130
Gambar 4.21	Pemeliharaan Hubungan Dengan Audiens Pada Akun TikTok @bertustustus.....	134
Gambar 4.22	Strategi Isi Informasi Pada Akun TikTok @bertustustus...	141

Gambar 4.23 Strategi Bentuk Kreatif Pesan Pada Akun TikTok

@bertustustus..... 146



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	20
-----------	---------------------------	----

