



**PEMANFAATAN TREN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA
PENYEBARAN INFORMASI
(STUDI PADA PENGELOLAAN DAN ISI PADA AKUN
@KELASBAHASA.ID)**

SKRIPSI

Disusun sebagai Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana (S1) di Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Public Relations

Disusun oleh:

Maudy Azzahra Prameswari

44217010029

BIDANG STUDI PUBLIC RELATIONS

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2022



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Maudy Azzahra Prameswari

NIM : 44217010029

Bidang Studi : Public Relations

Alamat : GRBJ. Gardenia Loka F2/14, Kota Tangerang Selatan

No. HP : 081285884258

Dengan ini menyatakan bahwa hasil Tugas Akhir yang telah saya buat dengan judul **Pemanfaatan Tren Aplikasi Tiktok Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Pengelolaan dan Isi Pada Akun @kelasbahasa.id)** merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi pustaka yang didampingi oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya oleh pihak Universitas Mercu Buana. Tugas akhir tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari karya yang sudah ada, baik dipublikasikan maupun tidak, kecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumber informasinya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya.

Demikian pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar.

Jakarta, 17 Februari 2022

(Maudy Azzahra Prameswari)

Dosen Pembimbing

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Ketua Bidang Studi

(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Judul : **Pemanfaatan Tren Aplikasi Tiktok Sebagai Media
Penyebaran Informasi (Studi Pada Pengelolaan dan Isi
Pada Akun @kelasbahasa.id)**
Nama : Maudy Azzahra Prameswari
NIM : 44217010029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 17 Februari 2022

Mengetahui

Dosen Pembimbing

(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



**Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana**

LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Maudy Azzahra Prameswari
NIM : 44217010029
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Public Relations
Judul : **Pemanfaatan Tren Aplikasi Tiktok Sebagai Media
Penyebaran Informasi (Studi Pada Pengelolaan dan Isi
Pada Akun @kelasbahasa.id)**

Jakarta, 17 Februari 2022

Ketua Sidang,

Dr. Irmulan Sati T, M.Si

Penguji Ahli,

Siti Muslichatul M. M.lkom

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Dosen Pembimbing,

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : **Pemanfaatan Tren Aplikasi Tiktok Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Pengelolaan dan Isi Pada Akun @kelasbahasa.id)**

Nama : Maudy Azzahra Prameswari

NIM : 44217010029

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Jakarta, 17 Februari 2022
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Public Relations


Pembimbing


(Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom)


(Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Elly Yuliani, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan semua rahmatnya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul: **“PEMANFAATAN TREN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI (STUDI PADA AKUN @kelasbahasa.id)”**

Penulisan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi bidang studi *Public Relations* pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana Jakarta.

Ucapan terima kasih sebesar-besarnya peneliti sampaikan kepada:

1. Ibu Ida Anggraeni Ananda, M.Si dan Ibu Eka Perwitasari M.Ed selaku dosen pembimbing yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan dan penulisan skripsi.
2. Ibu Dr. Elly Yuliatwati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Ibu Suryaning Hayati, SE, MM, M.Ikom selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
5. Seluruh dosen – dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana terutama dosen-dosen jurusan Public Relations, terima kasih banyak atas bantuannya selama ini dalam membina dan memberikan ilmu pengetahuannya.
6. Ayahanda Ir. Hendy Soeroyo dan Ibunda Anita Fithria tercinta yang telah berjuang membesarkan dan mendukung akademik peneliti.
7. Kakak-kakakku, Mas Aldy, Dandy, Jody, Indra yang terus mendukung Maudy
8. Teman-teman yang menemani dan mendukung peneliti selama masa penyusunan skripsi: Assyfa Bitar, Aisyah Cahya L, dan Bagas Tri A.
9. Anggota-anggota Mercu Buana English Club (MBEC) yang memberikan semangat dan momen-momen berharga semasa kuliah.

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR LULUS SIDANG TUGAS AKHIR	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Fokus Penelitian	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Penelitian Terdahulu	9
2.2 Komunikasi	27
2.2.1 Pengertian Komunikasi	27
2.2.2 Tujuan Komunikasi	28
2.2.3 Fungsi Komunikasi	29
2.2.4 Komunikasi Virtual	30
2.3 Media Baru (<i>New Media</i>)	31
2.3.1 Karakteristik Media Baru	33

2.4 Media Sosial	34
2.5 Pemanfaatan Media Sosial	37
2.6 Informasi	38
2.7 Marketing Public Relations	39
2.8 Cyber Public Relations	41
BAB III	46
METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Paradigma Penelitian	46
3.2 Metode Penelitian	47
3.3 Subjek Penelitian	48
3.4 Teknik Pengumpulan Data	49
3.4.1 Data Primer	49
3.4.2 Data Sekunder	49
3.4 Teknik Analisis Data	50
3.5 Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data	52
BAB IV	53
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	53
4.1.1 TikTok	53
4.1.2 Fitur-fitur TikTok	54
4.1.3 Kelas Bahasa	57
4.1.4 Logo Kelas Bahasa	58
4.1.5 TikTok Kelas Bahasa @kelasbahasa.id	58
4.2 Hasil Penelitian	60
4.2.1 Konsep Marketing Public Relations Dan Cyber Public Relations Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok @kelasbahasa.id Oleh Kelas Bahasa	61
4.2.2 Media Sosial Tiktok Sebagai Sebuah Tren Masyarakat dan Media Penyebaran Informasi	83
4.3 Pembahasan	87

4.3.1 Konsep Marketing Public Relations Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok @kelasbahasa.id Oleh Kelas Bahasa	92
4.3.2 Konsep Cyber Public Relations Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok @kelasbahasa.id Oleh Kelas Bahasa	94
4.3.3 Media Sosial Tiktok Sebagai Sebuah Tren Masyarakat dan Media Penyebaran Informasi	105
BAB V	108
SIMPULAN DAN SARAN	108
5.1 Simpulan	108
5.2 Saran	111
DAFTAR PUSTAKA	ix
LAMPIRAN	xiv



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu 17



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Halaman Profile Akun @kelasbahasa.id.....	6
Gambar 4.1 Logo TikTok.....	53
Gambar 4.2 Tampilan Discover Pada Tiktok	56
Gambar 4.3 Tampilan Awal TikTok.....	57
Gambar 4.4 Logo Kelas Bahasa.....	58
Gambar 4.5 Tampilan Akun TikTok @kelasbahasa.id.....	59
Gambar 4.6 Konten Informasi Edukasi @kelasbahasa.id Yang Berkaitan Dengan Preferensi Target Audiens	68
Gambar 4.7 Konten Video Edukasi Bahasa Inggris Yang Diunggah @kelasbahasa.id	71
Gambar 4.8 Konten @kelasbahasa.id Yang Menggunakan Fitur Sound Populer dan Viral.	75
Gambar 4.9 Komentar Followers Pada Konten Yang Diunggah @kelasbahasa.id....	81
Gambar 4.10 Postingan @kelasbahasa.id Menggunakan Fitur Hashtag dan Fitur Sound.	99
Gambar 4.11 Demografi Pengguna Tiktok di Indonesia	100
Gambar 4.12 Respon Audiens Terhadap Konten Yang Diunggah Kelasbahasa.id..	103
Gambar 4.13 Komentar Followers Yang Merasa Bimbang.....	104
Gambar 4.14 Komentar Audiens Pada Postingan @kelasbahasa.id Yang Berdiskusi.	104