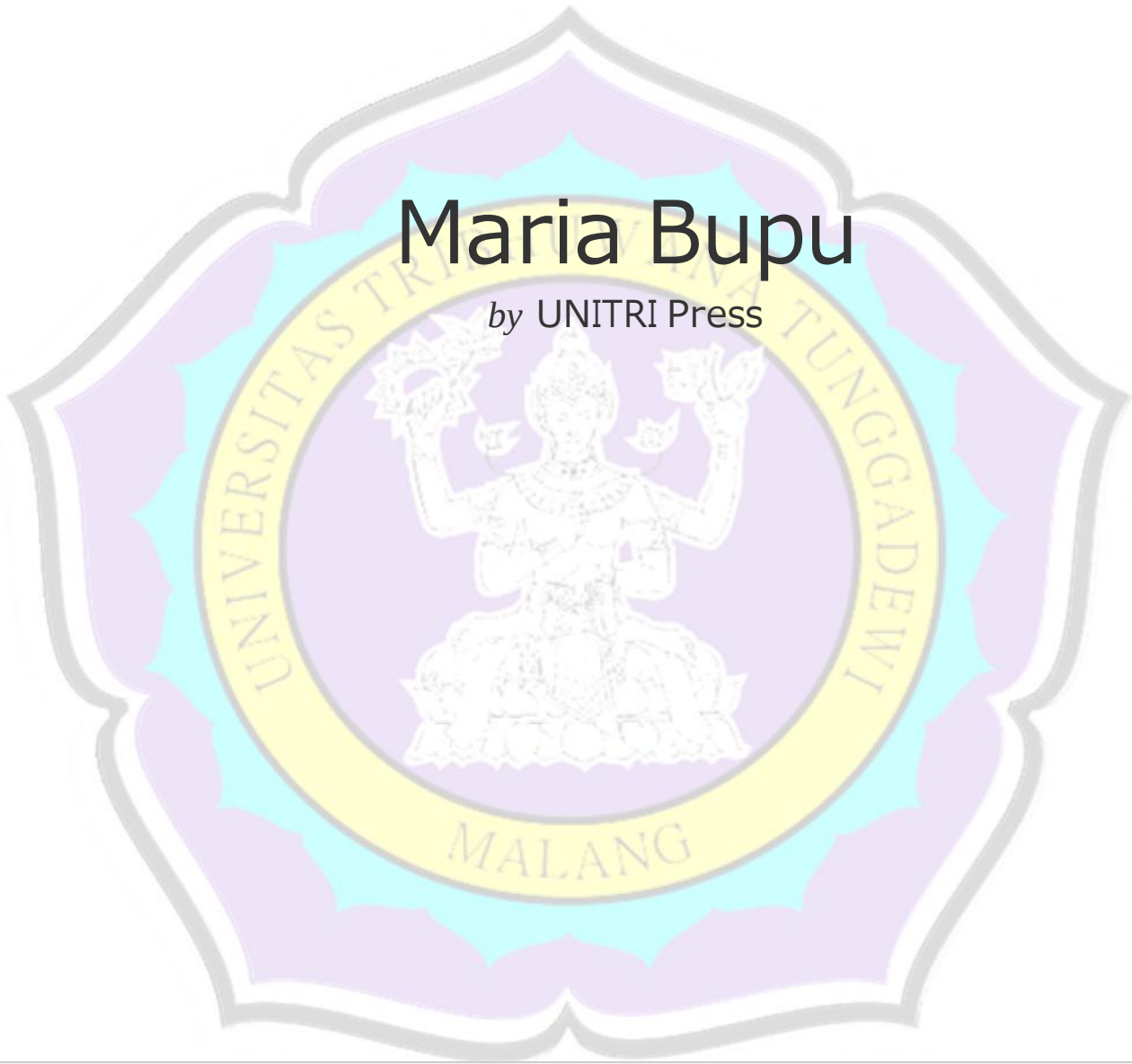


Maria Bupu

by UNITRI Press



Submission date: 09-Sep-2022 09:02PM (UTC+0700)

Submission ID: 1895893598

File name: Maria_Bupu.docx (196.29K)

Word count: 1321

Character count: 8503

EFEKTIVITAS KONTEN @zonamahasiswaJd APLIKASI TIK TOK DALAM
MEMPROMOSIKAN PENGGUNAAN MEDIA DIGITAL

SKRIPSI



OLEH:
MARIABUPU
NIM. 2016230046



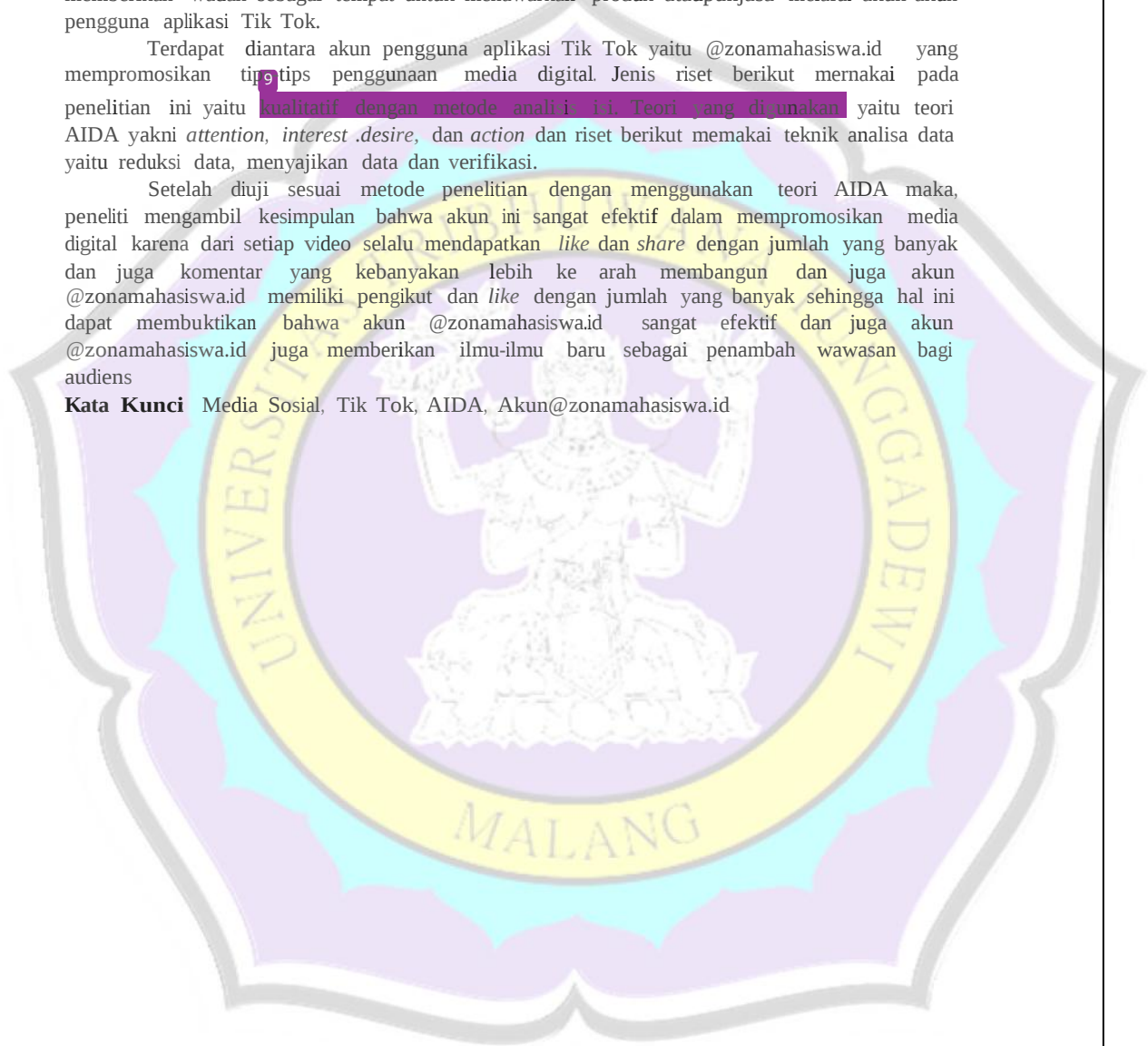
RINGKASAN

Media sosial adalah kumpulan beberapa aplikasi yang memudahkan bagi pengguna untuk melakukan interaksi sosial dengan waktu dan tempat yang tidak terbatas, sehingga dengan eksistensi medsos bisa membuat komunikasi orang yang jauh. Media sosial juga dapat digunakan sebagai hiburan, tempat usaha, marketing, branding. Hal ini dapat dilihat melalui diantaranya media sosial yaitu media sosial aplikasi Tik Tok yang dimana aplikasi ini mampu memberikan wadah sebagai tempat untuk menawarkan produk ataupun jasa melalui akun-akun pengguna aplikasi Tik Tok.

Terdapat diantara akun pengguna aplikasi Tik Tok yaitu @zonamahasiswa.id yang mempromosikan tips penggunaan media digital. Jenis riset berikut memaknai pada penelitian ini yaitu kualitatif dengan metode analitis. Teori yang digunakan yaitu teori AIDA yakni *attention*, *interest*, *desire*, dan *action* dan riset berikut memaknai teknik analisa data yaitu reduksi data, menyajikan data dan verifikasi.

Setelah diuji sesuai metode penelitian dengan menggunakan teori AIDA maka, peneliti mengambil kesimpulan bahwa akun ini sangat efektif dalam mempromosikan media digital karena dari setiap video selalu mendapatkan *like* dan *share* dengan jumlah yang banyak dan juga komentar yang kebanyakan lebih ke arah membangun dan juga akun @zonamahasiswa.id memiliki pengikut dan *like* dengan jumlah yang banyak sehingga hal ini dapat membuktikan bahwa akun @zonamahasiswa.id sangat efektif dan juga akun @zonamahasiswa.id juga memberikan ilmu-ilmu baru sebagai penambah wawasan bagi audiens

Kata Kunci Media Sosial, Tik Tok, AIDA, Akun@zonamahasiswa.id



1. Latar Belakang

Media sosial adalah kumpulan beberapa aplikasi yang memudahkan bagi pengguna untuk melakukan interaksi sosial secara online dengan waktu dan tempat yang tidak terbatas, sehingga Dengan hadirnya hiburan virtual, kita dapat berbicara dengan individu yang jauh yang akan menjadi dekat dan tentunya dapat berdiskusi, tertarik, berbagi dan membuat substansi yang berbeda tanpa dibatasi oleh kenyataan.

Hiburan virtual memungkinkan individu untuk bekerja sama secara efektif tanpa berada dalam realitas yang sama. Mereka dapat berinteraksi dengan siapa saja, di mana saja dan kapan saja mereka butuhkan. Kondisi seperti ini secara tidak sengaja telah mengubah contoh kerjasama di mata masyarakat, khususnya bagi masyarakat yang menggunakan atau menjadikan hiburan online sebagai sarana komunikasi ..

Media sosial tidak hanya merupakan bentuk alat komunikasi saja namun media sosial menjadi sumber pengetahuan yang *terupdate* dengan menampilkan atau memberikan video dengan waktu dengan durasi yang pendek, dan beberapa bentuk informasi yang berupa gambar dan keterangannya. Media saat ini sangat dibutuhkan oleh banyak masyarakat dan telah menjadi kebutuhan yang tidak lepas dari aktivitas masyarakat setiap saat, seperti yang diketahui dengan menghidupkan data atau wi-fi untuk mengakses informasi lebih mudah dan cepat dalam kurung waktu yang singkat. Oleh Karena itu hiburan berbasis web menyambut klien yang umumnya tertarik untuk ikut berkontribusi dalam upaya dan kritik secara konsisten, memberikan kritik dan komentar, *berbagi ide dalam waktu yang cepat dan tanpa batas* (Papa, dkk.2013:53)

Kehadiran hiburan berbasis web telah mengubah dan menggerakkan seluruh bagian kehidupan individu yang memanfaatkan hiburan virtual. Saat ini masyarakat berada dalam perubahan yang sangat cepat karena hiburan berbasis web. Hiburan virtual adalah metode atau pengalihan untuk berbur di web di internet (web). Hiburan online merupakan salah satu media surat menyurat yang banyak diminati oleh masyarakat karena

kesederhanaan kegiatan dan ada banyak elemen di dalamnya. Saat ini media berkembang sangat pesat yang dapat dibuktikan dengan hadirnya berbagai macam hiburan berbasis web seperti facebook, twitter, tik tok, whatsapp, instagram, line, dll.

Di zaman sekarang ini terdapat berbagai macam hiburan virtual, salah satunya yang akhir-akhir ini muncul adalah Tik Tok. Tik tok adalah aplikasi yang memberikan hasil luar biasa dan menarik yang dapat digunakan klien secara efektif sehingga mereka dapat membuat rekaman singkat dengan hasil yang keren dan dapat ditampilkan kepada teman atau klien lain. Aplikasi sosial video singkat ini memiliki banyak dukungan musik sehingga klien dapat menampilkan penampilan mereka dengan tari, bentuk bebas, dan lebih banyak lagi untuk memberdayakan imajinasi kliennya untuk menjadi pembuat konten.

Pada tahun 2022, Hootsuite mengeluarkan data penggunaan internet dan media sosial. dalam setahun terakhir, ada 424 juta pengguna baru di media sosial. penggunaan media sosial aktif mencapai 2 jam 27 menit setiap harinya. inilah jumlah penggunaan media sosial aktif bulanan, facebook mencapai 2,9 miliar pengguna, youtube mencapai 2,5 miliar, whatsapp mencapai 2 miliar, instagram mencapai 1,4 miliar, wechat mencapai 1,2 miliar, tik tok mencapai 1 miliar dan twitter mencapai 436 juta pengguna. Berdasarkan jumlah unduhan aplikasi tik tok diunduh lebih dari 2,6 miliar kali, hal ini dilansir dari Sensor Tower pada Desember 2020 di kuartal I tahun 2020, tik tok memegang rekor unduhan sebanyak 315 juta

kali dengan persentase penggunaan tik tok dengan usia 10-19 tahun sebanyak 32,5%, sementara ada 29,5% yang berusia 20-29 tahun, selanjutnya sebanyak 16,4 % pengguna berusia 30-39 tahun, sebanyak 13,9% pengguna berusia 40-49 tahun dan sebanyak 7,1% berusia 50 tahun ke atas. Arradian, 2022. Media Sosial Dengan Pengguna Terbanyak Di Indonesia Dan Dunia. (online) (<https://tekno.sindonews.com>) diakses pada tanggal 6 Agustus 2022.

Tik Tok adalah aplikasi yang dibuat oleh organisasi inovasi Cina Bytedance Inc, yang secara resmi diluncurkan pada September 2016. Firma riset Sensor Pinnacle melaporkan bahwa Tik Tok memiliki 1,5 miliar klien. Jumlah tersebut melampaui pengunduhan aplikasi Instagram yang mencapai 1 miliar secara internasional (Setyowati, 2019: 1). Di Indonesia sendiri, pada tahun 2018 kliennya telah mencapai 10 juta klien dinamis dari bulan ke bulan (Bohong, 2018). Sebagian besar klien Tik Tok berusia 14-24 tahun, karena Tik Tok menerapkan standar bahwa seseorang yang berusia di bawah 14 tahun tidak boleh menggunakan Tik Tok. (Supriyanto, 2020: 17).

Beberapa ujian telah diselesaikan oleh pembuatnya, pembuat mengadakan pertemuan dengan beberapa siswa tentang hiburan berbasis web aplikasi tik-tok. Dalam pertemuan tersebut, pembuat mengajukan beberapa pertanyaan tentang pemanfaatan hiburan online dari aplikasi tik-tok. Banyak dari mereka yang akrab dengan aplikasi hiburan online tik-tok beberapa dari mereka benar-benar menggunakannya hari ini. Salah satu mahasiswa yang memanfaatkan aplikasi tik-tok melalui hiburan online mengatakan bahwa aplikasi ini benar-benar menarik perhatian mereka dengan sorotan yang berbeda (Marini, 2019:7).

Salah satu konten kreator yang memanfaatkan aplikasi tik-tok sebagai alat yang positif dengan nama penggunaanya Konten @zonamahasiswa.id. konten @zonamahasiswa.id adalah salah satu pengguna aplikasi tik-tok yang sajian kontennya tentang tips-tips dalam menggunakan media digital bagi kalangan mahasiswa yang pastinya sebagai media informasi mahasiswa dengan semboyan pada bio "Tempat onkrongnya Mahasiswa". Konten @zonamahasiswa itu sendiri memiliki followers sebanyak 441.8 K dan yang suka sebanyak 3,8 M. tujuan peneliti melakukan penelitian ini yaitu bagaimana konten @zonamahasiswa ini mempromosikan penggunaan media digital bagi kalangan mahasiswa dan seberapa efektifnya yang akan dilihat dari antusias para followers terkait konten yang ditampilkan.

Adapun beberapa komentar yang sangat mendukung dan apresiasi terhadap penggunaan media digital seperti dalam video tentang pembuatan struktur organisasi dengan mudah pada tips power point dari @bundanyagalee "bermanfaat sekali min" ada juga dari @dianaa_8868 "males banget bikin kotak2an dulu, ternyata ada cara simple" ada juga dari @penyairtanpakata "selalu bermanfaattipsnyd" hal ini sangat menarik untuk dijadikan bahan penelitian yang dimana kita dapat mencari tahu seberapa efektifnya akun @zonamahasiswa.id dalam mempromosikan penggunaan media digital yang diukur melalui teori AIDA seperti *attention* (perhatian), *interest* (ketertarikan), *desire* (keinginan), *action* (tindakan).

Sebagaimana pada pemaparan ter ebut, sehingga adanya ketertarikan untuk meriset dengan sebuah judul "Efektivitas Konten @zonamahasiswa.id Aplikasi Tik-Tok Dalam Mempromosikan Penggunaan Media Digital".

Adapun alasan dalam pemilihan judul ini untuk mengetahui dan memahami efektivitas isi konten dari @zonamahasiswa.id terkait proses dalam mempromosikan penggunaan media digital melalui media yang digunakan yaitu media tiktok.

2. Rumusan Masalah

Dilatarbelakangi diatas sehingga timbulah rumusan permasalahan ialah :

Bagaimana efektivitas konten@zonamahasiswa.id aplikasi tik-tok dalam mempromosikan penggunaan media digital ?

3. **Tujuan Penelitian**

Sebagai pengetahuan efektivitas konten @zonamahasiswa.id aplikasi tik-tok dalam mempromosikan penggunaan media digital.

4. **Manfaat Penelitian**

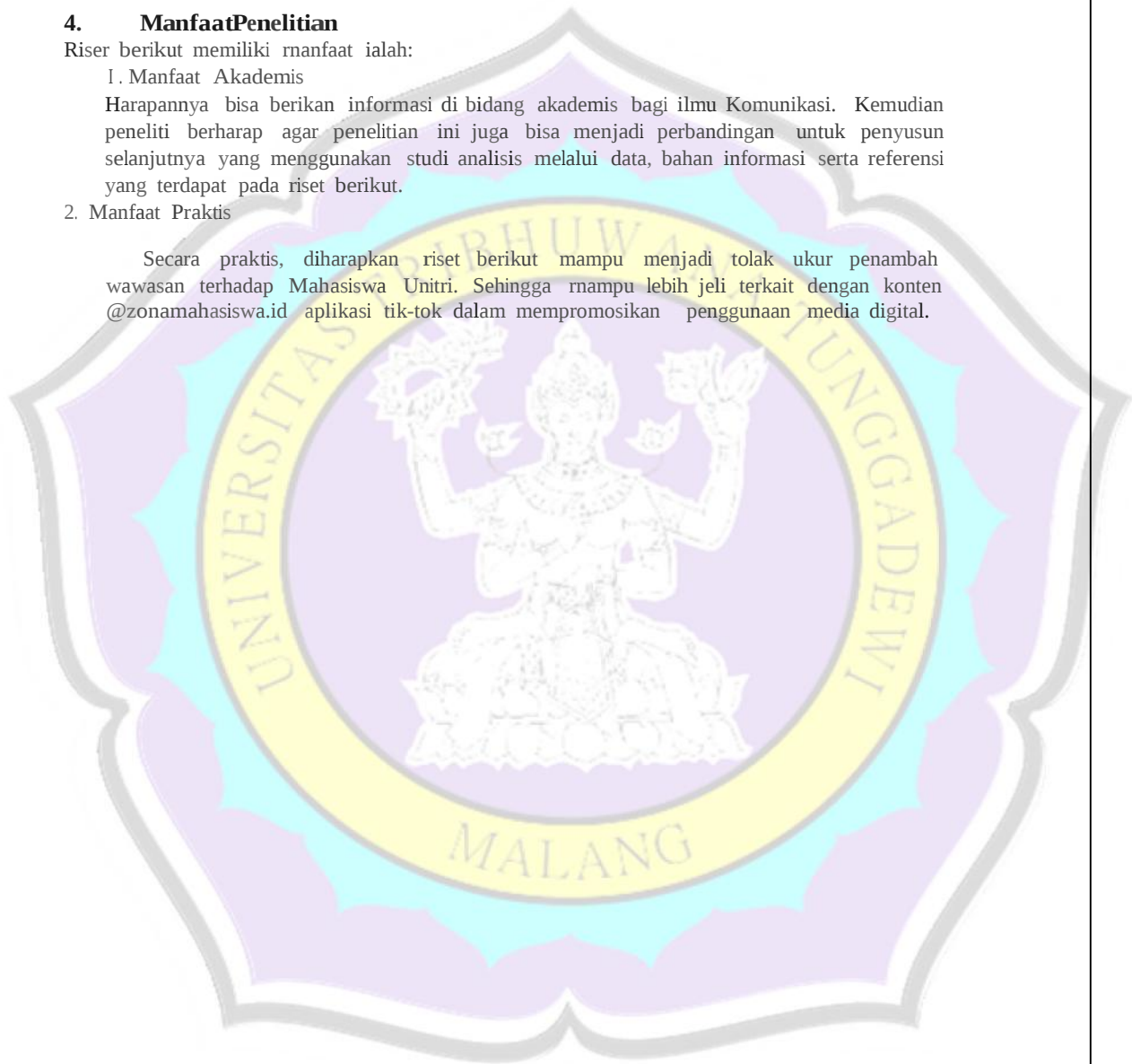
Riset berikut memiliki manfaat ialah:

1. Manfaat Akademis

Harapannya bisa berikan informasi di bidang akademis bagi ilmu Komunikasi. Kemudian peneliti berharap agar penelitian ini juga bisa menjadi perbandingan untuk penyusun selanjutnya yang menggunakan studi analisis melalui data, bahan informasi serta referensi yang terdapat pada riset berikut.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, diharapkan riset berikut mampu menjadi tolak ukur penambah wawasan terhadap Mahasiswa Unitri. Sehingga mampu lebih jeli terkait dengan konten @zonamahasiswa.id aplikasi tik-tok dalam mempromosikan penggunaan media digital.



Maria Bupu

ORIGINALITY REPORT

12%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

2%

PUBLICATIONS

5%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

Submitted to Unika Soegijapranata

Student Paper

4%

2

dipstrategy.co.id

Internet Source

3%

3

Submitted to Dewan Perwakilan Rakyat

Student Paper

1%

4

journal.unj.ac.id

Internet Source

1%

5

ojs.iainbatusangkar.ac.id

Internet Source

1%

6

de.scribd.com

Internet Source

1%

7

farnidaassignment.wordpress.com

Internet Source

1%

8

kc.umn.ac.id

Internet Source

1%

9

www.scilit.net

Internet Source

1%

Exclude quotes On

Exclude matches Off

Exclude bibliography On

