

**OPTIMASI AKUN TIKTOK KOMINFO KABUPATEN MALANG DALAM
MEMBANGUN HUBUNGAN BAIK DENGAN MEDIA DAN MASYARAKAT.**

TUGAS AKHIR KARYA MAGANG

Untuk memenuhi syarat menyelesaikan Tugas Akhir Karya Magang Program Studi
Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang



Oleh:

Cinta Manda Roudhotun
202010040311414

Dosen Pembimbing:

Nurudin S.Sos., M.Si

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2023



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Cinta Manda Roudhotun
NIM : 202010040311414
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Optimasi Akun TikTok Kominfo Kabupaten Malang Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media dan Masyarakat

Disetujui,
Pembimbing

(Nurudin M.Si)

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



Kampus I

Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 222 (Pusat)
F. +62 341 860 830

Kampus II

Jl. Soekarno Tuban No. 100 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 180 (Pusat)
F. +62 341 860 000

Kampus III

Jl. Gayat Tugijeron No. 201 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 864 219 (Pusat)
F. +62 341 860 830
E. webmaster@umm.ac.id

SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

CINTA MANDA ROUDHOTUN
202010040311414

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi
Rabu, 13 Desember 2023
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Joko Susilo, M.Si.** ()
2. **Arum Martikasari, M.Med.Kom** ()
3. **Nurudin S.Sos., M.Si** ()

Mengetahui
Wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Khairul Rijal, S.IP., M.Hub.Int.



SURAT PERNYATAAN

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Cinta Manda Roudhotun

NIM : 202010040311414

Program Studi : Ilmu Komunikasi



Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

“Optimasi Akun TikTok Kominfo Kabupaten Malang Dalam Membangun Hubungan Baik Dengan Media dan Masyarakat”

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 4 Desember 2023

Yang Menyatakan,



Cinta Manda Roudhotun



Kampus I

Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 51 251 (Pusat)
F. +62 341 501 131

Kampus II

Jl. Gedung Sate No. 100 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 55 149 (Pusat)
F. +62 341 501 061

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 300 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 804 210 (Pusat)
F. +62 341 851 411
E. webmaster@qumy.ac.id

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadiran Allah SWT atas berkat dan rahmatnya sehingga selama penyusunan Tugas Akhir Karya Magang dapat terselesaikan dengan baik yang berjudul **“OPTIMASI AKUN TIKTOK KOMINFO KABUPATEN MALANG DALAM MEMBANGUN HUBUNGAN BAIK DENGAN MEDIA DAN MASYARAKAT”**. Tugas akhir karya magang ini merupakan hasil pengalaman magang penulis. Berlokasi di Dinas Komunikasi dan informatika Kabupaten Malang dengan posisi *social media specialist* TikTok dengan periode waktu selama empat bulan yang di mulai pada tanggal 6 maret 2023 hingga 6 juli 2023. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Ibu Trias Wahyuningsih, S.kom, M.M sebagai mentor penulis selama magang serta pihak DISKOMINFO Kabupaten Malang yang telah memberikan kesempatan untuk pengalaman magang ini serta menerima dan membimbing penulis dengan rasa kekeluargaan dan juga penulis ucapkan terima kasih kepada *School of creative digital communication* yang telah memberikan kesempatan penulis untuk mengasah diri dan membantu mempersiapkan diri untuk dimasa yang akan datang.

Terima kasih kepada Bapak Nurudin, M.Si yang telah membantu proses penyusunan, membimbing dan memberi pengarahan selama penulisan tugas akhir karya magang ini. Tidak lupa terima kasih kepada kedua orang tua yang penulis cintai Mama Hari Utami dan Ayah Rasiyo, S.E yang selalu mendukung penulis, mendoakan setiap langkah penulis serta telah memberikan semua yang terbaik untuk penulis, Terima kasih kepada kedua kakak penulis Hepy Rachmat Pratama dan Riky Nugroho Pranata S.pt.,M.I.Kom atas dukunganya yang terakhir terima kasih kepada teman - teman terutama partner terdekat yang telah menemani penulis selama proses perkuliahan hingga tersusunya tugas akhir karya magang ini.

Tugas Akhir Karya Magang ini merupakan hasil penelitian, analisis serta hasil yang penulis lakukan selama magang di DISKOMINFO Kabupaten Malang memang tugas akhir karya magang ini masih jauh dari kesempurnaan, tetapi penulis telah berusaha sebaik mungkin. Akhir kata penulis berharap tugas akhir karya magang ini ini dapat menjadi referensi untuk pihak - pihak terkait dalam strategi untuk membangun hubungan baik dengan media dan masyarakat.

Malang, 26 september2023

Cinta Manda Roudhotun

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	4
DAFTAR ISI	5
DAFTAR TABEL	6
DAFTAR GAMBAR	7
DAFTAR LAMPIRAN	8
DAFTAR PUSTAKA	9
LEMBAR PLAGIASI	10
BAB I	11
1.1 LATAR BELAKANG	11
1.2 RUMUSAN MASALAH	12
1.3 TUJUAN	13
1.4 MANFAAT	13
1.5 PROFIL LOKASI MAGANG	13
1.6 DESKRIPSI LOKASI MAGANG	21
1.7 JADWAL MAGANG/ TIMELINE	22
1.8 AKTIVITAS MAGANG	23
BAB II	26
LANDASAN TEORI	26
2.1 MEDIA MASSA	26
2.2 MEDIA SOSIAL	28
2.3 TIKTOK	30
2.4 TiTok DISKOMINFO Kabupaten Malang	38
2.5 TEORI DIFUSI INOVASI	39
BAB III	43
ANALISIS DESKRIPTIF	43
3.1 CONTENT PLAN	43
3.2 CHAPTER 1	44
3.3 CHAPTER 2	54
3.4 PENGOPTIMALAN CONTENT PLAN	55
BAB IV	72
4.1 TARGET KEY PERFORMANCE INDICATOR	72
4.2 KESIMPULAN KENAIKAN FOLLOWERS	73
4.3 KESIMPULAN STRATEGI	75
BAB V	76
KETERKAITAN HASIL DENGAN TEORI	76
BAB VI	79
6.1 KESIMPULAN	79
6.2 SARAN	80
LAMPIRAN	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.2 Timeline Kegiatan Magang	22
Tabel 1.4 Aktivitas Magang	24
Tabel 2.1 Model Teori Difusi Inovasi	40
Tabel 3.2 Social Media TikTok Strategy	54
Tabel 3.3 Brand Persona	54
Tabel 3.4 Content Pillar April	55
Tabel 3.5 Content Plan April	56
Tabel 3.6 Data Hasil Content Plan April (Edisi Ramadhan)	57
Tabel 3.7 Content Pillar	58
Tabel 3.8 Content Plan Mei	58
Tabel 3.9 Data Hasil Content Plan Mei	61
Tabel 3.10 Content Plan Juni	62
Tabel 3.11 Data Content Plan Juni	64
Tabel 3.12 Content Plan Juli	65
Tabel 3.13 Data Content Plan Juli	66
Tabel 3.14 TOP 3 Content Teramai	66
Tabel 3.15 Data TOP 3 Content Teramai	67
Tabel 3.16 TOP 3 Content Terendah	67
Tabel 3.17 Data TOP 3 Terendah	68
Tabel 4.1 KPI	72
Tabel 4.2 Pencapaian KPI	72

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Struktur Organisasi DISKOMINFO	16
Gambar 2.1 Data TikTok DISKOMINFO Kabupaten Malang	39
Gambar 3.1 PESO model	45
Gambar 3.2 Earned Media	46
Gambar 3.3 Shared Media TikTok	48
Gambar 3.4 Shared Media Instagram	48
Gambar 3.5 Shared Media Twitter	49
Gambar 3.7 Owned Media Youtube	50
Gambar 3.9 Owned Media Twitter	51
Gambar 3.10 Owned Media Website	51
Gambar 3.11 Owned Media Facebook	52
Gambar 3.1 Top 3 Content Tertinggi	68
Gambar 3.2 Top 3 Content Tertinggi	69
Gambar 3.3 Top 3 Content Tertinggi	69
Gambar 3.4 Top 3 Content Terendah	70
Gambar 3.5 Top 3 Content Terendah	70
Gambar 3.6 Top 3 Content Terendah	71
Gambar 4.1 Sebelum Followers Naik	73
Gambar 4.2 Sesudah Followers Naik	74



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Jam Aktif Followers	81
Lampiran 2 Overview Perkembangan	82
Lampiran 3 Overview Perkembangan	83
Lampiran 4 Gender Audiens	84
Lampiran 5 Usia Audiens	84
Lampiran 6 Interaksi Dengan followers	85
Lampiran 7 kolom komentar yang kontennya berkaitan dengan audiens	85
Lampiran 8 Penilaian Magang	86
Lampiran 9 Sertifikat Magang	87



DAFTAR PUSTAKA

- Anggi, D. (2022, May 7). *Ketahui Kelebihan Dan Kekurangan Tiktok*. Teknovidia. <https://www.teknovidia.com/ketahui-kelebihan-dan-kekurangan-tiktok/>
- Anonim. (2023). *MEMPELAJARI FAKTA MENARIK TENTANG TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN JUMLAH PELANGGAN MILENIAL*. knowledge. <https://Redcomm.Co.Id/Knowledges/Mempelajari-Fakta-Menarik-Tentang-Tiktok-Untuk-Meningkatkan-Jumlah-Pelanggan-Milenial>.
- Indonesia. (2022). *Peraturan Bupati Malang Nomor 53 tahun 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, Serta tata Kerja Dinas Komunikasi dan Informatika*.
- Informatika, K. K. (2012). *Memaksimalkan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan*.
- Nasrullah, R. (n.d.). *Media sosial: perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Rosdakarya.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Raja Grafindo Persada.
- Pangestu, I. (2022). *Mengenal Apa Itu TikTok, Sejarah dan Beberapa Fitur-fiturnya*. Idmetafora.
- Pratiwi, Y. R. (2021). *Peran Media Sosial pada Instansi Pemerintah*. <https://Www.Djkn.Kemenkeu.Go.Id/Kpkn1-Banjarmasin/Baca-Artikel/14257/Peran-Media-Sosial-Pada-Instansi-Pemerintah.Html>.
- Saskia, C., & Nistanto, R. K. (2023). *15 Medsos Favorit Orang Indonesia, Nomor 1 Bukan Instagram*. <https://tekno.kompas.com/read/2023/02/14/10300097/15-medsos-favorit-orang-indonesia-nomor-1-bukan-instagram>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69–74. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Winarni. (2003). *Komunikasi Massa* (Nurudin, Ed.). UMM Press 2003.
- Kurniawan, I. (2020). PESO MODEL. In *Binus University School of Information System*. <https://sis.binus.ac.id/2020/08/26/peso-model/>
- Widyasari, K. L., Nuranna, F. S., Sulasmi, A. L., Rokayah, Wihartono, W., Sinuraya, N. E., Lestari, Chodijah, S., Finaka, A. W., Oscario, N., Sejati, D. F., Pamungkas, C. A., & Riswan, H. (2012). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintahan. In *SERILITERASIDIGITAL* (1st ed.). Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. https://indonesiabaik.id/public/uploads/post/2997/Memaksimalkan_Penggunaan_Media_Sosial_dalam_Lembaga_Pemerintah.pdf

LEMBAR PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Cinta Manda R
NIM : 202010040311414

Hasil Plagiasi : ^{20/11} ^{23/11} ^{24/11} ^{25/11}

BAB I	38	26	21	10
BAB II	17			
BAB III	1			

BAB IV	^{20/11} 0			
BAB V	10			
BAB VI	2			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 25 November 2023
Amin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki

