

**STRATEGI CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN
AUDIENCE ENGAGEMENT DI AKUN TIKTOK REPUBLIKA
JOGJA**

SKRIPSI



Disusun oleh:

Deasy Kirana Puspitasari
21.96.2722

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

**STRATEGI CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN
AUDIENCE ENGAGEMENT DI AKUN TIKTOK REPUBLIKA**

JOGJA

untuk memenuhi sebagian persyaratan
mencapai gelar Sarjana
pada Program Studi Ilmu Komunikasi

SKRIPSI



Disusun oleh:

Deasy Kirana Puspitasari
NIM. 21.96.2722

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1-ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN
SKRIPSI**

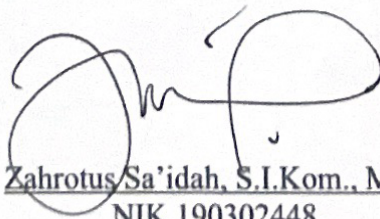
**STRATEGI CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN
AUDIENCE ENGAGEMENT DI AKUN TIKTOK REPUBLIKA
JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Deasy Kirana Puspitasari
NIM 21.96.2722

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada 12 Februari 2025

Dosen Pembimbing,



Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A
NIK.190302448

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI CONTENT CREATOR DALAM MENINGKATKAN
AUDIENCE ENGAGEMENT DI AKUN TIKTOK REPUBLIKA
JOGJA**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Deasy Kirana Puspitasari
NIM 21.96.2722

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 12 Februari 2025

Nama Penguji

Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302444

Wajar Bimantoro Suminto, Sn., M.Des
NIK. 190304506

Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A
NIK. 190302448

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)
12 Februari 2025

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom.
NIK. 190302125 / 0524067901

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 12 Februari 2025



Deasy Kirana Puspitasari
NIM. 21.96.2722

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga kami dapat menyelesaikan skripsi yang diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan program strata satu (S1) di program studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.

Adapun penyusunan skripsi ini digunakan sebagai bukti bahwa penyusun telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian Skripsi. Dalam proses penyusunan laporan ini penyusun mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu kami mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M. (Rektor Universitas Amikom Yogyakarta).
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T.,M.Kom. (Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta)
3. Erik Hadi Saputra, S.Kom, M.Eng selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A selaku Pembimbing Skripsi.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Sosial atas ilmu yang telah diberikan kepada peneliti selama ini.
6. Kepada Ayah Hari Sutejo, walaupun raganya tidak bersama penulis, tetapi selalu mendoakan dan memberi dukungan.
7. Kepada kedua Ibu tercinta, Ibu Sri Gunanti dan Ratna Insulistyowati yang selalu mendoakan serta memberikan dukungan, kasih sayang, dan doa tanpa henti. Mereka telah berkorban luar biasa demi kesuksesan putri mereka di masa depan.
8. Fernan Rahadi selaku Kepala perwakilan Jawa Tengah, DIY Jawa Timur.
9. Seluruh karyawan Republika Jogja.
10. Kepada diri sendiri, terimakasih sudah bertahan dan dapat menyelesaikan perkuliahan ini. Terus tumbuh dan berkembang, berbahagialah dimanapun berada.
11. Terakhir seluruh teman baik penulis, terimakasih telah membantu selama masa perkuliahan ini. Doa terbaik semoga selalu dipermudah urusannya,

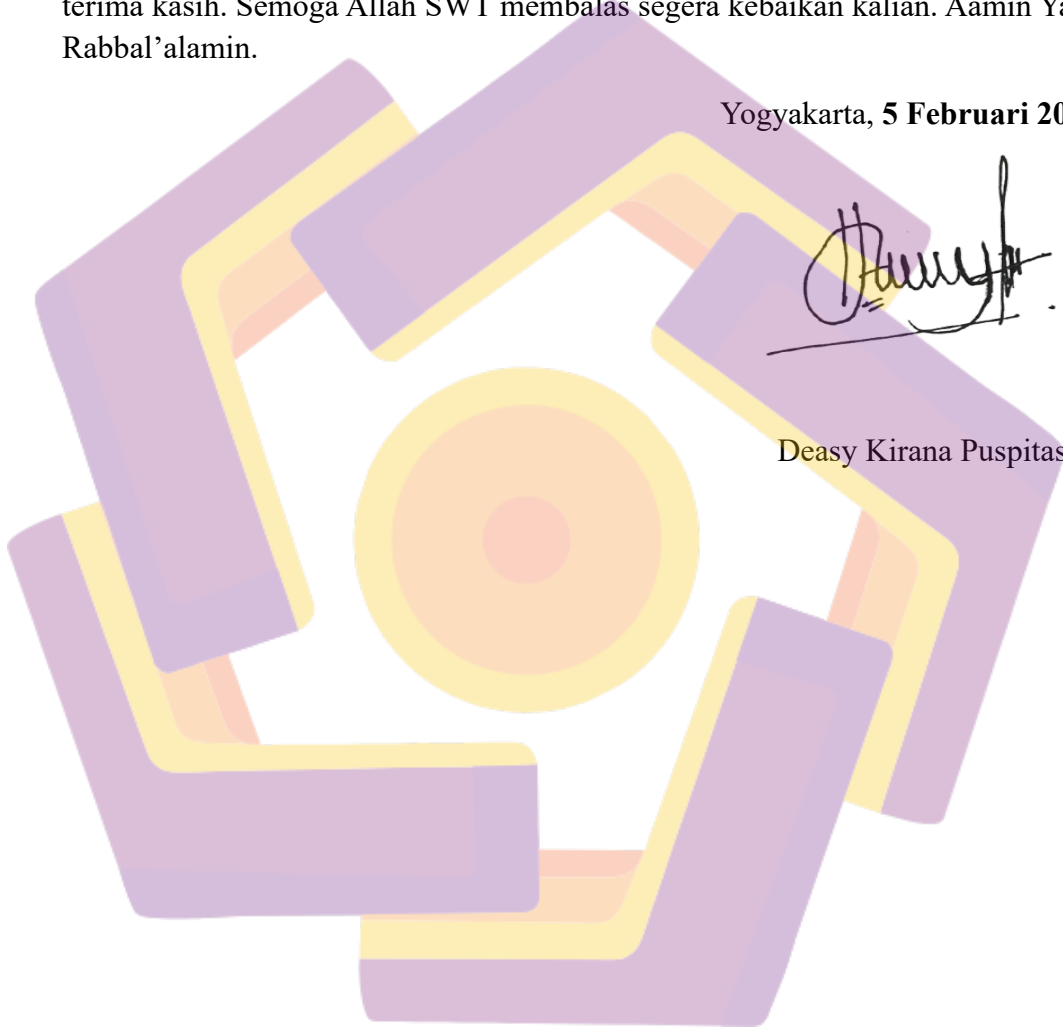
dikelilingin orang dan hal hal baik serta berhasil dalam menggapai kesuksesan dimasa depan

Akhir kata, penulis menyadari tanpa ridho dan pertolongan Allah SWT, serta kontribusi dari berbagai pihak skripsi ini tidak dapat diselesaikan. Kepada seluruh pihak yang sudah memberikan bantuan, penulis mengucapkan banyak terima kasih. Semoga Allah SWT membalas segera kebaikan kalian. Aamin Yaa Rabbal'alamin.

Yogyakarta, **5 Februari 2025**

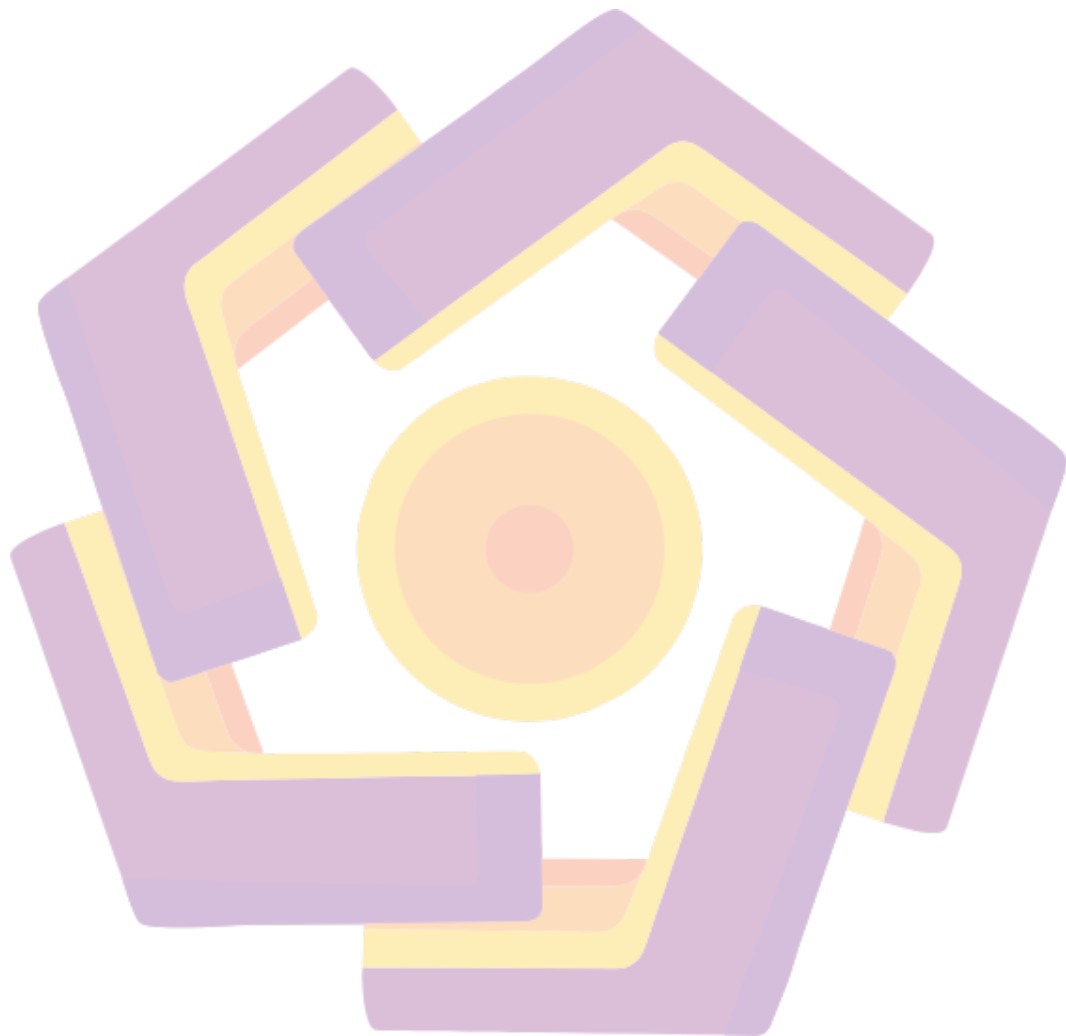


Deasy Kirana Puspitasari



DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN.....	II
LEMBAR PENGESAHAN	III
PERNYATAAN ORISINALITAS	IV
KATA PENGANTAR	V
DAFTAR ISI	VI
DAFTAR GAMBAR	VIII
DAFTAR TABEL	IX
ABSTRAK	X
ABSTRACT	XI
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	4
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	4
1.4 MANFAAT PENELITIAN	4
1.5 SISTEMATIKA BAB	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 PENELITIAN SEBELUMNYA	6
2.2 LANDASAN KONSEPTUAL DAN TEORI.....	9
2.3 KERANGKA BERPIKIR	15
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 METODE PENELITIAN.....	16
3.2 SUBJEK PENELITIAN	17
3.3 OBJEK PENELITIAN	17
3.4 SUMBER DATA PENELITIAN.....	17
3.5 TEKNIK PENGUMPULAN DATA.....	18
3.6 TEKNIK ANALISIS DATA.....	19
3.7 UJI KEABSAHAN DATA	20
BAB IV PEMBAHASAN	21
4.1 PROFIL REPUBLIKA YOGYAKARTA	21
4.2 TEMUAN PENELITIAN	22
4.3 PEMBAHASAN	28
BAB V KESIMPULAN	37
5.1 KESIMPULAN	37
5.2 SARAN	38
DAFTAR PUSTAKA	39



ABSTRAK

Tiktok Republika Jogja merupakan platform media sosial yang digunakan untuk menyampaikan informasi dan berita secara menarik dan interaktif. Tema yang sering digunakan atau diangkat oleh akun Tiktok Republika Jogja ialah berita lokal, sosial budaya, pendidikan, kesehatan, dan lingkungan hidup. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teori sosial media *engagement* untuk dapat mengetahui bagaimana strategi kreatif *content creator* dalam meningkatkan *audience engagement* di akun Tiktok Republika Jogja. Peneliti menggunakan metode kualitatif untuk menganalisis strategi kreatif yang diterapkan oleh *content creator* akun Instagram @RepublikaJogja dalam meningkatkan *audience engagement*. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan strategi *content creator* di akun Tiktok Republika Jogja dalam meningkatkan *audience engagement* baik melalui konten yang berkualitas, konsistensi postingan, penggunaan hastag, target *audiens*, keaktifan, dan penggunaan fitur-fitur dalam aplikasi Tiktok. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa *content creator* Tiktok Republika Jogja telah memanfaatkan fitur-fitur yang ada di dalam aplikasi Tiktok dan juga mengikuti tren untuk meningkatkan *audience engagement*. Dalam penelitian ini peneliti menemukan tantangan dan hambatan berupa masih kurangnya sumber daya manusia yang ada di dalam Republika Jogja sehingga dalam membuat konten, masih menjadi kendala dan mengakibatkan tidak ada peningkatan yang signifikan terkait dengan *audience engagement*.

Kata kunci: *Audience engagement, content creator, Republika Jogja, Tiktok*

ABSTRACT

Tiktok Republika Jogja is a social media platform used to convey information and news in an interesting and interactive way. The themes that are often used or raised by the Tiktok Republika Jogja account are local news, socio-culture, education, health, and the environment. In this study, the researcher used the theory of social media engagement to find out how the creative strategies of content creators increase audience engagement on the Tiktok Republika Jogja account. The researcher used a qualitative method to analyze the creative strategies applied by the content creator of the Instagram account @RepublikaJogja in increasing audience engagement. The purpose of this study was to determine and describe the strategies of content creators on the Tiktok Republika Jogja account in increasing audience engagement through quality content, consistency of posts, use of hashtags, target audiences, activity, and use of features in the Tiktok application. In this study, it was found that the Tiktok Republika Jogja content creators have utilized the features in the Tiktok application and also followed trends to increase audience engagement. In this study, researchers found challenges and obstacles in the form of a lack of human resources in Republika Jogja, so that in creating content, it is still an obstacle and results in no significant increase in audience engagement.

Keywords: Audience engagement, content creator, Republika Jojga, Tiktok

