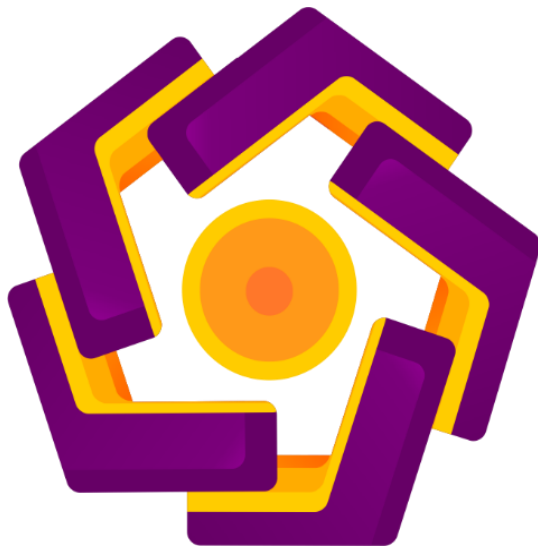


**STRATEGI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TV TANI DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT AUDIENS***

SKRIPSI



Disusun oleh:

**ZALNOVERA
21.96.2364**

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

**STRATEGI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TV TANI DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT AUDIENS***

SKRIPSI

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



Disusun oleh:

ZALNOVERA
21.96.2364

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**STRATEGI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TV TANI DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT AUDIENS***

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zalnovera
21.96.2364

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi
pada (30 Juli 2025)

Dosen Pembimbing,



Rufki ade vinanda, S.I.Kom., M.A
NIK. 3302194211930001

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**STRATEGI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TV TANI DALAM
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT AUDIENS***
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Zalnovera
21.96.2364

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 30 Juli 2025

Nama Penguji

Wajar Bimantoro, SSn, MDes
NIK. 190304506

Estiningsi, SE, MM
NIK. 190302443

Rufki Ade Vinanda, S.I.Kom, M.A
NIK. 3302194211930001

Tanda Tangan



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D.
NIK. 190302125

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, 30 Agustus 2025



Zalnovera
21.96.2364

KATA PENGANTAR

Puji syukur, Alhamdulillah atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada kita semua sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “STRATEGI MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA TV TANI DALAM MENINGKATKAN *ENGAGEMENT AUDIENS*” ini tepat pada waktunya. Penelitian ini 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 penulis mendapatkan banyak bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Terutama sekali saya mengucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada ibu saya Yushaniwar dan keluarga tercinta saya atas dukungan, doa, dan kasih sayang yang tiada henti selama saya menempuh pendidikan dan menyelesaikan penelitian ini. Tanpa kesabaran, pengertian, dan motivasi dari kalian, saya tidak akan mampu melewati setiap tantangan dengan baik. Keluarga adalah sumber kekuatan terbesar saya, dan saya sangat bersyukur memiliki kalian sebagai pendamping dalam setiap langkah perjalanan hidup saya. Semoga segala pengorbanan dan cinta kalian mendapatkan balasan yang terbaik.
2. Saya juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada ibuk Rufki Ade Vinanda, S.I.Kom., M.A., yang telah dengan sabar dan penuh dedikasi membimbing saya selama proses pengerjaan skripsi ini. Bimbingan, arahan, serta motivasi yang ibuk berikan sangat berarti dan menjadi sumber inspirasi bagi saya untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik. Semoga ilmu dan pengalaman yang saya peroleh selama bimbingan dapat menjadi bekal berharga dalam perjalanan akademik dan karier saya ke depan. Terima kasih atas segala perhatian dan dukungan yang telah ibuk berikan.
3. Saya juga mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada TV Tani yang telah memberikan informasi, data, serta dukungan yang sangat berharga selama proses penelitian ini. Bantuan dan keterbukaan dari pihak TV Tani sangat membantu kelancaran dan keberhasilan penelitian ini. Semoga kerja sama ini dapat terus terjalin dengan baik di masa mendatang.
4. Tidak lupa pula saya mengucapkan terima kasih yang tulus kepada teman-teman seperjuangan saya, Gusti Yazid Mahardika, Darma Saputa, Eka Triayu Wulandari, Thania Putri Maharani, dan Julia Putri, yang telah menjadi sahabat dan pendukung setia sejak awal perkuliahan hingga terselesaikannya penelitian ini. Kehadiran kalian tidak hanya memberikan semangat dan motivasi, tetapi juga menjadi sumber inspirasi dan kekuatan dalam menghadapi berbagai tantangan akademik. Terima kasih atas kebersamaan, dukungan, dan kerja sama yang telah terjalin selama ini, yang membuat

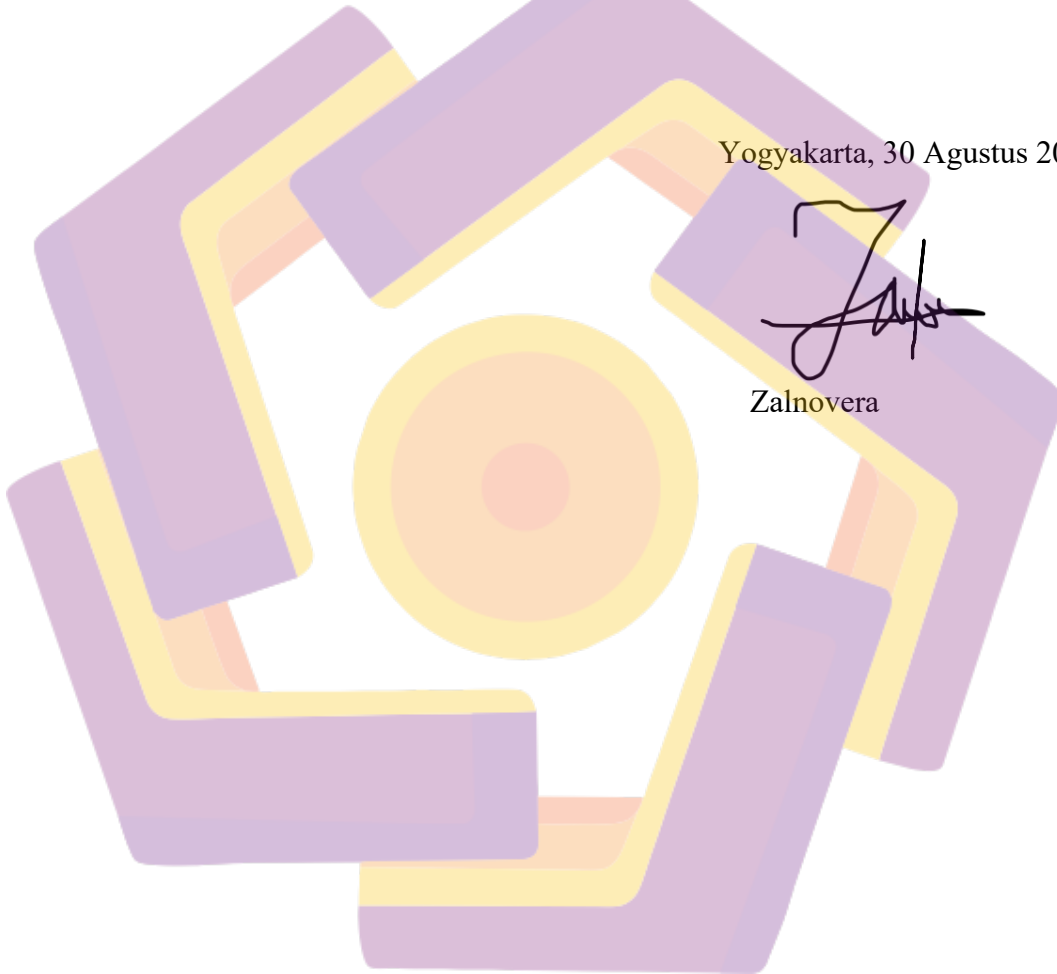
perjalanan studi saya menjadi lebih bermakna dan berwarna. Semoga persahabatan dan kolaborasi kita terus terjaga dan berkembang di masa depan.

5. Dan yang terakhir saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada sosok yang selalu memberikan dukungan dan semangat tanpa henti dalam keadaan apapun. Kehadiran dan support Anda sangat berarti bagi saya, meskipun saya tidak dapat menyebutkan nama secara langsung dan saya sadar nanti pada akhirnya kita akan asing atau tidaknya, saya tetap menghargai segala kebaikan dan perhatian yang telah Anda berikan. Semoga kebaikan Anda mendapatkan balasan yang terbaik.

Yogyakarta, 30 Agustus 2025



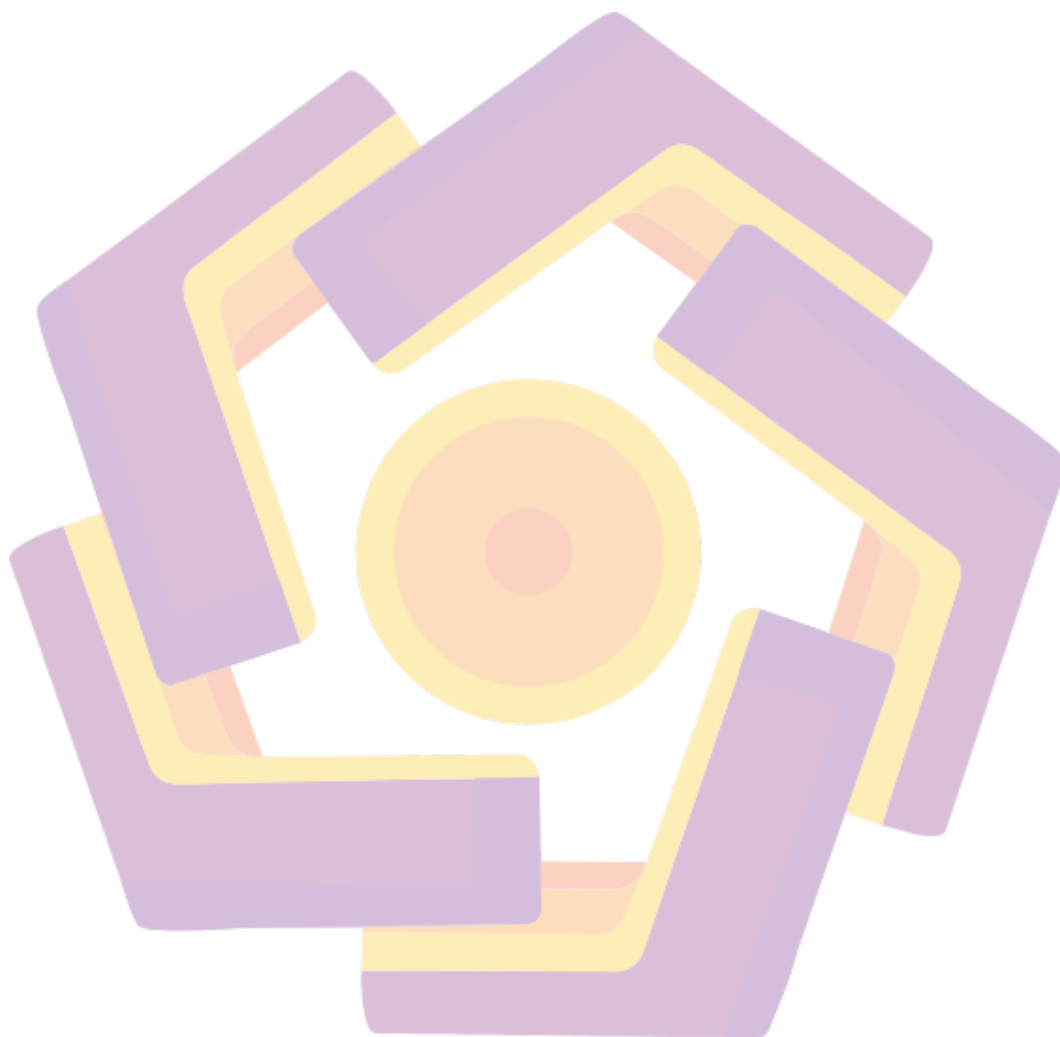
Zalnovera



DAFTAR ISI

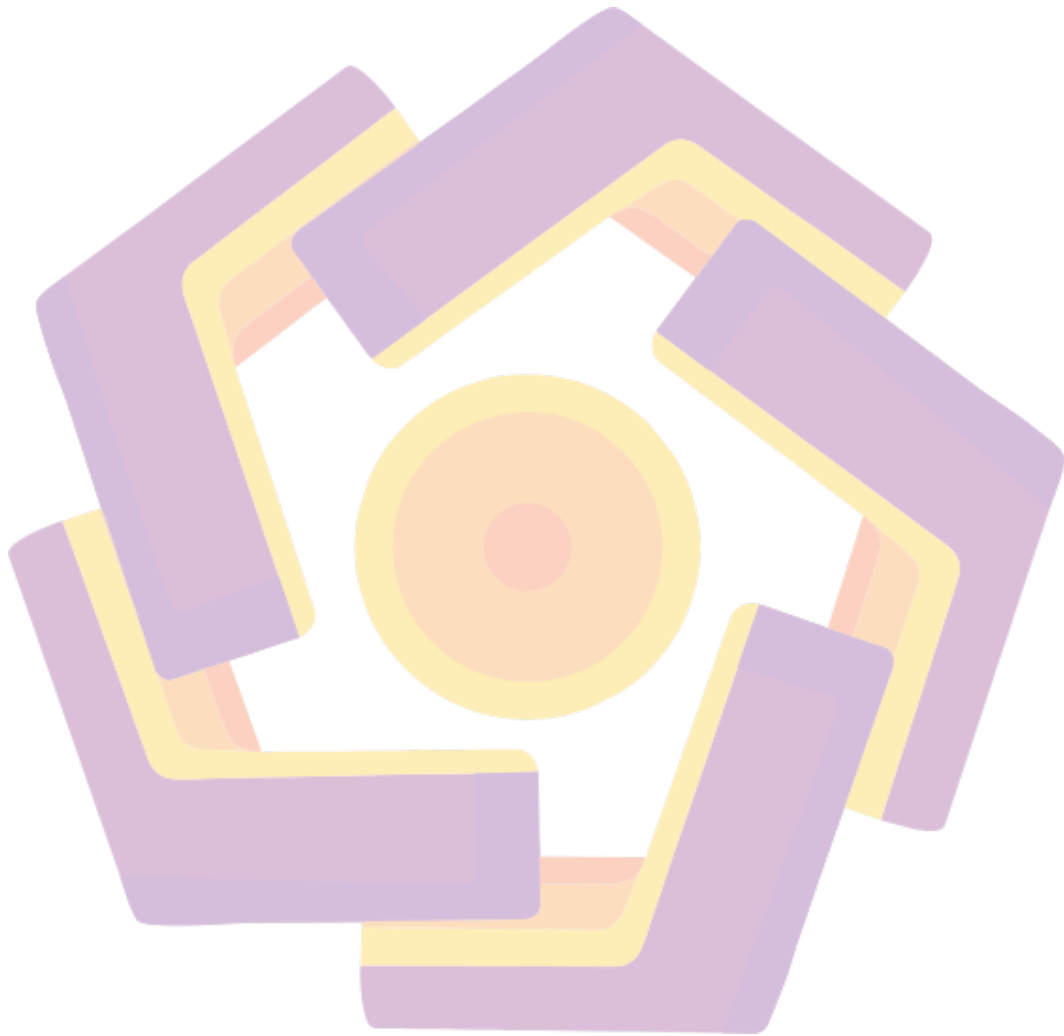
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
PERNYATAAN ORISINALITAS	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xii
ABSTRAK	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 LATAR BELAKANG	1
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	6
1.3 TUJUAN PENELITIAN.....	6
1.4 MANFAAT PENELITIAN.....	6
1.5 SISTEMATIKA PENULISAN.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 PENELITIAN SEBELUMNYA.....	8
2.2 LANDASAN TEORI.....	10
2.3 KERANGKA KONSEP.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	22
3.1 PARADIGMA PENELITIAN	22
3.2 PENDEKATAN PENELITIAN.....	23
3.3 METODE PENELITIAN.....	24
3.4 SUBJEK DAN OBJEK PENELITIAN.....	26
3.5 TEKNIK PENGAMBILAN DATA.....	27
3.6 WAKTU DAN LOKASI PENELITIAN	30
3.7 TEKNIK ANALISIS DATA	31
3.8 TEKNIK KEABSAHAN PENELITIAN.....	32
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN	34
4.1 PROFIL	34
4.2 TEMUAN.....	37
4.3 PEMBAHASAN	45
BAB V PENUTUP.....	57
5.1 KESIMPULAN	57
5.2 SARAN	58
DAFTAR PUSTAKA	60

LAMPIRAN.....	63
---------------	----



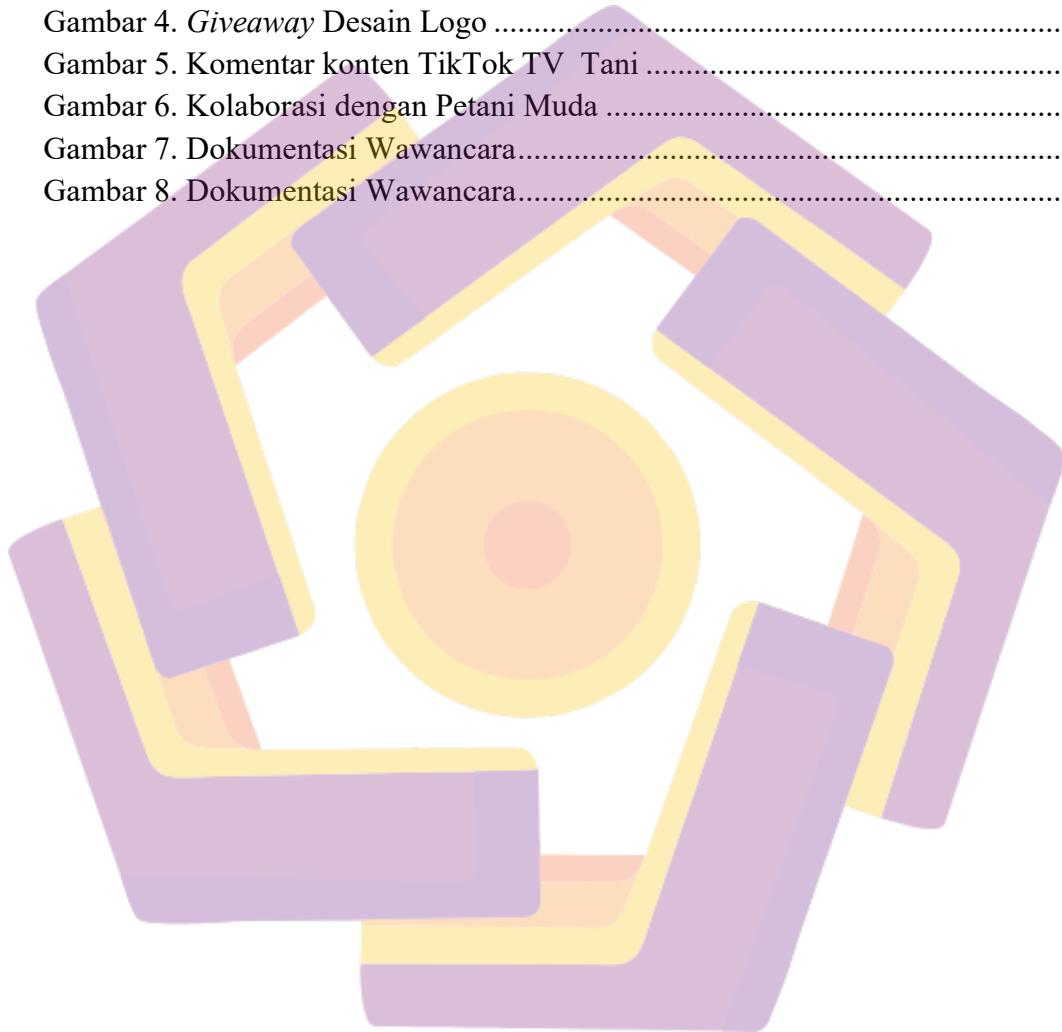
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Kerangka Konsep.....	21
-------------------------------	----



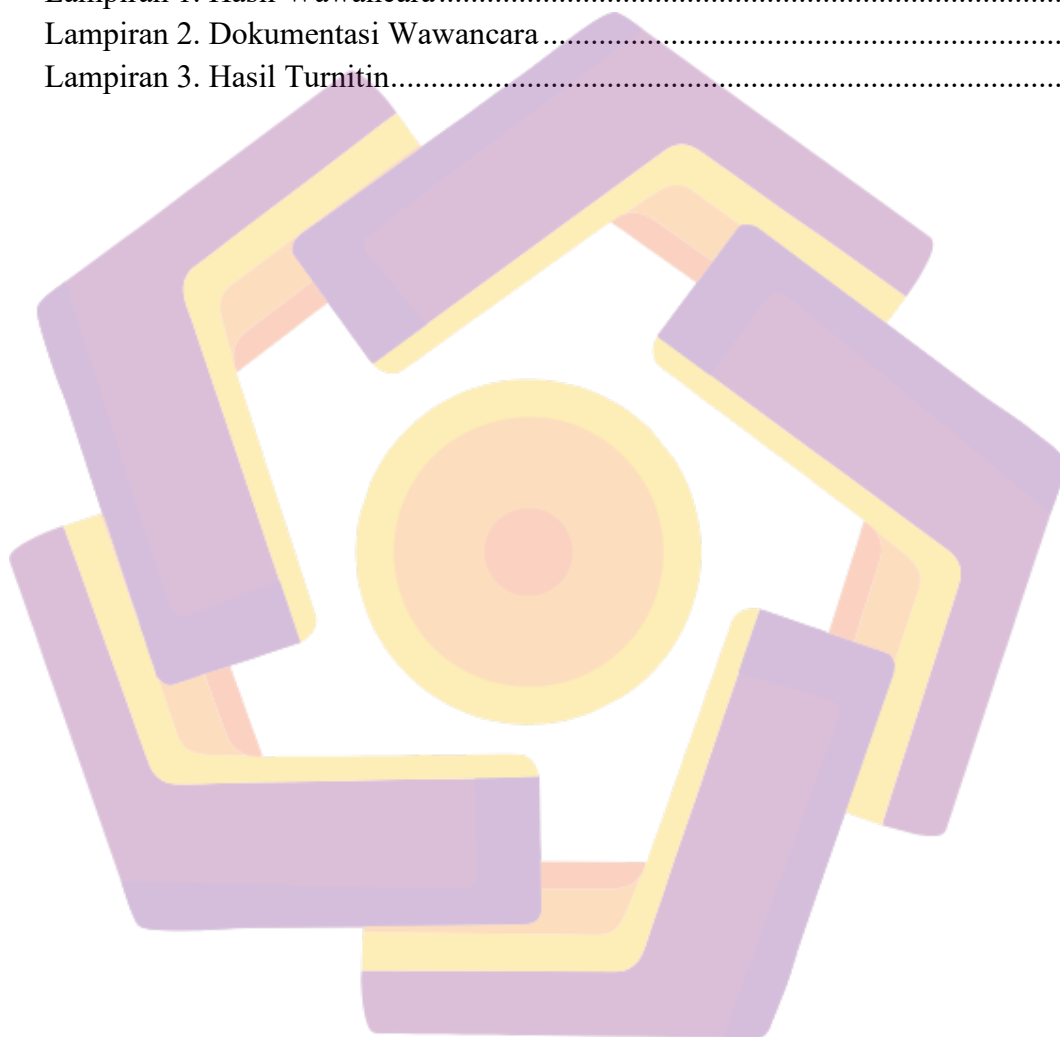
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Logo Perusahaan	34
Gambar 2. Pemberitaan mengenai kasus pupuk yang lagi trending	47
Gambar 3. Data Analisis salah satu konten	49
Gambar 4. <i>Giveaway</i> Desain Logo	51
Gambar 5. Komentar konten TikTok TV Tani	53
Gambar 6. Kolaborasi dengan Petani Muda	55
Gambar 7. Dokumentasi Wawancara	82
Gambar 8. Dokumentasi Wawancara	83



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil Wawancara.....	63
Lampiran 2. Dokumentasi Wawancara.....	82
Lampiran 3. Hasil Turnitin.....	84



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi yang diterapkan oleh TV Tani dalam memanfaatkan platform media sosial TikTok guna meningkatkan *engagement audiens*, khususnya di sektor pertanian. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pesatnya pertumbuhan pengguna TikTok di Indonesia, yang didominasi oleh generasi muda, serta peluang dan tantangan yang dihadapi institusi dalam mengoptimalkan TikTok sebagai media komunikasi digital yang efektif. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik wawancara mendalam kepada tim pengelola TV Tani dan analisis konten pada akun TikTok TV Tani. Hasil penelitian menunjukkan bahwa TV Tani berhasil meningkatkan keterlibatan *audiens* melalui riset tren, pengemasan konten yang kreatif dan relevan, serta *konsistensi* dalam membangun komunikasi dua arah. TikTok dipilih sebagai media utama karena kemampuannya menjangkau *audiens* secara luas dan interaktif. Peneliti juga menemukan bahwa kualitas konten dan proses *quality control* yang ketat berperan penting dalam menarik dan mempertahankan perhatian *audiens*. Namun, terdapat sejumlah tantangan seperti keterbatasan sumber daya manusia, perubahan tren yang cepat, serta pengelolaan komentar dan feedback *audiens* yang beragam. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi komunikasi digital TV Tani melalui TikTok efektif dalam membangun *engagement* dan memperluas jangkauan edukasi pertanian, namun memerlukan adaptasi berkelanjutan dan evaluasi rutin untuk mengatasi dinamika platform dan kebutuhan *audiens*. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis pada pengembangan ilmu komunikasi digital dan rekomendasi praktis bagi institusi serupa untuk memanfaatkan TikTok secara optimal sebagai media komunikasi dan edukasi publik.

Kata kunci: TV Tani, TikTok, *engagement audiens*, strategi media sosial, komunikasi digital.

ABSTRACT

This study aims to analyze the strategies implemented by TV Tani in utilizing the TikTok social media platform to increase audience engagement, especially in the agricultural sector. The background of this study is based on the rapid growth of TikTok users in Indonesia, which is dominated by the younger generation, as well as the opportunities and challenges faced by institutions in optimizing TikTok as an effective digital communication medium. This study uses a qualitative approach with in-depth interview techniques with the TV Tani management team and content analysis on the TV Tani TikTok account. The results of the study show that TV Tani has succeeded in increasing audience engagement through trend research, creative and relevant content packaging, and consistency in building two-way communication. TikTok was chosen as the main media because of its ability to reach a wide and interactive audience. Researchers also found that content quality and strict quality control processes play an important role in attracting and retaining audience attention. However, there are a number of challenges such as limited human resources, rapid changes in trends, and managing diverse audience comments and feedback. This study concludes that TV Tani's digital communication strategy through TikTok is effective in building engagement and expanding the reach of agricultural education, but requires continuous adaptation and routine evaluation to address platform dynamics and audience needs. This research provides theoretical contributions to the development of digital communication science and practical recommendations for similar institutions to optimally utilize TikTok as a medium for communication and public education.

Keywords: TV Tani, TikTok, audience engagement, social media strategy, digital communication.