

**PEMANFAATAN TIKTOK @ECC.CO.ID DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH MEMBER BARU PADA PT ENGINEERING CAREER CENTER**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

Sukma Wahyudi

21.96.2665

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

**PEMANFAATAN TIKTOK @ECC.CO.ID DALAM MENINGKATKAN
JUMLAH MEMBER BARU PADA PT ENGINEERING CAREER
CENTER
SKRIPSI**

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



Disusun oleh:

Sukma Wahyudi

NIM. 21.96.2516

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

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**Pemanfaatan TikTok @ecc.co.id dalam Meningkatkan Jumlah Member Baru pada
PT Engineering Career Center**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

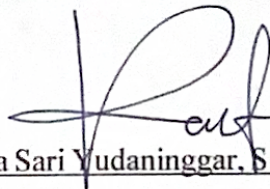
Sukma Wahyudi

NIM: 21.96.2665

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 26 Juni 2025

Dosen Pembimbing,



Kartika Sari Yudaningsgar, S.I.Kom., M.A

NIK. 190302444

LEMBAR PENGESAHAN
SKRIPSI

**Pemanfaatan TikTok @ecc.co.id dalam Meningkatkan Jumlah Member Baru pada
PT Engineering Career Center**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Sukma Wahyudi
NIM: 21.96.2665

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
pada 28 Mei 2025

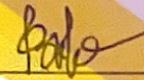
Nama Penguji

Bela Fataya Azmi, S.Kom.I., M.A.
NIK. 190302659

Anggun Anindya Sekarningrum, M.I.Kom
NIK. 190302661

Rivga Agusta, S.IP., M.A.
NIK. 190302319

Tanda Tangan



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

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., Ph.D
NIK. 1903022125

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, 7 Mei 2025



Sukma Wahyudi
NIM. 21.96.2665

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. Rivga Augusta, S.IP., M.A. selaku Kaprodi, Universitas Amikom Yogyakarta.
4. Kartika Sari Yudaningsar, S.I.Kom., M.A selaku pembimbing skripsi saya yang telah banyak memberikan arahan dan masukan yang sangat berharga dalam penyusunan skripsi ini sehingga dapat terselesaikan.
5. Para petinggi PT Engineering Career Center, Direktur, Supervisor, serta peserta magang.
6. Ibu Edi Tyas Asih dan Bapak Supriyono, selaku orang tua penulis yang selalu memberikan do'a yang tiada henti dan dukungannya dari jauh sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Mbah Rupini dan mbah Nyono, selaku nenek dan kakek penulis yang selalu memberikan do'a yang tiada hentinya kepada penulis.
8. Intan Permata Sari, S.Pd., selaku kakak perempuan penulis yang selalu memberikan motivasi, arahan dan dukungan kepada penulis.
9. Agus Riyanto, selaku kakak ipar penulis yang selalu memberikan dukungan kepada penulis.
10. Teman-teman Kobas yang telah mendukung dan memberikan motivasi kepada penulis sehingga skripsi ini bisa selesai.

Yogyakarta, 7 Mei 2025

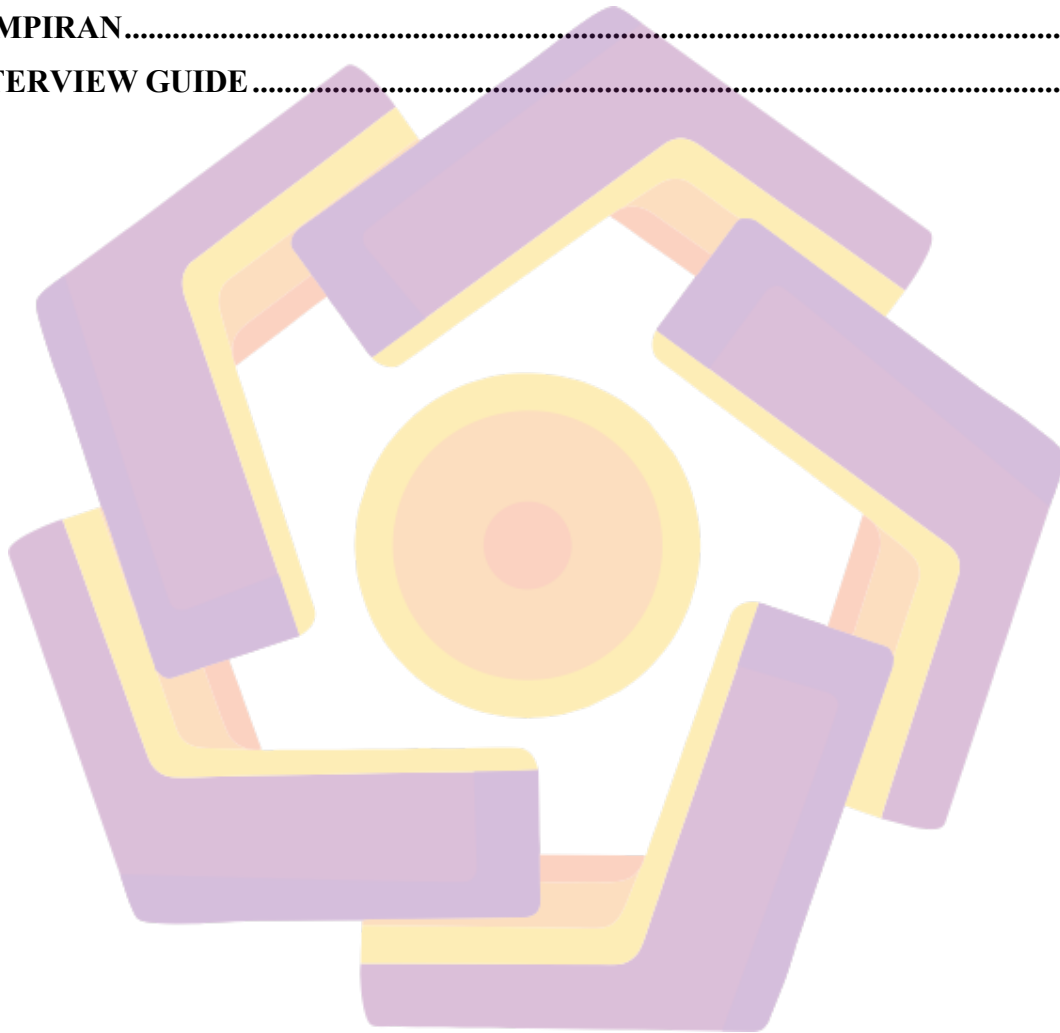


Sukma Wahyudi

DAFTAR ISI

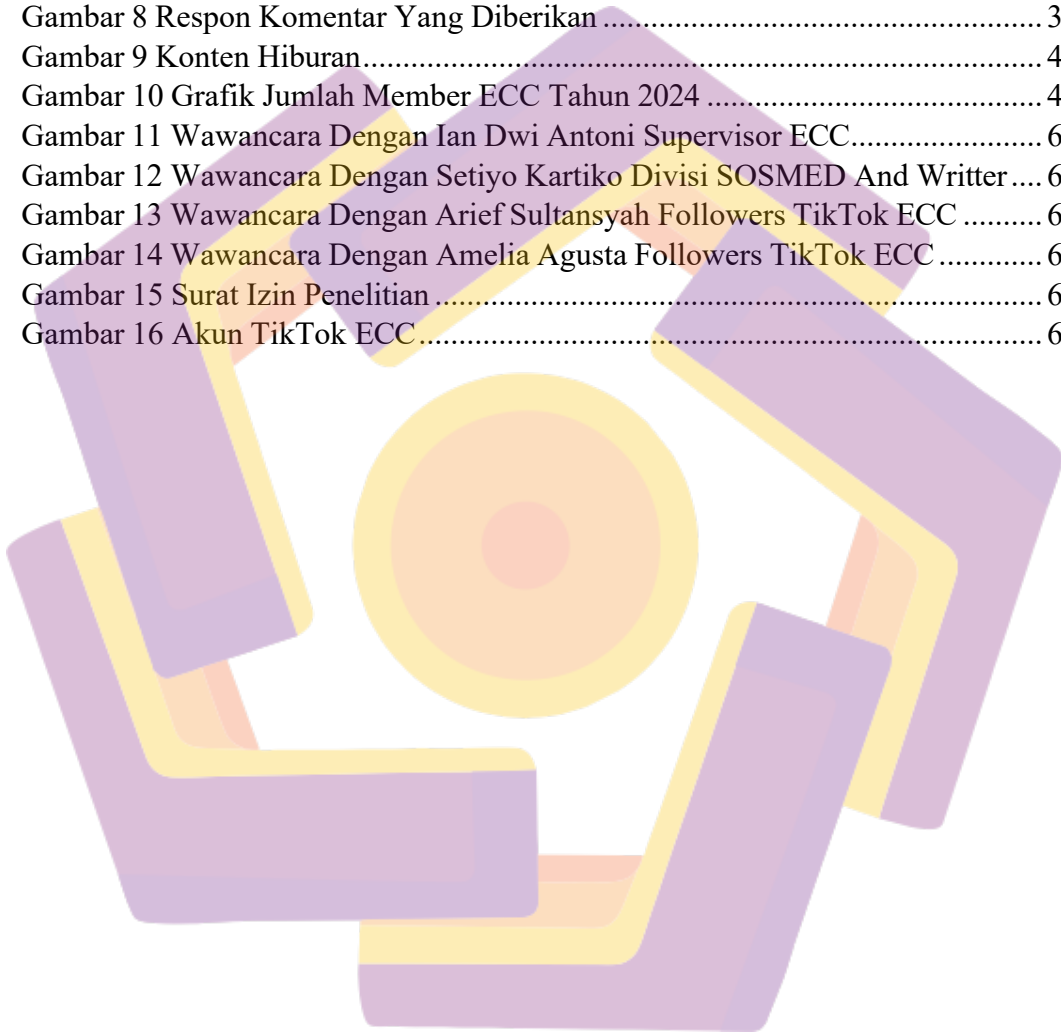
<u>HALAMAN JUDUL</u>	II
LEMBAR PERSETUJUAN	III
LEMBAR PENGESAHAN	IV
PERNYATAAN ORISINALITAS	V
KATA PENGANTAR	VI
DAFTAR ISI	VII
DAFTAR GAMBAR	IX
DAFTAR TABEL	X
ABSTRAK	XI
ABSTRACT	XII
BAB I	12
PENDAHULUAN	12
1.1 LATAR BELAKANG	12
1.2 RUMUSAN MASALAH.....	17
1.3 BATASAN PENELITIAN	17
1.4 TUJUAN PENELITIAN.....	17
1.5 MANFAAT PENELITIAN (TEORITIS, PRAKTIS).....	17
1.6 SISTEMATIKA PENULISAN BAB.....	18
BAB II	19
TINJAUAN PUSTAKA	19
2.1 PENELITIAN TERDAHULU	19
2.2 LANDASAN TEORI	21
2.3 LANDASAN KONSEPTUAL	24
2.4 KERANGKA KONSEP	27
BAB III	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 PARADIGMA PENELITIAN	28
3.2 JENIS PENELITIAN.....	28
3.3 SUBJEK PENELITIAN.....	29
3.4 OBJEK PENELITIAN	30
3.5 TEKNIK PENGAMBILAN DATA.....	31
3.6 LOKASI PENELITIAN.....	32
3.7 SUMBER DATA	32
3.8 TEKNIS ANALISIS DATA	33
3.9 TEKNIK KEABSAHAN DATA	34
BAB IV	35
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	35

4.1 PROFIL PENELITIAN.....	35
4.2 TEMUAN PENELITIAN	37
4.3 PEMBAHASAN.....	59
BAB V.....	69
PENUTUP.....	69
5.1 KESIMPULAN.....	69
5.2 SARAN.....	70
DAFTAR PUSTAKA	71
LAMPIRAN.....	74
INTERVIEW GUIDE	77



DAFTAR GAMBAR

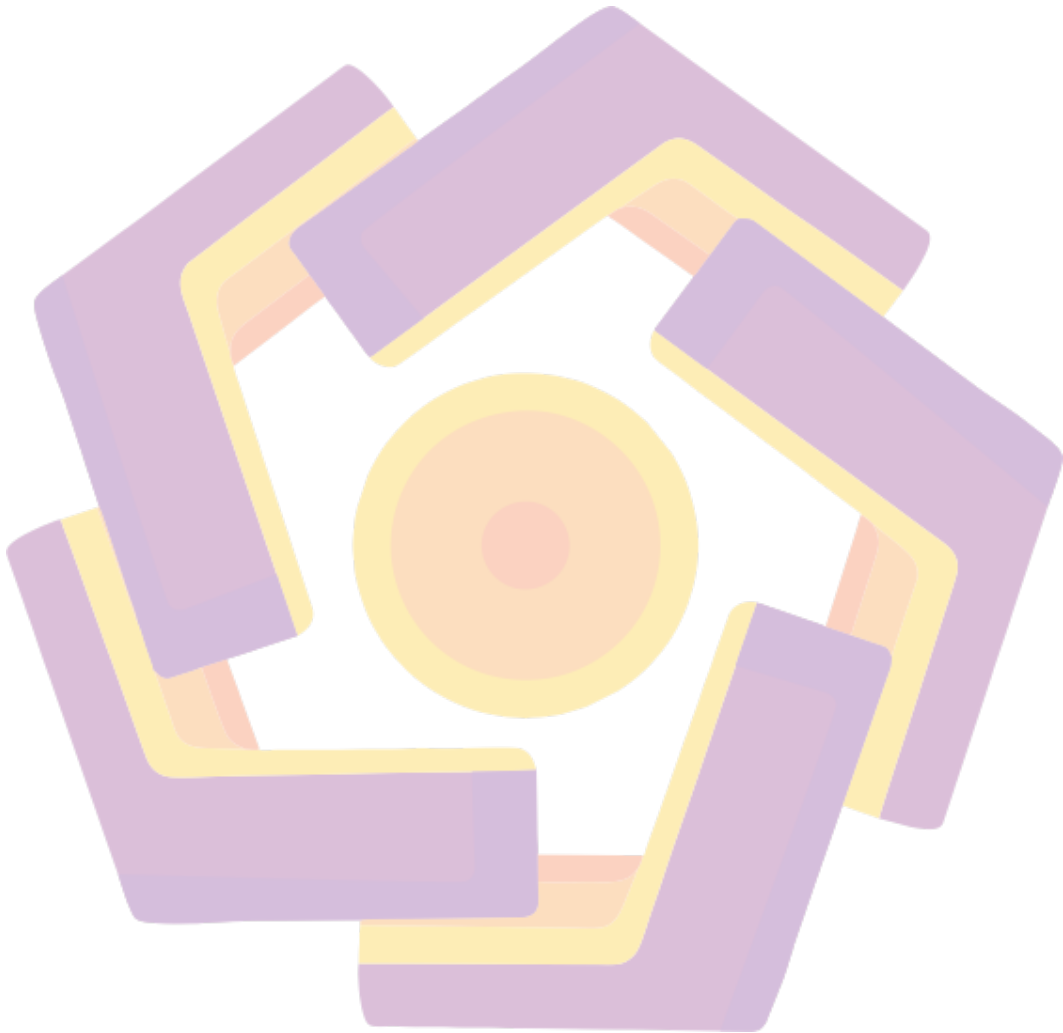
Gambar 1 Grafik Jumlah Member ECC Tahun 2024	2
Gambar 2 Persentase Pengguna Internet.....	4
Gambar 3 Akun TikTok ECC.....	12
Gambar 4 Kerangka Konsep.....	13
Gambar 5 Engagement Rate TikTok ECC.....	26
Gambar 6 Konten Edukasi	30
Gambar 7 Konten Promosi Yang Dibuat ECC	33
Gambar 8 Respon Komentar Yang Diberikan	35
Gambar 9 Konten Hiburan.....	40
Gambar 10 Grafik Jumlah Member ECC Tahun 2024	44
Gambar 11 Wawancara Dengan Ian Dwi Antoni Supervisor ECC.....	63
Gambar 12 Wawancara Dengan Setiyo Kartiko Divisi SOSMED And Writter	63
Gambar 13 Wawancara Dengan Arief Sultansyah Followers TikTok ECC	64
Gambar 14 Wawancara Dengan Amelia Agusta Followers TikTok ECC	64
Gambar 15 Surat Izin Penelitian	65
Gambar 16 Akun TikTok ECC.....	65



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu..... 7

Tabel 4. 1 Profil Informan 22



ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pemanfaatan media sosial TikTok melalui akun @ecc.co.id dalam meningkatkan jumlah member baru pada PT *Engineering Career Center* (ECC), sebuah lembaga pengembangan karir profesional. Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, data dikumpulkan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap tim pengelola konten ECC dan para followers yang telah menjadi member. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ECC memanfaatkan berbagai jenis konten seperti edukasi, promosi, hiburan, dan info lowongan pekerjaan dengan komunikasi yang interaktif untuk menarik perhatian pengguna TikTok. Strategi promosi diperkuat dengan penggunaan TikTok Ads dan konten berbasis tren. Konten edukasi seperti tips wawancara kerja terbukti relevan dalam mendorong audiens menjadi member baru. Penelitian ini menegaskan bahwa TikTok memiliki potensi besar sebagai media promosi berbasis komunitas dan edukasi untuk meningkatkan konversi pengguna menjadi member, terutama di kalangan *fresh graduate*.

Kata kunci: TikTok, media sosial, komunikasi pemasaran, ECC, promosi digital, *engagement*.

ABSTRACT

This study aims to analyze how the use of TikTok social media through the @ecc.co.id account in increasing the number of new members at PT Engineering Career Center (ECC), a professional career development institution. With a qualitative descriptive approach, data was collected through interviews, observations, and documentation of the ECC content management team and followers who have become members. The results of the study show that ECC utilizes various types of content such as education, promotion, entertainment, and job vacancy information with interactive communication to attract the attention of TikTok users. The promotion strategy is strengthened by the use of TikTok Ads and trend-based content. Educational content such as job interview tips has proven to be relevant in encouraging audiences to become new members. This study confirms that TikTok has great potential as a community-based and educational promotional media to increase user conversion to members, especially among fresh graduates.

Keywords: TikTok, social media, marketing communication, ECC, digital promotion, engagement.

