

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK-TOK SEBAGAI MEDIA
EDUKASI BAGI ANAK MUDA OLEH KEMENPAREKRAF MELALUI
AKUN TIKTOK @kemenparekraf**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Syarat Pengajuan Skripsi
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Disusun oleh:

M. KAHRID S. TAHER

2018230137

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI MALANG**

2022

Arfian Takandjandji, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK, 2022
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK-TOK SEBAGAI MEDIA EDUKASI
BAGI ANAK MUDA OLEH KEMENPAREKRAF MELALUI AKUN TIK-
TOK @kemenparekraf

Dosen Pembimbing Utama : Herru Prasetya Widodo,S.AP.,M.Si

Dosen Pembimbing Pendamping: Asfira Rachmad Rinata, S. I. Kom., M. Med.
Kom

RINGKASAN

Tik-Tok mungkin adalah panggung paling terkenal saat ini. Sebagai salah satu hiburan virtual, Tik-Tok memberikan cara untuk berbagi konten yang sangat fluktuatif mengenai perkembangan, mulai dari tantangan video, melodi lipsync, gerakan, tips dan trik, dan berbagai konten lainnya. Salah satu organisasi otoritas publik yang saat ini memanfaatkan aplikasi Tik-Tok adalah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Inventif/Industri perjalanan dan Organisasi Ekonomi Inovatif Republik Indonesia (Kemenparekraf). Layanan Industri Perjalanan dan Ekonomi Imajinatif adalah layanan di lingkungan pemerintah Indonesia yang bertanggung jawab atas industri perjalanan dan ekonomi inovatif, yang saat ini dipegang oleh Sandiaga Uno.

Teknik dalam pemeriksaan ini jelas subjektif dengan item yang dipertimbangkan adalah akun Tik-Tok @kemenparekraf. Titik fokus dari ujian ini adalah pemanfaatan hiburan online Tik-Tok sebagai mekanisme pembelajaran anak muda yang dilengkapi oleh Layanan Industri Perjalanan dan Ekonomi Imajinatif. Pendekatan dalam penelitian ini melibatkan metodologi pengumpulan data persepsi, pengalaman, dan dokumentasi. Kemudian, pada saat itu, data diperiksa dengan metode data acara sosial, pengurangan data, pengenalan data, dan penentuan.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan penemuan, bahwa akun @kemenkarekraf telah berubah menjadi mekanisme pembelajaran yang menarik bagi anak muda. Ini karena sebagian besar klien hiburan berbasis web Tik-Tok adalah anak-anak. Yang terakhir adalah substansi edukatif untuk meningkatkan inovasi pemuda.

Kata Kunci : Tik-tok, Kemenparekraf, Media edukasi

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Berdasarkan tinjauan yang dilakukan oleh Indonesian Surveying Overview dengan Hubungan Pemasok Akses Jaringan Indonesia (APJII), hingga saat ini 171,17 juta orang Indonesia adalah klien web. Hal ini menjadi justifikasi di balik penyesuaian budaya media saat ini. Berdasarkan data dari We are Social yang dikutip detik.com pada tahun 2020, ponsel (96%) dan ponsel (93%) adalah perangkat yang paling sering digunakan oleh klien web di Indonesia, berusia antara 16-64 tahun. . Pada tahun 2020, tercatat bahwa pengguna game elektronik di Indonesia mengalami peningkatan sekitar 10 juta orang dari tahun 201, yang tercatat lebih dari 160 juta orang Indonesia kuat melalui hiburan berbasis web pada tahun 2020.

Seperti yang diungkapkan oleh Merrill (2011), hiburan berbasis web memiliki kemampuan yang berbeda-beda antara lain pengorganisasian, penyetalan dan media pembelajaran, serta secara alamiah menduga dan menata media. Hiburan berbasis web mengubah korespondensi menjadi pertukaran intuitif, di mana seseorang dapat dengan mudah berbagi data, sentimen, dan pemikiran. Beberapa hiburan virtual yang sering digunakan antara lain Facebook, Instagram, Youtube, Twitter, Whatsapp, dll.

Mulai sekitar tahun 2018 sudah ada aplikasi hiburan virtual yang dimanfaatkan sebagai perangkat khusus yang dapat memberikan data tanpa memerlukan biaya yang signifikan (Bayu dan Lina, 2021). Tik-Tok kemungkinan adalah panggung paling terkenal saat ini. Sebagai salah satu game berbasis internet, Tik-Tok memberikan sebuah cara untuk berbagi konten yang sangat fluktuatif mengenai perkembangan, mulai dari tantangan video, lagu lipsync, gerakan, tips dan trik, dan berbagai konten lainnya.

Tidak hanya dimanfaatkan oleh masyarakat pada umumnya untuk mencari hiburan semata, perkembangan zaman dengan berbagai manfaat yang digerakkan oleh Tik-Tok membuat aplikasi tersebut juga disaksikan oleh berbagai kalangan. Misalnya, banyak organisasi menggunakan Tik-Tok sebagai media waktu terbatas. Dengan pesatnya perkembangan klien Tik-Tok, instansi pemerintah pun memanfaatkan hal ini sebagai mekanisme sosialisasi ke daerah setempat.

Salah satu organisasi otoritas publik yang saat ini memanfaatkan aplikasi Tik-Tok adalah Dinas Pariwisata dan Ekonomi Inovatif/Perjalanan dan Kantor Ekonomi Imajinatif Republik Indonesia (Kemenparekraf). Layanan Industri Perjalanan dan Ekonomi Imajinatif adalah layanan dalam Pemerintah Indonesia yang bertanggung jawab atas industri perjalanan dan ekonomi inovatif yang saat ini dipegang oleh Sandiaga Uno, yang telah berlaku sejak 23 Desember 2022. Melalui Tik-Tok akun yang bertempat di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Imajinatif, khususnya @kemenparekraf sangat dinamis dalam berbagai substansi yang berbeda. Tentang data industri perjalanan, namun juga bahan pelajaran yang berbeda bagi masyarakat Indonesia, khususnya usia yang lebih muda. Hal ini membuat kreator tertarik untuk mengarahkan eksplorasi pemanfaatan Tik-Tok web based entertainment sebagai wahana edukatif bagi anak muda oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Inventif melalui akun Tik-Tok @kemenparekraf.

1.2 Rumusan Masalah.

Bagaimana pemanfaatan hiburan virtual Tik-Tok sebagai wahana edukatif bagi anak muda oleh Kemenparekraf melalui akun Tik-Tok @kemenparekraf ?

1.3 Tujuan Penelitian

Alasan diadakannya ujian ini adalah untuk mengetahui pemanfaatan Tik-Tok web based entertainment sebagai wahana edukatif bagi anak muda oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Imajinatif melalui akun Tik-Tok @kemenparekraf.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

a. Manfaat Akademis

Kajian ini diharapkan dapat memberikan gambaran bagaimana pemanfaatan Tik-Tok web-based entertainment sebagai wahana pembelajaran bagi anak muda, khususnya yang dilakukan oleh Dinas Perindustrian Perjalanan dan Ekonomi Inventif melalui akun Tik-Tok @kemenparekraf.

b. Manfaat Masyarakat Umum

1. Hasil dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi pemikiran bagi semua pembuat konten hiburan virtual, khususnya dalam pemanfaatan permainan Tik-Tok online.
2. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk kegiatan sosial yang perlu mengetahui informasi tentang pemanfaatan Tik-Tok pengalihan online, khususnya sebagai perangkat pembelajaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Andreas, Kaplan M., Haenlein Michael, (2010). “*Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media*”. Business Horizons 53. (1). P.61
- Basrowi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta
- Boyd, D. M. 2008. Ellison. N. B., *Social network sites: Definition, history and scholarship*. Journal of Computer-Mediatied Communication *Characteristics and User Profiles by Social Media*”. Online Journal of Communication and Media Technologies. Vol. 3, No. 4
- Damayanti, Trie. *Kajian dampak negative aplikasi berbagi video bagi anak di bawah umur di Indonesia, communication*, Vol 10. No.02.2019
- Fitriani. 2011. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pengetahuan Remaja Tentang Kesehatan Reproduksi di SMA Negeri 1 Mojogedang*. Jurnal Penelitian. Surakarta: Fakultas Kedokteran UMS
- Gamble, Teri Kwal and Michael. 2005. *Communication Work*. The Mc Graw Hill Compenies Inc.
- <https://inet.detik.com/cyberlife/d-4907674/riset-ada-1752-juta-pengguna-internet-di-indonesia> diakses 8 Juli 2022 pukul 16.00 WIB
- <https://katadata.co.id/berita/2019/05/16/survei-apjii-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-capai-648> diakses 8 Juli 2022, diakses 8 Juli 2022 pukul 16.00 WIB
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial, Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif*, Jakarta : Erlangga
- Implementation, and Practice*”. England: Pearson Education Limited
- kemenparekraf.go.id
- Kriyantono, Rachmat.2010.*Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- M Nisrina. 2015. *Bisnis Online, Manfaat Media Sosial Dalam Meraup Uang*. Yogyakarta: Kobis.
- Mardjan M. 2016. *Pengaruh Kecemasan Anak pada Kehamilan Primipara Remaj*.

Pontianak

- Merril, T., Latham, K. Santalesa R, Navetta, D. 2011. *Social Media : The Business Benefit May Be Enormous, But Can The Risks Reputation, Legal, Operational Be Mitigated* Information Law Group.
- Moleong, Lexy J. (2007) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Penerbit PT Remaja Rosdakarya Offset, Bandung
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Notoadmodjo. 2012. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. PT. Rineka Cipta : Jakarta
- Nurwidya. 2021. *Ekspresi Wanita dalam Aplikasi Tiktok Ditinjau dari Perspektif Al-Qur'an*. UIN Suska Riau
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS.
PT.Elex Media Komputindo
- Puntodadi, Dannis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta : PT. Gramedia
- Santrock, J W. 2012. *Perkembangan Masa Hidup* (B. Widiasinta, Penerjemah). Jakarta : Penerbit Erlangga
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: ALFABETA
- Tim APJII. 2019. *Survei APJII Penetrasi Pengguna Internet di Indonesia*.