



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK  
@SOBATKEMHANRI OLEH HUMAS SEKJEN KEMHAN RI  
SEBAGAI SUMBER INFORMASI BAGI GEN Z**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu  
Komunikasi (S.I.Kom)**

**TAZKIA AMALIA**

**213516516022**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**FEBRUARI 2025**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**UTILIZATION OF SOCIAL MEDIA TIKTOK  
@SOBATKEMHANRI BY THE PUBLIC RELATIONS OF THE  
SECRETARY GENERAL OF THE MINISTRY OF DEFENSE OF  
THE REPUBLIC OF INDONESIA AS A SOURCE OF  
INFORMATION FOR GENERATION Z**

**SKRIPSI**

**Submitted as partial fulfilment of the requirements for the Bachelor Degree in  
Communication Science (S.I.Kom)**

**TAZKIA AMALIA  
213516516022**

**COMMUNICATION SCIENCE  
FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES  
FEBRUARY 2025**

## PERNYATAAN ORISINALITAS

### HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama : Tazkia Amalia

NPM : 213516516022

Tanggal : 08 Februari 2025



## PENGESAHAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Tazkia Amalia  
NPM : 213516516022  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK  
@SOBATKEMHANRI OLEH HUMAS SEKJEN  
Judul Skripsi : KEMHAN RI SEBAGAI SUMBER INFORMASI  
BAGI GEN Z  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.  
Universitas Nasional  
**Disetujui untuk disahkan**  
Jakarta, 12 Maret 2025  
Dosen Pembimbing : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si. Dr. Erna Damawati Chotim, M.Si.

## PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

## PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Tazkia Amalia  
NPM : 213516516022  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK  
@SOBATKEMHANRI OLEH HUMAS SEKJEN  
KEMHAN RI SEBAGAI SUMBER INFORMASI  
BAGI GEN Z  
Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk  
memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.  
Universitas Nasional

Disetujui untuk diujikan

Jakarta, 04 Februari 2025

Dosen Pembimbing

Prof., Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Djudjur Luciana R., S.Sos., M.Si.

## KATA PENGANTAR

Pertama – tama peneliti panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat rahmat dan karunia – Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Penelitian skripsi ini dilakukan dalam memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional, dengan ketertarikan peneliti pada permasalahan dalam skripsi ini yaitu “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok @sobatkemhanri oleh Humas Sekjen Kemhan RI Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z”.

Peneliti sepenuhnya menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan karena menyadari segala keterbatasan yang ada. Tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai penyusunan skripsi ini, sangatlah sulit bagi peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Ibu Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Bapak Dr. Aos Yuli Firdaus, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
4. Bapak Dr. (C) Angga Sulaiman, S.I.P., M.Si. selaku Wakil Dekan bidang Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
5. Ibu Djudjur Lucianan Radjagukguk, S.Sos., M.Si. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu dan nasihat semasa perkuliahan hingga masa skripsi ini.
6. Bapak Nursatyo, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah bersedia membimbing dan memberikan ilmu serta nasihat semasa perkuliahan.

7. Ibu Prof. Dr. Sri Desti Purwatiningsih, M.Si., selaku dosen pembimbing yang dengan senantiasa sabar dalam membimbing penulis, menyediakan waktu, tenaga dan pikirannya.
8. Bapak Drs. Adi Prakosa, M.Si. selaku Dosen Akademik peneliti yang telah memberikan banyak ilmu dan nasihat semasa perkuliahan hingga masa skripsi ini.
9. Ibu Mutiara Silaen.S.I.Kom., M.AP., Desi Safitri, Irba Halimah dan Aulia Azzahra selaku narasumber dalam penelitian ini.
10. Ibu Tuti Nuzuliawati dan Bapak Priyantoro, selaku orang tua kandung peneliti yang selalu *support* peneliti dalam kegiatan apapun.
11. Rizky Akbar Atzali, Achmad Bilal Ramdani dan Ismulia Indriyaswari, selaku saudara kandung peneliti yang selalu *support* peneliti dalam kegiatan apapun.
12. Keluarga Besar H.Umar dan Djayus, yang telah memberikan dukungan serta doa demi kelancaran dalam masa perkuliahan dan skripsi ini.
13. Sahabat – sahabat peneliti yaitu Devika Vebrina, Melinda Uslifatul, Arian Dwiki, Faradillah Dwi Juliana, Ifan Aji dan Waode Tasya yang telah memberikan *support* dalam hal apapun.
14. Teman – teman Ilmu Komunikasi angkatan 2021 yang telah mewarnai masa perkuliahan peneliti.

Akhir kata, peneliti berharap Allah SWT berkenan membalas kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga dapat manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 26 Februari 2025

Tazkia Amalia

## ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Tiktok @sobatkemhanri Oleh Humas Sekjen Kemhan RI Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z” yang menggunakan teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pemanfaatan akun TikTok @sobatkemhanri oleh Humas Sekjen Kemhan RI sebagai sumber informasi bagi Generasi Z. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Penelitian ini mengkaji strategi yang diterapkan dalam pembuatan konten serta efektivitasnya dalam menyampaikan informasi terkait pertahanan negara dan program magang di Kemhan RI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa akun @sobatkemhanri tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi tetapi juga sebagai media pembelajaran, pemasaran, dan hiburan yang dikemas secara menarik sesuai dengan preferensi Gen Z. Pendekatan interaktif melalui fitur live, komentar, dan penggunaan tren TikTok berhasil meningkatkan keterlibatan audiens serta membangun hubungan yang lebih erat antara pemerintah dan masyarakat. Dengan demikian, pemanfaatan TikTok sebagai media informasi oleh instansi pemerintah dapat menjadi strategi efektif dalam meningkatkan kesadaran dan partisipasi publik, khususnya di kalangan anak muda.

**Kata Kunci :** Tiktok @sobatkemhanri, Informasi, Gen Z, Teori *Computer Mediated Communication*, Humas Sekjen Kemhan RI.

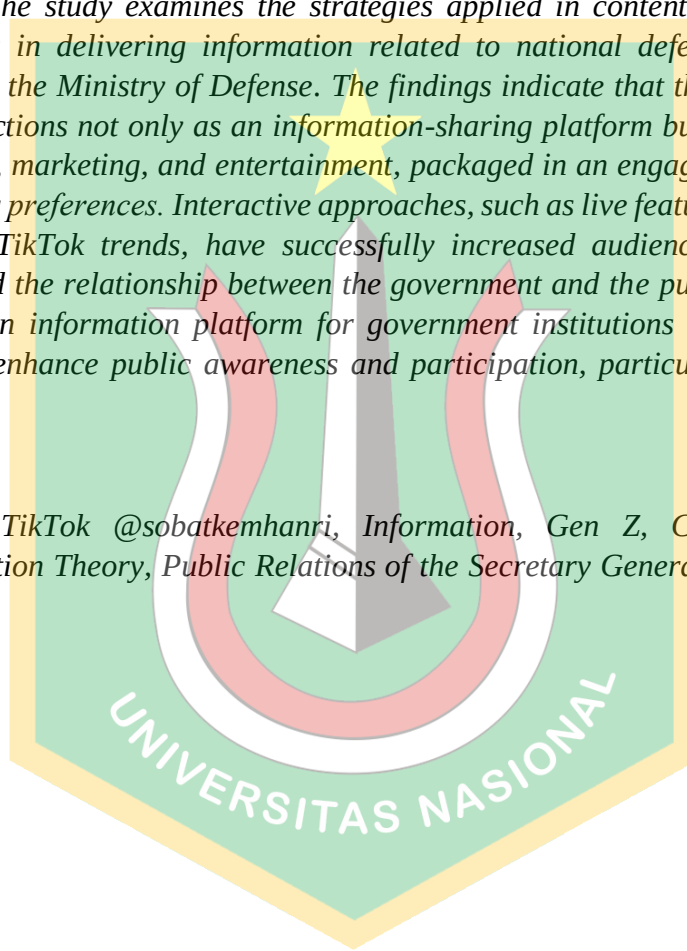




## ABSTRACT

The research titled "Utilization of TikTok Social Media @sobatkemhanri by the Public Relations of the Secretary General of the Ministry of Defense as an Information Source for Generation Z" applies the Computer Mediated Communication (CMC) theory. This study aims to analyze the utilization of the TikTok account @sobatkemhanri by the Public Relations of the Secretary General of the Ministry of Defense (Humas Sekjen Kemhan RI) as an information source for Generation Z, using a descriptive qualitative approach. The study examines the strategies applied in content creation and their effectiveness in delivering information related to national defense and internship programs at the Ministry of Defense. The findings indicate that the @sobatkemhanri account functions not only as an information-sharing platform but also as a medium for learning, marketing, and entertainment, packaged in an engaging way that aligns with Gen Z's preferences. Interactive approaches, such as live features, comments, and the use of TikTok trends, have successfully increased audience engagement and strengthened the relationship between the government and the public. Thus, utilizing TikTok as an information platform for government institutions can be an effective strategy to enhance public awareness and participation, particularly among young people.

**Keywords:** TikTok @sobatkemhanri, Information, Gen Z, Computer Mediated Communication Theory, Public Relations of the Secretary General of the Ministry of Defense.



## DAFTAR ISI

|                                                        |             |
|--------------------------------------------------------|-------------|
| <b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>                    |             |
| <b>PENGESAHAN SKRIPSI .....</b>                        |             |
| <b>PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>                        |             |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                             | <b>vi</b>   |
| <b>ABSTRAK .....</b>                                   | <b>viii</b> |
| <b>ABSTRACT .....</b>                                  | <b>ix</b>   |
| <b>DAFTAR ISI.....</b>                                 | <b>x</b>    |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                              | <b>xiii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                               | <b>xiv</b>  |
| <b>BAB I.....</b>                                      | <b>1</b>    |
| <b>PENDAHULUAN.....</b>                                | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                                | 1           |
| 1.2 Rumusan Masalah .....                              | 5           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                             | 5           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                            | 6           |
| 1.4.1 Manfaat Teoritis.....                            | 6           |
| 1.4.2 Manfaat Praktis .....                            | 6           |
| 1.5 Sistemmatika Penulisan.....                        | 6           |
| <b>BAB II .....</b>                                    | <b>8</b>    |
| <b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>                           | <b>8</b>    |
| 2.1 Penelitian Terdahulu.....                          | 8           |
| 2.2 Landasan Teori .....                               | 15          |
| 2.2.1 Teori Computer Mediated Communication (CMC)..... | 15          |
| 2.3 Landasan Konsep.....                               | 16          |
| 2.3.1 Media Sosial.....                                | 16          |
| 2.3.2 Tiktok .....                                     | 17          |
| 2.3.3 Pemanfaatan Media Sosial Tiktok .....            | 19          |

|                                              |                                                         |           |
|----------------------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------|
| 2.3.4                                        | Sumber Informasi.....                                   | 20        |
| 2.3.5                                        | Hubungan Masyarakat Kementerian Pertahanan RI .....     | 21        |
| 2.3.6                                        | Gen Z.....                                              | 22        |
| 2.4                                          | Kerangka Pemikiran .....                                | 24        |
| <b>BAB III.....</b>                          |                                                         | <b>25</b> |
| <b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>           |                                                         | <b>25</b> |
| 3.1                                          | Paradigma Penelitian.....                               | 25        |
| 3.2                                          | Pendekatan Penelitian.....                              | 26        |
| 3.3                                          | Jenis Penelitian .....                                  | 26        |
| 3.4                                          | Metode Penelitian.....                                  | 27        |
| 3.5                                          | Penentuan Informan.....                                 | 27        |
| 3.5.1                                        | Key Informan.....                                       | 28        |
| 3.5.2                                        | Informan.....                                           | 28        |
| 3.6                                          | Teknik Pengumpulan Data .....                           | 28        |
| 3.6.1                                        | Data Primer .....                                       | 28        |
| 3.6.1.1                                      | Observasi Partisipan.....                               | 29        |
| 3.6.1.2                                      | Wawancara Mendalam.....                                 | 29        |
| 3.6.2                                        | Data Sekunder.....                                      | 29        |
| 3.6.2.1                                      | Dokumentasi.....                                        | 29        |
| 3.6.2.2                                      | Kepustakaan .....                                       | 30        |
| 3.7                                          | Definisi Konseptual.....                                | 31        |
| 3.8                                          | Teknik Keabsahan Data.....                              | 32        |
| 3.9                                          | Teknik Analisis Data .....                              | 33        |
| 3.10                                         | Lokasi dan Jadwal Penelitian .....                      | 34        |
| 3.10.1                                       | Lokasi Penelitian.....                                  | 34        |
| 3.10.1                                       | Jadwal Penelitian.....                                  | 35        |
| <b>BAB IV .....</b>                          |                                                         | <b>36</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b> |                                                         | <b>36</b> |
| 4.1                                          | Gambaran Objek Penelitian.....                          | 36        |
| 4.1.1                                        | Sejarah Kementerian Pertahanan Republik Indonesia ..... | 36        |

|                             |                                                                                                                                                                              |           |
|-----------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.2                       | Visi dan Misi Kementerian Pertahanan Republik Indonesia .....                                                                                                                | 39        |
| 4.1.3                       | Logo Kementerian Pertahanan Republik Indonesia.....                                                                                                                          | 39        |
| 4.1.4                       | Biro Hubungan Masyarakat Setjen Kementerian Pertahanan Republik Indonesia.....                                                                                               | 40        |
| 4.1.5                       | Struktur Organisasi Biro Humas Setjen Kementerian Pertahanan Republik Indonesia. ....                                                                                        | 42        |
| 4.1.6                       | Akun Tiktok @sobatkemhanri Biro Humas Setjen Kementerian Pertahanan Republik Indonesia .....                                                                                 | 47        |
| 4.1.7                       | Profil Informan.....                                                                                                                                                         | 50        |
| 4.2                         | Hasil Penelitian.....                                                                                                                                                        | 52        |
| 4.2.1                       | Pemanfaatan Media Sosial Tiktok @sobatkemhanri Oleh Humas Sekjen Kemhan RI Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z.....                                                          | 52        |
| 4.3                         | Pembahasan Penelitian .....                                                                                                                                                  | 75        |
| 4.3.1                       | Teori <i>Computer Mediated Communication (CMC)</i> dalam Pemanfaatan Media Sosial Tiktok @sobatkemhanri Oleh Humas Sekjen Kemhan RI Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z..... | 75        |
| <b>BAB V</b>                | .....                                                                                                                                                                        | <b>84</b> |
| <b>KESIMPULAN DAN SARAN</b> | .....                                                                                                                                                                        | <b>84</b> |
| 5.1                         | Kesimpulan.....                                                                                                                                                              | 84        |
| 5.2                         | Saran.....                                                                                                                                                                   | 85        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA</b>       | .....                                                                                                                                                                        | <b>86</b> |
| <b>LAMPIRAN</b>             | .....                                                                                                                                                                        | <b>94</b> |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                   |    |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 1 1 Statistika Pengguna Tik Tok Juli 2024. ....                                            | 2  |
| Gambar 1 2 Akun Tiktok @sobatkemhanri .....                                                       | 4  |
| Gambar 2. 1 Logo TikTok,.....                                                                     | 18 |
| Gambar 4. 1 Logo Kementerian Pertahanan .....                                                     | 39 |
| Gambar 4. 2 Struktur Biro Humas Sekjen Kemhan RI .....                                            | 42 |
| Gambar 4. 3 Profil Tiktok @sobatkemhanri .....                                                    | 48 |
| Gambar 4. 4 Konten – konten Tiktok @sobatkemhanri .....                                           | 48 |
| Gambar 4. 5 Contoh Konten Tiktok @sobatkemhanri dengan Menggunakan Fitur<br>Balas Komentari ..... | 49 |
| Gambar 4. 6 Contoh Fitur Tagar yang digunakan Tiktok @sobatkemhanri.....                          | 49 |
| Gambar 4. 7 Contoh Fitur Audio yang digunakan Tiktok @sobatkemhanri .....                         | 50 |
| Gambar 4. 8 Contoh Konten A day in my life as an Intern in Kementerian Pertahanan.<br>.....       | 56 |
| Gambar 4. 9 Interaksi dengan audiens melalui Komentari .....                                      | 59 |
| Gambar 4. 10 Contoh konten edukasi mengenai senjata pertahanan negara Indonesia<br>.....          | 65 |
| Gambar 4. 11 Contoh Konten Informasi Magang .....                                                 | 68 |
| Gambar 4. 12 Contoh Konten Hiburan yang diselengi dengan Edukatif .....                           | 73 |
| Gambar 4. 13 Contoh Konten Hiburan di selengi dengan Informatif .....                             | 74 |

## DAFTAR TABEL

|                                             |    |
|---------------------------------------------|----|
| Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu ..... | 8  |
| Tabel 3. 1 Tabel Jadwal Penelitian.....     | 35 |

