



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DALAM  
PRAKTIK KEHUMASAN DI PT PERTAMINA PERSERO  
UNTUK VIEWERS**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu**

**Komunikasi (S.I.Kom)**

**Mahdalena Amalia**

**NPM. 183112351650135**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**2022**



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**UTILIZATION OF SOSIAL MEDIA TIKTOK IN PRACTICE  
PRACTICE AT PT PERTAMINA PERSERO FOR VIEWERS**

**THESIS**

**Submitted as one of the conditions for obtaining Bachelor's Degree in  
Communication Studies (S.I.Kom)**

**Mahdalena Amalia  
NPM. 183112351650135**

**FACULTY OF SOSIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE  
COMMUNICATIONS STUDY PROGRAM**

**2022**



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

## HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda – tangan dibawah ini:

Nama : Mahdalena Amalia

NPM : 183112351650135

Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Praktik  
Kehumasan Di PT Pertamina Persero Untuk Viewers

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa pengakuan bahan - bahan yang telah dipublikasikan sebelum atau ditulis orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya. Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 10 September 2022

Yang membuat pernyataan,

(materai Rp.10.000)



Mahdalena Amalia



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

## PENGESAHAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Mahdalena Amalia  
Nomor Pokok Mahasiswa : 183112351650135  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relations  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Praktik  
Kehumasan Di PT Pertamina Persero Untuk Viewers  
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, 10 September 2022

Dosen Pembimbing

  
Dra. Zikri Neni Iska, M.Psi

Dekan,

  
Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si

## ***ABSTRAK***

Nama : Mahdalena Amalia  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Dalam Praktik  
Kehumasan Di PT Pertamina Persero Untuk  
Viewers

**Kata Kunci  
Pemanfaatan,  
Sosial Media,  
TikTok,  
Kehumasan.**

Di era globalisasi di bidang kehumasan saat ini, *internet* telah menjadi media pilihan yang efektif bagi humas untuk menjalankan bisnisnya. Dikarenakan adanya kemajuan teknologi, terdapat berbagai macam media yang dapat digunakan oleh manusia sebagai alat komunikasi, serta media sosial yang dapat dengan mudah diakses melalui *internet*. Humas PT. Pertamina memilih untuk menambahkan *media social* mereka yaitu *TikTok* karena pada *media sosial* tersebut sedang mengalami kenaikan *viewers* dan rata-rata masyarakat lebih suka dengan *TikTok* dan *trend viewer* tersebut sangat meningkat pesat, sehingga PT. Pertamina untuk menyebarluaskan informasi yang ada dan *terupdate*. Dari seluruh sosial media yang ada Engagement Rate nya pada Triwulan I sebanyak 33,99 dengan Engagement Average 11,33%, Triwulan II sebanyak 31,53 dengan Engagement Average 10,51%, Triwulan III sebanyak 38,12 dengan Engagement Average 12,71% dan Triwulan IV sebanyak 34,23 dengan Engagement Average 11,41%. Serta pada tahun 2022 Triwulan I sebanyak 39,13 dengan Engagement Average 13,04%, dan Triwulan II sebanyak 23,72 dengan Engagement Average 7,91%.

**Pembimbing** Dra. Zikri Neni Iska, M.Psi

## **ABSTRACT**

*Name* : Mahdalena Amalia  
*Study Program* : Communication Studies  
*Title* : Utilization Of Sosial Media Tiktok In Practice  
Practice At PT Pertamina Persero For Viewers

**Keywords**  
**Utilization,**  
**Sosial**  
**media,**  
**TikTok,**  
**Public**  
**Relations.**

*In the current era of globalization in the field of public relations, the internet has become an effective medium of choice for public relations to run their business. Due to technological advances, there are various kinds of media that can be used by humans as a communication tool, as well as social media that can be easily accessed via the internet. Public Relations of PT. Pertamina chose to add their social media, namely TikTok because that social media is experiencing an increase in viewers and the average community prefers TikTok and the trend viewer is increasing rapidly, so PT. Pertamina to disseminate existing and updated information. Of all social media, the Engagement Rate is 33.99 in Quarter I with an Engagement Average of 11.33%, Quarter II is 31.53 with an Engagement Average of 10.51%, Quarter III is 38.12 with an Engagement Average of 12.71 % and in the fourth quarter of 34.23 with an Engagement Average of 11.41%. And in 2022 the first quarter was 39.13 with an Engagement Average of 13.04%, and the second quarter was 23.72 with an Engagement Average of 7.91%.*

**Mentor** Dra. Zikri Neni Iska, M.Psi

## KATA PENGANTAR

**Assalamualaikum Wr. Wb.**

Puji syukur saya panjatkan kehadirat Allah Yang Maha Kuasa, dengan seizinnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial TikTok Dalam Praktik Kehumahaman di PT Pertamina Persero Untuk Viewers“. Dengan berbagai macam teori komunikasi mengenai kehumasan yang dilakukan oleh PT Pertamina.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dan masukan baik secara bidang akademis maupun praktik. Dalam penulisan skripsi ini penulis mengalami berbagai hambatan dan rintangan, namun berkat bimbingan pertolongan, nasihat serta saran dari semua pihak akhirnya penulis dapat menyelesaikan pembuatan skripsi. Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A, selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
3. Dr. Bhakti Nur Avianto, M. Si, Selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional
4. Dr. Aos Yuli Firdaus, M.Si, selaku wakil Dekan 2 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional



5. Drs. Adi Prakosa, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
6. Nursatyo, S.Sos., M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional.
7. Djujur Luciana Radjaguguk, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing akademik dan penguji 1
8. Asse Prof Zikri Neni Iska, M.Psi selaku dosen pembimbing dan penguji 2 yang dengan sabar telah membimbing, serta memberikan arahan kepada penulis selama menulis skripsi ini.
9. Dr. Mary Ismowati, M.Si selaku ketua sidang
10. Kedua Orang Tua Penulis Bapak Hasmunir dan Ibu Minurmah yang telah memberikan doa dan dorongan moril serta materil dan semangat mereka maka penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Saudara dan saudari penulis Fajri Nur, Hasvita Nora, Sri Mulyani, dan Mahdaleni Amalia yang tiada henti-hentinya memberikan doa, semangat, dan dukungannya selama ini maka penulis dapat menyelesaikan skripsi.
12. Adik-adik saya Nawa Aghnia Jovita, Arganta, Muhammad Raga Mulya, muhammad Kahfi Albayan, Rafanka Aksa Elmanaf dan Arshaka yang sudah selalu menemani disaat saya ingin meluangkan waktu untuk beristirahat dan selalu membawa kebahagiaan setiap harinya.
13. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini semasa perkuliahan, tempat berbagi keluh kesah, teman berdiskusi, beribadah dan bercerita yang selalu menyemangati satu sama lain Bella Okasari.



14. Teman-teman saya yang senantiasa membantu disaat penulis merasa kebingungan atau tidak mengerti bagaimana mencari solusinya dan selalu ada untuk memberi motivasi Mahdaleni Amalia dan Hidayatul Hasanah.
15. Teman seperjuangan saya pada semester kali ini untuk bisa lulus bersama-sama Farrell Alifia, Annisya Ridzka dan Syindy Figandiana.
16. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2018, yang senantiasa memberikan dukungan dan menjadi rekan berkreaitifitas selama masa perkuliahan.
17. Terakhir dan tidak kalah penting, terima kasih kepada diri saya sendiri yang sangat luar biasa. Skripsi ini menjadi sebuah pembuktian bahwa saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik, walaupun sering mengeluh tetapi tetap dikerjakan dengan baik.

Semoga dukungan dan doa yang telah diberikan mendapat berkah dari Allah SWT. Akhir kata, saya berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat dan menambah wawasan bagi pembaca.

**Wassalamualaikum Wr. Wb.**

Jakarta,9 Agustus 2022

Penulis

## DAFTAR ISI

PERSETUJUAN SKRIPSI .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iv
KATA PENGANTAR .....	vi
DAFTAR ISI .....	ix
BAB I .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	5
1.3. Tujuan Penelitian .....	6
1.4. Manfaat Penelitian .....	6
1.5. Sistematika Penulisan .....	7
BAB II .....	8
KAJIAN PUSTAKA .....	8
2.1. Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	8
2.2. Kerangka Konsep dan Teori .....	13
2.2.1. Hubungan Masyarakat .....	13
2.2.2. <i>Cyber Public Relations</i> .....	15
2.2.3. Fungsi Humas .....	16
2.2.4. Kegiatan dan Sasaran Hubungan Masyarakat .....	17
2.2.5. Komunikasi .....	20
2.2.6. Jenis Komunikasi .....	20
2.2.7. <i>Internet</i> .....	25
2.2.8. Karakteristik <i>Internet</i> dan <i>Fiturnya</i> .....	27
2.2.9. Media Sosial .....	30
2.2.10. Klasifikasi Media Sosial .....	33
2.2.11. <i>Platform</i> Media Sosial yang digunakan .....	38
2.2.12. Pengertian <i>TikTok</i> .....	39
2.2.13. Sejarah Aplikasi <i>TikTok</i> .....	40
2.2.14. Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan Aplikasi <i>TikTok</i> .....	41
2.2.15. Teori Penggunaan dan Gratifikasi .....	43
2.3. Kerangka Penelitian .....	48

<b>BAB III .....</b>	<b>56</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>56</b>
<b>3.1. Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>56</b>
<b>3.2. Penentuan Informan.....</b>	<b>59</b>
<b>3.3. Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>60</b>
<b>3.3.1. Dokumentasi.....</b>	<b>61</b>
<b>3.3.2. Obeservasi .....</b>	<b>61</b>
<b>3.3.3. Wawancara.....</b>	<b>62</b>
<b>3.4. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....</b>	<b>62</b>
<b>3.5. Lokasi dan Jadwal Penelitian.....</b>	<b>63</b>
<b>3.3.4. Lokasi Penelitian.....</b>	<b>63</b>
<b>3.3.5. Jadwal Penelitian .....</b>	<b>63</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>64</b>
<b>HASIL PENELITIAN .....</b>	<b>64</b>
<b>4.1. Gambaran Umum PT. Pertamina.....</b>	<b>69</b>
<b>4.2. Visi dan Misi.....</b>	<b>70</b>
<b>4.3. Logo PT. Pertamina.....</b>	<b>72</b>
<b>4.4. Tugas Pokok PT. Pertamina (Persero) .....</b>	<b>74</b>
<b>4.5. Struktur Organisasi Perusahaan.....</b>	<b>74</b>
<b>4.6. Pemanfaatan Media Sosial <i>TikTok</i> PT Pertamina dalam Membangun Citra Positif 74</b>	
<b>4.7. Pembahasan .....</b>	<b>83</b>
<b>BAB V .....</b>	<b>91</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>91</b>