



UNIVERSITAS NASIONAL

**STRATEGI MEDCOM.ID DALAM MENGELOLA MEDIA SOSIAL
TIKTOK GUNA MENINGKATKAN AUDIENCE ENGAGEMENT.**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu untuk memperoleh gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

EZRA MELINDA

193516516632

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS NASIONAL

2023



NATIONAL UNIVERSITY

**MEDCOM.ID STRATEGY IN MANAGING TIKTOK SOCIAL MEDIA IN
INCREASING AUDIENCE ENGAGEMENT**

THESIS

Submitted as one to obtain the degree

Bachelor of Communication Science (S.I.Kom)

EZRA MELINDA

193516516632

COMMUNICATION STUDY PROGRAM

FACULTY OF SOCIAL SCIENCE AND POLITICAL SCIENCE

NATIONAL UNIVERSITY

2023

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



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

PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Ezra Melinda
NPM : 193516516632
Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Medcom.Id Dalam Mengelola Media Sosial TikTok Guna Meningkatkan Audience Engagement
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, 03 Maret 2023

Dosen Pembimbing

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si.

Dr. Erna Ermawati Chotim, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

FORMULIR 4


PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ezra Melinda
Nomor Induk Mahasiswa : 193516516632
Jurusan : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Judul Skripsi : Strategi Medcom.Id Dalam Mengelola Media Sosial
Tiktok Guna Meningkatkan Audience Engagement

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 22 Februari 2023, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 03 Maret 2023

Ketua Sidang : Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si. 

Penguji I : Dr. Drs. TB. M. Ali Asgar, SH.,MH.,M.Si.,M.M 

Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si 

Keterangan:

**) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Ezra Melinda

NPM : 193516516632

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Strategi Medcom.ID Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok
Guna Meningkatkan Audience Engagement

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si

Pembimbing I/Penguji I : Dr. Drs. TB. M. Ali Asgar, SH.,MH.,M.Si.,M.M

Pembimbing II/Penguji II : Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 03/03/2023



Two handwritten signatures in black ink are visible on the right side of the page. The top signature is more complex and appears to be 'A. F. Sigit Rochadi'. The bottom signature is simpler and appears to be 'Yuyu Sriwartini'.

LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI

Nama : Ezra Melinda
NPM : 193516516632
Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi – Public Relations
Tanggal Sidang : Senin, 22 Februari 2023




JUDUL DALAM BAHASA INDONESIA

Strategi Medcom.ID Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan Audience Engagement

JUDUL DALAM BAHASA INGGRIS

Medcom.ID Strategy in Managing Tiktok Social Media in Increasing Audience Engagement

TANDA TANGAN DAN TANGGAL

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 03 Maret 2023	TGL : 03 Maret 2023	TGL : 03 Maret 2023
		



UNIVERSITAS NASIONAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JAKARTA

**BIODATA ALUMNI MAHASISWA
SEMESTER GENAP TAHUN AKADEMIK 2022/2023**

Nama Mahasiswa : Ezra Melinda
No. Pokok : 193516516632
Program Studi/Jurusan : Ilmu Komunikasi / Public Relations
Tempat Tgl. Lahir : Jakarta, 15 Mei 2001
Alamat Rumah : Pendowo Raya, No 90 Rt 03/12 Limo Depok
Telepon Rumah : -
Telepon Kantor : -
HP : 0895334684704
Alamat Kantor : -
E-mail : ezramelinda6@gmail.com

Jakarta, 05 Maret 2023
Alumni,

Ezra Melinda

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda-tangan dibawah ini :

Nama : Ezra Melinda

NPM : 193516516632

Judul Skripsi : Strategi Medcom.ID Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan Audience Engagement

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Skripsi ini merupakan hasil penelitian, pemikiran, dan pemaparan asli saya sendiri. Saya tidak mencantumkan tanpa bahan-bahan yang telah dipublikasikan sebelumnya atau ditulis oleh orang lain, atau sebagai bahan yang pernah diajukan untuk gelar atau ijazah pada Universitas Nasional atau perguruan tinggi lainnya.

Apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional. Demikian pernyataan ini saya buat.

Jakarta, 03 Maret 2023

Yang membuat pernyataan,



Ezra Melinda

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa karena dengan limpahan rahmat serta hidayah-Nya, peneliti dapat menyelesaikan laporan proposal skripsi dengan judul “Strategi Medcom.ID Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan Audience Engagement.” dimana ini bertujuan sebagai tugas akhir. Skripsi ini merupakan tugas akhir yang harus diselesaikan sebagai salah persyaratan untuk meraih gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) di Universitas Nasional. Peneliti menyadari bahwa selama masa perkuliahan, penelitian, penyusunan, penelitian sampai masa penyelesaian skripsi ini peneliti banyak mendapat bantuan dan dukungan dari berbagai pihak baik dari keluarga, sahabat, teman dan berbagai pihak lainnya yang telah banyak berjasa bagi peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Dr. El Amry Bermawi Putera, M.A., selaku Rektor Universitas Nasional.
2. Dr. Erna Ermawati Chotim, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Nasional.
3. Drs. Adi Prakosa, M.Si dan Nursatyo S.Sos.M,Si., Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional dan Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nasional
4. Dr. A.F. Sigit Rochadi, M.Si. selaku ketua sidang yang telah memimpin jalannya sidang skripsi serta memberikan kritik, saran, dan masukan agar penulisan menjadi lebih baik.

5. Dr. Drs. TB. M. Ali Asgar, SH.,MH.,M.Si.,M.M selaku dosen penguji yang telah memberi kritik, saran, dan masukan agar penulisan menjadi lebih baik.
6. Yuyu Sriwartini, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi peneliti. Peneliti sangat berterimakasih kepada beliau karena beliau telah meluangkan waktu, tenaga, pikiran dan kesabarannya untuk mengarahkan dan membimbing saya dalam penyusunan skripsi ini sampai selesai.
7. Seluruh jajaran Staff dan dosen Universitas Nasional yang telah memberikan ilmu kepada peneliti selama peneliti berkuliah di Universitas Nasional. Peneliti sangat berterima kasih atas tahun – tahun penuh ilmu dan edukasi yang sangat bermanfaat bagi peneliti terutama dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Teristimewa untuk kedua orang tua tercinta, Ayahanda Rahman Bahari Pohan dan Ibunda Ester Yuliasari yang telah sabar mendidik, menyayangi, memberikan motivasi, tempat bertukar pikiran, mendoakan, serta mengupayakan yang terbaik untuk bekal kesuksesan depan anak-anaknya. Semoga Tuhan selalu memberikan kemudahan dalam segala urusan.
9. Adik kandung saya Evelin Felisa Pohan yang ikut memberikan saran dan support selama proses pengerjaan skripsi berlangsung.
10. Tim media sosial Medcom.ID yaitu Nurdina sebagai Head Of Social Media Management, Deni Fauzan sebagai Manager Social Media,

Damar Yudhistira sebagai Staff Of Social Media yang turut membantu proses pengerjaan skripsi. Terimakasih atas semangat dan ilmu yang turut diberikan.

11. Sahabat-sahabat terdekat saya selama masa perkuliahan Wihdatus Saadya, Levana Huwaina Nurvi, Anantha Adhiwidya Wira Putra yang memberikan motivasi mendalam dalam proses pengerjaan skripsi, terimakasih telah menjadi tempat berkeluh kesah dan ilmu yang bermanfaat selama masa perkuliahan.

Peneliti hanya bisa mengucapkan terima kasih dan bersyukur atas segala kebaikan mereka dan semoga Tuhan membalasnya. Peneliti juga memohon maaf kepada pihak-pihak yang merasa dirugikan atau tersakiti selama penelitian ini. Peneliti menyadari masih banyak kesalahan dan kekurangan dalam penelitian penelitian ini. Oleh karena itu, akhir kata peneliti berharap semoga laporan dari hasil riset penelitian “Strategi Medcom.ID Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan Audience Engagement.” dapat memberikan tambahan wawasan dan pengetahuan bagi siapa saja yang membaca untuk di kemudian hari.

Jakarta, 9 Februari 2023



Ezra Melinda

ABSTRAK

Nama : Ezra Melinda

NPM : 193516516632

Program Studi/Konsentrasi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul : Strategi Medcom.ID Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan Audience Engagement.

<p>Kata Kunci :</p> <p>Media Sosial, Audience Engagement, Engagement, Teori Manajemen Media Sosial, Medcom.ID</p>	<p>Berdasarkan latar belakang dimana media sosial saat ini banyak digunakan untuk menyebarkan suatu informasi, sarana edukasi dan hiburan, menciptakan citra positif individu atau perusahaan hingga penggunaan media sosial dalam upaya meningkatkan eksistensi perusahaan, maka dibutuhkan suatu cara untuk memperoleh hasil tersebut dimana salah satu cara tersebut ialah dengan memiliki engagement yang baik dari perusahaan untuk mendapatkan kualitas dan mutu yang baik di media sosial. Tujuan dalam penelitian ini adalah mengetahui strategi dalam pengelolaan media sosial untuk meningkatkan <i>audience engagement</i>.</p> <p>Penelitian ini menggunakan Teori Manajemen Media sosial menurut Friedrichsen dan Wolfgang yang terdiri menjadi beberapa tahap pengelolaan yaitu (1) <i>Define the Value Proposition</i>, (2) <i>Segmentation, Targeting, and Positioning</i> yang didalamnya mencakup Tahap Perencanaan, Tahap Pengorganisasian, Tahap Pelaksanaan, Tahap Optimalisasi, Tahap Pengawasan dan Evaluasi (3) <i>Measurement and Feedback</i>. Peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Strategi Medcom.ID Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan Audience Engagement. ialah melalui penentuan algoritma media sosial yang disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan audiens, pembuatan <i>campaign</i> atau kompetisi. Pembuatan video kreatif, membangun partnership, membangun pendekatan atau interaksi dengan</p>
--	--

	audiens dan melalui strategi <i>Key Opinion Leader</i> (KOL).
Pembimbing	Yayu Sriwartini S.Sos., M.Si.



ABSTRAC

Name : Ezra Melinda

NPM : 193516516632

Study Program : Communication Studies/Public Relations

Title : *Medcom.ID Strategy in Managing Tiktok Social Media in Increasing Audience Engagement.*

<p>Keywords :</p> <p><i>Social Media, Audience Engagement, Engagement, Teori Manajemen Media Sosial, Medcom.ID</i></p>	<p><i>Based on the background where social media is currently widely used to disseminate information, educational and entertainment facilities, create positive images of individuals or companies to the use of social media in an effort to increase the existence of companies, a method is needed to obtain these results where one of these ways is by having good engagement from the company to get good quality and quality on social media. The aim of this research is to find out the strategies for managing social media to increase audience engagement.</i></p> <p><i>This study uses the Social Media Management Theory according to Friedrichsen and Wolfgang which consists of several stages of management, namely (1) Define the Value Proposition, (2) Segmentation, Targeting, and Positioning which includes the Planning Stage, Organizing Stage, Implementation Stage, Optimization Stage, Monitoring and Evaluation Stage (3) Measurement and Feedback. Researchers used qualitative methods with a descriptive approach.</i></p> <p><i>The results of the study show that Tiktok Medcom.ID's social media management strategy in increasing audience engagement is through determining social media algorithms that are tailored to the needs and desires of the audience, creating campaigns or competitions. Making creative videos, building partnerships, building approaches or interactions with the audience and through the Key Opinion Leader (KOL) strategy.</i></p>
<p><i>Mentor</i></p>	<p>Yayu Sriwartini S.Sos., M.Si.</p>

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	vii
KATA PENGANTAR.....	iv
ABSTRAK.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	Error! Bookmark not defined.
1.2 Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
1.3 Tujuan Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.4 Manfaat Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
1.5 Sistematika Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	22
2.2 Kebaruan Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu.....	34
2.3 Landasan Teoritis.....	38
2.3.1 Teori Manajemen Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.4 Kerangka Konseptual.....	41
2.4.1 Media Sosial.....	42
2.4.2 Pengelolaan Media Sosial.....	48
2.4.3 Aplikasi TikTok.....	52
2.4.4 Audience Engagement.....	Error! Bookmark not defined.
2.4.5 Efektifitas Engagement Media Sosial.....	Error! Bookmark not defined.
2.5 Kerangka Berfikir.....	61
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.2 Pendekatan dan Metode Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

3.3	Subjek dan Objek Penelitian	Error! Bookmark not defined.
3.3.1	Subjek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.3.2	Objek Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.
3.4	Data, Teknik Pengambilan Data dan Sumber Data..	Error! Bookmark not defined.
3.4.1	Data Primer	Error! Bookmark not defined.
3.4.2	Data Sekunder	Error! Bookmark not defined.
3.5	Narasumber Penelitian	71
3.5.1	Informan kunci (<i>Key Information</i>).....	71
3.5.2	Informan.....	72
3.6	Teknik Keabsahan Data	Error! Bookmark not defined.
3.6.1	Credibility	Error! Bookmark not defined.
3.6.2	Transferability	Error! Bookmark not defined.
3.6.3	Dependability	Error! Bookmark not defined.
3.6.4	Confirmability	Error! Bookmark not defined.
3.7	Teknik Analisis Data	80
3.7.1	Reduksi Data	81
3.7.2	Penyajian Data	82
3.7.3	Penarikan Kesimpulan	82
3.8	Lokasi dan Waktu Penelitian.....	Error! Bookmark not defined.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Gambaran Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.1	Sejarah Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.2	Visi dan Misi Perusahaan.....	Error! Bookmark not defined.
4.1.3	Profil Umum Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.1.4	Divisi Dalam Perusahaan	90
4.1.5	Mekanisme Kerja Perusahaan.....	91
4.1.6	Struktur Organisasi Perusahaan	Error! Bookmark not defined.
4.2	Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
4.2.1	Engagement Media Sosial Tiktok Medcom.ID	Error! Bookmark not defined.

4.2.2	Tahap Perencanaan Pengelolaan Media Sosial Tiktok Medcom.ID Dalam Meningkatkan <i>Audience Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.3	Tahap Pengorganisasian Pengelolaan Media Sosial Tiktok Medcom.ID Dalam Meningkatkan <i>Audience Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.4	Tahap Pelaksanaan Pengelolaan Media Sosial Tiktok Medcom.ID Dalam Meningkatkan <i>Audience Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.5	Tahap Optimalisasi Pengelolaan Media Sosial Tiktok Medcom.ID Dalam Meningkatkan <i>Audience Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.2.6	Tahap Pengawasan dan Evaluasi Pengelolaan Media Sosial Tiktok Medcom.ID Dalam Meningkatkan <i>Audience</i> <i>Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3	Pembahasan.....	Error! Bookmark not defined.
4.3.1	Strategi Medcom.ID Dalam Mengelola Media Sosial Tiktok Guna Meningkatkan <i>Audience Engagement</i>	Error! Bookmark not defined.
4.3.2	Temuan Teori Manajemen Media Sosial Dengan Hasil Penelitian	Error! Bookmark not defined.
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		
5.1	Kesimpulan.....	Error! Bookmark not defined.
5.2	Saran.....	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR PUSTAKA		
CATATAN OBSERVASI.....		
LAMPIRAN		
DOKUMENTASI.....		

DAFAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Tiktok @ medcom_id	5
Gambar 1.2 Media Sosial Instagram @ medcomid	9
Gambar 1.3 Media Sosial Facebook @ medcomid	10
Gambar 1.4 Media Sosial Twitter @ medcom_id.....	12
Gambar 1.5 Grafik Pengguna Aktif Tiktok Global 2020-2022	14
Gambar 1.6 Daftar Negara Pengguna Tiktok Terbanyak 2022.....	15
Gambar 1.7 Pertumbuhan Followers Tiktok Medcom.ID.....	16
Gambar 2.1 Pemetaan Riset Terdahulu.....	22
Gambar 2.2 Novelty Penelitian	36
Gambar 2.3 Kerangka Berpikir Penelitian	64
Gambar 3.1 Hasil Data Primer	69
Gambar 3.2 Hasil Data Sekunder.....	70
Gambar 4.1 Bagian Dari Media Group Network	87
Gambar 4.2 Logo Medcom.ID	88
Gambar 4.3 Divisi Perusahaan.....	90
Gambar 4.4 Mekanisme Kerja Media Group Network	92
Gambar 4.5 Struktur Organisasi Perusahaan.....	93
Gambar 4.6 Struktur Organisasi Social Media Medcom.ID	94
Gambar 4.7 Hasil Engagement Tiktok Medcom.ID (Oktober 2022).....	96
Gambar 4.8 Peningkatan Followers Tiktok Medcom.ID	97
Gambar 4.9 Key Metrics Tiktok Medcom.ID.....	98
Gambar 4.10 Konten News dan Politik Tiktok Medcom.ID. Error! Bookmark not defined.	
Gambar 4.11 Program NGOBRAS Medcom.ID.....	104
Gambar 4.12 Google Trends	110
Gambar 4.13 Konten Hiburan Tiktok Medcom.ID	111
Gambar 4.14 Kompetisi Lagu HUT5 Medcom.ID	118

DAFTAR LAMPIRAN

SK Dosen Pembimbing	150
Surat Keterangan Meneliti	151
Lembar Konsultasi Bimbingan.....	152
Hasil Cek Turnitin.....	153
Draft Wawancara.....	154
Transkrip Wawancara	174
Kategorisasi Jawaban Narasumber.....	235
Dokumentasi.....	267



