

# M. KAHRID S. TAHER

*by* UNITRI Press

---

**Submission date:** 21-Sep-2022 09:42AM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1894836647

**File name:** M.\_KAHRID\_S.\_TAHER.docx (47.79K)

**Word count:** 789

**Character count:** 5253

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

**@kemenparekraf**

**SKRIPSI**



**Disusun oleh:**

**M. KAHRID S. TAHER**

**2018230137**

## 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. 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 Merril (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-

TikTok membuat aplikasi tersebut juga disaksikan oleh berbagai kalangan. Misalnya, banyak organisasi menggunakan TikTok sebagai media waktu terbatas. Dengan pesatnya perkembangan klien TikTok, instansi pemerintah pun memanfaatkan hal ini sebagai mekanisme sosialisasi ke daerah setempat.

Salah satu organisasi otoritas publik yang saat ini memanfaatkan aplikasi TikTok 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 TikTok 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 TikTok web based entertainment sebagai wahana edukatif bagi anak muda oleh Dinas Pariwisata dan Ekonomi Inventif melalui akun TikTok @kemenparekraf.

## 2. **Rumusan Masalah.**

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

## 3. **Tujuan Penelitian**

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

## 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.

ORIGINALITY REPORT

15%

SIMILARITY INDEX

6%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

8%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

|   |   |    |
|---|---|----|
| 1 | <a href="http://rinjani.unitri.ac.id">rinjani.unitri.ac.id</a><br>Internet Source   | 5% |
| 2 | Chriswardana Bayu Dewa, Lina Ayu Safitri. "Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Promosi Industri Kuliner Di Yogyakarta Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun TikTok Javafoodie)", Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 2021<br>Publication | 3% |
| 3 | Submitted to Universitas Sultan Ageng Tirtayasa<br>Student Paper  | 3% |
| 4 | Submitted to St. Ursula Academy High School<br>Student Paper  | 2% |
| 5 | Submitted to uphindonesia<br>Student Paper  | 2% |
| 6 | Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, Umaimah Wahid. "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIK TOK SEBAGAI MEDIA KAMPANYE GERAKAN CUCI TANGAN DI INDONESIA   | 1% |

# UNTUK MENCEGAH COVID-19", Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi, 2020

Publication

---

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On