



**IMPLEMENTASI STRATEGI *PUBLIC RELATIONS*
MELALUI PRODUKSI KONTEN TIKTOK UNTUK
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* AKUN
@DINSOSJATENG**

TUGAS AKHIR

Disusun Oleh:

Muthia Khansa Zharifah

40020621650045

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2025



**IMPLEMENTASI STRATEGI *PUBLIC RELATIONS*
MELALUI PRODUKSI KONTEN TIKTOK UNTUK
MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* AKUN
@DINSOSJATENG**

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Informasi dan Hubungan Masyarakat
Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro

Oleh:

Muthia Khansa Zharifah

40020621650045

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO

2025

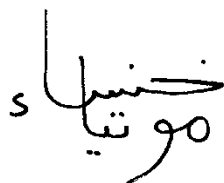
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

“Tugas Akhir ini merupakan hasil karya saya sendiri, dan sumber yang menjadi penunjang tugas akhir saya telah dirujuk dan dikutip dengan baik dan benar.”

Nama : Muthia Khansa Zharifah

NIM : 40020621650045

Tanda Tangan :

A handwritten signature in black ink, written in Indonesian script. The signature appears to be 'Muthia Khansa Zharifah'.

Tanggal : 14 Maret 2025

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muthia Khansa Zharifah

NIM : 40020621650045

Program Studi : Informasi dan Hubungan Masyarakat

Konsentrasi : Hubungan Masyarakat

Judul Tugas Akhir : **IMPLEMENTASI STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* MELALUI PRODUKSI KONTEN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* AKUN @DINSOSJATENG**

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Terapan Informasi dan Humas pada Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas, Departemen Informasi dan Budaya, Sekolah Vokasi, Universitas Diponegoro

TIM PENGUJI

Pembimbing : Drs. Joyo Nur Suryanto Gono M.Si. (.....)

Penguji I : Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. (.....)

Penguji II : Irene Syebatia Bumi M.I.Kom. (.....)

Semarang, 25 Maret 2025

Ketua Program Studi Informasi dan Humas

Dr. Sri Indrahti, M. Hum.

NIP. 196602151991032001

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Diponegoro, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

NAMA : MUTHIA KHANSA ZHARIFAH
NIM : 40020621650045
PROGRAM STUDI : INFORMASI DAN HUMAS
DEPARTEMEN : INFORMASI DAN BUDAYA
FAKULTAS : SEKOLAH VOKASI
JENIS KARYA : TUGAS AKHIR

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Diponegoro Hak Bebas Royalti Noneksklusif (None-exclusive Royalty Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

IMPLEMENTASI STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* MELALUI PRODUKSI KONTEN TIKTOK UNTUK MENINGKATKAN *ENGAGEMENT RATE* AKUN @DINSOSJATENG

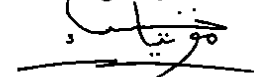
Beserta dengan perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti/Noneksklusif ini Universitas Diponegoro berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Semarang

Pada tanggal: 14 Maret 2025

Yang menyatakan,



Muthia Khansa Zharifah

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“Long life education”

Persembahan:

Tugas Akhir ini dipersembahkan kepada:

- 1. Allah SWT atas segala nikmat dan rezeki yang telah Engkau berikan kepada penulis, sehingga penulis bisa merasakan kenikmatan menuntut ilmu sampai perguruan tinggi negeri.*
- 2. Segenap civitas akademik Universitas Diponegoro dan dosen yang telah memberikan ilmu kepada penulis.*
- 3. Orang tua tersayang, yaitu Bapak Budi Kristiono dan Ibu Sumeni yang tak henti-hentinya memanjatkan doa untuk penulis, memberikan support dan kasih sayang sampai detik ini.*
- 4. Muthia Khansa Zharifah, yaitu diri sendiri yang telah berjuang sampai saat ini dan bertanggung jawab atas amanah luar biasa yang diberikan oleh orang tua.*

ABSTRAK

Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah memiliki akun media sosial TikTok sejak 14 Juli 2022. Pemanfaatan media sosial di TikTok masih kurang maksimal, yang dibuktikan dengan rendahnya *engagement rate* sebesar 1,89%. Angka ini masih jauh dikatakan ideal. Data tersebut dapat menunjukkan bahwa TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah belum dapat menarik *audience* dengan baik. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi *public relations* untuk meningkatkan *engagement rate*, sehingga Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah bisa mengetahui keterbutuhan *audience*.

Implementasi strategi *public relations* dapat dilakukan dengan cara mempublikasikan 10 konten, dan menerapkan strategi selama 2 minggu. Metode pelaksanaan yang digunakan meliputi 4 tahapan, yaitu *defining the problem (or opportunity)*, *planning and programming*, *taking action and communicating*, serta *evaluating*. Hasil menunjukkan bahwa akun @dinsosjateng berhasil mendapatkan *engagement rate* sebesar 2,70%. Meningkatnya *engagement rate* ini dapat membuktikan bahwa strategi yang telah diterapkan berhasil untuk menarik perhatian *audience*.

Dalam penerapan strategi *public relations* terdapat 2 konten yang tidak mencapai indikator keberhasilan berupa jumlah *likes*, yaitu konten yang berjudul "Hari Perempuan Internasional" dan "TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!" hal ini terjadi karena kedua konten tersebut dipublikasikan pada pukul 18.00 WIB. Oleh karena itu, waktu tersebut dapat dianggap kurang efektif untuk mempublikasikan konten.

Kata kunci: *Engagement rate*, Strategi *Public Relations*, Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah, TikTok

ABSTRACT

Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah has a TikTok social media account since July 14, 2022. The utilization of social media on TikTok is still not optimal, as evidenced by the low engagement rate of 1.89%. This figure is still far from ideal. The data can show that TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah has not been able to attract audiences well. Therefore, a public relations strategy is needed to increase the engagement rate, so that Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah can find out the needs of the audience.

Implementation of public relations strategies can be done by publishing 10 contents, and implementing strategies for 2 weeks. The implementation method used includes 4 stages, namely defining the problem (or opportunity), planning and programming, taking action and communicating, and evaluating. The results showed that the @dinsosjateng account managed to get an engagement rate of 2.70%. This increased engagement rate can prove that the strategies that have been implemented are successful in attracting the attention of the audience.

In implementing the public relations strategy, there were 2 contents that did not achieve the success indicator in the form of the number of likes, namely the contents entitled "Hari Perempuan Internasional" and "TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!" this happened because the two contents were published at 18.00 WIB. Therefore, this time can be considered less effective for publishing content.

Keywords: *Engagement Rate, Public Relations Strategy, Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah, TikTok*

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan nikmat yang tidak terhingga, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Implementasi Strategi *Public Relations* Melalui Produksi Konten TikTok untuk Meningkatkan *Engagement Rate* Akun @dinsosjateng.” Penulisan tugas akhir ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, yang dengan ketulusan hati telah membantu, membimbing, memberikan arahan, serta memberikan motivasi yang membangun.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa adanya bimbingan, arahan dan dukungan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis ingin berterima kasih sebanyak-banyaknya kepada:

1. Dr. Sri Indrahti, M. Hum. Selaku Ketua Program Studi S.Tr Informasi dan Humas Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
2. Drs. Joyo Nur Suryanto Gono M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah memberikan penulis motivasi, arahan, dan bimbingan kepada penulis dalam menyelesaikan tugas akhir.
3. Nur Laili Mardhiyani, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen penguji tugas akhir yang telah memberikan masukan yang mendukung terhadap tugas akhir yang telah penulis susun.
4. Irene Syebatia Bumi M.I.Kom. selaku dosen penguji tugas akhir yang telah memberikan saran yang inovatif terhadap tugas akhir penulis.
5. Bapak Budi Kristiono dan Ibu Sumeni, merupakan orang tua kesayangan penulis, yang selama ini selalu menemani penulis dengan tulus selama proses pendidikan dan selalu mendoakan penulis untuk menjadi seorang yang hebat. Penulis selalu berdoa untuk minta keselamatan kedua orang tua di dunia dan akhirat, permudah langkah kedua orang tua penulis untuk menuju surga, Allah berkahi kehidupannya, dan semoga dari apa yang telah dihasilkan oleh penulis, orang tua penulis bisa bahagia dan bangga dari pencapaian yang telah diraih anak-anaknya.

6. Tim Pejabat Pengelola Informasi dan Dokumentasi (PPID) Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah, yaitu Bapak Faizal, Bapak Bima, dan Bapak Damar yang telah mengizinkan saya untuk melakukan penelitian, berkarya, berinovasi dan banyak membantu saya saat proses produksi konten.
7. Muhammad Luthfi Izzatur Rahman, selaku ade dari penulis yang menemani penulis selama berada di masa kesulitan.
8. Teman seperjuangan, yaitu Angelin Andrea Alviano, Nabila Nur Annisa K.P, dan Wahyuni Sofyan, yang saling menguatkan satu sama lain serta memberikan semangat semasa sisa-sisa periode perkuliahan. Penulis sangat berharap kita bisa tumbuh menjadi wanita yang hebat, yang nantinya akan melahirkan anak yang luar biasa, dan komunikasi diantara kita tidak pernah terputus sampai kapanpun. Ditunggu kabar baiknya *girls!* <3

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	iv
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan	11
1.4 Manfaat	11
1.5 Luaran	12
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	13
2.1 Tinjauan Pustaka	13
2.2 Landasan Teori.....	16
2.2.1 Strategi <i>Public Relations</i>	16
2.2.2 Produksi Konten	18
2.2.3 <i>Social Media</i>	19
2.2.4 <i>Engagement Rate</i>	21
BAB III METODE.....	22
3.1 Diagram Alur Pembuatan Strategi <i>Public Relations</i>	22
3.2 Metode Pelaksanaan	22
3.2.1 <i>Defining the problem (or opportunity)</i>	22
3.2.2 <i>Planning and programming</i>	25
3.2.3 <i>Taking action and communicating</i>	34
3.2.4 <i>Evaluating</i>	35

3.3 Rancangan Karya.....	36
3.3.1 <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG).....	40
3.4 <i>Timeline</i> Pelaksanaan.....	57
3.5 Rancangan Anggaran Biaya.....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	60
4.1 Gambaran Umum Permasalahan	60
4.2 Analisis Masalah.....	61
4.3 Perencanaan Implementasi Strategi <i>Public relations</i>	61
4.3.1 Perubahan Waktu Publikasi Konten	61
4.3.2 Perubahan Durasi Konten.....	62
4.4 Pelaksanaan Implementasi Strategi <i>Public relations</i>	62
4.4.1 <i>Timeline</i> Implementasi Strategi <i>Public relations</i>	62
4.4.2 Publikasi Konten Berdasarkan Strategi <i>Public relations</i>	64
4.5 Evaluasi Implementasi Strategi <i>Public relations</i>	65
4.5.1 Hasil Konten Berdasarkan Indikator Keberhasilan.....	65
4.5.2 Menghitung <i>Engagement Rate</i>	76
4.6 Analisis Konten.....	79
4.6.1 Analisis Hasil Publikasi TikTok	79
4.7 Analisis Kebutuhan Masyarakat	82
BAB V PENUTUP.....	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran.....	94
DAFTAR PUSTAKA.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia Tahun 2023	2
Gambar 1. 2 Jumlah Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia Tahun 2024	3
Gambar 1. 3 Media Sosial Milik Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah.....	4
Gambar 1. 4 Jenis Kelamin Pengikut.....	5
Gambar 1. 5 Data Rentang Usia Pengikut	5
Gambar 1. 6 Engagement Rate Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com.....	6
Gambar 2. 1 Rumus <i>Engagement Rate</i>	21
Gambar 3. 1 Diagram Alur Pembuatan Strategi <i>Public Relations</i>	22
Gambar 4. 1 <i>Engagement Rate</i> Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com (27 Februari 2025).....	60
Gambar 4. 2 Hasil Interaksi Konten 1.....	67
Gambar 4. 3 Hasil Interaksi Konten 2.....	68
Gambar 4. 4 Hasil Interaksi Konten 3.....	69
Gambar 4. 5 Hasil Interaksi Konten 4.....	70
Gambar 4. 6 Hasil Interaksi Konten 5.....	71
Gambar 4. 7 Hasil Interaksi Konten 6.....	72
Gambar 4. 8 Hasil Interaksi Konten 7.....	73
Gambar 4. 9 Hasil Interaksi Konten 8.....	74
Gambar 4. 10 Hasil Interaksi Konten 9.....	75
Gambar 4. 11 Hasil Interaksi Konten 10.....	76
Gambar 4. 12 <i>Engagement Rate</i> Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com (7 Maret 2025).....	77
Gambar 4. 13 <i>Engagement Rate</i> Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com (14 Maret 2025).....	78
Gambar 4. 14 <i>Engagement Rate</i> Akun TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah melalui Phlanx.com (16 Maret 2025).....	79
Gambar 4. 15 Grafik Perolehan <i>Likes</i>	80
Gambar 4. 16 Grafik Perolehan <i>Comments</i>	81
Gambar 4. 17 Grafik Perolehan <i>Shares</i>	82
Gambar 4. 18 Komentar Positif pada Konten Hari Gizi Nasional	84
Gambar 4. 19 Pertanyaan dalam Komentar pada Konten Hari Gizi Nasional	85
Gambar 4. 20 Pertanyaan dalam Komentar pada Konten Yuk, Magang di Dinsos Jateng!	86
Gambar 4. 21 Komentar Positif pada Konten Kata-kata Hari Ini Versi Warga Dinsos Jateng	87
Gambar 4. 22 Komentar Positif pada Konten Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!	87
Gambar 4. 23 Pertanyaan dalam Komentar pada Konten Rawat Lansia, Sayangi Mereka. Yuk, Simak Tipsnya!	88
Gambar 4. 24 Komentar Positif pada Konten Sekilas Cerita Panti Sosial.....	89

Gambar 4. 25 Komentar Positif pada Konten Yuk, Dukung Teman Disabilitas ...	89
Gambar 4. 26 Pertanyaan dalam Komentar pada Konten Kartu Jateng Sejahtera, Upaya Berantas Kemiskinan	90
Gambar 4. 27 Komentar Positif pada Konten KJS & KUBE: Bantuan Sosial Pemberdayaan Masyarakat.....	90
Gambar 4. 28 <i>Feedback Audience</i> pada Konten Hari Perempuan Internasional ..	91
Gambar 4. 29 Saran dalam Komentar pada Konten Hari Perempuan Internasional	92
Gambar 4. 30 Komentar Positif pada Konten TAGANA Siaga, Kamu Juga Harus!	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perolehan <i>Insight</i> TikTok Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah	8
Tabel 3. 1 Analisis SWOT.....	23
Tabel 3. 2 Pengelompokan Waktu Publikasi Konten TikTok Berdasarkan Jenis Konten	28
Tabel 3. 3 Strategi Waktu Publikasi Konten TikTok	28
Tabel 3. 4 <i>Hashtag</i> Utama.....	30
Tabel 3. 5 <i>Hashtag Content Pillar</i> Komunikasi.....	30
Tabel 3. 6 <i>Hashtag Content Pillar</i> Kolaborasi.....	31
Tabel 3. 7 <i>Hashtag Content Pillar</i> Edukasi	31
Tabel 3. 8 <i>Hashtag Content Pillar</i> Hiburan	31
Tabel 3. 9 Indikator Keberhasilan	32
Tabel 3. 10 Indikator Kegagalan	33
Tabel 3. 11 Target dan Fokus konten Dinas Sosial Provinsi Jawa Tengah.....	37
Tabel 3. 12 <i>Content Calendar</i>	39
Tabel 3. 13 <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG) Konten TikTok 1	41
Tabel 3. 14 <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG) Konten TikTok 2	44
Tabel 3. 15 <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG) Konten TikTok 3	47
Tabel 3. 16 <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG) Konten TikTok 4	50
Tabel 3. 17 <i>Standard Sequence Guide</i> (SSG) Konten TikTok 5	54
Tabel 3. 18 <i>Timeline</i> Pelaksanaan	58
Tabel 3. 19 Rancangan Anggaran Biaya	58
Tabel 4. 1 <i>Timeline</i> Implementasi Strategi <i>Public Relations</i>	63
Tabel 4. 2 Hasil Publikasi Konten.....	64
Tabel 4. 3 Hasil Konten Berdasarkan Indikator Keberhasilan	66
Tabel 4. 4 Hasil Perolehan <i>Engagement Rate</i>	77