



**PEMBUATAN KONTEN *TIKTOK* SEBAGAI *DIGITAL MARKETING*
PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN INTERAKSI DI AKUN
*TIKTOK PREMIUM SLIME***

TUGAS AKHIR

Diajukan sebagai Salah satu Syarat untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan

Program Studi STr. Informasi dan Humas Sekolah Vokasi

Universitas Diponegoro Semarang

Oleh:

Zahra Nafisa Kurniawan

NIM. 40020619650136

PROGRAM STUDI INFORMASI DAN HUMAS

SEKOLAH VOKASI

UNIVERSITAS DIPONEGORO SEMARANG

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

TUGAS AKHIR

**PEMBUATAN KONTEN *TIKTOK* SEBAGAI *DIGITAL MARKETING*
PUBLIC RELATIONS UNTUK MENINGKATKAN INTERAKSI DI AKUN
*TIKTOK PREMIUM SLIME***

Oleh

Zahra Nafisa Kurniawan

40020619650136

Semarang, 25 Juni 2025

Disetujui oleh,

Dosen Pembimbing



Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo,MSi NIP.

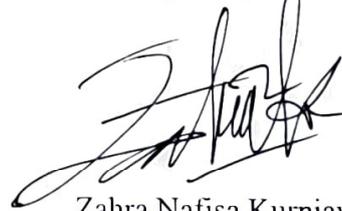
1962013119871032001

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan sebenarnya, penulis menyatakan bahwa Tugas Akhir ini disusun tanpa mengambil bahan hasil pengkayaan untuk memperoleh suatu gelar sarjana atau diploma yang sudah ada di universitas lain maupun hasil Tugas Akhir lainnya. Penulis juga menyatakan bahwa Tugas Akhir ini tidak mengambil bahan dari publikasi atau tulisan orang lain kecuali yang sudah disebutkan dalam rujukan dan dalam Daftar Pustaka. Penulis bersedia menerima sanksi jika terbukti melakukan plagiasi / penjiplakan.

Semarang, 25 Juni 2025

Yang menyatakan



Zahra Nafisa Kurniawan

40020619650136

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh :

NAMA : Zahra Nafisa Kurniawan

NIM : 40020619650136

Program Studi : D4 Informasi dan Humas

Judul TA : Pembuatan Konten *Tiktok* sebagai *Digital Marketing Public Relations* untuk Meningkatkan Interaksi di Akun *Tiktok* Premium Slime

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

Pembimbing I : Dr. Dra. Liliek Budiastuti Wiratmo, Msi (.....) NIP. 196201311987032001

Penguji I : Nur Laili Mardhiyani S.I.Kom., M.I.Kom (.....) NIP. 199003172019032014

Penguji II : Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom (.....) NIP. 19920212202012202

Ketua Program Studi
D4 Informasi dan Hubungan Masyarakat


Arifa Rachma Febriyani S.I.Kom., M.I.Kom.

NIP. 19920212202012202

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto :

“Kegigihan adalah kunci untuk mencapai tujuan yang besar.”

ZAHRA NAFISA KURNIAWAN

Persembahan :

Tugas Akhir ini dipersembahkan untuk:

1. Universitas Diponegoro.
2. Sekolah Vokasi Universitas Diponegoro.
3. Program Studi Sarjana Terapan Informasi dan Humas.
4. Ayah saya Bayu Kurniawan dan Ibu saya Esti Sri Rejeki.
5. Teman-teman D4 Informasi dan Humas Angkatan 2019

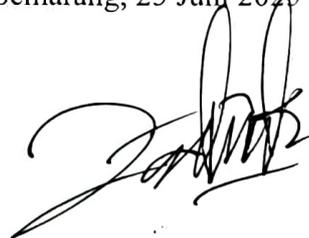
KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penulisan Tugas Akhir yang berjudul “Pembuatan Konten *TikTok* Sebagai *Digital Marketing Public Relations* dalam Meningkatkan Interaksi UMKM Premium Slime” dapat diselesaikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi peran konten *TikTok* sebagai strategi *digital marketing* dalam meningkatkan interaksi antara UMKM Premium Slime dan audiens. Fokus penelitian ini adalah pada jenis konten yang paling efektif dalam menarik perhatian dan membangun keterlibatan audiens melalui platform *TikTok*. Penulis menganalisis sepuluh video konten yang diunggah oleh Premium Slime, yang terdiri dari berbagai tema seperti tutorial pembuatan slime, *unboxing*, dan jenis-jenis slime yang ditawarkan. Penelitian ini memberikan wawasan penting bagi UMKM dalam memanfaatkan *TikTok* sebagai sarana untuk memperkuat hubungan dengan audiens dan meningkatkan kesadaran merek melalui strategi *digital marketing* yang kreatif..

Penulis menyadari dalam penyusunan laporan Tugas Akhir ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk kebaikan bersama di masa depan. Semoga laporan Tugas Akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan inspirasi bagi pembaca guna memberikan informasi serta pengetahuan tentang Tugas Akhir.

Semarang, 25 Juni 2025



Zahra Nafisa Kurniawan

ABSTRAK

Premium Slime adalah produk slime yang memiliki tekstur halus dan tidak lengket, sehingga nyaman dimainkan dan mudah dibentuk. Produksi ini bertujuan untuk mengkaji pembuatan konten *TikTok* sebagai *digital marketing public relations* dalam meningkatkan interaksi UMKM Premium Slime. Data yang digunakan terdiri dari sepuluh video yang diunggah selama periode tertentu. Hasil analisis menunjukkan bahwa video berjudul "*Menunjukkan Rainbow Slime*", yang diunggah pada hari Selasa pukul 06:00 WIB, memperoleh tingkat interaksi tertinggi dengan 1.652 likes dan 35 komentar. Keberhasilan ini dikaitkan dengan kekuatan visual yang mencolok dan unik, yang mampu menarik perhatian pengguna *TikTok*. Sebaliknya, video "*Perbedaan Slime Baru dan Lama*" yang tayang pada Minggu pukul 16:00 WIB mencatat interaksi paling rendah, meskipun memiliki jumlah views yang cukup tinggi. Fenomena ini menunjukkan bahwa visual yang menarik lebih efektif dalam mendorong keterlibatan aktif dibandingkan konten informatif yang kurang interaktif. Dengan demikian, variasi jenis konten dan strategi penyampaian berperan penting dalam menentukan tingkat interaksi audiens. Temuan ini merekomendasikan pentingnya optimalisasi elemen visual dan pemilihan waktu unggah yang tepat untuk meningkatkan efektivitas konten dalam platform *TikTok*.

Kata kunci: *TikTok*, slime, strategi *digital marketing*.

ABSTRACT

Premium Slime is a slime product with a smooth, non-sticky texture, making it comfortable to play with and easy to shape. This study aims to examine the creation of TikTok content as a digital marketing public relations strategy to increase engagement for the Premium Slime. The data analyzed consisted of ten videos unggah over a specific period. The analysis revealed that the video titled "Showing Rainbow Slime", unggah on Tuesday at 06:00 AM WIB, achieved the highest level of engagement with 1,652 likes and 35 comments. This success is attributed to its striking and unique visual appeal, which effectively captures the attention of TikTok users. In contrast, the video "Difference Between New and Old Slime", posted on Sunday at 04:00 PM WIB, recorded the lowest interaction despite having a relatively high view count. This phenomenon suggests that visually appealing content is more effective in encouraging active engagement compared to less interactive, informational content. Therefore, the variation in content types and presentation strategies plays a significant role in determining audience interaction levels. These findings highlight the importance of optimizing visual elements and choosing the right unggah time to enhance content effectiveness on the TikTok platform.

Keywords: Tiktok, slime, digital marketing strategy.

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN	2
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	3
HALAMAN PENGESAHAN.....	4
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	5
KATA PENGANTAR.....	6
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	11
1.3. Tujuan 11	
1.4. Manfaat.....	11
1.4.1. Manfaat Akademis	11
1.4.2. Manfaat Bagi Masyarakat.....	12
1.4.3. Manfaat Praktis Bagi UMKMS	12
1.5. Luaran 12	
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	13
2.1. Kajian Karya Terdahulu	13
2.2. Landasan Teori	14
2.2.1. <i>Public Relations</i>	14
2.2.2. <i>Digital Marketing Public Relations</i>	15
2.2.3. Video Konten	17
2.2.4. Media Sosial <i>TikTok</i>	20
2.2.5. Faktor Interaksi Pada Media Sosial	27
BAB III METODE PENCIPTAAN KARYA.....	29
3.1. Profil Premium Slime.....	29

3.2. Target <i>Audience</i>	29
3.3. Konsep Penciptaan Karya	30
3.4. Diagram Alur Pembuatan	32
3.4.1. Pra Produksi	32
3.4.2. Produksi	41
3.4.3. Pasca Produksi	41
3.5. Tahapan Publikasi	45
3.6. Tahap Evaluasi	47
3.7. Timeline Pelaksanaan	49
3.1. Produksi Anggaran Biaya	49
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	50
4.1. Tahap Pra Produksi	51
4.2. Tahap Produksi	52
4.3. Tahap Pasca Produksi	53
4.4. Hasil Publikasi Konten	55
4.4.1 Hasil Konten <i>Autonomous Sensory Meridian Response</i> (ASMR) Premium Slime	55
4.4.2 Hasil Konten Cara Penyimpanan Slime	59
4.4.3 Hasil Konten Pembuatan Slime	62
4.4.4 Hasil Konten <i>Unboxing</i> Slime	65
4.4.5 Hasil Konten Slime Termurah	67
4.4.6 Konten Mewarnai Slime	70
4.4.7 Konten Jenis Slime di Premium Slime	73
4.4.8 Konten Perbedaan Slime Baru dan Slime Lama	76
4.4.9 Konten Rainbow Slime	79
4.4.10 Konten Mengapa Premium Slime?	81
4.4.11 Perbandingan Konten Premium Slime	83
4.5. Key Performance Indicator (KPI)	92
4.6. Hambatan saat Proses Editing dan Solusinya	94
4.7. Sustainability/ Keberlanjutan	96

BAB V PENUTUP	98
5.1. Kesimpulan.....	98
5.2. Saran	98
DAFTAR PUSTAKA.....	100

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Postingan Terakhir Premium Slime	2
Gambar 1. 2 <i>Shopee</i> Premium Slime	3
Gambar 1. 3 Produk Slime Premium	4
Gambar 1. 4 Kompetitor Premium Slime.....	5
Gambar 1. 5 <i>TikTok</i> Premium Slime	6
Gambar 1. 6 <i>TikTok</i> Premium Slime	6
Gambar 1. 7 Tanggal Unggahan Terakhir <i>TikTok</i> Premium Slime (15/6/2022).....	7
Gambar 1. 8 <i>Engagement Video</i>	8
Gambar 3. 1 Foto Produk	29
Gambar 3. 2 Diagram Alur Pembuatan	32
Gambar 4. 1 Tangkapan Layar Video Capcut	53
Gambar 4. 2 Konten ASMR Slime	55
Gambar 4. 3 Interaksi Konten ASMR Slime.....	57
Gambar 4. 4 Konten Penyimpanan Slime	59
Gambar 4. 5 Interaksi Konten Cara Penyimpanan Slime.....	60
Gambar 4. 6 Konten Pembuatan Slime	62
Gambar 4. 7 Interaksi Pembuatan Slime	63
Gambar 4. 8 Konten <i>Unboxing Slime</i>	65
Gambar 4. 9 Interaksi Konten <i>Unboxing Slime</i>	66
Gambar 4. 10 Konten Slime Termurah	67
Gambar 4. 11 Interaksi Konten Slime Termurah.....	69
Gambar 4. 12 Konten Mewarnai Slime.....	70
Gambar 4. 13 Interaksi Konten Mewarnai Slime.....	71
Gambar 4. 14 Konten Jenis Slime di Premium Slime.....	73
Gambar 4. 15 Interaksi Jenis Slime di Premium Slime.....	74
Gambar 4. 16 Konten Perbedaan Slime Baru dan Slime Lama	76
Gambar 4. 17 Interaksi Konten Perbedaan Slime Baru dan Slime Lama	77
Gambar 4. 18 Konten <i>Rainbow Slime</i>	79
Gambar 4. 19 Interaksi Konten <i>Rainbow Slime</i>	80
Gambar 4. 20 Konten Mengapa Premium Slime?.....	81
Gambar 4. 21 Interaksi Konten Mengapa Premium Slime?.....	82

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1 Konsep Penciptaan Karya.....	30
Tabel 3. 2 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 1</i>	35
Tabel 3. 3 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 2</i>	35
Tabel 3. 4 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 3</i>	36
Tabel 3. 5 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 4</i>	36
Tabel 3. 6 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 5</i>	37
Tabel 3. 7 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 6</i>	38
Tabel 3. 8 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 7</i>	38
Tabel 3. 9 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 8</i>	39
Tabel 3. 10 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 9</i>	39
Tabel 3. 11 <i>Standar Squence Guide (SSG) Video 10</i>	40
Tabel 3. 12 Tim Produksi	41
Tabel 3. 13 Jadwal Unggah Konten <i>TikTok</i>	46
Tabel 3. 14 <i>Timeline</i> Pelaksanaan.....	49
Tabel 3. 15 Produksi Biaya.....	49
Tabel 4. 1 Perbandingan Konten Premium Slime	83