

ABSTRAK

Pengguna media sosial di Indonesia mencapai lebih dari setengah populasi pada tahun 2021, Instagram salah satunya. Pada tahun ini juga, TikTok menjadi platform media sosial yang banyak diunduh dan digunakan oleh remaja. Konten video yang berasal TikTok yang kemudian di unggah ke Instagram merupakan hal baru dan menarik. Penelitian dengan judul “Analisis Video TikTok Sebagai Konten Instagram Dan Pengaruhnya Terhadap Tingkat Keterlibatan Pengikut”, memiliki rumusan masalah bagaimana hasil analisis video TikTok sebagai konten di Instagram, dan apa pengaruhnya terhadap tingkat keterlibatan pengikut. Tujuan penelitian tugas akhir ini adalah untuk mengetahui analisis penggunaan video TikTok sebagai konten di Instagram dan pengaruhnya terhadap tingkat keterlibatan pengikut. Metode yang digunakan pada tugas akhir ini adalah metode analisis dengan melakukan observasi, wawancara mendalam, dan studi pustaka. Metode pertama yaitu melakukan magang dari tanggal 20 Januari - 20 Juni 2021 di PT. Inspirasi Masuk Kampus sebagai Social Media Specialist. Metode kedua Melakukan wawancara dengan Kepala Bidang Marketing Communication Division dan dua Program Director Masuk Kampus. Terakhir, penulis melakukan studi pustaka mengenai TikTok, Instagram, Konten, dan Engagement Rate yang bersumber dari buku elektronik dan internet. Setelah melakukan observasi dengan mengumpulkan data variable like, comment, share, and reach pada video TikTok yang menjadi konten di Instagram @simakui.masukkampus, hasil analisis data Instagram Insight menunjukkan konten video menjangkau lebih banyak audience dibanding bentuk konten lainnya. Di sisi lain, berdasarkan hasil hitungan tingkat keterlibatan pengikut dan jumlah persebaran bentuk konten video TikTok pada Instagram adalah tingkat keterlibatan pengikut menurun. Alasannya karena jumlah persebaran konten video TikTok lebih dominan dibanding bentuk konten lainnya dan karena jumlah feedback yang diterima konten video TikTok lebih sedikit dibanding angka jangkauan audiensnya.

Kata kunci : TikTok, Analisa Konten, Instagram, Tingkat Keterlibatan Pengikut

ABSTRACT

Social media users in Indonesia reach more than half of population in 2021, Instagram is one of them. This year, Tiktok has become a social media platform that is widely downloaded and used by teenagers. Video content originating from TikTok which is then uploaded to Instagram is new and interesting. The research, entitled "Analysis Of TikTok Videos As Instagram Contents And The Effect On Engagement Rate", has problem formula for analyzing the results of TikTok videos as content on Instagram, and what their effects on engagement rate. This final project aims to determine analysis of using TikTok videos as content on Instagram and its effect on Engagement Rate. The method used in this final project is an analytical method by conducting observations, in-depth interviews, and literature studies. The first method is to do an internship from January 20th - June 20th, 2021 at PT Inspirasi Masuk Kampus as a Social Media Specialist. The second method is conducting interviews with a Head of Marketing Communication Division and two Program Director of Masuk Kampus. Last, the author conducted a literature study on Tiktok, Instagram, Content, and Engagement Rate sourced from electronic books and the internet. After observation by collecting data variables like, comment, share, and reach on Tiktok videos that contain content on Instagram @simakui.masukkampus, the results of Instagram Insight data analysis show video content reaches more viewers than other forms of content. On the other hand, based on calculating engagement rate result and distribution number of TikTok video content on Instagram, the engagement rate has decreased. The reason are TikTok's video content is more widely distributed than other forms of content and because the amount of feedback that TikTok's video content receives is less than the reach of its audience.

Keywords: TikTok, Content Analysis, Instagram, Engagement Rate