



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

ANALISIS KONTEN TIKTOK PADA AKUN @SARINAHINDONESIA DALAM MEMBANGUN PERFORMA *ENGAGEMENT* DIGITAL

INAYAH MINALLAH



**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**





@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PERNYATAAN MENGENAI SKRIPSI DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi dengan judul “Analisis Konten TikTok pada Akun @sarinahindonesia dalam Membangun Performa *Engagement* Digital” adalah karya saya dengan arahan dari dosen pembimbing dan belum diajukan dalam bentuk apa pun kepada perguruan tinggi mana pun. Sumber informasi yang berasal atau dikutip dari karya yang diterbitkan maupun tidak diterbitkan dari penulis lain telah disebutkan dalam teks dan dicantumkan dalam Daftar Pustaka di bagian akhir skripsi ini.

Dengan ini saya melimpahkan hak cipta dari karya tulis saya kepada Institut Pertanian Bogor.

Bogor, Juli 2026

Inayah Minallah
K1401221091

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



ABSTRAK

INAYAH MINALLAH. Analisis Konten TikTok pada Akun @sarinahindonesia dalam Membangun Performa *Engagement* Digital. Dibimbing oleh UJANG SUMARWAN

Pertumbuhan TikTok mendorong pelaku bisnis, termasuk pengelola *shopping mall*, mengoptimalkan strategi digital untuk meningkatkan keterlibatan audiens. Penelitian ini bertujuan mengidentifikasi karakteristik konten akun TikTok @sarinahindonesia, mengukur performa *engagement* digital, serta menganalisis hubungan antara keduanya. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan metode analisis konten terhadap 100 konten *bervIEWS* tertinggi. Data sekunder dikumpulkan melalui observasi sistematis menggunakan Microsoft Excel dan platform analitik Exolyt, lalu dianalisis dengan IBM SPSS *Statistics* 25 melalui distribusi frekuensi, tabulasi silang, dan uji *chi-square*. Hasil menunjukkan bentuk konten didominasi hiburan dengan format penyajian *coverage*, durasi 31–60 detik, audio tren, *hashtag* selektif, dan *call to action*, dengan performa *engagement* pada kategori kompetitif. Bentuk konten dan format penyajian memiliki hubungan paling kuat terhadap *engagement rate*, mengindikasikan bahwa pengelolaan konten secara strategis berpotensi mengoptimalkan performa *engagement* akun tersebut.

Kata kunci: analisis konten, *engagement digital*, Sarinah Indonesia, TikTok.

ABSTRACT

INAYAH MINALLAH. Content Analysis of TikTok on the @sarinahindonesia Account in Building Digital Engagement Performance. Supervised by UJANG SUMARWAN.

The growth of TikTok has encouraged business practitioners, including shopping mall managers, to optimize digital strategies in order to enhance audience engagement. This study aims to identify the content characteristics of the TikTok account @sarinahindonesia, measure digital engagement performance, and analyze the relationship between the two. The research employed a descriptive quantitative approach using content analysis of the 100 highest-viewed content items. Secondary data were collected through systematic observation using Microsoft Excel, supported by the Exolyt analytics platform, and subsequently analyzed using IBM SPSS *Statistics* 25 through frequency distribution, cross-tabulation, and chi-square testing. The results indicate that the content is predominantly entertainment-oriented, characterized by a coverage presentation format, a duration of 31–60 seconds, trending audio, selective hashtag usage, and the inclusion of a call to action, with engagement performance falling within the competitive category. Furthermore, content type and presentation format were found to have the strongest relationship with engagement rate, suggesting that strategic content management has the potential to optimize the engagement performance of the account.

Keywords: content analysis, engagement digital, Sarinah Indonesia, TikTok.



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber :
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

© Hak Cipta milik IPB, tahun 2026
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan atau menyebutkan sumbernya. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik, atau tinjauan suatu masalah, dan pengutipan tersebut tidak merugikan kepentingan IPB.

Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apa pun tanpa izin IPB.

**ANALISIS KONTEN TIKTOK PADA AKUN
@sarinahindonesia DALAM MEMBANGUN PERFORMA
ENGAGEMENT DIGITAL**

INAYAH MINALLAH

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana pada
Program Studi Bisnis

**PROGRAM STUDI BISNIS
SEKOLAH BISNIS
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2026**



@Hak cipta milik IPB University

IPB University

Tim Penguji pada Ujian Skripsi:

1. Ir. Retnaningsih, M.Si.
2. Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber ;
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IPB University.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

Judul Skripsi : Analisis Konten TikTok pada Akun @sarinahindonesia dalam
Membangun Performa *Engagement* Digital

Nama : Inayah Minallah
NIM : K1401221091

Disetujui oleh

Pembimbing :
Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc.



Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Siti Jahroh, B.Sc., M.Sc.
NIP 197711262008122001



Tanggal Ujian:
24 Juni 2026

Tanggal Lulus:

PRAKATA

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah subhanahu wa ta'ala atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini dapat diselesaikan dengan baik. Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Februari 2026 hingga Juni 2026 dengan tema Analisis Konten, berjudul “Analisis Konten TikTok pada Akun @sarinahindonesia dalam Membangun Performa *Engagement* Digital”. Penulis menyampaikan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bimbingan, dukungan, dan bantuan selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, sebagai bentuk penghormatan dan apresiasi, penulis menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Ujang Sumarwan, M.Sc. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah meluangkan waktu serta senantiasa memberikan arahan, bimbingan, motivasi, dan dukungan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Keluarga tercinta, Almarhumah Eyang Siti Sapariyah, Ayahanda Kombali, dan Ibunda Titin Sumarni, serta kakak-kakak Afifah, Isti, Ulil, dan adik tersayang Lathifah, atas segala doa, kasih sayang, serta dukungan yang tiada henti diberikan.
3. Dosen seminar presentasi bisnis Sendy Watazawadu'ilmi S.E., M.M. serta dosen penguji Ir. Retnaningsih, M.Si. dan Dr. Fithriyyah Shalihati, S.E., M.M. yang telah memberikan masukan, kritik, dan saran yang konstruktif guna menyempurnakan penelitian ini.
4. Sahabat-sahabat tersayang Cempaka, Rohimah, Ashfa, Syahla, dan Nabilah yang telah kebersamai perjalanan perkuliahan sejak awal masa PPKU.
5. Sahabat-sahabat terkasih Nisya, Arifatun, Nadia, Syaharani, Rani, Nasywa dan Lady yang telah menjadi keluarga selama menjalani kehidupan perkuliahan di Sekolah Bisnis.
6. Keluarga kecil Kelompok KKN Subang 01, yaitu Ezekiel, Chacha, Nindya, Alan, Asri, Ria, dan Dandi yang telah memberikan salah satu pengalaman terbaik selama masa perkuliahan di IPB University.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun. Semoga karya ilmiah ini dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan serta berkontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2026

Inayah Minallah

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	ii
DAFTAR GAMBAR	ii
DAFTAR LAMPIRAN	ii
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan	6
1.4 Manfaat	6
1.5 Ruang Lingkup	7
II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Analisis Konten	8
2.2 Komunikasi Digital	9
2.3 <i>Engagement</i> Digital	10
2.4 Media Sosial	11
2.5 TikTok	12
2.6 Penelitian Terdahulu	13
2.7 Kerangka Penelitian	18
III METODE	21
3.1 Desain, Pendekatan dan Waktu Penelitian	21
3.2 Populasi, Sampel dan Teknik Penarikan Sampel	21
3.3 Variabel Penelitian	22
3.4 Pengumpulan dan Analisis Data	23
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	25
4.1 Karakteristik Konten TikTok @sarinahindonesia dalam Membangun Performa <i>Engagement</i> Digital	25
4.2 Tingkat Performa <i>Engagement</i> Digital	32
4.3 Hubungan Karakteristik Konten dengan Performa <i>Engagement</i> Digital	36
V SIMPULAN DAN SARAN	46
5.1 Simpulan	46
5.2 Saran	46
DAFTAR PUSTAKA	47
LAMPIRAN	53
RIWAYAT HIDUP	72



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
@Hak cipta milik IPB University

Perpustakaan IPB University

DAFTAR TABEL

1	Mapping akun TikTok shopping mall di Jakarta (Data per 3 Juli 2026)	4
2	Penelitian terdahulu	13
3	Deskripsi variabel dan pengukuran	22
4	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan bentuk konten	26
5	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan format penyajian	28
6	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan durasi video	28
7	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan	28
8	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan penggunaan	29
9	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan <i>call to action</i>	29
10	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan jumlah <i>like</i>	33
11	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan jumlah <i>comment</i>	33
12	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan jumlah <i>share</i>	34
13	Sebaran konten TikTok Sarinah Indonesia berdasarkan <i>engagement rate</i>	35
14	Tabulasi silang bentuk konten dengan <i>engagement rate</i>	37
15	Tabulasi silang format penyajian dengan <i>engagement rate</i>	37
16	Tabulasi silang <i>call to action</i> dengan jumlah <i>comment</i>	38
17	Tabulasi silang durasi video dengan jumlah <i>share</i>	39
18	Pedoman interpretasi <i>cotigency coefficient</i>	40
19	Hasil uji <i>chi square</i> bentuk konten dan <i>engagement rate</i>	40
20	Hasil uji <i>chi square</i> format penyajian dan <i>engagement rate</i>	41
21	Hasil uji <i>chi square</i> <i>call to action</i> dan jumlah <i>comment</i>	42
22	Hasil uji <i>chi square</i> durasi video dan jumlah <i>share</i>	42
23	Implikasi manajerial	44

DAFTAR GAMBAR

1	10 Aplikasi media sosial terpopuler di dunia berdasarkan jumlah	1
2	10 negara dengan pengguna TikTok terbesar juli 2024 (DataReportal)	2
3	Kerangka berpikir	20
4	Proses pengambilan sampel penelitian	22
5	Bentuk konten	25
6	Format penyajian	27

DAFTAR LAMPIRAN

1	Kuesioner penelitian	54
2	Data awal analisis konten	55