

DINAMIKA KREATIVITAS *CONTENT CREATOR* TIKTOK @ELEXMEDIA.ID DALAM PEMBUATAN KONTEN PROMOSI BUKU FIKSI DAN NONFIKSI

TRISA PIONERA



**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**

PERNYATAAN MENGENAI LAPORAN AKHIR DAN SUMBER INFORMASI SERTA PELIMPAHAN HAK CIPTA

Dengan ini saya menyatakan bahwa laporan akhir dengan judul “Dinamika Kreativitas *Content Creator* Tiktok @elexmedia.id dalam Pembuatan Konten Promosi Buku Fiksi dan Nonfiksi” 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 tugas akhir ini.

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

Bogor, Juli 2025

Trisa Pionera
J0301211229

RINGKASAN

TRISA PIONERA. *Dinamika Kreativitas Content Creator Tiktok @elexmedia.id dalam Pembuatan Konten Promosi Buku Fiksi dan Nonfiksi*. Dibimbing oleh VIVIEN FEBRI ASTUTI.

Setiap pengguna TikTok memiliki karakteristik yang berbeda-beda dalam menyajikan konten. Mendapatkan sebuah konten yang diminati audiens perlu adanya konten yang menarik, seperti konten kreatif dalam sebuah akun. Dibutuhkan adanya *content creator* untuk membuat konten kreatif. Dinamika kreativitas dalam *digital content* selalu berkembang seiring berjalannya waktu, hal tersebut kemudian dimanfaatkan oleh Elex Media Komputindo dalam membagikan konten edukatif, promosi buku, serta interaksi dengan audiensnya. Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui penerapan proses kreatif, menganalisis pendekatan kreatif, dan memahami dampak dinamika kreativitas terhadap pengembangan konten promosi buku fiksi dan nonfiksi di akun TikTok @elexmedia.id. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif komparatif, serta analisis berdasarkan Teori 4P oleh Mel Rhodes. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan dinamika kreativitas antara pembuatan konten promosi buku fiksi dan nonfiksi di akun TikTok @elexmedia.id.

Kata kunci: Kreativitas, *content creator*, TikTok.

SUMMARY

TRISA PIONERA. *Creativity Dynamics of TikTok Content Creator @elexmedia.id in Creating Promotional Content for Fiction and Nonfiction Books*. Supervised by VIVIEN FEBRI ASTUTI.

Each TikTok users has different characteristics in presenting content. Getting content that the audiences are interested in requires interesting content, such as creative content in an account. A content creator is needed to create creative content. The creativity dynamics in digital content always develop over time, this is then utilized by Elex Media Komputindo in sharing educational content, book promotions, and interactions with its audiences. The purpose of the study was to determine the application of the creative process, analyze creative approaches, and understand the impact of creativity dynamics on the development of promotional content for fiction and non-fiction books on the TikTok account @elexmedia.id. This study uses a comparative qualitative approach, as well as analysis based on the 4P Theory by Mel Rhodes. The results show that there are differences in the creativity dynamics between the creation of promotional content for fiction and non-fiction books on the TikTok account @elexmedia.id.

Keywords: Creativity, *content creator*, TikTok.



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 2025
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.

DINAMIKA KREATIVITAS *CONTENT CREATOR* TIKTOK @ELEXMEDIA.ID DALAM PEMBUATAN KONTEN PROMOSI BUKU FIKSI DAN NONFIKSI

TRISA PIONERA

Skripsi
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Terapan pada
Program Studi Komunikasi Digital dan Media

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DIGITAL DAN MEDIA
SEKOLAH VOKASI
INSTITUT PERTANIAN BOGOR
BOGOR
2025**



@Hak cipta milik 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.

Penguji pada ujian Skripsi:

Guruh Ramdani, S.Sn., M.Sn.

Judul Laporan : *Dinamika Kreativitas Content Creator TikTok @elexmedia.id*
dalam Pembuatan Konten Promosi Buku Fiksi dan Nonfiksi

Nama : Trisa Pionera
NIM : J0301211229

Disetujui oleh

Pembimbing:
Vivien Febri Astuti, S.I.Kom., M.I.Kom.

Diketahui oleh

Ketua Program Studi:
Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P.
NPI. 201807198005241001

Dekan Sekolah Vokasi:
Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T.
NIP. 196607171992031003



Tanggal Ujian:

15 Juli 2025

Tanggal Lulus:

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 mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IPB University.

PRAKATA

Puji dan syukur Penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karunia-Nya sehingga karya ilmiah ini berhasil diselesaikan. Tema yang dipilih dalam penelitian yang dilaksanakan sejak bulan Maret 2025 sampai bulan Mei 2025, ialah akun media sosial Tiktok dari Elex Media Komputindo dengan nama akun @elexmedia.id dan judul penelitian "Dinamika Kreativitas *Content Creator* TikTok @elexmedia.id dalam Pembuatan Konten Promosi Buku Fiksi dan Nonfiksi".

Terima kasih Penulis ucapkan kepada Dosen Pembimbing, yaitu Ibu Vivien Febri Astuti, S.I.Kom., M.I.Kom. yang telah membimbing dan banyak memberi saran. Ucapan terima kasih juga disampaikan kepada moderator seminar, yaitu Ibu Siska Mulyawati, S.I.Kom., M.S.I. dan penguji luar komisi pembimbing. Di samping itu, terima kasih Penulis ucapkan kepada Elex Media Komputindo, khususnya Ibu Centia Syafira, Ibu Maria Yolanda, Ibu Putri Salma Salsabila, dan Ibu Benedicta Hartono selaku informan untuk penelitian, Bapak Whindy Yoevestian selaku *Manager Editor for Business and Self Improvement Publication* Elex Media Komputindo, Kompas Gramedia yang telah membantu selama pengumpulan data. Ungkapan terima kasih juga disampaikan kepada Mami, serta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, dan kasih sayangnya. Terima kasih juga Penulis ucapkan kepada Bapak Dr. Hudi Santoso, S.Sos., M.P. selaku Ketua Program Studi Komunikasi Digital dan Media Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor yang selalu membimbing dan memberi arahan kepada seluruh mahasiswa Program Studi Komunikasi Digital dan Media, serta Bapak Dr. Ir. Aceng Hidayat, M.T. selaku Dekan Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor.

Semoga karya ilmiah ini bermanfaat bagi pihak yang membutuhkan dan bagi kemajuan ilmu pengetahuan.

Bogor, Juli 2025

Trisa Pionera

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	2
1.3 Tujuan	3
1.4 Manfaat	3
1.5 Ruang Lingkup	4
II TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Media Sosial	5
2.2 TikTok	6
2.3 Konten	7
2.4 Buku Fiksi dan Nonfiksi	9
2.5 Teori 4P (<i>Person, Process, Product, and Press</i>)	11
2.6 Penelitian Terdahulu	12
2.7 Kerangka Pemikiran	18
III METODE	19
3.1 Lokasi dan Waktu	19
3.2 Subyek Penelitian	19
3.3 Jenis Data dan Instrumen	20
3.4 Teknik Pengumpulan Data	20
3.5 Teknik Analisis Data	21
IV HASIL DAN PEMBAHASAN	23
4.1 Temuan Penelitian	23
4.2 Pembahasan Penelitian	37
V SIMPULAN DAN SARAN	41
5.1 Simpulan	41
5.2 Saran	41
DAFTAR PUSTAKA	43
LAMPIRAN	47
RIWAYAT HIDUP	51



DAFTAR TABEL

1	Penelitian Terdahulu	12
2	Data Informan	19
3	Proses Kreatif <i>Content Creator</i> Buku Fiksi dan Nonfiksi Elex Media Komputindo	25

DAFTAR GAMBAR

1	Akun Tiktok @elexmedia.id	2
2	Kerangka pemikiran	18
3	Konten Tiktok @elexmedia.id	23
4	Konten Promosi Buku Fiksi di Tiktok @elexmedia.id	28
5	Konten Promosi Buku Nonfiksi di Tiktok @elexmedia.id	29
6	Proses <i>Editing</i> Konten Promosi Buku Nonfiksi untuk Tiktok @elexmedia.id	30
7	Konten Promosi Buku Fiksi di Tiktok @elexmedia.id	32
8	Penggunaan <i>Sound</i> viral pada Konten Promosi Buku Fiksi di Tiktok @elexmedia.id	33
9	Durasi Konten Promosi Buku Fiksi di Tiktok @elexmedia.id	33
10	Konten Promosi Buku Fiksi di Tiktok @elexmedia.id	34
11	Penggunaan <i>Sound</i> pada Konten Promosi Buku Nonfiksi di Tiktok @elexmedia.id	35
12	Durasi Konten Promosi Buku Nonfiksi di Tiktok @elexmedia.id	36
13	Siklus Dinamika Kreativitas <i>Content Creator</i> akun Tiktok @elexmedia.id dalam pembuatan konten promosi buku fiksi dan buku nonfiksi	37

DAFTAR LAMPIRAN

1	Transkrip Wawancara	48
---	---------------------	----