

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL AKUN TIKTOK
@MATTDICX DALAM MENYAMPAIKAN LITERASI *ARTIFICIAL*
INTELLIGENCE (AI)**

SKRIPSI



Oleh:

Faridah Istiqlaliyyah

NPM: 22043010339

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
KOTA SURABAYA**

2026

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL AKUN TIKTOK
@MATTDICKX DALAM MENYAMPAIKAN LITERASI *ARTIFICIAL
INTELLIGENCE* (AI)**

SKRIPSI



Oleh:
Faridah Istiqlaliyyah
NPM: 22043010339

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL VETERAN JAWA TIMUR
KOTA SURABAYA
2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL AKUN TIKTOK
@MATTDICX DALAM MENYAMPAIKAN LITERASI *ARTIFICIAL
INTELLIGENCE* (AI)**

Disusun oleh:

Faridah Istiqlaliyyah
NPM. 22043010339

Telah disetujui mengikuti ujian lisan skripsi

DOSEN PEMBIMBING


Dr. Ahmad Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198312012021211004

Mengetahui
DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK


Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

LEMBAR PENGESAHAN

**STRATEGI PENGELOLAAN MEDIA SOSIAL AKUN TIKTOK
@MATTDICX DALAM MENYAMPAIKAN LITERASI *ARTIFICIAL
INTELLIGENCE* (AI)**

Oleh:

Faridah Istiqlaiyyah
NPM. 22043010339

**Telah dipertahankan dihadapan dan diterima oleh Tim Penguji Skripsi Program
Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial, Budaya, dan Politik Universitas
Pembangunan Nasional Veteran Jawa Timur pada tanggal 26 Agustus 2026**

Menyetujui,

PEMBIMBING

TIM PENGUJI,

Dr. Ahmad. Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198312012021211004

Dr. Ahmad. Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom
NIP. 198312012021211004

Hanna Nurhaqiqi, S.I.P, M.A.
NIP. 199211202022032013

Dhelittya Finaliyani Putri, S.Sos., M.I.Kom
NIP. 199307202024062001

Mengetahui

DEKAN FAKULTAS ILMU SOSIAL, BUDAYA, DAN POLITIK

Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si
NIP. 196804182021211006

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini

Nama : Faridah Istiqlaliyyah
NPM : 22043010339
Angkatan : 2022
Program : Sarjana (S1)
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial, Budaya dan Politik

Menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat bagian dari karya ilmiah lain yang telah diajukan untuk memperoleh gelar akademik di suatu lembaga pendidikan tinggi dan juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain/lembaga lain, kecuali yang secara tertulis disitasi dalam skripsi ini dan disebutkan sumbernya secara lengkap dalam daftar rujukan. Apabila di kemudian hari skripsi ini terbukti merupakan hasil plagiat dari karya penulis lain dan/atau dengan sengaja mengajukan karya atau pendapat yang merupakan karya penulis lain, penulis bersedia menerima sanksi akademik dan/atau sanksi hukum yang berlaku.

Surabaya, 18 Agustus 2026

Yang membuat pernyataan

The image shows an official stamp of the institution, featuring a crest and the text "METERAN TEMPEL" and "AA3AOX150010466". Overlaid on the stamp is a handwritten signature in black ink.

Faridah Istiqlaliyyah

NPM. 22043010339

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah menganugerahkan segala karunia dan rahmat-Nya pada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Program Sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur. Ucapan terima kasih juga penulis haturkan kepada seluruh pihak yang mendukung penulis dalam penyusunan skripsi ini, di antaranya kepada:

1. Prof. Dr. Catur Suratnoaji, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial, Budaya dan Politik
2. Dr. Syafrida N. Febriyanti, M.Med.Kom. selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Dr. A. Zamzamy, S.Sos., M.Med.Kom selaku Dosen Pembimbing sekaligus Dosen Wali yang telah memberikan waktu, ilmu, motivasi serta telah mendampingi penulis sejak mahasiswa baru hingga saat ini.
4. Dosen-dosen Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN Veteran Jawa Timur atas ilmu yang diberikan selama empat tahun ini.
5. Kedua orang tua tercinta orang di dunia ini yang paling di sayangi oleh penulis, Papa (Jamili Muhtasor) dan Mama (Aminatus Zuhroh), serta Kakak (Ekki Shafrida) tersayang yang senantiasa memberikan dukungan moral, material, dan motivasi tanpa henti sehingga penulis dapat menempuh pendidikan ini dengan baik.
6. Sobat Makalah Agama (Rere, Devi, Cheryl, Lela) teman-teman Polaris,teman KKN (Abos Pintar) yang selalu memberikan semangat dan

kebersamaan yang indah selama ini dan selalu memberikan motivasi dan bantuan hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik

7. Teman-teman dekat yang tidak dapat disebutkan satu per satu, serta rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Ilmu Komunikasi atas dukungan dan kebersamaannya selama ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun bagi penelitian ini sangat penulis harapkan guna perbaikan penelitian ini di masa mendatang.

Surabaya, 18 Agustus 2026

Faridah Istiqlaliyyah

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan media sosial akun TikTok @mattdicx dalam menyampaikan literasi Artificial Intelligence (AI). TikTok menjadi salah satu ruang edukasi informal yang banyak dimanfaatkan oleh kreator konten untuk menjembatani kesenjangan literasi digital di tengah masyarakat. Tetapi, kompleksitas teknologi AI dapat menimbulkan hambatan pemahaman, rendahnya kapasitas literasi, serta kekhawatiran masyarakat terhadap dampak negatif kecerdasan buatan. Kondisi tersebut mendorong kreator konten untuk menerapkan strategi pengelolaan media sosial yang sistematis sebagai upaya menyederhanakan informasi teknis menjadi pesan yang aplikatif. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan analisis isi kualitatif. Data diperoleh melalui dokumentasi konten dan observasi non-partisipan terhadap 20 video sampel yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Analisis penelitian ini menggunakan teori The Circular Model of SoMe dan konsep literasi AI. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi pengelolaan media sosial berawal dari identifikasi kebutuhan praktis audiens terhadap solusi teknologi yang mudah dipahami. Penerapan empat pilar SoMe yang ditemukan berkaitan dengan penyederhanaan materi teknis, dengan strategi yang bervariasi mulai dari kurasi pesan berbasis *problem-solving*, pengemasan *micro-learning*, konsistensi identitas visual, hingga keterlibatan audiens secara asinkron. Penyampaian literasi AI pada akun ini dipahami sebagai proses mudah memahami teknologi, pembangunan otoritas informal kreator, serta adaptasi terhadap perkembangan tools AI yang cepat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa strategi pengelolaan media sosial @mattdicx bukan sekadar aktivitas mendistribusikan informasi teknis, melainkan sebagai proses penjembitan kesenjangan literasi melalui strategi pengelolaan yang berorientasi pada nilai guna antara kompleksitas teknologi AI dan kebutuhan praktis audiens.

Kata Kunci: Strategi Pengelolaan Media Sosial, The Circular Model of SoMe, Literasi Artificial Intelligence (AI), TikTok, Analisis Isi.

ABSTRACT

This study aims to analyze the social media management strategies of the TikTok account @mattdicx in delivering Artificial Intelligence (AI) literacy. TikTok has become one of the informal education spaces that is widely used by content creators to bridge the digital literacy gap in society. However, the complexity of AI technology can create barriers to understanding, low literacy capacity, and public concerns about the negative impacts of artificial intelligence. This situation encourages content creators to implement systematic social media management strategies as an effort to simplify technical information into applicable messages. This study uses a qualitative method with a qualitative content analysis approach. Data were obtained through content documentation and non-participant observation of 20 sample videos selected using purposive sampling technique. The analysis in this study uses the theory of The Circular Model of SoMe and AI literacy concept. Research results show that social media management strategies start with identifying the audience's practical needs for easily understandable technology solutions. The implementation of the four SoMe pillars found is related to simplifying technical materials, with strategies varying from problem-solving message curation, micro-learning packaging, consistency in visual identity, to asynchronous audience engagement. Delivering AI literacy on this account is understood as an easy way to grasp technology, building the creator's informal authority, and adapting to the rapid development of AI tools. This study concludes that @mattdicx's social media management strategy is not just about distributing technical information, but rather a process of bridging literacy gaps through management strategies that are use-value oriented between AI technology complexity and the audience's practical needs.

Keywords: *Social Media Management Strategy, The Circular Model of SoMe, Artificial Intelligence (AI) Literacy, TikTok, Content Analysis.*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	14
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	15
2.1 Penelitian Terdahulu.....	15
2.2 Tinjauan Pustaka	20
2.2.1 TikTok sebagai Media Literasi Baru	20
2.2.2 Konsep Literasi Digital dan <i>Artificial Intelligence</i> (AI).....	23
2.2.3 <i>The Circular Model of SoMe</i>	25
2.3 Karangka Berpikir	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
3.1 Pendekatan Penelitian	38
3.2 Definisi Konseptual.....	40
3.2.1 Strategi Pengelolaan Media Sosial (<i>The Circular Model of SoMe</i>)....	40
3.2.2 Literasi <i>Artificial Intelligence</i> (AI) pada Media Baru	42
3.3 Lokasi Dan Waktu Penelitian	43
3.3.1 Lokasi Penelitian.....	43
3.3.2 Waktu Penelitian.....	44
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	45
3.4.1 Objek Penelitian.....	45
3.4.2 Subjek Penelitian	47
3.5 Teknik Pengumpulan Data	48
3.5.1 Dokumentasi Konten	48
3.5.2 Observasi Non-Partisipan	49
3.6 Teknik Analisis Data	50
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	55
4.1.1 TikTok sebagai Media Literasi Digital.....	55
4.1.2 Profil Akun @mattdicx.....	57

4.1.3 Gambaran Konten Literasi AI.....	60
4.2 Hasil dan Pembahasan.....	64
4.2.1 Analisis Strategi Share dalam Penyampaian Literasi AI.....	64
4.2.2 Analisis Strategi <i>Optimize</i> dalam Penyampaian Literasi AI.....	84
4.2.3 Analisis Strategi <i>Manage</i> dalam Penyampaian Literasi AI.....	93
4.2.4 Analisis Strategi <i>Engage</i> dalam Penyampaian Literasi AI.....	103
BAB V KESIMPULAN.....	110
5.1 Kesimpulan.....	110
5.2 Saran	112
DAFTAR PUSTAKA.....	114
LAMPIRAN.....	118
RIWAYAT HIDUP.....	126

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Tingkat Kekhawatiran Masyarakat Indonesia terhadap Penggunaan AI.....	2
Gambar 1. 2	Persepsi Risiko Penggunaan Artificial Intelligence (AI) di Indonesia.....	3
Gambar 1. 3	Pertumbuhan Pengguna TikTok Global (1,99 Miliar) dan Posisi Indonesia Terbanyak (180,11 Juta Pengguna)	4
Gambar 1. 4	Akun TikTok @mattdicx	9
Gambar 2. 1	Kerangka Berpikir	37
Gambar 4. 1	Logo TikTok	55
Gambar 4. 2	Akun TikTok @mattdicx	57
Gambar 4. 3	Tampilan Feeds TikTok @mattdicx.....	59
Gambar 4. 4	Contoh Karakteristik Visual Konten Literasi AI pada Akun @mattdicx	63
Gambar 4. 5	Visual Hook Berbasis Problem-Solving pada Detik Awal Video 1, 11, dan 1	71
Gambar 4. 6	Demonstrasi Screen Recording dan Alur Tutorial pada Video 1, 11, dan 17	76
Gambar 4. 7	Visualisasi Hasil Akhir dan Manfaat Praktis Penggunaan AI	79
Gambar 4. 8	Variasi Visual Hook pada Tiga Detik Pertama Video 18, 3, dan 7	86
Gambar 4. 9	Demonstrasi Screen Recording dan Text Overlay pada Video 18, 3, dan 7	88
Gambar 4. 10	Konsistensi Identitas Visual pada Video 5, 12, dan 19.....	96
Gambar 4. 11	Adaptasi Perkembangan AI melalui Penggunaan Tools Berbeda pada Video 5, 12, dan 19	99
Gambar 4. 12	Call to Action (CTA) dengan Insentif pada Video 9, 13, dan 19	104
Gambar 4. 13	Strategi Riding the Wave melalui Tren Populer pada Video 9, 13, dan 19	107

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	16
Tabel 4. 1 Identitas Akun TikTok @mattdicx	59
Tabel 4. 2 Hasil Observasi Karakteristik Konten Literasi AI Akun TikTok @mattdicx	62

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Matriks Kategorisasi Analisis Konten (Pedoman Koding).....	118
Lampiran 2 Codebook dan Matriks Koding Analisis Isi Kualitatif	121