

TikTok sebagai Media Promosi: Strategi Konten Museum Bank Indonesia dalam Menyebarkan Informasi Kebanksentralan kepada Generasi Muda = TikTok as Promotional Media: Bank Indonesia Museum Content Strategy to Disseminate Information to Young Generation Concerning Central Bank

Atika Lala Rizkia, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920565561&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis strategi konten yang diterapkan oleh Museum Bank Indonesia dalam memanfaatkan platform TikTok untuk menarik perhatian generasi muda, khususnya Gen Z dalam menyebarkan informasi mengenai kebanksentralan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara mendalam, dan analisis dokumen. Pemilihan sampel dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Museum Bank Indonesia menerapkan tiga strategi dalam mengunggah konten di TikTok untuk menjangkau dan mengedukasi generasi muda, khususnya Gen Z, dalam menginformasikan kebanksentralan. Tiga strategi ini mencakup konsep edutainment, penggunaan hashtag, dan pemanfaatan fitur komentar.

..... This study aims to identify and analyze the content strategy conducted by Museum Bank Indonesia in utilizing the TikTok platform to attract the attention of the younger generation, especially Gen Z in disseminating information about banking. This research uses a qualitative approach with a case study method. Data were collected through observation, in-depth interviews, and document analysis. Sample selection was carried out using purposive sampling technique. The results showed that Bank Indonesia Museum implemented three strategies in uploading content on TikTok to reach and educate the younger generation, especially Gen Z, in informing the central bank. These three strategies include the concept of edutainment, the use of hashtags, and the utilization of comment features.