

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital saat ini telah membawa perubahan yang sangat signifikan dalam pola interaksi sosial dan cara suatu organisasi atau lembaga untuk menyampaikan informasi kepada publik. Hal ini tentu saja mendorong Tahura Djuanda untuk membuat akun TikTok @tahura.djuanda. akun TikTok ini sebagai upaya membangun hubungan dengan audiens digital serta meningkatkan efektivitas penyampaian pesan edukatif dan promosi kawasan konservasi. Media sosial TikTok menjadi platform yang potensial bagi lembaga konservasi untuk menjangkau audiens, khususnya generasi muda, melalui konten video pendek yang kreatif dan interaktif. Namun, berdasarkan observasi awal, akun tersebut masih menunjukkan keterbatasan dalam konsistensi unggahan, kualitas konten, dan tingkat interaksi dengan pengguna.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi non-partisipatif, dan dokumentasi. Informan utama adalah pengelola akun TikTok @tahura.djuanda, sementara informan pendukung adalah pengguna TikTok yang juga merupakan pengunjung Tahura Djuanda. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi digital yang diterapkan masih belum optimal, baik dalam perencanaan konten, pemanfaatan fitur TikTok, maupun keterlibatan audiens. Terdapat beberapa kendala seperti keterbatasan sumber daya manusia, kurangnya pemahaman algoritma TikTok, dan tidak adanya pedoman komunikasi digital yang terstruktur. Meskipun demikian, akun TikTok Tahura Djuanda memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai media komunikasi edukatif dan promosi wisata. Penelitian ini merekomendasikan peningkatan kualitas konten, penjadwalan unggahan secara konsisten, serta pelatihan komunikasi digital bagi pengelola akun.

Kata Kunci: Komunikasi Digital, TikTok, Strategi Komunikasi, Konservasi, Media Sosial

ABSTRACT

The development of information and communication technology in the current digital era has brought about very significant changes in social interaction patterns and the way an organization or institution conveys information to the public. This of course encouraged Tahura Djuanda to create a TikTok account @tahura.djuanda. This TikTok account is an effort to build relationships with digital audiences and increase the effectiveness of delivering educational messages and promoting conservation areas. TikTok social media is a potential platform for conservation institutions to reach audiences, especially the younger generation, through creative and interactive short video content. However, based on initial observations, the account still shows limitations in upload consistency, content quality, and level of interaction with users.

The study employs a qualitative approach using a descriptive method. Data collection techniques include in-depth interviews, non-participatory observation, and documentation. The primary informants were the account administrators of @tahura.djuanda, while the supporting informant was a TikTok user who also visited Tahura Djuanda. Data were analyzed using the Miles and Huberman model, which includes data reduction, data display, and conclusion drawing.

The results show that the current digital communication strategy remains suboptimal in terms of content planning, utilization of TikTok features, and audience engagement. Several challenges were identified, including limited human resources, lack of understanding of TikTok's algorithm, and the absence of structured digital communication guidelines. Nonetheless, the TikTok account of Tahura Djuanda holds great potential to be developed as an educational and promotional communication medium. This study recommends improving content quality, establishing a consistent posting schedule, and providing digital communication training for account managers.

Keywords: *Digital Communication, TikTok, Communication Strategy, Conservation, Social Media.*