



ABSTRAK

PENGELOLAAN AKTIVITAS MEDIA SOSIAL TIKTOK @REKOMENDASI.RICHA DALAM KONTEN REKOMENDASI KULINER MENGGUNAKAN TEORI SOME

Fahri Lubis
5211711361

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi pengelolaan aktivitas media sosial TikTok pada akun @rekomendasi.richa dalam menyajikan konten rekomendasi kuliner di Yogyakarta dengan menggunakan kerangka teori SOME (*Share, Optimize, Manage, Engage*). Metode yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivisme. Data dikumpulkan melalui observasi aktivitas akun, wawancara mendalam dengan pemilik akun, serta dokumentasi konten video. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pada tahap *Share*, pengelolaan dilakukan melalui proses produksi terstruktur yang meliputi penyusunan skrip, penggunaan *voice over* sebagai ciri khas, serta pemanfaatan fitur TikTok seperti *tag* lokasi dan *sound* populer untuk membangun kepercayaan *audiens*. Pada tahap *Optimize*, kreator melakukan evaluasi berkelanjutan berbasis data *TikTok Insights* dan respon komentar untuk menyesuaikan konten dengan algoritma dan preferensi penonton. Tahap *Manage* menunjukkan konsistensi unggahan minimal satu kali sehari dan pemantauan performa harian sebagai kunci keberlanjutan akun. Terakhir, pada tahap *Engage*, akun @rekomendasi.richa membangun interaksi dua arah melalui respon cepat di kolom komentar dan memperkuat identitas personal serta gaya visual yang autentik untuk menjaga keterlibatan jangka panjang dengan pengikut. Secara keseluruhan, penerapan model SOME yang terintegrasi telah berhasil mengubah akun ini dari sekadar media hiburan menjadi unit bisnis media mikro yang kredibel di sektor kuliner lokal.

Kata Kunci: pengelolaan media sosial, TikTok, kuliner, teori SOME, @rekomendasi.richa

ABSTRACT

MANAGEMENT OF @REKOMENDASI.RICHA TIKTOK SOCIAL MEDIA ACTIVITIES IN CULINARY RECOMMENDATION CONTENT USING SOME THEORY

Fahri Lubis
521171131

This study aims to analyze the social media activity management strategy of the TikTok account @rekomendasi.richa in presenting culinary recommendation content in Yogyakarta using the SOME (Share, Optimize, Manage, Engage) theoretical framework. The method used is descriptive qualitative with a constructivism paradigm. Data were collected through observation of account activities, in-depth interviews with the account owner, and documentation of video content. The results of the study show that in the Share stage, management is carried out through a structured production process including scriptwriting, the use of voice-over as a hallmark, and utilizing TikTok features such as location tags and trending sounds to build audience trust. In the Optimize stage, the creator conducts continuous evaluation based on TikTok Insights data and comment responses to adjust content with algorithms and viewer preferences. The Manage stage shows consistency in uploading at least once a day and daily performance monitoring as the key to account sustainability. Finally, in the Engage stage, @rekomendasi.richa builds two-way interaction through quick responses in the comments section and strengthens personal identity as well as authentic visual styles to maintain long-term engagement with followers. Overall, the integrated application of the SOME model has successfully transformed this account from a mere entertainment medium into a credible micro-media business unit in the local culinary sector.

Keywords: *social media management, TikTok, culinary, SOME theory, @rekomendasi.richa*