



## PENGELOLAAN AKUN TIKTOK @DEUTSCHKURSEBILDUNG DALAM EDUKASI BAHASA JERMAN

Adinda Azzahra<sup>1</sup>, Guruuh Ramdani<sup>2</sup>, Fikry Fachrurrizal<sup>3</sup>

Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor<sup>1,2,3</sup>

e-mail: [azzahraadinda@apps.ipb.ac.id](mailto:azzahraadinda@apps.ipb.ac.id)

Diterima: 31/12/2025; Direvisi: 6/1/2026; Diterbitkan: 16/1/2026

### ABSTRAK

Penelitian ini menelaah strategi pengelolaan akun TikTok @deutschkursebildung sebagai media edukasi Bahasa Jerman, dengan fokus pada implementasi Teori Manajemen Media Sosial dan Teori POAC (Perencanaan, Pengorganisasian, Pelaksanaan, Pengawasan). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif melalui observasi, partisipasi aktif, wawancara, dan studi pustaka dengan melibatkan pengelola akun sebagai informan utama. Hasil menunjukkan bahwa pengelolaan konten dilakukan secara sistematis dengan pendekatan hiburan edukatif, memasukan unsur hiburan dan edukasi melalui meme, tren digital, dan visualisasi dinamis yang menarik audiens muda. Proses perencanaan meliputi pertemuan konten, dan konten kalender untuk konsistensi, pengorganisasian melalui pembagian tugas, pelaksanaan kreatif dengan adaptasi tren, serta pengawasan berbasis data TikTok untuk evaluasi performa. Tantangan utama adalah keseimbangan edukasi hiburan, fluktuasi ide, dan algoritma platform, diatasi dengan strategi adaptif seperti bertukar pikiran dan eksperimen format. Kesimpulan menegaskan bahwa keberhasilan akun bergantung pada kreativitas, koordinasi tim, evaluasi data, memberikan wawasan untuk pengembangan media edukasi digital yang responsif dan inovatif.

**Kata Kunci:** *Edukasi Bahasa Jerman, Pengelolaan Media Sosial, TikTok.*

### ABSTRACT

This study examines the management strategy of the TikTok account @deutschkursebildung as a German language education medium, with a focus on the implementation of Social Media Management Theory and POAC Theory (Planning, Organizing, Implementing, Monitoring). Using qualitative methods through observation, active participation, interviews, and literature review, the study involved account managers as key informants. The results show that content management is carried out systematically with an educational entertainment approach, incorporating elements of entertainment and education through memes, digital trends, and dynamic visualizations that attract young audiences. The planning process includes content meetings and calendar content for consistency, organization through task allocation, creative implementation with trend adaptation, and TikTok data-based monitoring for performance evaluation. The main challenges are the balance between educational entertainment, idea fluctuations, and platform algorithms, which are addressed through adaptive strategies such as brainstorming and format experimentation. The conclusion confirms that the account's success depends on creativity, team coordination, and data evaluation, providing insights for the development of responsive and innovative digital educational media.

**Keywords:** *German Language Education, Social Media Management, TikTok.*



## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital yang melaju dengan kecepatan eksponensial telah memicu transformasi fundamental dalam tatanan kehidupan masyarakat modern, mengubah secara drastis cara individu memperoleh informasi, menjalin komunikasi, dan mengakses sumber pembelajaran. Di era ini, media sosial telah berevolusi melampaui fungsi aslinya sebagai sekadar alat interaksi sosial, kini menjelma menjadi ekosistem digital yang dominan dalam berbagai sektor aktivitas manusia, termasuk di dalamnya sektor pendidikan yang krusial. *Platform* populer seperti *TikTok*, *Instagram*, dan *YouTube* kini tidak lagi hanya dipandang sebagai panggung hiburan semata, melainkan telah mengambil peran strategis sebagai kanal alternatif untuk mendiseminasi ilmu pengetahuan secara cepat, masif, dan mudah diakses oleh siapa saja. Fenomena pergeseran ini mengindikasikan bahwa media pembelajaran berbasis digital mampu memfasilitasi peserta didik untuk mengalami proses belajar yang jauh lebih autentik, partisipatif, dan interaktif. Selain itu, aksesibilitas informasi yang efisien mendorong pengembangan kompetensi mandiri serta peningkatan literasi teknologi yang menjadi prasyarat utama untuk bertahan dalam kompetisi global di masa depan (Akhyar et al., 2025; Sulistyowati & Asriati, 2024).

Secara spesifik, kehadiran media sosial membuka dimensi baru dalam lanskap pembelajaran bahasa asing dengan menawarkan fleksibilitas yang belum pernah ada sebelumnya. Pendekatan ini dinilai sangat selaras dengan karakteristik psikologis dan preferensi belajar generasi digital di Indonesia yang cenderung menyukai konten visual dan ringkas. *TikTok*, sebagai *platform* yang mengusung format video pendek, kini berfungsi efektif sebagai medium untuk menyebarkan informasi yang padat namun tetap memiliki nilai substansial bagi penggunanya. Format video berdurasi singkat ini dianggap sangat ampuh dalam menangkap attensi pengguna yang semakin pendek, sekaligus membantu mereka mencerna informasi kompleks dengan lebih cepat dan menyenangkan. Dalam konteks pedagogi modern, fenomena ini sering dikaitkan dengan konsep *micro-learning*, di mana materi pembelajaran dipecah menjadi unit-unit kecil yang mudah dikonsumsi. Hal ini membuktikan bahwa integrasi teknologi dalam pendidikan bahasa bukan hanya sekadar tren sesaat, melainkan sebuah kebutuhan metodologis untuk menjembatani kesenjangan antara materi pelajaran yang kaku dengan gaya hidup pelajar masa kini yang dinamis (Azzahrah & Rustini, 2023; Gani et al., 2024; Huang & Sun, 2023).

Untuk memahami bagaimana sebuah akun media sosial dapat bertransformasi menjadi sarana edukasi yang efektif, diperlukan pemahaman mendalam mengenai teori manajemen media sosial. Teori ini menekankan bahwa keberhasilan sebuah kanal digital tidak terjadi secara kebetulan, melainkan hasil dari rangkaian proses manajerial yang sistematis meliputi perencanaan yang matang, produksi konten yang berkualitas, distribusi yang strategis, hingga evaluasi kinerja berbasis data. Setiap tahapan ini merupakan satu kesatuan siklus yang tidak terpisahkan dalam upaya membangun *engagement* dan loyalitas audiens. Sayangnya, kajian akademis yang secara spesifik menghubungkan teori manajemen ini dengan praktik pengelolaan akun edukatif, khususnya pada ranah pembelajaran bahasa asing seperti Bahasa Jerman, masih ditemukan dalam jumlah yang sangat terbatas. Kesenjangan literatur ini menunjukkan adanya urgensi untuk melakukan penelitian yang lebih mendalam guna menelaah bagaimana sebuah akun edukatif dikelola dari sisi strategi konten, operasional produksi harian, hingga evaluasi berbasis *insight* yang disediakan oleh *platform* tersebut (J & Andromeda, 2025; Lestari et al., 2024; Lestiyanti & Purworini, 2022; Letuna, 2021; Ratnawati et al., 2025).

Permintaan terhadap pembelajaran Bahasa Jerman di Indonesia terus menunjukkan tren peningkatan yang signifikan, seiring dengan semakin terbukanya keran peluang pendidikan tinggi, prospek karier, dan mobilitas internasional ke negara-negara berbahasa Jerman. Namun, proses akuisisi bahasa ini sering kali dihadapkan pada tantangan klasik yang cukup berat bagi pembelajar pemula. Tantangan tersebut mencakup keterbatasan akses interaksi langsung dengan penutur asli atau *native speaker*, fluktuasi motivasi belajar yang sering naik-turun, serta kompleksitas struktur tata bahasa yang rumit yang sering kali menjadi momok menakutkan. Metode pembelajaran konvensional di ruang kelas terkadang dirasa kurang cukup untuk mengatasi hambatan tersebut secara komprehensif. Oleh karena itu, kehadiran media sosial sebagai alat bantu belajar menjadi angin segar yang menawarkan solusi alternatif. Melalui konten digital, pembelajar dapat terpapar dengan penggunaan bahasa dalam konteks nyata dan budaya sehari-hari, yang pada akhirnya dapat membantu menjaga motivasi dan mempermudah pemahaman materi yang sulit (Mahbubillah et al., 2025; Moon & Sutama, 2024; Nurjanah et al., 2025).

Merespons kebutuhan tersebut, akun *TikTok* bernama *@deutschkursebildung* hadir sebagai salah satu inisiatif media digital yang cerdas dalam memanfaatkan tren video pendek untuk menyebarkan wawasan seputar bahasa dan budaya Jerman. Akun ini menyajikan ragam konten yang bervariasi, mulai dari *trivia* kebahasaan, *fun fact* tentang kehidupan di Jerman, hingga informasi aktual yang memperkaya wawasan kultural audiensnya. Target sasaran dari konten ini sangat luas, mencakup pelajar sekolah, mahasiswa sastra, hingga masyarakat umum di Indonesia yang memiliki ketertarikan khusus untuk mempelajari Bahasa Jerman atau sekadar ingin tahu tentang kehidupan di negara tersebut. Dengan pendekatan yang santai namun informatif, akun ini berupaya mendemokratisasi akses pembelajaran bahasa yang selama ini dianggap eksklusif dan mahal. Keberadaan akun semacam ini menjadi bukti nyata bahwa edukasi berkualitas dapat didistribusikan secara inklusif melalui *platform* yang populer dan dekat dengan keseharian masyarakat.

Meskipun terlihat sederhana di permukaan, pengelolaan konten edukatif pada *platform* hiburan seperti *TikTok* sejatinya menghadapi sejumlah tantangan operasional yang kompleks. Pengelola akun harus berhadapan dengan keterbatasan durasi tayangan yang memaksa mereka untuk memadatkan materi tanpa mengurangi esensinya. Selain itu, karakteristik audiens yang sangat heterogen menuntut strategi komunikasi yang adaptif agar pesan dapat diterima oleh berbagai level pemahaman. Tantangan terbesar terletak pada tuntutan untuk memadukan elemen hiburan dan edukasi secara seimbang, atau yang sering disebut dengan konsep *edutainment*. Pengelola harus memastikan bahwa konten yang diproduksi cukup menghibur untuk menahan *scroll* pengguna, namun tetap memiliki bobot edukasi yang valid. Jika terlalu serius, konten akan diabaikan; jika terlalu santai, nilai pembelajarannya akan hilang. Keseimbangan inilah yang menjadi seni utama dalam pengelolaan akun edukatif di media sosial yang kompetitif.

Melihat fenomena dan dinamika tersebut, penelitian ini dirancang dengan tujuan utama untuk menelaah secara komprehensif strategi pengelolaan konten yang diimplementasikan oleh pengelola akun *TikTok* *@deutschkursebildung*. Penelitian ini juga berupaya mengidentifikasi berbagai tantangan riil serta hambatan teknis yang muncul dalam proses manajemen akun tersebut. Dengan membedah praktik pengelolaan yang ada, penelitian ini diharapkan dapat mengisi celah pengetahuan yang ada dan memberikan wawasan empiris mengenai praktik terbaik atau *best practice* dalam pengelolaan media sosial edukatif. Hasil dari studi ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi teoritis, tetapi juga menjadi acuan praktis bagi



para pendidik dan kreator konten dalam mengembangkan strategi komunikasi yang singkat, menarik, dan relevan. Pada akhirnya, inovasi dalam strategi konten ini diharapkan dapat mendukung terciptanya ekosistem pembelajaran bahasa yang lebih efektif dan adaptif di era digital yang serba cepat ini.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan tujuan memperoleh gambaran mendalam mengenai proses pengelolaan akun TikTok @deutschkursebildung sebagai media edukasi Bahasa Jerman. Metode ini dipilih karena mampu menggali realitas secara naturalistik dan memberi pemahaman komprehensif mengenai strategi konten, dinamika kerja tim, serta respons audiens terhadap topik edukatif yang dipublikasikan. Pengumpulan data dilakukan melalui sumber primer dan sekunder yang saling melengkapi. Data primer diperoleh melalui keterlibatan langsung peneliti dalam aktivitas pengelolaan akun, mencakup proses perencanaan, produksi, pengeditan, hingga publikasi konten. Peneliti juga melakukan wawancara dengan pengelola akun dan mengamati interaksi audiens pada setiap unggahan. Data sekunder diperoleh melalui telaah terhadap jurnal, buku, dokumen internal, serta berbagai laporan relevan yang memberikan landasan teoritis mengenai praktik pengelolaan media sosial berbasis edukasi.

Penelitian ini melibatkan langsung dua orang partisipan, yaitu pengelola akun TikTok @deutschkursebildung yang berperan sebagai Divisi Media Sosial dan pengelola konten. Kedua partisipan tersebut menjadi informan utama dalam kegiatan wawancara karena secara langsung bertanggung jawab terhadap proses perencanaan, produksi, hingga evaluasi konten pada akun TikTok @deutschkursebildung. Pemilihan partisipan dilakukan secara *purposive* dengan pertimbangan bahwa keduanya memiliki pengalaman serta pemahaman langsung terkait pengelolaan akun TikTok @deutschkursebildung, sehingga data yang diperoleh relevan dengan tujuan penelitian.

Instrumen penelitian yang digunakan meliputi pedoman wawancara untuk menggali informasi terkait strategi dan kendala pengelolaan konten, catatan observasi untuk mendokumentasikan temuan lapangan dan keterlibatan peneliti, serta dokumentasi konten berupa konten *insight* TikTok sebagai dasar penilaian performa video dan preferensi audiens. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini terdiri dari observasi, partisipasi aktif, wawancara, dan studi literatur. Observasi dilakukan dengan memantau jenis konten, penyajian visual, pemanfaatan fitur TikTok, serta respons audiens melalui *comments*, *likes*, dan jumlah tayangan. Partisipasi aktif memungkinkan peneliti memahami alur kerja secara langsung melalui keterlibatan dalam proses kreatif dan teknis produksi. Wawancara semi-terstruktur dengan pengelola akun digunakan untuk mengungkap strategi, metode kerja, dan hambatan yang dihadapi. Studi literatur dimanfaatkan untuk memperkuat analisis serta menghubungkan hasil temuan lapangan dengan kerangka teoritis yang berkaitan dengan manajemen media sosial, konten edukatif, dan komunikasi digital.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Hasil penelitian ini menyajikan gambaran mengenai proses pengelolaan akun TikTok @deutschkursebildung sebagai media edukasi Bahasa Jerman. Pemaparan hasil difokuskan pada strategi perencanaan konten, bentuk penyajian materi, pengelolaan identitas visual, mekanisme evaluasi performa, serta berbagai hambatan dan upaya adaptasi yang dilakukan oleh



tim pengelola dalam menghadapi dinamika platform TikTok. Salah satu paling menonjol adalah penggunaan pendekatan *edutainment*, yaitu penyajian materi edukasi yang dipadukan dengan unsur hiburan yang membuat pembelajaran bahasa terasa lebih ringan. Penggunaan *meme*, *trending sound*, serta efek visual populer menjadi bagian integral dari penyajian konten. Elemen-elemen tersebut digunakan tanpa mengurangi kualitas materi sehingga tetap menyampaikan nilai edukatif yang relevan dan akurat terkait bahasa maupun budaya Jerman.

Sebelum mengunggah konten, tim selalu mengadakan *content meeting* untuk mendiskusikan ide, menentukan prioritas topik, serta menyesuaikan topik dengan tren mingguan di TikTok. Hasil observasi menunjukkan bahwa *brainstorming* rutin menjadi kunci bagi tim untuk menjaga aliran ide kreatif, terutama ketika dinamika tren digital berubah dengan cepat. Tim memanfaatkan *content calendar* sebagai instrumen untuk mengelola dan menjadwalkan setiap unggahan secara sistematis. Kalender ini tidak hanya memastikan konsistensi publikasi, tetapi juga membantu memetakan variasi konten seperti trivia, konten tren, dan *news update* terkait Jerman agar tidak terjadi repetisi yang dapat menurunkan minat audiens. Konsistensi ini sekaligus menjadi strategi untuk mempertahankan eksistensi akun di TikTok yang sangat bergantung pada frekuensi dan keberlanjutan unggahan.

Dari aspek identitas visual, hasil penelitian memperlihatkan bahwa akun TikTok @deutschkursebildung menerapkan strategi branding yang kuat dan konsisten. Gaya visual, format video, hingga penggunaan logo ditetapkan secara tetap sehingga membangun *brand personality* yang mudah dikenali oleh audiens. Hal tersebut berpengaruh langsung pada *brand recall*, di mana pengguna dapat mengenali konten akun ini hanya dari tampilan visualnya. Bahasa yang digunakan bersifat semi formal, komunikatif, dan mudah dipahami oleh target audiens yang terdiri dari pelajar, mahasiswa, dan masyarakat umum yang sedang belajar bahasa Jerman. Visualiasi konten yang dinamis, disertai tambahan teks atau *subtitle*, turut membantu mempermudah pemahaman terutama bagi pembelajar pemula.

Evaluasi konten merupakan proses yang tidak pernah dilepaskan dari pengelolaan akun. Tim memanfaatkan fitur *insight* TikTok untuk menganalisis performa konten secara rutin melalui indikator seperti jumlah penayangan, *likes*, *comments*, *shares*, dan *watch time*. Temuan dari analisis data ini menjadi dasar bagi pengelola dalam menentukan jenis konten yang perlu dipertahankan, diperbaiki, atau dihentikan. Fokus utama pengelola adalah pada *engagement rate*, karena metrik ini dianggap paling mampu mencerminkan ketertarikan dan interaksi nyata dari pengguna.

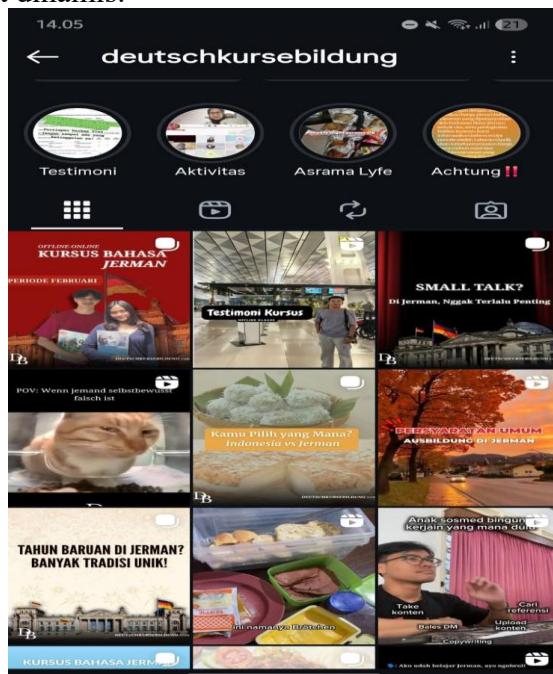
Di sisi lain, peneliti menemukan berbagai hambatan dalam proses pengelolaan akun. Tantangan terbesar adalah menjaga keseimbangan antara unsur edukasi dan hiburan dalam setiap konten. Pengguna TikTok memiliki rentang perhatian yang singkat, sehingga materi pembelajaran harus dikemas secara ringkas, menarik, dan relevan dengan tren. Kendala berikutnya adalah fluktuasi ide kreatif yang terkadang menurun ketika tim menghadapi perubahan tren. Selain itu, performa konten juga dipengaruhi oleh dinamika algoritma TikTok yang sering berubah, sehingga beberapa video yang sebelumnya efektif dapat mengalami penurunan jangkauan.

Untuk mengatasi hambatan tersebut, peneliti menunjukkan bahwa tim melakukan berbagai strategi adaptif. Tim rutin memantau tren FYP, melakukan *brainstorming* tambahan ketika menghadapi stagnasi ide, serta bereksperimen dengan variasi durasi, waktu unggah, dan gaya penyampaian video untuk menemukan format yang paling efektif. Kolaborasi tim menjadi faktor penting dalam strategi adaptif ini. Pembagian tugas yang jelas, mulai dari penulisan naskah, editor, hingga pengelolaan *insight* membantu menjaga alur produksi tetap efisien dan



responsif terhadap perubahan tren. Hasil penelitian juga menemukan bahwa tim mulai merencanakan perkembangan konten ke arah yang lebih interaktif, seperti mini kuis, sesi belajar langsung bersama tutor, dan format video partisipatif audiens, karena memberikan pengalaman belajar yang lebih personal dan berorientasi pada interaksi dua arah.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengelolaan akun TikTok @deutschkursebildung tidak hanya bergantung pada kemampuan kreatif dalam memproduksi konten, tetapi juga pada sistem manajemen yang terstruktur, kemampuan adaptasi terhadap tren, kolaborasi tim, serta evaluasi performa berbasis data. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa strategi pengelolaan media sosial edukatif harus selalu responsif, inovatif, dan berbasis analisis agar mampu bersaing dan tetap relevan di lingkungan media digital yang sangat dinamis.



Gambar 1. Akun TikTok @deutschkursebildung

## Pembahasan

Analisis mendalam terhadap tata kelola akun TikTok @deutschkursebildung mengungkapkan bahwa keberhasilan diseminasi materi pendidikan bahasa asing di ruang digital sangat bergantung pada kekokohan struktur manajerial di balik layar. Penerapan fungsi manajemen yang meliputi *Planning*, *Organizing*, *Actuating*, dan *Controlling* atau yang dikenal dengan konsep POAC, terbukti menjadi fondasi utama dalam menjaga konsistensi dan kualitas konten (Azizah, 2022; Munandiyal & Junaedi, 2022; Mustikasari et al., 2022). Temuan ini menegasikan anggapan umum bahwa popularitas di media sosial semata-mata merupakan buah dari keberuntungan algoritma atau kreativitas spontan. Sebaliknya, penelitian ini menunjukkan bahwa setiap video edukasi yang sukses merupakan produk dari sistem kerja yang terencana dan terukur. Integrasi prinsip manajerial ke dalam produksi konten kreatif memungkinkan pengelola untuk menyeimbangkan dua kepentingan yang seringkali berseberangan, yaitu pemenuhan standar pedagogis bahasa Jerman dan adaptasi terhadap budaya visual media sosial yang serba cepat. Tanpa adanya manajemen yang solid, konten edukasi berisiko kehilangan arah, terjebak pada tren sesaat tanpa memberikan dampak pembelajaran yang substansial bagi pengikutnya (Ardiyani & Kurniawan, 2020; Malik et al., 2020).



Pada tahapan perencanaan atau *planning*, tim pengelola menunjukkan kematangan strategi dengan tidak hanya bereaksi terhadap tren, melainkan mengintegrasikannya ke dalam kurikulum digital yang telah disusun. Penggunaan instrumen seperti *content calendar* dan penetapan tema mingguan merupakan manifestasi dari perencanaan strategis yang bertujuan menjaga relevansi materi ajar di tengah arus informasi yang deras. Langkah ini selaras dengan teori manajemen media sosial yang menekankan pentingnya penetapan tujuan yang presisi dan identifikasi audiens sebelum pesan dipublikasikan (Hafifah et al., 2022; Mustikasari et al., 2022; Nurhayati & Hujjatusnain, 2021). Dalam konteks ini, tren *TikTok* tidak dipandang sebagai gangguan, melainkan sebagai wahana untuk menyampaikan materi bahasa Jerman agar lebih mudah diterima oleh demografi pelajar. Kemampuan untuk memprediksi dan memilih tren mana yang memiliki nilai edukatif menunjukkan bahwa tahap perencanaan berfungsi sebagai filter kuratorial. Hal ini memastikan bahwa setiap konten yang diproduksi memiliki nilai guna jangka panjang dan tetap berada dalam koridor tujuan pembelajaran, sekaligus memenuhi ekspektasi audiens akan konten yang segar dan aktual (Hidayati, 2021; Nurzannah & Estiawani, 2021).

Efektivitas produksi konten selanjutnya ditopang oleh tahap pengorganisasian atau *organizing* yang solid, di mana pembagian kerja dan alur komunikasi internal menjadi kunci operasional. Struktur organisasi yang jelas memungkinkan setiap anggota tim memahami tanggung jawab spesifik mereka, mulai dari riset materi, penyuntingan video, hingga manajemen komunitas, sehingga potensi tumpang tindih tugas dapat diminimalisir. Pemanfaatan teknologi komunikasi digital seperti grup koordinasi memfasilitasi pertukaran ide dan *feedback* secara *real-time*, menciptakan lingkungan kerja yang kolaboratif dan responsif (Julianti & Delliana, 2020; Mukti, 2022; Rohmah, 2020). Dalam ekosistem digital yang menuntut kecepatan, birokrasi yang kaku dapat menghambat produktivitas; oleh karena itu, pola pengorganisasian yang fleksibel namun terstruktur menjadi sangat vital. Keteraturan dalam pendeklasian tugas ini berdampak langsung pada konsistensi jadwal unggah konten, yang merupakan salah satu faktor utama dalam mempertahankan loyalitas audiens. Dengan demikian, pengorganisasian yang baik tidak hanya efisien secara internal, tetapi juga membangun citra profesionalisme akun di mata para pengguna yang mengandalkannya sebagai sumber belajar.

Tahap pelaksanaan atau *actuating* merupakan fase di mana strategi dan struktur diterjemahkan menjadi karya nyata yang dapat dinikmati oleh publik. Pada fase ini, aspek kreativitas dan pemahaman teknis terhadap fitur *platform* memegang peranan sentral dalam mengemas materi bahasa Jerman yang kompleks menjadi sajian yang ringan dan menghibur. Penggunaan elemen-elemen populer seperti *trending sound*, efek visual, dan gaya penyuntingan dinamis digunakan secara strategis untuk menarik attensi audiens dalam detik-detik pertama. Selain itu, inklusi fitur aksesibilitas seperti *subtitle* menunjukkan kepekaan pengelola terhadap kebutuhan audiens pemula yang mungkin kesulitan memahami pelafalan bahasa asing tanpa bantuan teks. Kemampuan tim untuk mengeksekusi ide dengan cepat dan menyesuaikan diri dengan algoritma yang terus berubah mencerminkan tingkat adaptabilitas yang tinggi. Eksekusi yang prima ini memastikan bahwa pesan edukatif tidak hanya tersampaikan, tetapi juga memicu interaksi dan keterlibatan emosional dari pengguna, yang merupakan indikator keberhasilan komunikasi di media sosial (Arisanty et al., 2020; Aziz, 2020).

Siklus manajemen disempurnakan melalui tahap pengawasan atau *controlling*, yang berfungsi sebagai mekanisme penjamin mutu dan basis pengambilan keputusan strategis. Melalui pemantauan rutin terhadap metrik kinerja konten, tim pengelola dapat mengidentifikasi



pola preferensi audiens, seperti waktu akses tertinggi atau format video yang paling banyak mendapatkan interaksi. Evaluasi berbasis data ini menghindarkan pengelola dari asumsi subjektif dan memungkinkan dilakukannya perbaikan berkelanjutan atau *continuous improvement* pada strategi konten berikutnya. Jika terjadi penurunan performa, data analitik digunakan untuk mendiagnosis penyebabnya, apakah terletak pada pemilihan topik, kualitas visual, atau kejemuhan audiens terhadap format tertentu. Proses pengawasan ini menegaskan bahwa pengelolaan akun edukasi adalah proses yang dinamis dan berulang. Dengan menjadikan evaluasi sebagai budaya kerja, akun tersebut dapat terus berevolusi mengikuti perkembangan zaman dan selera pengguna tanpa mengorbankan integritas materi pendidikan yang menjadi tujuan utamanya.

Secara keseluruhan, integrasi antara teori manajemen POAC dan teori manajemen media sosial memberikan perspektif komprehensif bahwa keberhasilan akun @deutschkursebildung adalah hasil dari orkestrasi manajerial yang presisi. Sinergi antara perencanaan yang matang, organisasi yang rapi, eksekusi yang kreatif, dan evaluasi yang ketat menciptakan ekosistem pembelajaran digital yang berkelanjutan. Implikasi dari temuan ini bagi praktisi pendidikan digital lainnya adalah pentingnya mengadopsi pola pikir manajerial dalam mengelola aset digital mereka. Kreativitas konten memang penting sebagai daya tarik, namun manajemen adalah tulang punggung yang memastikan daya tarik tersebut dapat bertahan lama dan memberikan dampak edukatif yang nyata. Akun ini menjadi bukti empiris bahwa platform hiburan seperti *TikTok* dapat ditransformasi menjadi ruang kelas yang efektif apabila dikelola dengan kedisiplinan dan strategi yang tepat, memadukan fleksibilitas media sosial dengan ketatnya prinsip-prinsip manajemen pendidikan.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pengelolaan akun *TikTok* @deutschkursebildung sebagai media edukasi Bahasa Jerman telah berhasil menerapkan strategi manajemen media sosial yang sistematis melalui pendekatan edutainment yang memadukan unsur hiburan dengan materi pembelajaran secara proporsional. Keberhasilan operasional akun ini tidak terlepas dari implementasi fungsi manajemen POAC secara disiplin yang dimulai dari tahap perencanaan matang menggunakan kalender konten untuk menjaga konsistensi publikasi mingguan hingga pengorganisasian tim yang solid dengan pembagian tugas teknis yang spesifik antara penulis naskah dan editor video. Dalam tahap pelaksanaan strategi komunikasi visual yang dinamis serta pemanfaatan fitur digital terkini seperti penggunaan meme suara latar populer dan efek visual terbukti sangat efektif dalam menarik attensi audiens generasi muda sekaligus mempermudah pemahaman materi tata bahasa asing yang kompleks melalui format video pendek. Konsistensi dalam memproduksi konten yang relevan serta kemampuan tim untuk menjaga identitas visual yang kuat telah membangun brand personality yang positif sehingga akun ini mampu berfungsi bukan hanya sekadar platform hiburan semata melainkan sebagai kanal edukasi alternatif yang kredibel inklusif dan mudah diakses oleh berbagai kalangan pembelajar di era digital saat ini.

Di sisi lain penelitian ini juga menemukan bahwa tantangan krusial dalam pengelolaan media edukasi berbasis platform hiburan terletak pada upaya menjaga keseimbangan antara bobot materi edukatif dan daya tarik visual serta mengatasi fluktuasi ide kreatif di tengah perubahan algoritma yang sangat dinamis. Tim pengelola berhasil mengatasi berbagai hambatan operasional tersebut melalui mekanisme pengawasan dan evaluasi yang ketat berbasis data analitik *TikTok* untuk memantau indikator kinerja utama seperti tingkat



keterlibatan pengguna jumlah tayangan dan interaksi komentar secara berkala. Strategi adaptif yang diterapkan melalui kegiatan bertukar pikiran atau brainstorming rutin eksperimen variasi format video serta responsivitas tinggi terhadap tren viral di halaman For You Page menjadi kunci solusi dalam mempertahankan relevansi konten di mata audiens. Temuan ini menegaskan implikasi teoritis dan praktis bahwa keberhasilan media pembelajaran digital tidak hanya bergantung pada kreativitas konten semata tetapi harus ditopang oleh kemampuan manajerial yang adaptif serta budaya evaluasi yang berkelanjutan. Dengan demikian integrasi sinergis antara prinsip manajemen modern dan kreativitas digital terbukti mampu menciptakan ekosistem pembelajaran bahasa yang efektif interaktif dan berkelanjutan di tengah kompetisi media sosial yang ketat.

## DAFTAR PUSTAKA

- Akhyar, I., Safitri, I., Santoso, J. A., Adzim, Q. F. K. E., Hamidah, R. N., & Setiawan, B. I. (2025). Evaluasi pemanfaatan laboratorium komputer di SMPN 4 Lembang terhadap kemampuan literasi media siswa. *Learning: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(1), 44. <https://doi.org/10.51878/learning.v5i1.4326>
- Ardiyani, D. K., & Kurniawan, D. (2020). Policy and curriculum of study program of German language education at the State University of Malang in welcoming the needs of German language teachers in Indonesia in the era of Industrial Revolution 4.0. *KnE Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v4i4.6465>
- Arisanty, M., Wiradharma, G., & Fiani, I. D. (2020). Optimizing social media platforms as information dissemination media. *Jurnal ASPIKOM*, 5(2), 266. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v5i2.700>
- Aziz, A. Z. A. (2020). Optimasi Instagram sebagai media penyampaian pesan dakwah. *Jurnal Syntax Imperatif: Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan*, 1(4), 138. <https://doi.org/10.36418/syntax-imperatif.v1i4.52>
- Azizah, L. (2022). Manajemen pengelolaan dengan konsep akad syari'ah pada Ely Wedding House di era new normal Bangil - Pasuruan. *Airlangga Journal of Innovation Management*, 3(2), 149. <https://doi.org/10.20473/ajim.v3i1.39660>
- Azzahrah, A. A., & Rustini, T. (2023). Upaya meningkatkan kemampuan membaca dan menulis melalui media pembelajaran interaktif digital melalui aplikasi Gemar (Game Membaca Lancar) pada peserta didik kelas 2 SDN Cinunuk 01. *Journal on Education*, 6(1), 1806. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i1.3159>
- Gani, R. H. A., Supratmi, N., Wijaya, H., & Ernawati, T. (2024). Integrasi teknologi gamifikasi dalam pembelajaran bahasa dan sastra Indonesia di era digital di SMP NWDI, Suralaga. *Jnanaloka*, 5(2), 63-74. <https://doi.org/10.36802/jnanaloka.2024.v5-no2-63-74>
- Hafifah, N., Sudiwijaya, E., & Aulia, A. (2022). Travel Murah Jogja's Instagram content management at post Covid-19 pandemic. *Symposium of Literature Culture and Communication (SYLECTION) 2022*, 1(1), 77. <https://doi.org/10.12928/sylection.v1i1.11286>
- Hidayati, N. M. (2021). Does e-learning content design affect student learning outcomes? *Socia: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial*, 17(2), 89. <https://doi.org/10.21831/socia.v17i2.35571>



- Huang, F., & Sun, L. (2023). Examining the roles of technology in sustaining language teaching and learning. *Sustainability*, 15(24), 16664. <https://doi.org/10.3390/su152416664>
- J, N. M., & Andromeda, A. (2025). Validitas dan praktikalitas media video pembelajaran laju reaksi pada platform YouTube untuk meningkatkan kemampuan literasi kimia siswa. *Science: Jurnal Inovasi Pendidikan Matematika dan IPA*, 5(4), 1793. <https://doi.org/10.51878/science.v5i4.7550>
- Julianti, I., & Delliana, S. (2020). Rebel together sebagai strategi komunikasi pemasaran digital Madformakeup di tengah pandemi COVID-19. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 207. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.9686>
- Lestari, E. I., Hidayanti, S., Markhatun, R., Rahma, N., & Nisa, P. K. (2024). Pola konsumsi mahasiswa PMI 3A terhadap tayangan Politika Research and Consulting. *Cendekia: Jurnal Ilmu Pengetahuan*, 4(4), 612. <https://doi.org/10.51878/cendekia.v4i4.3971>
- Lestiyanti, A. S. N., & Purworini, D. (2022). Pengaruh berita lonjakan kasus Covid-19 pada akun Instagram Kemenkes\_RI terhadap minat vaksin followers akun Kemenkes\_RI. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 14(2), 259. <https://doi.org/10.23917/komuniti.v14i2.19193>
- Letuna, M. A. N. (2021). Instragram sebagai media edukasi vaksin Covid-19 di Indonesia. *Jurnal Communio: Jurnal Jurusan Ilmu Komunikasi*, 10(1), 88. <https://doi.org/10.35508/jikom.v10i1.3773>
- Mahbubillah, I., Hasaniyah, N., Anshory, A. M. A., & Abidin, M. (2025). Implementasi pembelajaran bahasa Arab model contextual teaching and learning dengan media Educaplay. *Learning: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(3), 1270. <https://doi.org/10.51878/learning.v5i3.5530>
- Malik, A. R., Emzir, & Sumarni, S. (2020). Pengaruh strategi pembelajaran mobile learning dan gaya belajar visual terhadap penguasaan kosakata bahasa Jerman siswa SMA Negeri 1 Maros. *Visipena Journal*, 11(1), 194. <https://doi.org/10.46244/visipena.v11i1.1090>
- Moon, Y. J., & Sutama, I. M. (2024). Pembelajaran kosa kata melalui métode peta pikiran. *Learning: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(4), 1230. <https://doi.org/10.51878/learning.v4i4.4012>
- Mukti, D. K. J. (2022). Analisis partisipasi dan keaktifan anggota dalam komunitas online kontributor Brisik ID. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 24(1), 129. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v24i1.3591>
- Munandiyal, Q. M. H. Q., & Junaedi, F. (2022). Production management of digital content for social media in the department of communication and informatic Batang Central Java. *Commicast*, 3(3), 181. <https://doi.org/10.12928/commicast.v3i2.5953>
- Mustikasari, R., Zakiah, K., & Rantona, S. (2022). Strategi manajemen komunikasi media online Cerdik Indonesia dalam mengatasi persaingan antarmedia online. *Jurnal Common*, 5(2), 192. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.6359>
- Nurhayati, M. S., & Hujjatusnain, N. (2021). Analisis manajemen pembelajaran online berbasis media sosial WhatsApp untuk meningkatkan motivasi dan hasil belajar siswa materi sistem pencernaan. *Jurnal Bioterididik: Wahana Ekspresi Ilmiah*, 9(1), 22. <https://doi.org/10.23960/jbt.v9i1.21980>
- Nurjanah, N., Koswara, D., Nugraha, H. S., Rukmanah, H. S., & Ruslan, U. (2025). Strategi inovatif dalam pembelajaran bahasa Sunda: Digitalisasi materi ajar untuk guru



sekolah dasar. *Learning: Jurnal Inovasi Penelitian Pendidikan dan Pembelajaran*, 5(2), 579. <https://doi.org/10.51878/learning.v5i2.4724>

Nurzannah, N., & Estiawani, P. (2021). Implementasi metode tdkr pada program Tahfidzul Qur'an. *Ar-Rasyid: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, 1(1). <https://doi.org/10.30596/arrasyid.v1i1.8378>

Ratnawati, E., Kristiyani, N., Warman, W., Bahzar, M., & Nurlaili, N. (2025). Transformasi digital di sekolah negeri pesisir: Kajian aspek politik, ekonomi, sosial, dan budaya pada implementasi Google for Education di SMP Negeri 1 Anggana. *Social: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 5(3), 1288. <https://doi.org/10.51878/social.v5i3.7315>

Rohmah, T. N. (2020). Kelincahan komunikasi dan kualitas kerja sama menuju efisiensi kinerja sumber daya manusia dimasa new normal berbasis kompetensi digital. *Stability: Journal of Management and Business*, 3(1), 70. <https://doi.org/10.26877/sta.v3i1.6432>

Sulistiyowati, C., & Asriati, N. (2024). Pemanfaatan teknologi untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran dan keterlibatan belajar di era digital. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Citra Bakti*, 11(4), 1176. <https://doi.org/10.38048/jipcb.v11i4.4542>