ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis penyebaran informasi film animasi "K-pop Demon Hunters" melalui akun TikTok @kpopdemonhuntersnetflix. Permasalahan penelitian ini adalah bagaimana penyebaran informasi film tersebut dilakukan melalui akun TikTok @kpopdemonhuntersnetflix. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi serta Teori Difusi Inovasi dari Everett M. Rogers (2003), yang mencakup empat unsur, yaitu inovasi, saluran komunikasi, waktu, dan sistem sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebaran informasi dilakukan melalui berbagai konten yang menampilkan potongan adegan, karakter, musik, pengisi suara, dialog, dan konten kreatif. Pada unsur inovasi, adegan *dance* menjadi salah satu bentuk konten yang dapat diikuti dan dibuat kembali oleh pengguna. Pada unsur saluran komunikasi, TikTok berperan sebagai media penyebaran informasi melalui fitur video, *like*, komentar, *share*, dan *repost* yang menghubungkan akun resmi dengan pengguna. Pada unsur waktu, penyebaran informasi berlangsung secara bertahap selama Oktober 2025 hingga Januari 2026 melalui beragam konten. Sementara itu, pada unsur sistem sosial, pengguna tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memberikan tanggapan, membagikan konten, dan membuat kembali konten yang berkaitan dengan film. Keterlibatan pengguna juga terlihat melalui konten yang dibuat pengguna dan kemudian di-*repost* oleh akun resmi. Maka dari itu, proses penyebaran informasi film animasi "K-pop Demon Hunters" dilakukan dengan memanfaatkan unsur-unsur film ke dalam konten yang sesuai dengan karakteristik TikTok. Penyebaran informasi tersebut tidak hanya berlangsung melalui akun resmi, tetapi juga berkembang melalui keterlibatan pengguna dalam merespons, membuat kembali, dan menyebarkan informasi kepada pengguna lainnya.

Kata Kunci: Penyebaran Informasi, TikTok, Film Animasi

ABSTRACT

This study analyzes the dissemination of information about the animated film K-pop Demon Hunters through the TikTok account @kpopdemonhuntersnetflix. The research problem focuses on how information about the film is disseminated through the account. This study employs a qualitative approach using the netnography method and Everett M. Rogers Diffusion of Innovations Theory (2003), which consists of four elements: innovation, communication channels, time, and the social system. The findings indicate that information is disseminated through various types of content featuring film scenes, characters, music, voice actors, dialogue, and creative content. In terms of innovation, dance scenes serve as one form of content that users can follow and recreate. Regarding communication channels, TikTok functions as a medium for information dissemination through features such as videos, likes, comments, shares, and reposts, which connect the official account with users. In terms of time, information dissemination occurred gradually from October 2025 to January 2026 through various types of content. Meanwhile, in terms of the social system, users not only receive information but also respond to, share, and recreate content related to the film. User engagement is also evident in user-generated content that is subsequently reposted by the official account. Therefore, the dissemination of information about the animated film K-pop Demon Hunters is carried out by incorporating elements of the film into content that aligns with TikTok's characteristics. The dissemination process does not rely solely on the official account but also develops through user engagement in responding to, recreating, and sharing information with other users.

Keywords: *Information Dissemination, TikTok, Animated Film*