

**PENGARUH KONTEN TIKTOK @GERALDVINCENTT
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
EDUKATIF *FOLLOWERS* GENERASI Z**

SKRIPSI

Untuk memenuhi salah satu syarat ujian guna memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada program studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

Rama Mahendra

51120122

589/SKRIPSI/ILMU KOMUNIKASI-UNSERA/S1/VIII/2024

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL, ILMU POLITIK, DAN ILMU HUKUM
UNIVERSITAS SERANG RAYA
2024**

**PENGARUH KONTEN TIKTOK @GERALDVINCENTT
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
EDUKATIF FOLLOWERS GENERASI Z**

ABSTRAK

Oleh:

Rama Mahendra

51120122

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten TikTok @geraldvincentt terhadap pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z. Penelitian ini menggunakan paradigma positivis, pendekatan kuantitatif, dan menggunakan teori *uses and gratification*. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 100 responden, dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Simple Random Sampling* yaitu pemilihan sampel secara acak, dimana setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk terpilih menjadi sampel. Data penelitian diperoleh dengan teknik kuesioner menggunakan skala ordinal sedangkan data pendukung didapat dari kepustakaan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten TikTok @geraldvincentt memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z. Hasil perhitungan nilai RSquare sebesar 0,774 menjelaskan bahwa 59% akun TikTok @geraldvincentt berpengaruh terhadap p pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z sedangkan 41% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam variabel ini. Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan konten TikTok @geraldvincentt terhadap pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z.

Kata Kunci : Teori *Uses and Gratification*, TikTok, Kebutuhan Informasi

**THE INFLUENCE OF @GERALDVINCENTT TIKTOK CONTENT
ON FULFILLING THE NEEDS FOR EDUCATIONAL
INFORMATION OF GENERATION Z FOLLOWERS**

ABSTRACT

By:

Rama Mahendra

51120122

This research aims to determine the influence of @geraldvincentt's TikTok content on fulfilling the educational information needs of generation Z followers. This research uses a positivist paradigm, a quantitative approach, and uses the uses and gratifications theory. The population in this study consisted of 100 respondents, with the sampling technique using the Simple Random Sampling method, namely random sample selection, where each member of the population has the same opportunity to be selected as a sample. Research data was obtained using a questionnaire technique using an ordinal scale, while supporting data was obtained from the literature. The results of this research show that @geraldvincentt's TikTok content has an influence on fulfilling the educational information needs of generation Z followers. The results of calculating the RSquare value of 0.774 explain that 59% of @geraldvincentt's TikTok account has an influence on fulfilling the educational information needs of generation Z followers while the remaining 41% is influenced by other variables not examined in this variable. The results of the hypothesis test show that there is a significant influence of @geraldvincentt's TikTok content on fulfilling the educational information needs of generation Z followers.

Keyword : Uses and Gratification Theory, TikTok, Information Needs

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan pemaparan dari hasil penelitian pada bab-bab sebelumnya mengenai pengaruh konten TikTok @geraldvincentt terhadap pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z, maka peneliti dapat menarik Kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh konten TikTok @geraldvincentt memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z. Hal ini dapat dilihat dengan hasil uji hipotesis antara pengaruh konten TikTok @geraldvincentt terhadap pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z diperoleh nilai $t_{hitung} = 12,094$ lebih besar dari $t_{tabel} = 1,66055$. Artinya ada pengaruh positif dan signifikan dari konten TikTok @geraldvincentt terhadap pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z.
2. Berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi maka pengaruh konten TikTok @geraldvincentt terhadap pemenuhan kebutuhan informasi edukatif *followers* generasi Z sebesar 59% sementara 41% lainnya diterangkan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti dapat menyajikan beberapa saran sebagai berikut:

1. *Followers* diharapkan dapat menyaring aplikasi media sosial yang dapat memberikan manfaat yang positif, salah satunya adalah aplikasi TikTok pada akun TikTok @geraldvincentt dalam memenuhi kebutuhannya atas suatu informasi.
2. Masyarakat diharapkan untuk memperbanyak dan memanfaatkan media sosial terutama TikTok untuk menjadi salah satu sumber informasi yang valid dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abidin, Y. Z. (2015). *Metode Penelitian Komunikasi Penelitian Kuantitatif : Teori dan Aplikasi*. CV Pustaka Setia.
- Arikunto, S. 2014. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis*. Rineka Cipta.
- Dadang Sugiana, dkk. (2019). *Komunikasi Dalam Media Digital*. Buku Litera Yogyakarta.
- Edi Suryadi. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi (dengan pendekatan Kuantitatif)*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Guha, B. (1978). *Documentation and Information*. New Delhi: Indian National Scientific Documentation Centre.
- Kingsnorth, S. (2016). *Digital Marketing Strategy An integrated approach to online marketing*. Kogan Page.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- Kriyantono, R. (2020). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif disertai contoh praktis Skripsi, Tesis, dan Disertai Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Prenadamedia Group.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antarpersonal*. Kencana Prenadamedia Group.
- Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Kelly, K., & Grant, I. (2009). *New Media: A critical Introduction, Second edition*. Routledge.
- Morissan. (2021). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Kencana Prenadamedia Group.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

- Nurhalimah, Siti, dkk. (2019). *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Deepublish.
- Ruliana, P., Lestari, P. (2019). *Teori Komunikasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Severin, Werner J., James W. Tankard, Jr.. (2014). *Teori Komunikasi : Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa (Ed. 5, Cet. 6)*. Kencana Prenada Media Group .
- Siregar, Syofian. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif : dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS*. Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. PT Alfabeta Bandung
- J. Supranto. (2016). *Statistik Teori dan Aplikasi Edisi Kedelapan*. Jakarta: Erlangga

Skripsi

- Azhary, N. (2022). *Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Pada Remaja Akhir Di Kota Banjarmasin [Universitas Islam Negeri Antasari]*. <https://idr.uin-antasari.ac.id/20826/>
- Burhanuddin. (2015). *Pengaruh Media Sosial Twitter @Lowkerpku terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lowongan Kerja Bagi Followers*. Jom FISIP UNRI, 2(2), 1–15. <https://www.neliti.com/publications/32345/pengaruh-media-sosial-twitter-lowkerpku-terhadap-pemenuhan-kebutuhan-informasi-l>
- Fauziah, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi [Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta]*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/58103>

- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19*. *Communiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>
- Ni'matul Rohmah, N. (2020). *Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19 (Kajian Analisis Teori Uses and gratification)*. *Al-I'lam; Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16. <https://doi.org/https://doi.org/10.31764/jail.v4i1.2957>
- Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). *Pemanfaatan “Twitter Tmcoldametro” Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya*. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, 4(1), 21–28. <https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625>
- R. Fadlulloh; E. Saputro. (2023). *Pengaruh Konten TikTok @GERALVINCENTT Terhadap Minat Belajar Siswa SMA Negeri 1 Baturetno Tahun Ajaran 2021/2022 [Universitas Muhammadiyah Surakarta]*. <https://eprints.ums.ac.id/113110/>
- Salsabilla, R. (2022). *Pengaruh Terpaan Konten TikTok #Shopeehaul Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mahasiswa Di Kota Pekanbaru [Universitas Islam Riau]*. <https://repository.uir.ac.id/15280/>

Jurnal

- Abadi, T. W., Sukmawan, F., & Utari, D. A. (2013). *Media Sosial Dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja Di Sidoarjo*. *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 96–106. <https://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.278>
- Adityara, S., & Rakhman, R. T. (2019). *Karakteristik Generasi Z dalam Perkembangan Diri Anak Melalui Visual*. *Seminar Nasional Seni Dan Desain: “Reinvensi Budaya Visual Nusantara,”* September, 401–406. <https://www.neliti.com/publications/289429/karakteristik-generasi-z-dalam-perkembangan-diri-anak-melalui-visual#cite>
- Angela, N., & Yoedtadi, M. G. (2019). *Pemanfaatan Media Sosial Oleh Komunitas Historia Indonesia*. *Prologia*, 3(2), 393–400. <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6371>

- Bayquni. (2018). *Partisipasi Khalayak Media Online Terhadap Liptan6.Com Dalam Memenangkan Persaingan Industri Media Massa Di Indonesia*. Jurnal Pustaka Komunikasi, 1 No. 2(2), 228–237. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v1i2.702>
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia*. Publiciana, 9(1), 140–157. <https://doi.org/10.36563/publiciana.v9i1.79>
- Damaiyanti, C. (2015). *Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka Nonkaryawan Di Perpustakaan Bank Indonesia Semarang*. Jurnal Ilmu Perpustakaan, 3(1), 35–48. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/9346>
- Jamil, N. A., Kurnia, A. D., & Jalaludin, J. (2020). *Analisis Mekanisme Praktik Jual Beli Followers Dalam Perspektif Ekonomi Islam Di Media Sosial Instagram*. EKSISBANK: Ekonomi Syariah Dan Bisnis Perbankan, 4(1), 82–94. <https://doi.org/10.37726/ee.v4i1.101>
- Norhabiba, F., & Ragil Putri, S. A. (2018). *Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya*. Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(1), 8–15. <https://doi.org/10.14710/interaksi.7.1.8-15>
- Pratama, A., & Purnama, H. (2020). *Pemahaman Guru Tentang Hoaks Di Media Sosial (Studi Kasus Pengguna Media Sosial Pada Guru di Kota Jambi)*. EProceedings of Management, 7(2), 7200–7214. <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/13797>
- Putri, A. M., & Astutik, A. P. (2021). *TikTok as a Generation-Z Islamic Religious Learning Media During the Covid-19 Pandemic*. Jurnal Pendidikan Agama Islam, 18(2), 273–294. <https://doi.org/https://doi.org/10.14421/jpai.2021.182-04>
- Ramadhan, A. F., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2022). *Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z*. JISIP (Jurnal Ilmu Sosial Dan Pendidikan), 6(1), 2382–2395. <https://doi.org/10.58258/jisip.v6i1.2849>

- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*, 40(2), 207. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.476>
- Sari, D. N., & Basit, A. (2020). *Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi*. *Persepsi: Communication Journal*, 3(1), 23–36. <https://doi.org/10.30596/persepsi.v3i1.4428>
- Vidyana, A. N., & Atnan, N. (2022). *Pengaruh Konten Edukasi TikTok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa: Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan*. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7131–7144. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3453>
- Yubiantara, I., & Retnasary, M. (2020). *Podcast Menjadi Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Di Era Disruptif*. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 2(1), 50–57. <http://dx.doi.org/10.24014/kjcs.v2i1.10455>
- Yunus, Y., & Mahpuddin. (2020). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dalam Membangun Hubungan Dengan Pendengar Ms Radio*. *Kinesik*, 7(3), 293–302. <https://doi.org/10.22487/ejk.v7i3.132>

Penelitian Terdahulu

- Amelia, A. (2022). *Pengaruh Postingan Akun Instagram @abouttng Terhadap Pemenuhan Terhadap Informasi Kuliner Followers* [Universitas Serang Raya]
- Novallano. (2024). *Pengaruh Kredibilitas Akun TikTok Edukasi Tentang Skripsi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers @robbyyuliendra* [Universitas Putera Batam]. <http://repository.upbatam.ac.id/5982/>
- Widiyaningsih, A. (2015). *Pengaruh Efektifitas Website Traveloka Terhadap Kepuasan Kebutuhan Informasi Harga Promosi Tiket Pesawat* [Universitas Sultan Ageng Tirtayasa].

Sumber Internet

- <https://apjii.or.id/berita/d/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- <https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/6404f5c3ce775/sejarah-TikTok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia?page=2>

<https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-TikTok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>

<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>