

Judul Tugas Akhir Skripsi:

PENGARUH KUALITAS INFORMASI, DAYA TARIK, DAN FREKUENSI *POSTINGAN* TERHADAP EFEKTIVITAS KONTEN TIKTOK (STUDI KASUS KONTEN BERBAGI PADA AKUN TIKTOK @NDSHVV)

Tugas Akhir Skripsi/Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk Memenuhi Persyaratan dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama: Rana Kamilah Arif

Nim: 1910411014



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOCIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Rana Kamilah Arif
NIM : 19104111014
Program Studi : FISIP - Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini, maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 Juni 2023



Rana Kamilah Arif

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rana Kamilah Arif
NIM : 1910411014
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

“PENGARUH KUALITAS INFORMASI, DAYA TARIK, DAN FREKUENSI POSTINGAN PADA EFEKTIVITAS KONTEN TIKTOK (STUDI KASUS KONTEN BERBAGI PADA AKUN @NDSHVV)”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya:

Dibuat di Jakarta,

Pada tanggal : 27 Juni 2023

Yang Menyatakan,



Rana Kamilah Arif

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR

PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Rana Kamilah Arif
NIM : 1910411014
PROGRAM STUDI : Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pengaruh Kualitas Informasi, Daya Tarik, dan Frekuensi Postingan Terhadap Efektivitas Konten TikTok (Studi kasus konten berbagi pada akun TikTok @ndshvv)

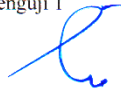
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



Dr. Ana Kuswanti

Penguji 1



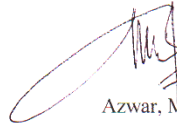
Munadhil Abdul Muqsih, Ph.D

Penguji 2



Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian :

**Pengaruh Kualitas Informasi, Daya Tarik, dan Frekuensi
Postingan terhadap Efektivitas Konten TikTok
(studi kasus konten berbagi pada akun TikTok @ndshvv)**

Rana Kamilah Arif

Universitas Pembangunan Veteran Jakarta

ranak@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Ketidakselarasan antara isi, tampilan dan jadwal dalam konten TikTok sering kali menjadi kendala utama pada efektivitas konten. Isi dan ekspektasi konten TikTok mungkin tidak sesuai dengan presentasinya, sehingga menghasilkan ketidakharmonisan yang mengganggu keseluruhan pengalaman penonton. Oleh karena itu, penting untuk memahami faktor-faktor yang dapat membuat konten menjadi efektif di platform ini. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka dapat dirumuskan masalah yaitu seberapa besar pengaruh kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan terhadap efektivitas konten TikTok @ndshvv. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas informasi, daya tarik dan frekuensi postingan di platform media sosial TikTok pada efektivitas konten. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan pendekatan survei, pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, dan menggunakan teori *Uses and Gratification* untuk mengetahui bagaimana pemahaman tentang mengapa dan bagaimana individu menggunakan media serta bagaimana media tersebut dapat memuaskan kebutuhan dan tujuan individu melalui keefektifitasan konten dengan kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan. Sebanyak 400 responden didapatkan menggunakan rumus Taro Yamane ($d = 10\%$) dari 6,5 juta populasi yang merupakan followers TikTok @ndshvv menjadi objek dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji hipotesis F diketahui bahwa kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan mempengaruhi efektivitas konten TikTok pada saat yang sama, nilai signifikansinya ialah $0,000 < 0,05$ sehingga terdapat pengaruh antara kualitas informasi, daya tarik, dan frekuensi postingan terhadap efektivitas konten TikTok. Berdasarkan hasil uji hipotesis t, kualitas informasi meningkatkan efektivitas konten sebesar 0,103 satuan, daya tarik meningkatkan efektivitas konten sebesar 0,141 satuan, dan frekuensi postingan meningkatkan efektivitas konten sebesar 0,167 satuan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa frekuensi postingan merupakan faktor yang paling berpengaruh pada efektivitas konten di akun TikTok @ndshvv.

Kata kunci: Daya Tarik, Efektivitas Konten, Frekuensi Postingan, Kualitas Informasi, TikTok

**The Effect of Information Quality, Attractiveness, and Post
Frequency on the Effectiveness of *TikTok* Content
(Case Study of Sharing Content on the *TikTok* Account @ndshvv)**

Rana Kamilah Arif

Universitas Pembangunan Veteran Jakarta

ranak@upnvj.ac.id

ABSTRACT

The misalignment between content, appearance and schedule in *TikTok* content is often the main obstacle to the effectiveness of the content. The content and expectations of *TikTok* content may not match its presentation, resulting in disharmony that disrupts the overall viewer experience. Therefore, it is important to understand the factors that can make content effective on this platform. Based on this background, the problem can be formulated as the extent of the influence of information quality, attractiveness, and posting frequency on the effectiveness of content on *TikTok* account @ndshvv. This research aims to determine the influence of information quality, attractiveness, and posting frequency on the effectiveness of content on the *TikTok* platform. This research utilizes a quantitative research method with a survey approach, with purposive sampling technique, and employs the Uses and Gratification theory to understand the understanding of why and how individuals use media and how the media can satisfy individuals' needs and goals through content effectiveness with information quality, attractiveness, and posting frequency. A total of 400 respondents were obtained using the Taro Yamane formula ($d = 10\%$) from a population of 6.5 million, which represents the followers of *TikTok* account @ndshvv, as the subjects of this research. Based on the results of the F hypothesis test, it is known that information quality, attractiveness, and posting frequency simultaneously influence the effectiveness of *TikTok* content, with a significance value of $0.000 < 0.05$, indicating that there is an influence between information quality, attractiveness, and posting frequency on the effectiveness of *TikTok* content. Based on the results of the t hypothesis test, information quality increases content effectiveness by 0.103 units, attractiveness increases content effectiveness by 0.141 units, and posting frequency increases content effectiveness by 0.167 units. It can be concluded that posting frequency is the most influential factor on content effectiveness on the *TikTok* account @ndshvv.

Keywords: Attractiveness, Content Effectiveness, Posting Frequency, Information Quality, TikTok

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah Swt, karena berkat Rahmat dan Karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang penulis ajukan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Informasi, Daya Tarik, dan Frekuensi Postingan pada Efektivitas Konten TikTok (studi kasus konten berbagi pada akun @ndshvv”**.

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan mata kuliah Skripsi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jakarta dan guna mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penulisan skripsi, oleh karena itu dengan segala kerendahan hati, penulis mohon maaf atas segala kekurangan yang ada.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, baik yang bersifat moril maupun materi. Oleh karena ini, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, Tuhan Yang Maha Esa yang selalu memberikan hikmat dan rahmatnya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Keluarga peneliti, Ibu Ninuk Wiliani dan Bapak Muhammad Zaenal Arif serta kedua adik peneliti yang telah memberikan dukungan serta doa untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Azwar, SS. M.Si., selaku Kepala Program studi Ilmu Komunikasi.
4. Dr. Ana Kuswanti selaku Dosen Pembimbing I yang telah mengarahkan, memberikan saran, serta membimbing penulis dalam proses penelitian skripsi.
5. Dra. Aniek Irawatie, M.Si. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing, memberikan arahan, dan saran yang bermanfaat selama proses penulisan skripsi.
6. Munadhil Abdul Muqsith. Ph. D., yang telah menjadi penguji sekaligus memberi arahan dan saran yang membangun dalam proses penulisan skripsi ini.

7. Chairun Nisa Zempi, S.I.Kom, MA., yang telah menjadi penguji sekaligus memberi arahan dan saran yang membangun dalam proses penulisan skripsi ini.
8. Kucing gembul peneliti, Biba yang sudah selalu menjadi *mood maker* Dalam pengerjaan skripsi ini.
9. Kiki, Thiya, Nija, Azam, Diah, Indah, dan Sarah yang telah banyak membantu dan menemani saya selama proses pengerjaan skripsi ini.
10. Teman-teman lain dari komisi XXX UPNVJ 2019 dan teman-teman BIFAM yang turut menyemangati dalam proses pengerjaan skripsi ini.
11. Nadya Shavira selaku pemilik akun @ndshvv yang telah dijadikan tempat penelitian.
12. Responden yang telah membantu penulis dalam melakukan survei penelitian.
13. Rekan-rekan seperjuangan mahasiswa/I Ilmu Komunikasi 2019.
14. *Last but not least, I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting.*

Dengan ini, penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini. Maka dari itu, penulis terbuka dan menghargai dengan adanya kritik dan saran dari semua pihak demi kesempurnaan skripsi ini. Penulis juga berhadap agar penelitian ini dapat bermanfaat bagi para pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Jakarta, 27 Juni 2022



Rana Kamilah Arif

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS	i
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR	iii
ABSTRAK	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GRAFIK	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.3.1 Kegunaan Praktis	6
1.3.2 Kegunaan Teoritis	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Praktis	6
1.4.2 Manfaat Akademis	7
1.5 Sistematika Penulisan	7

BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1 State of Art.....	9
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 Teori <i>Uses and Gratification</i>	13
2.2.2 Efektivitas Konten.....	15
2.2.3 Kualitas Informasi	16
2.2.4 Daya tarik	17
2.2.5 Frekuensi <i>Postingan</i>	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis Penelitian.....	21
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	22
3.1 Objek Penelitian	22
3.1.1 Populasi	22
3.1.2 Sampel.....	22
3.1.3 Lokasi Penelitian.....	23
3.2 Jenis Penelitian	24
3.3 Variabel Penelitian.....	24
3.3.1 Variabel Independen	24
3.3.2 Variabel Dependen.....	24
3.4 Operasionalisasi Variabel dan Uji Validitas serta Reliabilitas.....	24
3.4.1 Operasional Variabel.....	24
3.4.2 Reliabilitas dan Validitas	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.5.1 Data Primer	34
3.5.2 Data Sekunder	35
3.6 Teknik Analisis Data.....	35
3.6.1 Uji Asumsi Klasik	35
3.6.2 Analisis Linear Berganda.....	37

3.6.3 Koefisien Determinasi.....	37
3.6.4 Pengujian Hipotesis.....	37
3.7 Tabel Rencana Waktu	38
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	40
4.2 Hasil Penelitian.....	40
4.2.1 Karakteristik Responden	41
4.2.2 Data Analisis Variabel X ₁ (Kualitas Informasi).....	42
4.2.3 Data Analisis Variabel X ₂ (Daya tarik).....	45
4.2.4 Data Analisis Variabel X ₃ (Frekuensi <i>Postingan</i>).....	50
4.2.5 Data Analisis Variabel Y (Efektivitas Konten TikTok).....	53
4.2.6 Uji Asumsi Klasik	56
4.2.7 Analisis Regresi Linear Berganda.....	59
4.2.8 Koefisien Determinasi.....	60
4.2.9 Uji Hipotesis	61
4.3 Pembahasan.....	63
BAB V PENUTUP	72
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran	73
5.2.1 Saran Praktis	73
5.2.2 Saran Teoritis	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	81
Lampiran 1 Riwayat Hidup.....	81
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	82

Lampiran 3 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	83
Lampiran 4 Formulir Persetujuan Sidang Dosen Pembimbing	84
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian Variabel X	85
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian Variabel Y	89
Lampiran 7 Tabulasi Data Variabel X	90
Lampiran 8 Tabulasi Data Variabel Y	116
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas X dan Y.....	128
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas X dan Y	129
Lampiran 11 Hasil Uji Asumsi Dasar	130
Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	131
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	132
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis	133
Lampiran 15 Dokumentasi Penelitian.....	134
Lampiran 16 Lampiran Hasil Turnitin	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1.1 Data Overview akun @ndshvv	4
Gambar 2.3.1 Kerangka Pemikiran	20
Gambar 3.1.1 Akun TikTok @ndshvv	22

DAFTAR TABEL

Tabel 3.4.1 Operasionalisasi Variabel	25
Tabel 3.4.2. Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 3.4.3 Hasil Uji Validitas.....	33
Tabel 3.5.1 Skor Skala Likert	35
Tabel 3.7.1 Rencana Waktu	
Tabel 4.2.1 Pernyataan Variabel X1.1	422
Tabel 4.2.2 Pernyataan Variabel X1.2	433
Tabel 4.2.3 Pernyataan Variabel X1.3	433
Tabel 4.2.4 Pernyataan Variabel X1.4	444
Tabel 4.2.5 Pernyataan Variabel X1.5	445
Tabel 4.2.6 Pernyataan Variabel X2.1	455
Tabel 4.2.7. Pernyataan Variabel X2.2	466
Tabel 4.2.8. Pernyataan Variabel X2.3	466
Tabel 4.2.9. Pernyataan Variabel X2.4	477
Tabel 4.2.10. Pernyataan Variabel X2.5	47
Tabel 4.2.11. Pernyataan Variabel X2.6	48
Tabel 4.2.12. Pernyataan Variabel X2.7	48
Tabel 4.2.13. Pernyataan Variabel X2.8	49
Tabel 4.2.14. Pernyataan Variabel X2.9	49
Tabel 4.2.15. Pernyataan Variabel X2.10	500
Tabel 4.2.16. Pernyataan Variabel X3.1	511
Tabel 4.2.17. Pernyataan Variabel X3.2	511
Tabel 4.2.18. Pernyataan Variabel X3.3	522
Tabel 4.2.19. Pernyataan Variabel X3.4	522
Tabel 4.2.20. Pernyataan Variabel X3.5	533
Tabel 4.2.21. Pernyataan Variabel Y1	544
Tabel 4.2.22. Pernyataan Variabel Y2	544
Tabel 4.2.23. Pernyataan Variabel Y3	555
Tabel 4.2.24. Pernyataan Variabel Y4	555
Tabel 4.2.25. Pernyataan Variabel Y5	566
Tabel 4.2.26 Hasil Uji Normalitas	57

Tabel 4.2.27 Hasil Uji Multikolinearitas.....	57
Tabel 4.2.28 Hasil Uji Heteroskedastisitas	58
Tabel 4.2.29 Hasil Uji Autokorelasi	59
Tabel 4.2.30 Hasil Uji Linear Berganda	59
Tabel 4.2.31 Hasil Koefisien Determinasi	60
Tabel 4.2.32 Hasil Uji Hipotesis F.....	61
Tabel 4.2.33 Hasil Uji Hipotesis t.....	63

DAFTAR GRAFIK

Grafik 1.1.1 Negara Pengguna Aktif TikTok Terbesar di Dunia.....	1
Grafik 4.2.1 Usia Responden	413
Grafik 4.2.2 Jenis Kelamin Responden.....	424

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Riwayat Hidup	81
Lampiran 2 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi	82
Lampiran 3 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	83
Lampiran 4 Formulir Persetujuan Sidang Dosen Pembimbing	84
Lampiran 5 Kuesioner Penelitian Variabel X	85
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian Variabel Y	89
Lampiran 7 Tabulasi Data Variabel X	90
Lampiran 8 Tabulasi Data Variabel Y	116
Lampiran 9 Hasil Uji Validitas X dan Y	128
Lampiran 10 Hasil Uji Reliabilitas X dan Y	129
Lampiran 11 Hasil Uji Asumsi Dasar	130
Lampiran 12 Hasil Uji Regresi Linear Berganda	131
Lampiran 13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	132
Lampiran 14 Hasil Uji Hipotesis	133
Lampiran 15 Dokumentasi Penelitian	134
Lampiran 16 Lampiran Hasil Turnitin	135