



Judul Tugas Akhir Skripsi:

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
@VMULIANA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI TENTANG KARIER
(Survei pada *Followers* @vmuliana)**

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Rifqoh Irdinisa

NIM : 1910411210



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

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Rifqoh Irdinisa

NIM :1910411210

Program Studi : Ilmu Komunikasi

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

Jakarta, 7 Juli 2023

Yang menyatakan,



RIFQOH IRDINISA

PERNYATAAN PERSETUJUAN

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademika Universitas Pembangunan Nasional “veteran” Jakarta, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Rifqoh Irdinisa
NIM : 1910411210
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, peneliti 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 PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @VMULIANA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI TENTANG KARIER (Survei pada *Followers* Akun TikTok @vmuliana)

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 pemiliki Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 07 Juli 2023

Yang menyatakan,



Rifqoh Irdinisa

LEMBAR PENGESAHAN

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : RIFQOH IRDINISA
NIM : 1910411210
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI
JUDUL : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
@VMULIANA TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI TENTANG KARIER (Survei pada *Followers*
@vmuliana)

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. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom

Penguji 1



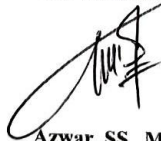
Dr. Ana Kuswanti, M.Si

Penguji 2



Vinta Sevilla, S.IIP., M.I.Kom

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Azwar, SS., M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 07 Juli 2023

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK @VMULIANA TERHADAP PEMENUHAN
KEBUTUHAN INFORMASI TENTANG KARIER
(Survei pada *Followers* @vmuliana)**

Rifqoh Irdinisa

ABSTRAK

Kemunculan media baru menciptakan fenomena media sosial sebagai sumber informasi. Salah satu contohnya adalah media sosial populer TikTok sebagai sumber informasi termasuk informasi tentang karier. Di samping itu, realitas pendidikan formal yang tidak senantiasa memberikan informasi karier mengakibatkan individu harus mencari informasi secara mandiri dengan menonton tayangan akun TikTok @vmuliana ataupun bertanya melalui kolom komentar. Tujuan penelitian untuk mengkaji pengaruh penggunaan media sosial TikTok @vmuliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tentang karier, serta pengaruh intensitas penggunaan media sosial TikTok @vmuliana dan isi pesan media sosial TikTok @vmuliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tentang karier dengan menggunakan teori *Uses and Gratification*. Teori *Uses and Gratification* didasari oleh empat hal, yakni anteseden, motif, penggunaan media, dan efek. Metode penelitian yang digunakan kuantitatif eksplanatif dengan survei dalam bentuk kuesioner Google Form dengan 100 responden dari *followers* akun TikTok @vmuliana. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *simple random sampling*. Hasil dari penelitian ditemukan nilai F hitung sebesar 191,680 lebih besar dari nilai F tabel sebesar 3,94, maka dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial TikTok @vmuliana secara simultan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tentang karier. Berdasarkan uji T ditemukan hasil T hitung sebesar 13,845 pada penggunaan media, 4,186 pada intensitas penggunaan media, dan 14,276 pada isi pesan media. Ketiga T hitung tersebut lebih besar daripada T Tabel, yakni sebesar 1,985. Berdasarkan hasil penelitian disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terkait penggunaan media sosial TikTok @vmuliana, intensitas penggunaan media sosial TikTok @vmuliana, dan isi pesan media sosial TikTok @vmuliana terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tentang karier pada *followers*.

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

**THE EFFECT OF THE USE OF SOCIAL MEDIA TIKTOK @VMULIANA
ON THE FULFILLMENT OF CAREER INFORMATION NEEDS
(Survey of Followers on TikTok Account @vmuliana)**

RIFQOH IRDINISA

ABSTRACT

The emergence of new media has created the phenomenon of social media as a source of information. One example is the popular social media site TikTok, which is a source of information, including career information. In addition, the reality of formal education that does not always provide career information results in individuals having to seek information independently by watching impressions of @vmuliana's TikTok account or asking questions through the comments column. The purpose of the study was to examine the effect of using TikTok @vmuliana social media on fulfilling information needs about careers, as well as the effect of the intensity of using TikTok @vmuliana social media and the content of TikTok @vmuliana social media messages on fulfilling information needs about careers, using Uses and Gratification theory. Uses and Gratification theory is based on four things: antecedents, motives, media use, and effects. The research method used was explanatory-quantitative, with a survey in the form of a Google Form questionnaire with 100 respondents from followers of the @vmuliana TikTok account. The sampling technique was carried out by simple random sampling. The results of the study found that the calculated F value of 191.680 is greater than the F table value of 3.94, indicating that there is an influence between the use of TikTok and @vmuliana social media simultaneously on fulfilling information needs about careers. Based on the T test, it was found that the T count was 13.845 for media usage, 4.186 for intensity of media usage, and 14.276 for the content of media messages. The three T counts are greater than the T table, which is 1.985. Based on the results of the study, it is concluded that there is a significant influence related to the use of TikTok @vmuliana social media, the intensity of using TikTok @vmuliana social media, and the content of TikTok @vmuliana social media messages on fulfilling information needs about careers among followers.

Keywords: *Media Use, Information Needs, Uses and Gratification Theory, TikTok*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT atas segala karunia-Nya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini adalah **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tentang Karier (Survei pada Followers @vmuliana)**. Penyusunan skripsi ini tidak luput dari bantuan dan motivasi serta partisipasi dari semua pihak hingga dapat terselesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu, untuk itu dengan segala kerendahan hati peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada Dr. Witanti Prihatiningsih, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak memberikan saran dan kritik yang sangat bermanfaat. Di samping itu, ucapan terima kasih juga disampaikan kepada Irmawati dan Widi Rohhadi selaku orangtua serta seluruh keluarga yang tidak henti-hentinya memberikan peneliti semangat dan doa. Peneliti juga sampaikan terima kasih kepada Risky Sri Widyawati, Amelia Wulandari, Firdayanti, Celica Zalfa Arvioby, dan teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah senantiasa memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini. Tak lupa juga peneliti ucapkan kepada seluruh responden yang telah meluangkan waktunya untuk turut serta membantu peneliti dalam melaksanakan penelitian.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan wawasan baru kepada pembaca yang ingin memahami lebih dalam mengenai topik yang telah diteliti dan skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya di masa mendatang.

Jakarta, 07 Juli 2023



Rifqoh Irdinisa

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PERNYATAAN PERSETUJUAN.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iv
ABSTRAK.....	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Permasalahan.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.4.1 Manfaat Praktis.....	8
1.4.2 Manfaat Akademis.....	8
1.5 Sistematika Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Konsep Penelitian.....	18
2.2.1 Media Baru.....	18
2.2.2 Penggunaan Media Sosial.....	21
2.2.3 Media Sosial.....	23
2.2.4 TikTok.....	25
2.2.5 Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	27
2.2.6 Karier.....	29
2.3 Teori Penelitian.....	31
2.3.1 <i>Uses and Gratification Theory</i>	31
2.4 Kerangka Pemikiran.....	34
2.5 Hipotesis.....	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	37

3.1	Objek Penelitian	37
3.2	Jenis Penelitian	38
3.2.1	Pendekatan Penelitian	38
3.2.2	Jenis Penelitian.....	39
3.2.3	Metode Penelitian.....	39
3.3	Teknik Pengumpulan Data	39
3.3.1	Kuesioner	39
3.3.2	Observasi.....	40
3.3.3	Studi Kepustakaan.....	40
3.4	Populasi dan Sampel	40
3.4.1	Populasi.....	40
3.4.2	Sampel.....	41
3.5	Sumber Data	42
3.5.1	Data Primer	42
3.5.2	Data Sekunder	42
3.5.3	Operasional Variabel.....	42
3.6	Teknik Analisis Data	44
3.6.1	Uji Validitas	44
3.6.2	Uji Reliabilitas	47
3.6.3	Uji Normalitas.....	49
3.6.4	Uji Korelasi	50
3.6.4	Uji Regresi Linear Sederhana	51
3.6.5	Uji Koefisien Determinasi	51
3.6.6	Uji Hipotesis	51
3.7	Tabel Rencana Waktu.....	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		54
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Karakteristik Responden	55
4.1.2	Analisis Pernyataan Variabel Penggunaan Media	56
4.1.3	Analisis Pernyataan Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi ...	70
4.2	Hasil Analisis Data.....	82
4.2.1	Hasil Uji Normalitas	82
4.2.2	Hasil Uji Korelasi.....	83
4.2.3	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	86

4.2.4	Hasil Uji Koefisien Determinasi	88
4.2.5	Hasil Uji Hipotesis	90
4.3	Pembahasan	94
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		101
5.1	Kesimpulan.....	101
5.2	Saran	102
5.2.1	Saran Praktis	102
5.2.2	Saran Teoritis	103
DAFTAR PUSTAKA.....		104
LAMPIRAN		111

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 3.1 Operasional variabel	43
Tabel 3.2 Skala Likert.....	44
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Media (X).....	46
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Kebutuhan Informasi (Y)	47
Tabel 3.5 Nilai Alpha Cronbach's	48
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas Variabel X (Penggunaan Media)	48
Tabel 3.7 Uji Reliabilitas Variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi)	49
Tabel 3.8 Nilai Interpretasi Koefisien Korelasi	50
Tabel 3.9 Rencana Waktu	53
Tabel 4.1 Klasifikasi Interpretasi Perhitungan Persentase.....	54
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden	55
Tabel 4.3 Usia Responden.....	55
Tabel 4.4 Pernyataan 1 (Dimensi Intensitas Penggunaan Media).....	56
Tabel 4.5 Pernyataan 2 (Dimensi Intensitas Penggunaan Media).....	57
Tabel 4.6 Pernyataan 3 (Dimensi Intensitas Penggunaan Media).....	57
Tabel 4.7 Pernyataan 4 (Dimensi Intensitas Penggunaan Media).....	58
Tabel 4.8 Pernyataan 5 (Dimensi Intensitas Penggunaan Media).....	58
Tabel 4.9 Pernyataan 6 (Dimensi Intensitas Penggunaan Media).....	59
Tabel 4.10 Pernyataan 7 (Dimensi Isi Pesan)	59
Tabel 4.11 Pernyataan 8 (Dimensi Isi Pesan)	60
Tabel 4.12 Pernyataan 9 (Dimensi Isi Pesan)	60
Tabel 4.13 Pernyataan 10 (Dimensi Isi Pesan)	61
Tabel 4.14 Pernyataan 11 (Dimensi Isi Pesan)	61
Tabel 4.15 Pernyataan 12 (Dimensi Isi Pesan)	62
Tabel 4.16 Pernyataan 13 (Dimensi Isi Pesan)	63
Tabel 4.17 Pernyataan 14 (Dimensi Isi Pesan)	63
Tabel 4.18 Pernyataan 15 (Dimensi Isi Pesan)	64
Tabel 4.19 Pernyataan 16 (Dimensi Isi Pesan)	65
Tabel 4.20 Pernyataan 17 (Dimensi Isi Pesan)	65

Tabel 4.21 Pernyataan 18 (Dimensi Isi Pesan)	66
Tabel 4.22 Pernyataan 19 (Dimensi Isi Pesan)	67
Tabel 4.23 Pernyataan 23 (Dimensi Isi Pesan)	67
Tabel 4.24 Pernyataan 21 (Dimensi Isi Pesan)	68
Tabel 4.25 Pernyataan 22 (Dimensi Isi Pesan)	68
Tabel 4.26 Pernyataan 23 (Dimensi Isi Pesan)	69
Tabel 4.27 Pernyataan 24 (Dimensi Isi Pesan)	70
Tabel 4.28 Pernyataan 1 (Dimensi <i>Current Need Approach</i>)	71
Tabel 4.29 Pernyataan 2 (Dimensi <i>Current Need Approach</i>)	71
Tabel 4.30 Pernyataan 3 (Dimensi <i>Current Need Approach</i>)	72
Tabel 4.31 Pernyataan 4 (Dimensi <i>Current Need Approach</i>)	72
Tabel 4.32 Pernyataan 5 (Dimensi <i>Current Need Approach</i>)	73
Tabel 4.33 Pernyataan 6 (Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>).....	74
Tabel 4.34 Pernyataan 7 (Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>).....	74
Tabel 4.35 Pernyataan 8 (Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>).....	75
Tabel 4.36 Pernyataan 9 (Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>).....	75
Tabel 4.37 Pernyataan 10 (Dimensi <i>Everyday Need Approach</i>).....	76
Tabel 4.38 Pernyataan 11 (Dimensi <i>Exhaustic Need Approach</i>).....	77
Tabel 4.39 Pernyataan 12 (Dimensi <i>Exhaustic Need Approach</i>).....	77
Tabel 4.40 Pernyataan 13 (Dimensi <i>Exhaustic Need Approach</i>).....	78
Tabel 4.41 Pernyataan 14 (Dimensi <i>Exhaustic Need Approach</i>).....	78
Tabel 4.42 Pernyataan 15 (Dimensi <i>Exhaustic Need Approach</i>).....	79
Tabel 4.43 Pernyataan 16 (Dimensi <i>Catching-Up Need Approach</i>).....	80
Tabel 4.44 Pernyataan 17 (Dimensi <i>Catching-Up Need Approach</i>).....	80
Tabel 4.45 Pernyataan 18 (Dimensi <i>Catching-Up Need Approach</i>).....	81
Tabel 4.46 Pernyataan 19 (Dimensi <i>Catching-Up Need Approach</i>).....	81
Tabel 4.47 Pernyataan 20 (Dimensi <i>Catching-Up Need Approach</i>).....	82
Tabel 4.48 Hasil Uji Normalitas	83
Tabel 4.49 Hasil Uji Korelasi 1.....	84
Tabel 4.50 Hasil Uji Korelasi 2.....	84
Tabel 4.51 Hasil Uji Korelasi 3.....	85
Tabel 4.52 Hasil Uji Linear Sederhana 1	86

Tabel 4.53 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 2.....	87
Tabel 4.54 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana 3.....	87
Tabel 4.55 Hasil Uji Koefisien Determinasi 1.....	88
Tabel 4.56 Hasil Uji Koefisien Determinasi 2.....	89
Tabel 4.57 Hasil Uji Koefisien Determinasi 3.....	89
Tabel 4.58 Hasil Uji F.....	91
Tabel 4.59 Hasil Uji T 1.....	92
Tabel 4.60 Hasil Uji T 2.....	93
Tabel 4.61 Hasil Uji T 3.....	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Interaksi pada Akun TikTok @vmuliana.....	6
Gambar 1.2 Aktivitas Publikasi pada akun TikTok @vmuliana	7
Gambar 2.1 Model <i>Uses and Gratification</i>	32
Gambar 3.1 Jumlah <i>Followers</i> @vmuliana per 5 Januari 2023.....	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	111
Lampiran 2 Hasil Data Pernyataan Variabel X.....	116
Lampiran 3 Hasil Data Pernyataan Variabel Y.....	117
Lampiran 4 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	118
Lampiran 5 Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	119
Lampiran 6 Tabel F.....	120
Lampiran 7 Tabel T.....	121
Lampiran 8 Kartu Bimbingan Tugas Akhir Skripsi.....	122
Lampiran 9 Kontrak Penulisan Tugas Akhir Skripsi	123
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	124