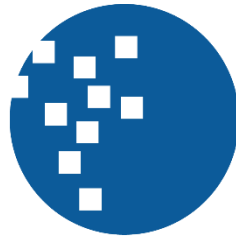


**MOTIF DAN KEPUASAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN
TIKTOK SEBAGAI *SECONDARY SEARCH ENGINE***



UMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Pertiwi Budi Utami

NIM: 00000042455

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

**MOTIF DAN KEPUASAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN
TIKTOK SEBAGAI *SECONDARY SEARCH ENGINE***



SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Pertiwi Budi Utami

NIM: 00000042455

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG**

2023

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Pertiwi Budi Utami

Nomor Induk Mahasiswa : 00000042455

Program studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

“MOTIF DAN KEPUASAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN TIKTOK SEBAGAI *SECONDARY SEARCH ENGINE*”

merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain, dan semua sumber, baik yang dikutip maupun dirujuk, telah saya nyatakan dengan benar serta dicantumkan di Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk Tugas Akhir yang telah saya tempuh.

Tangerang, 13 Juni 2023



(Pertiwi Budi Utami)

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“MOTIF DAN KEPUASAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN TIKTOK SEBAGAI *SECONDARY SEARCH ENGINE*”

Oleh

Nama : Pertiwi Budi Utami

NIM : 00000042455

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Senin, 3 Juli 2023

Pukul 08.30 s.d 10.00 dan dinyatakan

LULUS

Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang

Penguji

Helga Liliani Cakra Dewi, S. I.kom., M.Comm
NIDN: 0317089201

Anton Binsar S.Sos., M.Si
NIDN: 0309027705

Pembimbing

Dr. Endah Murwani, M.Si
NIDN: 0327066420

Ketua Program Studi Ilmun Komunikasi

Cendera Rizki Bangun Anugrah, M.Si
NIDN:0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas academica Universitas Multimedia Nusantara, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Pertiwi Budi Utami
NIM : 00000042455
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : ~~*Tesis/Skripsi/Tugas Akhir~~ (*coret salah satu)

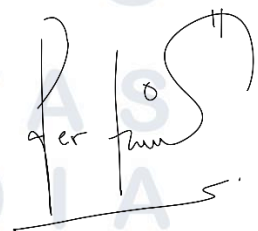
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Multimedia Nusantara Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul.

“MOTIF DAN KEPUASAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN TIKTOK SEBAGAI *SECONDARY SEARCH ENGINE*”

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini, Universitas Multimedia Nusantara berhak menyimpan, mengalihmediakan/mengalihformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Tangerang, 13 Juni 2023

Yang menyatakan,



(Pertiwi Budi Utami)

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat, Rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menjalankan dan menyelesaikan proses pembuatan skripsi yang berjudul **“MOTIF DAN KEPUASAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN TIKTOK SEBAGAI *SECONDARY SEARCH ENGINE*”** dengan lancar dan tepat waktu.

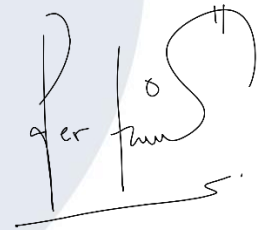
Pada saat proses penyusunan skripsi ini, saya memperoleh banyak masukan dan dukungan dari berbagai banyak pihak yang mendukung saya untuk menyelesaikan skripsi ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Ninok Leksono, M.A, selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Ir. Andrey Andoko, M.Sc, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
3. Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.
4. Dr. Endah Murwani, M.Si. sebagai pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan motivasi atas terselesainya tugas akhir ini.
5. Keluarga saya, Bapak Nanang Sunardi, Ibu Yatmi, Adik Farrel Patra, dan Adik Anindya Daria yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini.
6. Amelia Octavianty, Vanessa Amanda, dan Hanif Thalib sebagai teman seperjuangan yang selalu memberi dukungan selama saya mengerjakan skripsi ini.

7. Kepada semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu namanya yang turut mendukung dan senantiasa memberikan semangat selama penyusunan skripsi.

Saya berharap skripsi ini dapat bermanfaat dan berguna bagi para mahasiswa dan akademisi lainnya pada saat ingin melakukan penelitian dengan topik yang serupa. Kritik dan saran yang membangun saya terima dengan terbuka.

Tangerang, 13 Juni 2023



(Pertiwi Budi Utami)

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

MOTIF DAN KEPUASAN GEN Z DALAM MENGGUNAKAN TIKTOK SEBAGAI *SECONDARY SEARCH ENGINE*

Oleh: Pertiwi Budi Utami

ABSTRAK

TikTok saat ini menjadi salah satu media sosial yang populer di Indonesia maupun dunia. Aplikasi yang berbasis video pendek ini diminati mulai dari anak muda sampai dewasa. Selain digunakan sebagai media untuk bersosialisasi, saat ini banyak pula orang yang menggunakan TikTok untuk mencari informasi. Berdasarkan fenomena tersebut, penelitian ini ingin mengetahui bagaimana motif dan kepuasan generasi Z dalam menggunakan TikTok sebagai *secondary search engine* dengan menggunakan teori *uses and gratification* dengan dua variabel turunannya yaitu *gratification sought* sebagai variabel X dan *gratification obtained* sebagai variabel Y. Terdapat empat dimensi yang digunakan, yaitu kognitif, afektif, integrasi sosial, dan integrasi individu. Teknik *sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif bersifat eksplanatif dan metode survei yang menggunakan sampel sebanyak 150 responden. Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarluaskan secara daring. Analisis data menggunakan analisis inferensial dan diuji menggunakan uji T. Hasil dari penelitian menunjukkan jika TikTok sebagai *secondary search engine* baru memenuhi integrasi sosial bagi generasi Z. Namun, dari segi kognitif, afektif, dan integrasi individu TikTok sebagai *secondary search engine* belum memenuhi ekspektasi gen Z.

Kata kunci: TikTok, Motif, Kepuasan, Media Sosial.

UMMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

GEN Z MOTIVES AND SATISFACTION IN USING TIKTOK AS A SECONDARY SEARCH ENGINE

By: Pertiwi Budi Utami

ABSTRACT

TikTok is currently one of the most popular social media in Indonesia and the world. This short video-based application is in demand from young people to adults. Apart from being used as a social media, nowadays many people use TikTok to find information. Based on this phenomenon, this study wants to find out how the motives and satisfaction of Generation Z are in using TikTok as a secondary search engine by using the theory of use and satisfaction with its two derivative variables, namely the satisfaction sought as variable X and the satisfaction obtained as variable Y. There are four dimensions that used, namely cognitive, affective, social integration, and individual integration. The sampling technique used is purposive sampling. This study uses a quantitative approach that is explanatory and a survey method using a sample of 150 respondents. The data in this study were collected through questionnaires that were distributed boldly. Data analysis used inferential analysis and tested using the T-test. The results of the study show that TikTok as a new secondary search engine fulfills social integration for generation Z. However, from a cognitive, affective, and individual integration perspective, TikTok as a secondary search engine does not meet the expectations of Gen Z.

Keywords: *TikTok, Sought, Gratification, Social Media*

U M N
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	viii
ABSTRACT (English)	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Pertanyaan Penelitian	5
1.4 Tujuan Penelitian.....	5
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1 Kegunaan Akademis	5
1.5.2 Kegunaan Praktis	6
BAB II KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Kajian Literatur	15
2.2.1 Uses And Gratification.....	15
2.2.2 Media Sosial.....	18
2.2.3 Search Engine.....	19
2.3 Hipotesis Teoritis	19
2.4 Alur Penelitian.....	20
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	21
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	21
3.2 Metode Penelitian.....	21

3.3	Populasi dan Sampel	21
3.3.1	Populasi.....	21
3.3.2	Sampel.....	21
3.4	Operasionalisasi Variabel.....	23
3.4.1	Motif Penggunaan TikTok sebagai Variabel Bebas.....	23
3.4.2	Kepuasan Penggunaan TikTok sebagai Variabel Terikat.....	24
3.5	Teknik Pengumpulan Data.....	26
3.6	Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas).....	26
3.6.1	Uji Validitas.....	26
3.6.2	Uji Reliabilitas.....	27
3.7	Teknik Analisis Data.....	29
3.7.1	Statistik Deskriptif.....	29
3.2	Statistik Inferensial.....	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		31
4.1	Karakteristik Responden	31
4.2	Hasil Penelitian	32
4.2.1	Variabel Gratification Sought.....	32
4.2.2	Variabel Gratification Obtained.....	37
4.3	Pembahasan.....	47
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....		50
5.1	Simpulan.....	50
5.2	Saran.....	50
5.2.1	Saran Akademis.....	50
5.2.2	Saran Praktis.....	50
DAFTAR PUSTAKA.....		51
LAMPIRAN.....		56

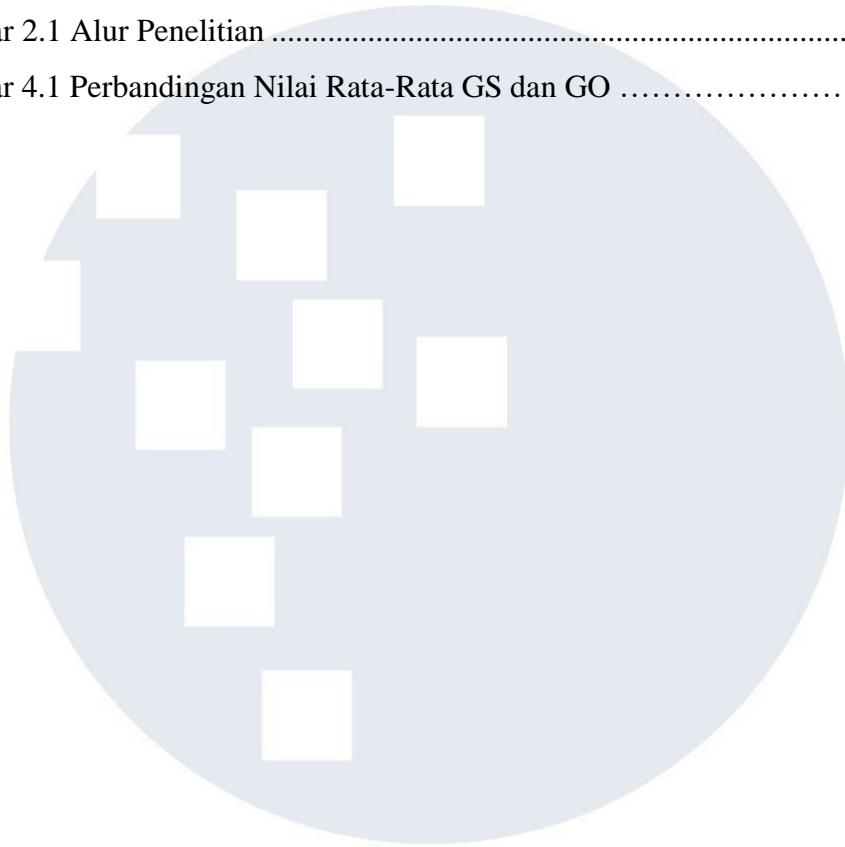
DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 3.1 Indikator Penelitian.....	23
Tabel 3.2 Uji Validitas Variabel X.....	26
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel Y.....	27
Tabel 3.4 Uji Reliabilitas Variabel X.....	28
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	28
Tabel 4.1 Frekuensi dan Presentase dari Jenis Kelamin Responden.....	31
Tabel 4.2 Frekuensi dan Presentase dari Usia Responden.....	31
Tabel 4.3 Frekuensi Dimensi Kognitif (GS).....	33
Tabel 4.4 Frekuensi Dimensi Afektif (GS).....	35
Tabel 4.5 Frekuensi Dimensi Integrasi Individu (GS).....	36
Tabel 4.6 Frekuensi Dimensi Integrasi Sosial (GS).....	37
Tabel 4.7 Frekuensi Dimensi Kognitif (GO).....	38
Tabel 4.8 Frekuensi Dimensi Afektif (GO).....	40
Tabel 4.9 Frekuensi Dimensi Integrasi Individu (GO).....	41
Tabel 4.10 Frekuensi Dimensi integrasi Sosial (GO).....	41
Tabel 4.11 Selisih Rata-Rata Nilai GS dan GO.....	44
Tabel 4.12 <i>Paired Sample Test</i>	45
Tabel 4.13 <i>Paired Sample Statistic Mayor</i>	45
Tabel 4.14 <i>Paired Sample Statistic Minor</i>	46

U N I V E R S I T A S
M U L T I M E D I A
N U S A N T A R A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Alur Penelitian	20
Gambar 4.1 Perbandingan Nilai Rata-Rata GS dan GO	43



UMMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuesioner Penelitian.....	56
Lampiran B Data Responden.....	59
Lampiran C Jawaban Responden.....	66
Lampiran D Form Bimbingan.....	80
Lampiran E Hasil Turnitin.....	83

