

**PENGARUH KONTEN PESAN TOKO MAMA GIGI
TERHADAP KETERLIBATAN AUDIENS DI PLATFORM
TIKTOK**



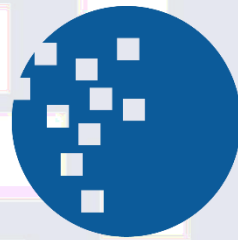
SKRIPSI

Audy Devanty

00000063025

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA
TANGERANG
2025**

**PENGARUH KONTEN PESAN TOKO MAMA GIGI
TERHADAP KETERLIBATAN AUDIENS DI PLATFORM
TIKTOK**



UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Audy Devanty

00000063025

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA

TANGERANG

2025

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Dengan ini saya,

Nama : Audy Devanty

Nomor Induk Mahasiswa : 00000063025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi dengan judul:

Pengaruh Konten Marketing Toko Mama Gigi Terhadap Keterlibatan audiens di Platform TikTok

Merupakan hasil karya saya sendiri bukan plagiat dari laporan karya tulis 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 maupun dalam penulisan laporan karya tulis ilmiah, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan TIDAK LULUS untuk mata kuliah yang telah saya tempuh.

Tangerang, 15 Desember 2025



(Audy Devanty)

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

PENGARUH KONTEN PESAN TOKO MAMA GIGI TERHADAP KETERLIBATAN AUDIENS DI PLATFORM TIKTOK

Oleh

Nama : Audy Devanty
NIM : 00000063025
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah diujikan pada hari Jumat, 09 Januari 2026

Pukul 10.00 s.d 11.30 dan dinyatakan

LULUS

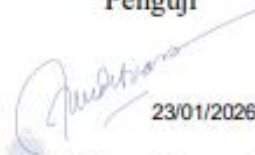
Dengan susunan penguji sebagai berikut.

Ketua Sidang



Asep Sutresna, S.I.Kom., M.A.
NIDN 0307126303

Penguji


23/01/2026

Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn
NIDN 0313068201

Pembimbing



Dr. Dra. Endah Muwarni, M.Si

NIDN 0327006402

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Digitally signed by
Cendera Rizky
Anugerah Bangun
Date: 2026.01.26
09:33:46 +07'00'

Cendera Rizky Anugerah Bangun, M.Si
NIDN 0304078404

HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Audy Devanty

NIM 00000063025

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Jenjang : S1

Judul Karya Ilmiah : **Pengaruh Konten Pesan Toko Mama Gigi Terhadap Keterlibatan audiens di Platform TikTok**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa saya bersedia* (pilih salah satu):

- ☒ Saya bersedia memberikan izin sepenuhnya kepada Universitas Multimedia Nusantara untuk mempublikasikan hasil karya ilmiah saya ke dalam repositori Knowledge Center sehingga dapat diakses oleh Sivitas Akademika UMN/Publik. Saya menyatakan bahwa karya ilmiah yang saya buat tidak mengandung data yang bersifat konfidensial.
- ☐ Saya tidak bersedia mempublikasikan hasil karya ilmiah ini ke dalam repositori Knowledge Center, dikarenakan: dalam proses pengajuan publikasi ke jurnal/konferensi nasional/internasional (dibuktikan dengan *letter of acceptance*) **.
- ☐ Lainnya, pilih salah satu:
 - ☒ Hanya dapat diakses secara internal Universitas Multimedia Nusantara
 - ☐ Embargo publikasi karya ilmiah dalam kurun waktu 3 tahun.

Tangerang, 15 Desember 2025



(Audy Devanty)

* Pilih salah satu

** Jika tidak bisa membuktikan LoA jurnal/HKI, saya bersedia mengizinkan penuh karya ilmiah saya untuk dipublikasikan ke KC UMN dan menjadi hak institusi UMN.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan keberkahan, rahmat, serta nikmat yang tiada hentinya kepada saya terutama saat pengerjaan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Konten Pesan Toko Mama Gigi terhadap Keterlibatan Audiens di Platform TikTok”**. Selain itu, saya juga ingin berterima kasih kepada para pihak yang luar biasa telah mendukung saya selama masa perkuliahan terutama saat pengerjaan tugas akhir ini. Terima kasih sebesar-besarnya saya ucapkan kepada:

1. Bapak Dr. Andrey Andoko, M.Sc., selaku Rektor Universitas Multimedia Nusantara.
2. Bapak Dr. Rismi Juliadi, S.T., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Multimedia Nusantara.
3. Ibu Cendera Rizky Anugrah Bangun, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Bapak Asep Sutresna S.I.Kom., M.A. selaku ketua sidang skripsi yang telah menyempatkan waktunya untuk memimpin berjalannya kegiatan sidang dan memberikan masukan serta saran yang sangat berharga bagi penyusunan sidang skripsi ini.
5. Bapak Dr. Arsa Widitiarsa Utoyo, S.T., M.Sn selaku dosen penguji yang telah menyempatkan waktunya untuk melakukan pengujian terhadap sidang skripsi saya dengan sangat teliti, perhatian, serta kebijaksanaan dalam memberikan arahan serta saran yang sangat berharga.
6. Ibu Dr. Dra. Endah Muwarni M.Si., selaku pembimbing skripsi yang selalu membantu saya dengan sepenuh hati dan memberikan semangat kepada saya. Tidak kenal lelah dalam membimbing dan selalu memberikan kritik maupun saran yang sangat bermanfaat kepada saya selama perjalanan mengerjakan skripsi ini.
7. Paling utama kepada diri sendiri karena sudah berjuang dan bertahan untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

8. Alm. Mama tercinta dan mas Ryan yang telah memberikan dukungan moral maupun materil serta memotivasi saya untuk dapat menyelesaikan jenjang S1 ini dengan baik.
9. Embah, Ayuk Revi, Ayuk Litha, Tete Silfa, serta seluruh keluarga besar yang selalu mendukung serta menunggu kelulusan saya.
10. Rika, kak Thalita, kak Haikal, Hanny, Aca, madam Ratna, dan seluruh kakak-kakak tim Toko Mama Gigi yang telah membimbing, mendukung, dan membantu saya selama pengerjaan skripsi ini. Terutama, untuk Rika yang sudah banyak memberikan bantuan serta dukungan di saat saya down dan menjadi teman cerita yang super helpfull.
11. Kak Dhika dan kak Thalita yang sudah menjadi mentor selama saya magang dan freelance di Toko Mama Gigi dengan segala ilmu dan dukungannya, terutama untuk kak Thalita yang telah memberikan banyak kesempatan kepada saya dan mengajarkan saya terkait dunia *live stream*. Selain itu, juga sebagai salah satu pihak yang selalu mendorong dan menyemangati saya untuk menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan segera.
12. The Bringka, Kitra, Christina, Arin, Dira, dan Fira selaku teman-teman yang selalu menyemangati dan mendukung saya, serta menemani saya semasa sekolah dan perkuliahan.

Tangerang, 15 Desember 2025



(Audy Devanty)

PENGARUH KONTEN PESAN TOKO MAMA GIGI TERHADAP KETERLIBATAN AUDIENS DI PLATFORM TIKTOK

(Audy Devanty)

ABSTRAK

Perkembangan internet serta cara audiens dan brand berkomunikasi mengubah gaya marketing menjadi lebih kompleks dan beragam, salah satunya dengan hadirnya konten sosial media. Konten pesan dikatakan dapat berpengaruh terhadap keterlibatan audiens didukung dengan penelitian terdahulu dan sumber buku komunikasi yang menyatakan bahwa konten pesan dapat mempengaruhi tiga tipe respon audiens yaitu Kognitif, Afektif (Emosional), dan Konatif (*Behavioural*). Namun, pada penelitian lebih terfokus pada aspek Afektif (*Feel*) dan Konatif (*Do*). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh konten pesan terhadap keterlibatan audiens dan tingkat signifikansinya di platform TikTok Toko Mama Gigi. Penelitian ini menggunakan pendekatan Kuantitatif dengan menggunakan metode survei yang disebarakan kepada 161 responden yang sudah mengikuti akun TikTok Toko Mama Gigi kurang lebih 1 tahun. Hasil dari penelitian berdasarkan hasil Uji Regresi Linear Sederhana menunjukkan bahwa 84,9% Konten TikTok Toko Mama Gigi berpengaruh terhadap Keterlibatan Audiens yang meliputi Emosional dan Behavioural.

Kata kunci: Konten, Keterlibatan Audiens, TikTok, Toko Mama Gigi



THE INFLUENCE OF TOKO MAMA GIGI TIKTOK CONTENT FOR AUDIENCE ENGAGEMENT ON TIKTOK

(Audy Devanty)

ABSTRACT

The development of the internet as well as the way audiences and brands communicate changed the marketing style to be more complex and diverse, one of which was the presence of social media content. Message content is said to have an impact on audience involvement supported by previous research and communication book sources that suggest that message content can affect three types of audience response: Cognitive, Affective (Emotional), and Conative (Behavioural). However, the research focused more on the Affective (Feel) and Conative (Do) aspects. This study aims to determine the extent to which message content affects audience involvement and its significance level on the TikTok platform of the Mama Gigi Store. This study used a Quantitative approach by using a survey method that was distributed to 161 respondents who had followed the Mama Gigi Shop TikTok account for approximately 1 year. Research based on the results of the Simple Linear Regression Test showed that 84.9% of Tooth Mama's Shop TikTok Content had an impact on Audience Engagement including Emotional and Behavioural.

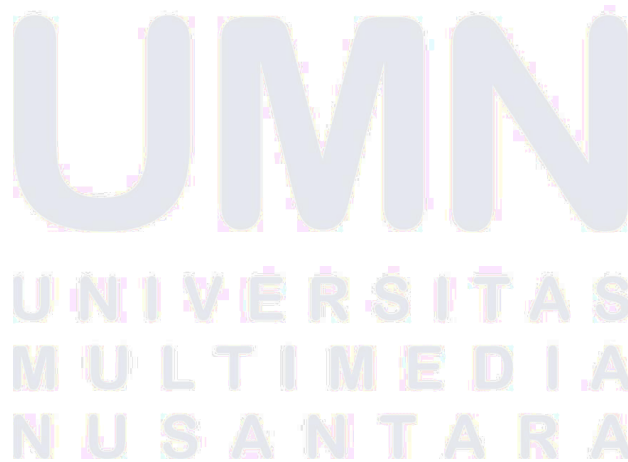
Keywords: Content, audience engagement, TikTok, Toko Mama Gigi

UMN
UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK.....	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Pertanyaan Penelitian.....	4
1.4 Tujuan Penelitian.....	4
1.5 Kegunaan Penelitian.....	5
1.5.1 Kegunaan Akademis.....	5
1.5.2 Kegunaan Praktis.....	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS.....	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Landasan Teori.....	11
2.3 Kerangka Pemikiran	16
2.4 Hipotesis Teoritis.....	17
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	19
3.1 Jenis dan Sifat Penelitian.....	19
3.2 Metode Penelitian	19
3.3 Populasi dan Sampel.....	20
3.4 Operasionalisasi Variabel/Konsep	22
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	27

3.6	Teknik Pengukuran Data (uji validitas dan reliabilitas).....	28
3.7	Teknik Analisis Data.....	31
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		33
4.1	Konten Toko Mama Gigi.....	33
4.2	Hasil Penelitian	39
4.3	Pembahasan.....	50
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN		54
5.1	Kesimpulan.....	54
5.2	Saran.....	54
5.2.1	Saran Akademis.....	55
5.2.2	Saran Praktis.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....		56
LAMPIRAN.....		58

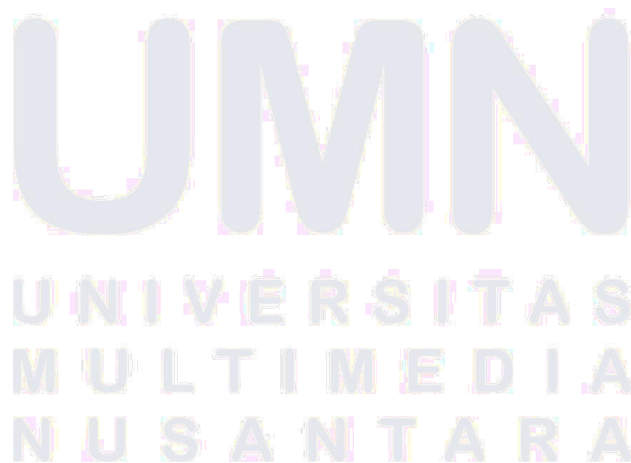


DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2. 2 Strategi Pesan Tom Duncan.....	12
Tabel 3. 1 Standar Sampel pada Marketing Research	21
Tabel 3. 2 Operasionalisasi Variabel X.....	22
Tabel 3. 3 Operasional Variabel Y	25
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y	28
Tabel 3. 5 Hasil Uji Realibilitas Variabel X.....	30
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	30
Tabel 4. 1 Karakteristik Responden Jenis Kelamin	39
Tabel 4. 2 Karakteristik Responden Usia	39
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Pekerjaan.....	40
Tabel 4. 4 Rata-Rata Variabel X Dimensi Emotion	41
Tabel 4. 5 Rata-Rata Variabel X Dimensi Reminder.....	42
Tabel 4. 6 Rata-Rata Variabel X Dimensi Incentive.....	43
Tabel 4. 7 Rata-Rata Variabel X Dimensi Interactive	43
Tabel 4. 8 Rata-Rata Variabel Y Dimensi Entertainment.....	44
Tabel 4. 9 Rata-Rata Variabel Y Dimensi Pastime.....	45
Tabel 4. 10 Rata-Rata Variabel Y Dimensi Stimulation Interactions.....	45
Tabel 4. 11 Rata-Rata Variabel Y Dimensi Social Interactions.....	46
Tabel 4. 12 Rata-Rata Variabel Y Dimensi Empowerment.....	47
Tabel 4. 13 Rata-Rata Variabel Y Dimensi Practical Use	47
Tabel 4. 14 Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4. 15 Hasil Uji ANOVA	48
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	49
Tabel 4. 17 Hasil Uji T	49

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Gambar Grafik Technical Intensity.....	15
Gambar 2. 2 Kerangka Pemikiran	16
Gambar 4. 1 Konten TikTok Toko Mama Gigi	33
Gambar 4. 2 Konten During Live TikTok Toko Mama Gigi	34
Gambar 4. 3 Konten Teleprompter TikTok Toko Mama Gigi	34
Gambar 4. 4 Konten Keranjang Kuning TikTok Toko Mama Gigi	35
Gambar 4. 5 Konten Games TikTok Toko Mama Gigi.....	37
Gambar 4. 6 Konten Filter TikTok Toko Mama Gigi	37
Gambar 4. 7 Konten TikTok Mama Gigi.....	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A Kuisisioner	58
Lampiran B Data Responden.....	70
Lampiran C Hasil Uji Validitas	70
Lampiran D Hasil Uji Realibilitas	72
Lampiran E Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	72
Lampiran F Hasil Turn it in.....	74
Lampiran G Konsultasi Form	75

