

**KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI
TEMPAT KULINER MALANG DI MEDIA SOSIAL**

(Analisis Isi Akun TikTok @spaceseekers.id)

SKRIPSI

Diajukan kepada Universitas Muhammadiyah Malang Sebagai Syarat

Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Miftahul Jannah

202010040311393

Dosen Pembimbing:

Nasrullah, S.Sos, M.Si.

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI
TEMPAT KULINER MALANG DI MEDIA SOSIAL
(Analisis Isi Akun TikTok @spacesekers.id)**

Diajukan Oleh :

MIFTAHUL JANNAH

202010040311393

Telah disetujui
Sabtu, 13 Juli 2024

Pembimbing I


Nasrullah, S.Sos, M.Si.

Wakil Dekan I



Najamuddin, Nur Rijal, S.IP., M.Hub.Int.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Nasrullah, M.Si.




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

MIFTAHUL JANNAH
202010040311393

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Sabtu, 13 Juli 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Jamroji, S.Sos., M.Comms.** ()
2. **Rahmania Santoso, M.I.Kom.** ()
3. **Nasrullah, S.Sos, M.Si.** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Najamuddin Wahid, S.IP., M.Hub.Int.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Miftahul Jannah
NIM : 202010040311393
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI TEMPAT KULINER
MALANG DI MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Akun TikTok @spaceseekers.id)

Disetujui,
Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bankang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Suban No. 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 490 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Miftahul Jannah
NIM : 202010040311393
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :

KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI TEMPAT KULINER MALANG DI MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Akun TikTok @spaceseekers.id)

adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.

3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 02 Juli 2024

Yang Menyatakan,


Miftahul Jannah



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@um.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/FISIP-UMM/VII/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Miftahul Jannah
No. Induk Mahasiswa : 202010040311393
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI TEMPAT
KULINER MALANG DI MEDIA SOSIAL (Analisis Isi
Akun TikTok @spaceseeekers.id)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 02 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si




Kampus I
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus B
Jl. Bungkun Sukani No.158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 140 (Hunting)
F: +62 341 582 080



Kampus III
Jl. Raya Tugu No.240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 316 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umma.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH


UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

SURAT KETERANGAN
Nomor : E.6.c/FISIP-UMM/(VII)/(2024)


Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:





NAMA : Miftahul Jannah
NIM : 202010040311393
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 tahun akademik 2023/2024 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 02 Juli 2024
a.n Dekan
Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 252 (Hunting)
F: +62 341 480 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sukani No 158 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III
Jl. Raya Trijayanra No.248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 404 318 (Hunting)
F: +62 341 403 435
E: webmaster@umm.ac.id

Scanned with CamScanner

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:

KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI TEMPAT KULINER MALANG
DI MEDIA SOSIAL

(Analisis Isi Akun TikTok @spaceseekers.id)

Oleh:

Nama : Miftahul Jannah

NIM : 202010040311393

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 02 Juli 2024

Pembimbing I/Promotor

Nasrullah, S.Sos, M.Si

NIP. 10303090338



Kampus I
Jl. Semarang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bungkulan Sukarti No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 463 435
E: webmaster@umm.ac.id

Scanned with CamScanner

HASIL CEK PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Miftahul Jannah
NIM : 202010040311393

Hasil Plagiasi : $\frac{9}{7}$

BAB I	9			
BAB II	15			
BAB III	14			

$\frac{9}{7}$

BAB IV	2			
BAB V	8			
BAB VI				

Malang, 04 Juli 2024

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Scanned with CamScanner

M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari Selasa, 02 Juli 2024, telah diselenggarakan Seminar Hasil mahasiswa atas nama:

Nama Lengkap : Miftahul Jannah
NIM : 202010040311393
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI TEMPAT KULINER
MALANG DI MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Akun TikTok
@spaceseekers.id)
Dosen Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si.
Dosen Penguji 1 : Jamroji, S.Sos., M.Comms

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1, serta 20 mahasiswa (Presensi Terlampir)
Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/~~TIDAK LULUS~~

Mengetahui,

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Malang, 02 Juli 2024

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Dosen Penguji

Jamroji, S.Sos., M.Comms

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL

No	Nama Lengkap	Instansi
1	Intan Nurfadilah	UMM
2	Adistya Prasasti	UMM
3	Syarifuddin Harahap	UMM
4	Annisa Ahlak	UMM
5	Muhammad Alif Rian Adani	UMM
6	Tiara Nur Anisza	UMM
7	Putri Malda	UMM
8	Sabilah Miftakhul Rizki	UMM
9	Rafly Bagaskara	UMM
10	Risky Anistasya	UMM
11	Fatima Novia Azzahra	UMM
12	Devi Saima Siregar	UMM
13	Muhammad Thoriq Al-Faruq	UMM
14	Sayyidah Intan Latifah	UMM
15	Lutfan Syahrullah	UMM
16	Kevin Angga Septiant	UMM
17	Salsa Nurya Imania	UMM
18	Muhammad Rifqi Al Fatih	UMM
19	Irzie Dimas Hendrawan	UMM
20	Dita Sinta Namira	UMM

Mengetahui,

Malang, 02 Juli 2024

Ketua Program Studi

Dosen Pembimbing

Nasrullah, S.Sos, M.Si

Dosen Penguji

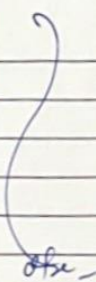
Nasrullah, S.Sos, M.Si

Jamroji, S.Sos., M.Comms

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

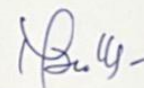
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Miftahul Jannah
2. NIM : 202010040311393
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI TEMPAT KULINER MALANG DI MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Akun TikTok @spaceseekers.id)
6. Dosen Pembimbing : Nasrullah, S.Sos, M.Si
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
18 Oktober 2023	Bimbingan ACC judul skripsi dan melanjutkan penulisan proposal	
27 Oktober 2023	ACC bab 1	
8 November 2023	ACC bab 2 dan 3	
22 November 2023	Seminar Proposal	
15 Januari 2023	Revisi bab 1-3 dan pembuatan instrumen penelitian	
25 Juni 2024	ACC Revisi dan instrumen penelitian	
29 Juni 2024	ACC bab 4-5	

Malang, 02 Juli 2024

Dosen Pembimbing



Nasrullah, S.Sos, M.Si

ABSTRAK

ABSTRAK

Miftahul Jannah. NIM 202010040311393. KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI TEMPAT KULINER MALANG DI MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Akun TikTok @spaceseekers.id).

Kata Kunci: Informasi, Komunikasi, Kuliner, TikTok.

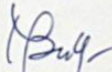
Dengan perkembangan era digital yang semakin pesat, teknologi media sosial sekarang ini menjadi salah satu sarana untuk mendapatkan informasi. Tiktok adalah salah satu platform media sosial untuk berkomunikasi dan berbagi informasi dengan audiens yang luas, terutama dalam memberikan informasi tempat kuliner. Penelitian ini membahas analisis isi konten TikTok @spaceseekers.id, dalam memberikan informasi tempat kuliner di Kota Malang.

Penelitian ini akan berfokus untuk menelaah sudut pandang baru yang akan membawa bukti bahwa media sosial juga cenderung memberikan pesan komunikasi informatif. Kombinasi kerangka berpikir konsep konten informasi dan konten kuliner akan mengerucut pada penentuan indikator analisis. Terdapat 4 kategori dengan 10 indikator pada penelitian analisis konten pada akun TikTok @spaceseekers.id.

Analisis isi konten ini menggunakan metode analisis isi dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian bertujuan untuk mengetahui frekuensi kemunculan unsur pesan komunikasi pada konten informasi tempat kuliner di TikTok. Peneliti mengambil sampel sebanyak 8 video konten yang mengandung konten informasi tempat kuliner dalam akun TikTok @spaceseekers.id. Data dikumpulkan melalui lembar koding yang telah sesuai dengan kategori yang telah ditetapkan. Analisis data yang telah dimasukkan ke dalam lembar koding akan dianalisis dengan rumus holsti dan distribusi frekuensi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa unsur 'Informasional' dominan dengan frekuensi kemunculan tertinggi (38,41%), lalu kategori 'Komersial' (36,72%), terakhir frekuensi kemunculan kategori 'Transaksional' (15,25%) dan 'Navigasional' dengan frekuensi kemunculan (9,6%). Dengan demikian, konten informasi pada akun TikTok @spaceseekers.id berfokus pada aspek informasional dalam kontennya. Hasil dalam penelitian ini, TikTok menjadi platform yang cukup efektif untuk menyebarkan informasi tempat kuliner.

Mengetahui,
Dosen Pembimbing


Nasrullah, S.Sos, M.Si

Malang, 29 juni 2024

Peneliti

Miftahul Jannah

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh

Alhamdulillahirabbil Alamin segala puji bagi Allah SWT Tuhan semesta alam. Puji syukur penulis panjatkan atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan, kemudahan, dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul **KECENDERUNGAN KONTEN INFORMASI TEMPAT KULINER MALANG DI MEDIA SOSIAL (Analisis Isi Akun TikTok @spaceseekers.id)**. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tugas akhir skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Hal tersebut dikarenakan keterbatasan pengetahuan yang dimiliki penulis serta pengalaman yang masih kurang dalam menyusun skripsi. Tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan karena adanya bimbingan, bantuan, serta dukungan motivasi yang diberikan kepada penulis dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Kepada kedua orang tua tercinta penulis, Alm abah Mugeni dan mama tersayang Siti Hayatun terima kasih atas segala doa dan dukungan untuk penulis. Terima kasih telah membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, yang selalu mendukung segala impian penulis, dan mengajari arti sebuah kesabaran, kejujuran, dan keikhlasan dalam hidup penulis. Terima kasih sudah menjadi orang tua yang terbaik hingga saat ini.
2. Bapak Nasrullah, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan pikiran dan waktunya dengan sabar dan tulus untuk membimbing penulis. Terima kasih penulis ucapkan atas semua ilmu yang telah diberikan untuk penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
3. Semua saudara kandung dan saudara ipar penulis, Bang Rahmat Syaban dan Ka Rasmiah, Ka Uswatun Hasanah dan Mas Abimanyu Arliandito, Ka Umi Huraira dan Bang Alfian, Bang Farid Ansari dan Ka Jennifer. Terima kasih selalu mendukung,

mendoakan, dan menghibur penulis, selalu bersama-sama penulis disaat suka maupun duka.

4. keponakan-keponakan penulis yang tersayang, Rashma Allysha, Rayfa Nazwa Azizah, Rafika Almira Salsabila, Raja Hilman Rasyadi, Rayyan Aufa Kareeman, Adam Makarem Al-Khair, dan Musa Raheesh Al-Khair, terima kasih selalu menjadi penghibur untuk penulis, selalu menjadi pelipur lara penulis disaat penulis sedang lelah.
5. Sahabat penulis sedari kecil, Monica Sefi Catur Para Senja. Terima kasih selalu mau mendengarkan keluh kesah penulis, selalu mendukung, selalu mendoakan, dan selalu menjadi sahabat terbaik bagi penulis.
6. Teman-teman Kalimantan Pride: Fatima Novia Azzahra, Risky Anistasya, Putri Malda Cahyaningsih, dan Alif Rian Adani. Terima kasih penulis ucapkan untuk kalian, karena sudah selalu menghibur penulis, saling mendukung dan menyemangati dalam hal apapun, dan saling membantu.
7. Teman-teman “Info Loker”: Mutia Shafira, Fiki Amalia, Devi Saima Siregar, Tiara Nur Annisza, Wulan Syahfitri, Nike Rahma, Anas Tampubolon, Syarif Harahap, Bayu Dewangga, Alfin dan Andre. Terima kasih sudah menjadi teman perantauan yang baik untuk penulis. Selalu menghibur penulis, selalu mendengarkan keluh kesah penulis, selalu tulus membantu penulis, serta memberikan warna baru dalam kehidupan penulis.
8. Keponakan penulis di Malang, Kale dan Nadira. Terima kasih anak-anak manis yang telah menjadi moodbooster, yang selalu membuat penulis senang selama di Malang.
9. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu-persatu, yang sudah membantu serta menyempatkan waktunya untuk memberikan dukungan dan mendoakan penulis. Terima kasih banyak penulis ucapkan, semoga Allah selalu membalas semua kebaikan dan selalu melindungi kalian.
10. Dan terakhir untuk diri saya sendiri, Miftahul Jannah. Terima kasih sudah mau berjuang dan bertanggung jawab hingga akhir perkuliahan ini, terima kasih sudah mau bertahan dan kuat untuk tetap menjalani hidup.

Terima Kasih,

Wassalamualaikum Warrahmatullahi Wabarrakatuh

Malang, 02 Juli 2024

Penulis

Miftahul Jannah



DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN.....	iv
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	vii
HASIL CEK PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	ix
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL.....	x
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	7
TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Media Sosial.....	7
2.1.1 Pengertian Media Sosial.....	7
2.1.2 Karakteristik Media Sosial.....	7
2.1.3 Fungsi Media Sosial.....	8
2.1.4 Manfaat Media Sosial untuk Bisnis	9
2.2 TikTok.....	10
2.2.1 Profil TikTok.....	10

2.2.2	Perkembangan TikTok di Indonesia	11
2.2.3	Fitur Aplikasi TikTok	12
2.3	Klasifikasi Jenis Konten	14
2.3.1	Konten Media Sosial.....	14
2.3.2	Konten Informasi.....	15
2.3.3	Konten Kuliner	15
2.4	Penelitian Terdahulu	16
BAB III	23
METODE PENELITIAN	23
3.1	Pendekatan dan Jenis Penelitian	23
3.2	Tipe Penelitian.....	24
3.3	Paradigma Penelitian	24
3.4	Batasan Populasi dan Total Sampling	25
3.5	Struktur Kategori	28
3.6	Unit Analisis dan Satuan Ukur.....	30
3.7	Teknik Pengumpulan Data	30
3.8	Teknik Analisis Data.....	31
3.9	Uji Reliabilitas.....	32
BAB IV	35
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1	Profil akun TikTok @spaceseekers.id	35
4.2	Penyajian Data	35
4.3	Uji Reliabilitas.....	36
4.3.1	Uji Reliabilitas Antara Koder 1 dan 2	37
4.3.2	Uji Reliabilitas Antara Koder 2 dan 3	38
4.3.3	Uji Reliabilitas Antara Koder 1 dan 3	39
4.3.4	Koefisien Reliabilitas Kesepakatan Antar Koder.....	41
4.4	Analisis Data Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi dalam setiap Konten Video.....	42
4.4.1	Video 1	42
4.4.2	Video 2	43
4.4.3	Video 3	45

4.4.4	Video 4	46
4.4.5	Video 5	48
4.4.6	Video 6	49
4.4.7	Video 7	50
4.4.8	Video 8	52
4.5	Analisis Data Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi (Informasional, Komersial, Transaksional, dan Navigasional).....	53
4.5.1	Informasional	53
4.5.2	Komersial	54
4.5.3	Transaksional.....	56
4.5.4	Navigasional	56
4.5.5	Frekuensi Kemunculan Sub Kategori Informasional, Komersial, Transaksional, dan Navigasional.....	57
BAB V	59
KESIMPULAN DAN SARAN	59
5.1	Kesimpulan.....	59
5.2	Saran	60
DAFTAR PUSTAKA	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Negara dengan Jumlah TikTok Terbanyak	2
Gambar 3. 1 Lembar Koding	32
Gambar 3. 2 Rumus Holsti.....	32
Gambar 4. 1 Profil Akun TikTok @spaceseekers.id	35



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3. 1 Daftar Video Informasi Tempat Kuliner oleh Akun @spaceseekers.id	28
Tabel 3. 2 Kategori Pesan Komunikasi dalam Konten TikTok @spaceseekers.id.....	30
Tabel 4. 1 Hasil Pengkodean Uji Reliabilitas Koder 1 dan Koder 2	38
Tabel 4. 2 Hasil Pengkodean Uji Reliabilitas Koder 2 dan Koder 3	39
Tabel 4. 3 Hasil Pengkodean Uji Reliabilitas Koder 1 dan Koder 3	40
Tabel 4. 4 Koefisien Reliabilitas Kesepakatan Sub Kategori Pesan Komunikasi	41
Tabel 4. 5 Analisis Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi Video 1	43
Tabel 4. 6 Analisis Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi Video 2	44
Tabel 4. 7 Analisis Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi Video 3	46
Tabel 4. 8 Analisis Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi Video 4	47
Tabel 4. 9 Analisis Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi Video 5	49
Tabel 4. 10 Analisis Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi Video 6	50
Tabel 4. 11 Analisis Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi Video 7	51
Tabel 4. 12 Analisis Frekuensi Kemunculan Pesan Komunikasi Video 8	53
Tabel 4. 13 Frekuensi Kemunculan Sub Kategori Informasional.....	54
Tabel 4. 14 Frekuensi Kemunculan Sub Kategori Komersial	55
Tabel 4. 15 Frekuensi Kemunculan Sub Kategori Transaksional.....	56
Tabel 4. 16 Frekuensi Kemunculan Sub Kategori Navigasional.....	57
Tabel 4. 17 Frekuensi Kemunculan Informasional, Komersial, Transaksional, dan Navigasional.....	57

DAFTAR PUSTAKA

- Akademi Komunikasi BSI Jakarta, S. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/jkom>
- Annur, C. M. (2023, November 22). Indonesia Punya Pengguna TikTok Terbanyak ke-2 di Dunia. *Databoks*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/22/indonesia-punya-pengguna-tiktok-terbanyak-ke-2-di-dunia>
- Damayanti, T., & Gemiharto, I. (2019). Kajian Dampak Negatif Aplikasi Berbagi Video Bagi Anak-Anak Di Bawah Umur Di Indonesia. *Communication*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.36080/comm.v10i1.809>
- Eriyanto. (2011). *ANALISIS ISI: PENGANTAR METODOLOGI UNTUK PENELITIAN ILMU KOMUNIKASI DAN ILMU-ILMU SOSIAL LAINNYA*. PRENADAMEDIA GROUP.
- Godara, K., & Dev, N. (2021). The Growth of Culinary and Food Related Content on Visual and Social Media. *International Journal of Research in Engineering, Science and Management*, 4(12), 61–65.
- Howard, P. N. dan M. . P. (August). Pengertian Media Sosial. *Seputar Pengetahun*. https://www.seputarpengetahuan.co.id/2018/03/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli.html#16PN_Howard_dan_MR_Parks_2012
- Huang, G. (2020). Platform Variation and Content Variation on Social Media: A Dual-Route Model of Cognitive and Experiential Effects. *Journal of Promotion Management*. <https://doi.org/10.1080/10496491.2019.1699633>
- Indika, D. R., & Jovita, C. (2017). Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk Meningkatkan Minat Beli Konsumen. *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(01), 25–32. <https://doi.org/10.24123/jbt.v1i01.296>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Kominfo. (2023). Memenuhi Layanan Digital hingga Pelosok. *Kominfo*. <https://www.kominfo.go.id/content/detail/49482/memenuhi-layanan-digital-hingga->

- pelosok/0/artikel#:~:text=Data APJII menyebutkan pengguna internet,juta orang pada 2022-2023.
- Maksum, A. (2012). *Metodologi Penelitian dalam Olahraga*. Unesa University Press.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial : perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologitle*. Simbiosis Rekatama Media.
- Parameswara, B. G., Liyah, L. N., Sania, N., & Ibrahim, A. (2021). Pemanfaatan Aplikasi TIK-TOK di Masa Pandemi Covid-19. *Cebong Journal*, 1(1), 10–14. <https://doi.org/10.35335/cebong.v1i1.4>
- Prayogi, D. (2017). Pengembangan Potensi Wisata Kuliner Kota Malang Berbasis Sumber Daya Lokal. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(1), 1–13. <https://doi.org/10.26905/jpp.v2i1.1260>
- Rahma, R. Y. (2022). Publikasi dan Promosi Kuliner Food Vlogger di Media Sosial. *CARAKA : Indonesia Journal of Communication*, 3(1), 68–75. <https://doi.org/10.25008/caraka.v3i2.69>
- Ridha, N. (2017). *Proses Penelitian, Masalah, Variabel, dan Paradigma Penelitian*. 14(1), 62–70.
- Scelzi, R., & La Fortuna, L. (2015). *Social Food: a Semioethic Perspective on Foodism and New Media* Raffaella Scelzi and Loredana La Fortuna 1. 127–140.
- Syarif, S., & Yunus, F. M. (2013). *Buku Metode Penelitian Sosial*.
- Wardhani, W., Sumarwan, U., & Yuliati, L. N. (2016). Pengaruh Persepsi dan Preferensi Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Hunian Green Product. *Jurnal Manajemen Dan Organisasi*, 6(1), 45. <https://doi.org/10.29244/jmo.v6i1.12183>
- Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69. <https://doi.org/10.26623/themessenger.v3i2.270>
- Widada, C. K. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2(1), 23–30. <https://doi.org/10.33505/jodis.v2i1.130>
- Widodo. (2017). *Metodologi Penelitian Populer & Praktis*. Rajawali Pers.
- Wolf, M., Sims, J., & Yang, H. (2018). What Social Media? *Association for Information Systems*, 3(6), 1–18. <https://aisel.aisnet.org/ukais2018/3>