

**KEBUTUHAN YANG MENDORONG PENGGUNAAN TIKTOK UNTUK
MEMEPROLEH KEPUASAN DALAM INFORMASI TENTANG KULINER
(Survei pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah
Malang)**

SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Muhammadiyah Malang
Sebagai Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Adistya Prasasti

202010040311358

Dosen Pembimbing:

Arum Martikasari, M.Med.Kom

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
TAHUN 2024**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**KEBUTUHAN YANG MENDORONG PENGGUNAAN TIKTOK UNTUK
MEMPEROLEH KEPUASAN DALAM INFORMASI TENTANG KULINER
(Survei Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas
Muhammadiyah Malang)**

Diajukan Oleh :

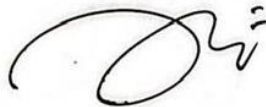
ADISTYA PRASASTI

202010040311358

Telah disetujui

Rabu, 16 Oktober 2024

Pembimbing I



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Wakil Dekan I



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

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Nasrullah, M.Si.


SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Adistya Prasasti
202010040311358

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 16 Oktober 2024
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Novin Farid Setyo Wibowo, M.Si** ()
2. **Dr. Farid Rusman, M.Si** ()
3. **Arum Martikasari, M.Med.Kom** ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



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

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Adisty Prasasti
NIM : 202010040311358
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok sebagai Media Referensi Tempat Kuliner (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)

Disetujui,
Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



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.246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Adistyia Prasasti
NIM : 202010040311358
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 :

Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok sebagai Media Referensi Tempat Kuliner (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)

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, 30 September 2024

Yang Menyatakan,



Adistyia Prasasti



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No. 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 148 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

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

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Adistya Prasasti
No. Induk Mahasiswa : 202010040311358
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok sebagai Media Referensi Tempat Kuliner (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)

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

Malang, 30 September 2024

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



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

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

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No. 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT KETERANGAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

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

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

NAMA : Adistya Prasasti
NIM : 202010040311358
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester sembilan (9) tahun akademik 2024 / 2025 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

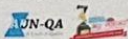
Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 30 September 2024

a.n Dekan

Ketua Program Studi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



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.246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Adistya prasasti

NIM : 202010040311358

Hasil Plagiasi: ^{26/9} ^{27/9} ^{30/9} ^{01/10}

BAB I	11			
BAB II	17			
BAB III	35	32	27	17

BAB IV	11			
BAB V	3			
BAB VI	7			



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang,

Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL

Pada hari/tanggal : Rabu, 11 September 2024

Waktu : 13.00 WIB – selesai

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	Adisty Prasasti
NIM	202010040311358
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Peminatan Audio Visual
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok sebagai Media Referensi Tempat Kuliner (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)
Pembimbing	Arum Martikasari, M.Med.Kom
Dosen Penguji 1	Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*online*) melalui *platform* Zoom Meeting

<https://us06web.zoom.us/j/83842043633?pwd=AqYNmpkoYZX6TLj6lt04fyXks6UAOA.1>

Diikuti oleh Dosen Pembimbing, Dosen Penguji 1 dan sejumlah 22 Mahasiswa (Daftar Hadir Terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS.

Mengetahui,

Malang, 30 September 2024

Dosen Pembimbing

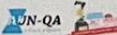
Arum Martikasari, M.Med.Kom

Dosen Penguji

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

Kaprodi/Sekprodi Ilmu
Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 223 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutani No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Program Studi
1.	Nadia Amelia	202010040311366	Ilmu Komunikasi
2.	Celine Dita Putri Jasika	202010040311257	Ilmu Komunikasi
3.	Yulianna Salsabila	202010040311323	Ilmu Komunikasi
4.	Herlina Putri	202010040311029	Ilmu Komunikasi
5.	Abu Nidal	202010040311043	Ilmu Komunikasi
6.	Galuh Sekar Arimbi	202010040311033	Ilmu Komunikasi
7.	Farhan Putra Wika B. S.	202010040311202	Ilmu Komunikasi
8.	Rona Jauza Hakim	202010040311195	Ilmu Komunikasi
9.	Ayunda Pinkan	202010040311233	Ilmu Komunikasi
10.	Meshi Rachmadhiva W.	202010040311327	Ilmu Komunikasi
11.	Nailatul Fitriyah	202010040311153	Ilmu Komunikasi
12.	Januar Dwi Pangestu	202010040311009	Ilmu Komunikasi
13.	Jihan Syakira Al Chatib	202010040311266	Ilmu Komunikasi
14.	Annisa Wandari	202010040311423	Ilmu Komunikasi
15.	Seila Salsa Billa	202010040311350	Ilmu Komunikasi
16.	Jasmine Apricha M. A.	202010040311207	Ilmu Komunikasi
17.	Raihana Aulia	202010040311361	Ilmu Komunikasi
18.	Safira Ardiana Putri	202010040311190	Ilmu Komunikasi
19.	Jihavika Nurul Masy Ulla	202010040311356	Ilmu Komunikasi
20.	Almasdya Putri Darii' A.	202010040311021	Ilmu Komunikasi
21.	Sabrina Zendy Ellysa P.	202010040311368	Ilmu Komunikasi
22.	M. Fhareza Zhary S.	202010040311008	Ilmu Komunikasi

Mengetahui,

Malang, 30 September 2024

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom

Dosen Penguji

Novin Farid Setyo Wibowo, S.Sos, M.Si

Kaprodi/Sekprodi Ilmu
Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si



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: +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Adistya Prasasti
2. NIM : 202010040311358
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Motif dan Kepuasan Penggunaan TikTok sebagai Media Referensi Tempat Kuliner (Studi Deskriptif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)
6. Pembimbing : Arum Martikasari, M.Med.Kom
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
Sabtu, 2 Maret 2024	Seminar Proposal	
Jum'at, 14 Juni 2024	Revisi judul & Bab 2	
Rabu, 26 Juni 2024	Acc lanjut penelitian	
Senin, 12 Agustus 2024	Menambah draft wawancara	
Rabu, 14 Agustus 2024	Acc draft wawancara	
Jum'at, 30 Agustus 2024	Acc Seminar Hasil	
Rabu, 11 September 2024	Melakukan Seminar Hasil	

Malang, 30 September 2024

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



Kampus I

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

Kampus II

Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 080

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Adistya Prasasti, 202010040311358, KEBUTUHAN YANG MENDORONG PENGGUNAAN TIKTOK UNTUK MEMPEROLEH KEPUASAN DALAM INFORMASI TENTANG KULINER (Survei pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang) Skripsi 2024.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena meningkatnya penggunaan TikTok sebagai media referensi tempat kuliner di kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi kebutuhan dan bentuk kepuasan penggunaan TikTok sebagai media referensi tempat kuliner pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang. Masalah penelitian berfokus pada mengapa mahasiswa memilih TikTok sebagai media referensi tempat kuliner serta sejauh mana mereka merasa puas dengan rekomendasi yang diberikan melalui platform ini. Sasaran penelitian ini adalah mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok untuk mencari rekomendasi tempat makan.

Penelitian ini menggunakan metode survei kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan lima informan yang dipilih berdasarkan kriteria tertentu, yaitu mahasiswa yang aktif menggunakan TikTok dan telah menggunakan platform tersebut sebagai referensi untuk mengunjungi tempat kuliner. Analisis data dilakukan menggunakan teori Uses and Gratifications.

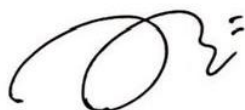
Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat tiga kebutuhan utama mahasiswa dalam menggunakan TikTok sebagai referensi tempat kuliner, yaitu: (1) kemudahan akses, di mana TikTok mempermudah pengguna mengakses berbagai konten kuliner dengan cepat melalui fitur For You Page (FYP); (2) relevansi dan keakuratan informasi, di mana algoritma TikTok menyesuaikan rekomendasi kuliner dengan preferensi pengguna secara akurat; dan (3) kepercayaan terhadap kreator konten yang memberikan ulasan langsung dan transparan. Bentuk kepuasan mahasiswa dapat dibagi menjadi dua, yaitu: (a) kepuasan fungsional, di mana mahasiswa merasa puas karena informasi yang disajikan relevan, akurat, dan up-to-date, serta video singkat yang padat memudahkan mereka menemukan tempat kuliner yang sesuai; dan (b) kepuasan psikologikal, di mana mahasiswa merasa terhibur oleh konten kreatif dan interaktif, serta merasa terlibat dalam tren kuliner yang sedang berkembang, yang memberikan mereka kepuasan emosional dan pengakuan sosial.

Kata kunci: TikTok, Media Sosial, Referensi Kuliner, Kebutuhan, Kepuasan.

Malang, 30 September 2024

Menyetujui

Pembimbing



Arum Martikasari, M.Med.Kom

Peneliti



Adistya Prasasti

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur senantiasa peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "**KEBUTUHAN YANG MENDORONG PENGGUNAAN TIKTOK UNTUK MEMEPROLEH KEPUASAN DALAM INFORMASI TENTANG KULINER (Survei pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2020 Universitas Muhammadiyah Malang)**". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan penelitian ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan, dan doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT, atas segala rahmat, nikmat kesehatan, kekuatan, dan kesabaran yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini. Segala usaha dan pencapaian ini tidak akan mungkin terjadi tanpa kehendak-Nya.
2. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Bapak Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si., Ph.D selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Bapak Nasrullah, S. Sos., M.Si. selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Malang.
5. Ibu Arum Martikasari, M.Med.Kom selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran dan ketulusan telah memberikan bimbingan, arahan, serta saran yang sangat berharga dari awal hingga akhir penyusunan skripsi ini.
6. Ketiga orang tua tercinta yaitu Ayah Zainudin Arif, dan Ibu Sifatini (Almh.) serta Mama Retno Dewi yang selalu memberikan cinta, doa, dukungan moral dan materiil tanpa henti. Tanpa dukungan dan pengorbanan mereka, penulis tidak akan bisa mencapai titik ini.
7. Kakak tersayang yaitu Artiyani Prasetya yang selalu memberikan dukungan penuh, baik dalam bentuk semangat, motivasi, maupun nasihat. Kehadiran kakak sangat membantu penulis dalam menghadapi berbagai tantangan selama menyusun skripsi ini.

8. Sahabat terdekat penulis yaitu Seila Salsa Billa, Hanif Uswatun Hasanah, Adinda Syahadah yang selalu mendukung dan siap sedia membantu peneliti dalam segala hal. Sekali lagi terimakasih banyak gais kalian udah mau jadi temenku dan menerima segala kebobrokanku. Big Love You!!
9. Teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan 2020, yang selalu memberikan motivasi dan menjadi teman diskusi serta berbagi pengalaman selama masa perkuliahan dan penyusunan skripsi ini.
10. Para informan penelitian, yang dengan senang hati meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat bermanfaat untuk kelancaran penelitian ini.
11. Terima kasih kepada diri saya sendiri yang telah berjuang tanpa henti, melalui hari-hari penuh overthinking, rasa lelah dan takut, serta kebingungan. Terima kasih kamu sudah bertahan dan berjuang hingga saat saat ini, dan juga semua yang kamu takutkan berhasil dilewati dengan baik. Lihat sekarang, kamu bisa menyelesaikan skripsi yang selama ini kamu ragukan! Kerja bagus Adis!!
12. K-Pop Group favorit penulis yaitu All Unit NCT, TXT, BTS, EXO, iKON, Seventeen, Blackpink, BtoB, Enhypen, Red Velvet, BoyNextDoor dan masih banyak lagi, yang telah memperbaiki mood penulis melalui musik dan hiburan di sepanjang proses penulisan skripsi ini serta memberikan semangat di saat penulis merasa stres dan jenuh.

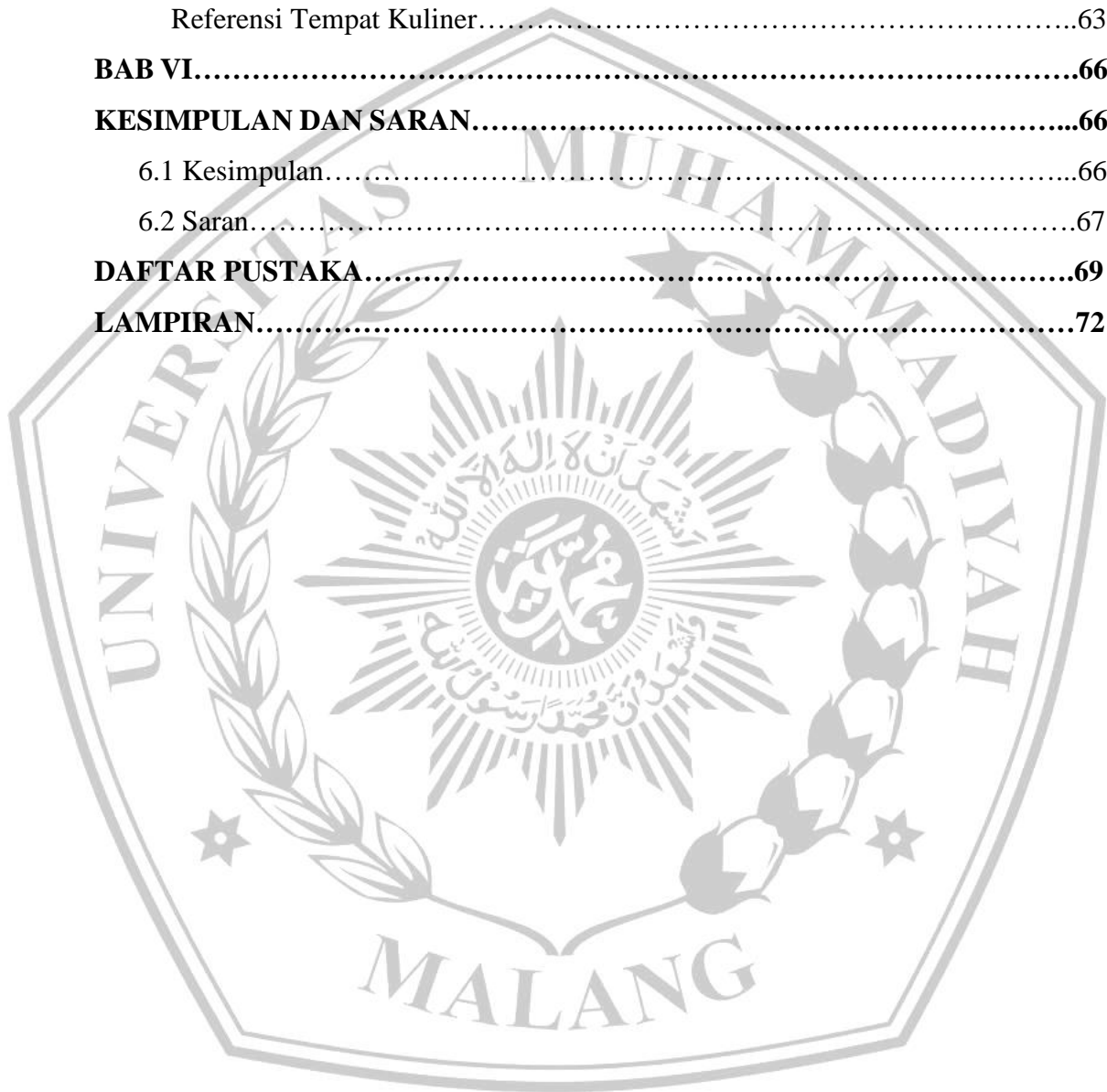
Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN.....	v
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	vi
SURAT KETERANGAN.....	vii
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	viii
HASIL CEK PLAGIASI.....	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	x
DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL.....	xi
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xii
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR.....	xiv
DAFTAR ISI.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR TABEL.....	xx
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN TEORITIS.....	6
2.1 Komunikasi Massa.....	6
2.1.1 Fungsi Komunikasi Massa.....	7
2.1.2 Efek Komunikasi Massa.....	8
2.2 Media Baru (<i>New Media</i>).....	9
2.3 Media Sosial.....	10
2.4 Media Sosial TikTok.....	11
2.4.1 Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan TikTok.....	13
2.5 Kebutuhan Penggunaan TikTok.....	14
2.6 Kepuasan Penggunaan TikTok.....	15

2.7 Informasi Kuliner.....	16
2.8 Penelitian Terdahulu.....	18
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Pendekatan Penelitian.....	22
3.2 Paradigma Penelitian.....	22
3.3 Tipe Penelitian.....	24
3.4 Subjek dan Objek Penelitian.....	24
3.5 Tempat dan Waktu Penelitian.....	25
3.6 Sumber Data.....	25
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.8 Teknik Analisis Data.....	26
3.9 Uji Keabsahan Data.....	27
BAB IV.....	29
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	29
4.1 Sejarah TikTok.....	29
4.2 Perkembangan TikTok.....	29
4.3 Logo.....	30
4.4 Fitur.....	30
BAB V.....	33
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	33
5.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	33
5.2 Hasil Penelitian.....	34
5.2.1 Durasi dan Intensitas Penggunaan TikTok.....	34
5.2.2 Sumber Pengetahuan Tentang TikTok sebagai Referensi Kuliner.....	36
5.2.3 Alasan Memilih TikTok Dibandingkan dengan Platform Lain.....	38
5.2.4 Motivasi Utama Penggunaan TikTok.....	40
5.2.5 Jenis Konten Kuliner yang Disukai.....	42
5.2.6 Konten Kreator Kuliner yang Diikuti.....	44
5.2.7 Pengaruh Konten Kreator Kuliner.....	46
5.2.8 Pengalaman Mengunjungi Tempat Kuliner dari TikTok.....	48
5.2.9 Kepuasan Terhadap Rekomendasi Tempat Kuliner dari TikTok.....	50
5.2.10 Kelebihan dan Kekurangan TikTok sebagai Media Referensi Kuliner...52	
5.2.11 Manfaat TikTok sebagai Media Referensi Tempat Kuliner.....	54

5.2.12 Perasaan setelah Menemukan Tempat Kuliner yang Sesuai Harapan.....	56
5.2.13 Rekomendasi kepada Teman atau Keluarga.....	58
5.3 Pembahasan.....	60
5.3.1 Kebutuhan Mahasiswa dalam Menggunakan TikTok sebagai Media Referensi Tempat Kuliner.....	60
5.3.2 Kepuasan Mahasiswa dalam Menggunakan TikTok sebagai Media Referensi Tempat Kuliner.....	63
BAB VI.....	66
KESIMPULAN DAN SARAN.....	66
6.1 Kesimpulan.....	66
6.2 Saran.....	67
DAFTAR PUSTAKA.....	69
LAMPIRAN.....	72



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penggunaan TikTok di Indonesia.....	2
Gambar 3.1 Interactive Model Miles and Huberman.....	35
Gambar 4.1 Logo TikTok.....	39



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....27



DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal, L. H. (2016). *Selisik atas Metodologi Kritik Matan Ulama Hadis*. Kalimah: Jurnal Studi Agama Dan Pemikiran Islam, 14(2), 191–218.
- Bulele, Y. N., & Wibowo, T. (2020). *Perancangan dan Implementasi Video Company Profile Radio Republik Indonesia Programa 2 Batam dengan Tujuan Promosi di Media Sosial*. Conference on Business, Social Sciences and Innovation Technology, 1(1), 370–377.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradima, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Kencana Prenada.
- Bekti, R. R. (2018). *Pengaruh Kualitas Kehidupan Kerja terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Rumah Sakit Ibu dan Anak x Surabaya*. Jurnal Administrasi Kesehatan Indonesia, 6(2), 156–163.
- Creswell, J. W. (2009). *Qualitative, Quantitative, and Mixed-Methods Research*. Microbe Magazine, 4(11), 465–485. <https://doi.org/https://doi.org/10.1128/microbe.4.485.1>
- Dewa, C. B., & Safitri, L. A. (2021). *Pemanfaatan Media Sosial Tiktok sebagai Media Promosi Industri Kuliner di Yogyakarta pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Akun Tiktok Javafoodie)*. Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya, 12(1), 65–71.
- DeFleur, M. L., & McQuail, D. (2009). *Media and Mass Communication Theory*. SAGE Publications Ltd.
- Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2018). *The SAGE Handbook of Qualitative Research (5th ed.)*. SAGE Publications.
- Fauzi, I. A. (2017). *Perancangan Sistem Informasi Kuliner di Brother Caffè Berbasis Web*. Jurnal Algoritma, 14(2), 384–391.
- Flick, U. (2020). *Introducing Research Methodology: Thinking Your Way Through Your Research Project (3rd ed.)*. SAGE Publications.
- Flew, T. (2008). *New Media: An Introduction*. Oxford University Press.
- Hamidi, A. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif: Aplikasi Praktis Pembuatan Proposal dan Laporan Penelitian*. UMM Press.
- Innova, E. I. (2016). *Motif dan Kepuasan Pengguna Instagram di Komunitas Instameet Indonesia*. Jurnal E-Komunikasi, 4(2).
- Irawan, H. (2003). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Gramedia Pustaka Utama.
- Kriyantono, R. (2018). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management (14th ed.)*. Pearson

Education.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59–68.

Liliweri, A. (2015). *Dasar-dasar Komunikasi Antar Budaya*. Pustaka Pelajar.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (2013). *The Constructivist Credo*. Left Coast Press.

Littlejohn, S. W. (2005). *Encyclopedia of Communication Theory*. Sage.

Lister, M., Dovey, J., Giddings, S., Grant, I., & Kelly, K. (2020). *New Media: A Critical Introduction* (3rd ed.). Routledge.

Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). *Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado*. *Jurnal Ilmiah Society*, 1(1).

Mega, I. R. (2021). *Peningkatan Kecakapan Hidup Melalui Program Pelatihan Kreativitas Untuk Melatih Kemandirian Ekonomi*. *Adimas: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 29–36.

Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Manovich, L. (2001). *The Language of New Media*. MIT Press.

Nurudin, N. (2008). *Media Massa dan Dehumanisasi*. *Bestari*, 3(7).

Nathania, N., & Rusdi, F. (2018). *Studi Kesenjangan Motif dan Kepuasan Followers dalam Mengikuti Akun@ tmcoldametro di Instagram*. *Koneksi*, 2(2), 486–492.

Prasetya, L. A. (2013). *Strategi Kreatif Program Berita Olahraga di Televisi Lokal dalam Menumbuhkan Minat Pemirsa*. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Via Social Media*. Elex Media Komputindo.

Ramdhan, B., Ellya, F. F., & Ratnasari, J. (2021). *Profil Keterampilan Kreativitas dan Inovasi pada Produk Peserta Didik Berbantuan Aplikasi Tiktok di MAN 2 Kota Sukabumi: (Profile of Creativity and Innovation Skills on Student Products Assisted by The Tiktok Application in MAN 2 Sukabumi)*. *BIODIK*, 7(3), 114–122.

Rainie, L., & Wellman, B. (2012). *Networked: The New Social Operating System*. MIT Press.

Sihotang, T. D. O. (2021). *Dampak Negatif Tiktok di Masa Pandemic*. Universitas Lambung Mangkurat.

Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2013). *Metodologi untuk Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Alfabeta.
- Swastika, A. A. (2017). *Hubungan Kontrol Diri dengan Perilaku Narsistik Remaja Putri Presenter Bigo Live di Surabaya*. Untag Surabaya.
- Shaleh, A.R., dan Muhib, A. W. (2004). *Psikologi Suatu Pengantar dalam Perspektif Islam*. Kencana.
- Soliha, E., & Lutfiyani, V. (2019). *Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang)*. Madic.
- Srinadi, M., & Eka, P. (2008). *Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Mahasiswa Terhadap Pelayanan Fakultas Sebagai Lembaga Pendidikan*. *Cakrawala Pendidikan*, 27(3), 217–231.
- Suryana, Y. (2016). *Kewirausahaan: Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses*. Kencana.
- Susilowati, S. (2018). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok sebagai Personal Branding di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif pada Akun@ bowo_allpennliebe)*. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.
- Tjiptono, F. (1998). *Pemasaran Jasa*. Andi.
- Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. William Morrow.

