

202210040311196  
Tsalis Rofita Anggraini  
Prodi Ilmu Komunikasi

**PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA HIBURAN  
DI KALANGAN GEN Z**

**(STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGGKATAN 2022)**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh :

**TSALIS ROFITA ANGGRAINI**

**(202210040311196)**

**Dosen Pembimbing:**

**Dr. Nurudin, M.Si.**

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

**2026**

## LEMBAR PENGESAHAN

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA HIBURAN DI  
KALANGAN GEN Z  
(STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022)

Diajukan Oleh :

Tsalis Rofita Anggraini  
202210040311196

Telah disetujui  
Rabu / 04 Juni 2026

Pembimbing I

  
Dr. Nurudin, M.Si.

Wakil Dekan I

  
  
M. Susilo, M.Si.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.

## LEMBAR KETERANGAN LULUS

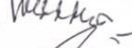


### SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Tsalis Rofita Anggraini  
202210040311196

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S1 ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 04 Juni 2026  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Dr. Zen Amirudin, M. Med. Kom (  )
2. Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv (  )
3. Dr. Nurudin, M.Si. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



## SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama : Tsalis Rofita Anggraini  
NIM : 202210040311196  
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 :  
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF HIBURAN DI  
KALANGAN GEN Z (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022)

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, 08 April 2026

Yang Menyatakan,



Tsalis Rofita Anggraini



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 501 253 (Pusat)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulastra No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 351 148 (Pusat)  
F: +62 341 502 000

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 740 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 404 319 (Pusat)  
F: +62 341 400 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

  
UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/IV/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Tsalis Rofita Anggraini
No. Induk Mahasiswa	: 202210040311196
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF HIBURAN DI KALANGAN GEN Z (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022)

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

Malang ,08 April 2026

Dosen Pembimbing

  
Dr. Nurudin, M.Si.









**Kampus I**  
Jl. Beroeng 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 501 252 (Hunting)  
F. +62 341 480 433

**Kampus II**  
Jl. Beroeng Selatan No 100 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 501 140 (Hunting)  
F. +62 341 587 000

**Kampus III**  
Jl. Raya Tuguas No 340 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 219 (Hunting)  
F. +62 341 480 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG  	<b>Lembar Persetujuan Skripsi</b>			
	Nama : Tsalis Rofita Anggraini			
	NIM : 202210040311196			
	Jurusan : Ilmu Komunikasi			
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik				
Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF HIBURAN DI KALANGAN GEN Z (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022)				
<p>Disetujui, Pembimbing</p>  Dr. Nurudin, M.Si.				
<p>Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi</p>  Novin Farid Styo Wibowo, M.Si				
	<table border="0"><tr><td><b>Kampus I</b> Jl. Sawitri, 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 252 (Harung) F. +62 341 460 135</td><td><b>Kampus II</b> Jl. Bendulung, Sukoro No. 105 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Harung) F. +62 341 582 060</td><td><b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 219 (Harung) F. +62 341 483 435 E. webmaster@um.ac.id</td></tr></table>	<b>Kampus I</b> Jl. Sawitri, 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 252 (Harung) F. +62 341 460 135	<b>Kampus II</b> Jl. Bendulung, Sukoro No. 105 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Harung) F. +62 341 582 060	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 219 (Harung) F. +62 341 483 435 E. webmaster@um.ac.id
<b>Kampus I</b> Jl. Sawitri, 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 521 252 (Harung) F. +62 341 460 135	<b>Kampus II</b> Jl. Bendulung, Sukoro No. 105 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Harung) F. +62 341 582 060	<b>Kampus III</b> Jl. Raya Tlogomas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 219 (Harung) F. +62 341 483 435 E. webmaster@um.ac.id		



## LEMBAR PERSETUJUAN 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:

PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF HIBURAN DI  
KALANGAN GEN Z (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022)

Oleh:

Nama : Tsalis Rofita Anggraini

NIM : 202210040311196

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 08 April 2026

Pembimbing I/Promotor

Dr. Nurudin, M.Si.  
NIP.10397060341



(\*) Coret yang tidak perlu

Kampus I  
Jl. Semarang 1 Malang Jawa Timur  
P +62 341 501 221 (Hunting)  
F +62 341 460 335

Kampus II  
Jl. Bendungan, Sukoen No. 156 Malang, Jawa Timur  
P +62 341 521 140 (Hunting)  
F +62 341 560 050

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No. 346 Malang Jawa Timur  
P +62 341 564 378 (Hunting)  
F +62 341 460 435  
E. website@umma.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari: Selasa  
Tanggal: 24 Februari 2026  
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama : Tsalis Rofita Anggraini
2. NIM : 202210040311196
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF HIBURAN DI KALANGAN GEN Z (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022)
6. Dosen Pembimbing : Dr. Nurudin, M.Si.
7. Dosen Penguji : Isnani Dzuhrina, M.Adv

Seminar hasil dilakukan secara daring/online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link  
<https://us06web.zoom.us/j/82613120713?pwd=nzfiWMzDHAwA2bCqSnk3g57NgQHa1c.1>

Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji dan 20 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/TIDAK LULUS

Malang, 08 April 2026

Dosen Pembimbing

Dosen Penguji

Dr. Nurudin, M.Si.

Isnani Dzuhrina, M.Adv

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Stywo Wibowo, S. Sos, M.si



Kampus I  
Jl. Bangunan I Malang Jawa Timur  
P. 601341251251 (Hutong)  
T. 031 361 133

Kampus II  
Jl. Swadhyaya Satrio No 158 Malang Jawa Timur  
P. 602341521149 (Hutong)  
T. 031 361 561 003

Kampus III  
Jl. Raya Tugu No 107 Malang Jawa Timur  
P. 602341364210 (Hutong)  
T. 031 311 803 435  
E. [webmaster@um.ac.id](mailto:webmaster@um.ac.id)

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

No	NAMA	NIM	KETERANGAN
1	Cellina Putri Larasati	202210040311161	Ilmu Komunikasi
2	Virgynenza Ayuba	202210040311433	Ilmu Komunikasi
3	Salma Faticha Zahra	202210040311120	Ilmu Komunikasi
4	Emarosa Solikhah	202210040311125	Ilmu Komunikasi
5	Shalju Any Pemandany	202210040311122	Ilmu Komunikasi
6	Dien Novia Intan	202210040311381	Ilmu Komunikasi
7	Intan Ayu Lestari	202210040311041	Ilmu Komunikasi
8	Asri Anandya Putri	202210040311031	Ilmu Komunikasi
9	Annisa Widhi Astuti	202210040311415	Ilmu Komunikasi
10	Siti Khairani Aryanti	202210040311096	Ilmu Komunikasi
11	Ajwa Sakina	202210040311453	Ilmu Komunikasi
12	Sheilatul A'yunin	202210040311040	Ilmu Komunikasi
13	Yuliana Sugiartini	202210040311056	Ilmu Komunikasi
14	Nursyafiqah Hazimah	202210040311105	Ilmu Komunikasi
15	Devan Ridwan	202210040311029	Ilmu Komunikasi
16	Adela Prima	202210040311154	Ilmu Komunikasi
17	Indira Paramita	202210040311082	Ilmu Komunikasi
18	Za'imatu Haliza	202210040211054	Ilmu Komunikasi
19	Nayla Helma	202210040311449	Ilmu Komunikasi
20	Deva Wijaya	202210040311397	Ilmu Komunikasi



Kampus I  
Jl. Ronggo, 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 251 251 (tanjung)  
F. +62 341 661 111

Kampus II  
Jl. Pendidikan, 2 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 140 (tanjung)  
F. +62 341 781 111

Kampus III  
Jl. Raya Tugu, 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 401 119 (tanjung)  
F. +62 341 401 111  
E. website: quran.ac.id

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Tsalis Rofita Anggraini
2. NIM : 202210040311196
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF HIBURAN DI KALANGAN GEN Z (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022)
6. Pembimbing : Dr. Nurudin, M.Si.
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
22 Maret 2025	Pengajuan Judul "PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF HIBURAN DI KALANGAN GEN Z (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2022)"	
19 April 2025	Pengajuan Bab i - iii	
3 Mei 2025	ACC BAB 1 - 3	
25 Juli 2025	Seminar Proposal	
12 Oktober 2025	Pengajuan BAB IV - V	
9 Desember 2025	ACC Abstrak	
24 Februari 2026	Seminar Hasil	

Malang, 08 April 2026

Dosen Pembimbing

Dr. Nurudin, M.Si.



Kampus I  
Jl. Burhanigala 1 Malang Jawa Timur  
P. 651 341 251 (Tanjung)  
T. +62 311 807 135

Kampus II  
Jl. Pahlawan 10 Malang Jawa Timur  
P. 651 341 251 (Pahlawan)  
T. +62 311 807 135

Kampus III  
Jl. Raya Tugu Malang No. 101 Malang Jawa Timur  
P. 651 341 251 (Tugu)  
T. +62 311 807 135  
E. web@astri.iam.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Tsalis Rofita Anggraini, 202210040311196, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

### PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI MEDIA ALTERNATIF HIBURAN DI KALANGAN GEN Z (STUDI PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANKAKATA 2022 UMM)

Dosen Pembimbing: Nurudin, S.Sos., M.Si

Kata Kunci: TikTok, Media Hiburan, Generasi Z, Teori Mood Management, Algoritma TikTok.

Perkembangan media sosial mendorong perubahan signifikan pada pola konsumsi hiburan Generasi Z. TikTok sebagai platform video pendek menjadi sarana hiburan dominan karena menyajikan konten cepat, variatif, dan relevan dengan minat pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2022 memanfaatkan TikTok sebagai media alternatif hiburan dalam kehidupan sehari-hari.


Penelitian ini menggunakan Teori Mood Management untuk mengalisis bagaimana mahasiswa memilih TikTok sebagai sarana untuk mengatur suasana hati, mengurangi stres, dan memenuhi kebutuhan relaksasi emosional.

Pendekatan yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi kasus. Data diperoleh melalui wawancara mendalam dan dokumentasi terhadap tujuh mahasiswa Ilmu Komunikasi UMM angkatan 2022 yang merupakan pengguna aktif TikTok.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Gen Z menggunakan TikTok dimanfaatkan secara dominan sebagai sarana pengelolaan emosi. Konten humor, edukasi singkat, tren viral, dan motivasi menjadi jenis konten yang paling banyak dinikmati. Algoritma TikTok berperan juga dalam membentuk pola konsumsi hiburan karena mampu menyajikan konten yang sesuai minat pengguna. TikTok juga berfungsi sebagai media pengaturan suasana hati (mood regulation), membantu pengguna melepas penat dan mengurangi stres akademik. Dengan demikian, TikTok tidak hanya menjadi media hiburan, tetapi juga ruang digital yang memengaruhi preferensi hiburan, emosi, dan rutinitas harian Gen Z.

Malang,  
Menyetujui,

Pembimbing



Nurudin, S.Sos., M.Si.

Peneliti



Tsalis Rofita Anggraini

## KATA PENGANTAR

*Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh*

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis mampu menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Hiburan di Kalangan Gen Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022) dengan baik dan tepat pada waktunya.

Tentunya tugas akhir ini tidak akan selesai begitu saja tanpa kehadiran dan dukungan yang positif dari beberapa orang yang telah membantu baik dengan cara membimbing, mendukung secara fisik maupun batin. Untuk itu, penulis ingin memberikan rasa terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa yakni Allah SWT yang telah meridhoi dan memberikan kemudahan untuk penulis selama mengerjakan tugas akhir skripsi ini.
2. Kepada Bapak Dr. Nurudin, M.Si. selaku dosen pembimbing yang telah bersedia dan meluangkan waktu, tenaga, dan semangatnya dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi.
3. Kepada Bapak A. Rofiq dan Ibu Tanty Setyaningsih selaku ayah dan ibu dari penulis yang senantiasa memberikan semangat dan dorongan positif sejak penulis kecil hingga saat ini.
4. Seorang laki-laki dengan ukuran sepatu 41, yang menjadi bagian penting dalam setengah perjalanan masa kuliah saya, terima kasih atas selalu memberikan dukungan penulis untuk menyelesaikan tugas akhir dan semangat yang kamu berikan ketika saya dihadapkan pada ketidakpastian, semoga hal baik menyertai kita.
5. Kepada sahabat penulis Amalia Fatma Sagita, Hasna Salisa, Damai Aristianti, Tania Andaresta, Sanesta Salsabila serta SAGARA Creative yang selalu hadir

dan mendorong penulis untuk segera menuntaskan tugas akhir dengan dukungan positifnya.

6. Kepada sahabat penulis Fakhru Amalia, Renata Tsabitaliyya, dan Maryam Kalstum yang senantiasa memberi motivasi dan dukungan kepada penulis.
7. Teman – teman penulis dari pejuang masa depan yaitu Fany, Celia, Lucky, Lely, Regita, Cita, Megaran dan lain lain yang selalu bangga terhadap pencapaian penulis dan telah memberi semangat kepada penulis.
8. *Last but not least*, anak perempuan terakhir dan harapan orang tuanya, Tsalis Rofita Anggraini. Ya, diri saya sendiri. Apresiasi sebesar-besarnya untuk diri sendiri yang telah diam-diam berjuang tanpa henti. Terima kasih telah bekerja keras dan bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan kekhawatiran, namun tetap dijalani dan berhasil dilalui. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski banyak hal yang terjadi di luar prediksi. Teruslah belajar dan mensyukuri nikmat yang Tuhan berikan. Tetap semangat untuk terus berusaha, berbahagialah dimanapun kamu berada. Penulis berdoa agar langkah kecilmu selalu diperkuat, dikelilingi orang-orang baik dan hebat, serta mimpimu satu persatu akan terjawab. Aamiin.

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR KETERANGAN LULUS .....</b>	<b>iii</b>
<b>SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA .....</b>	<b>iv</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI .....</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI .....</b>	<b>vi</b>
<b>SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH .....</b>	<b>vii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PLAGIASI.....</b>	<b>viii</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL .....</b>	<b>x</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....</b>	<b>xi</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xviii</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>xix</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>xx</b>
<b>HASIL CETAK PLAGIASI.....</b>	<b>xxvii</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Tujuan Penelitian .....	6
1.4    Urgensi Penelitian.....	6
<b>BAB II .....</b>	<b>7</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>7</b>
2.1    Konsep Media Sosial .....	7
2.1.1    Pengertian Media Sosial.....	7
2.1.2    Fungsi dan Peran Media Sosial.....	8
2.2    Teori Media Sosial Hiburan.....	8
2.2.1    Teori <i>Mood Management</i> .....	8

2.2.2	Teori Media Baru .....	10
2.3	Tiktok sebagai Media Sosial .....	11
2.3.1	Sejarah dan Perkembangan Tiktok.....	11
2.3.2	Karakteristik Tiktok .....	12
2.4	Media Hiburan .....	12
2.4.1	Pengertian Media Hiburan .....	12
2.4.2	Peran Media Hiburan dalam Kehidupan Sosial .....	13
2.5	Generasi Z .....	14
2.5.1	Karakteristik Generasi Z .....	14
2.5.2	Kebiasaan Konsumsi Media Generasi Z .....	15
2.6	Pemanfaatan Media dalam Komunikasi .....	16
2.6.1	Konsep Pemanfaatan Media.....	16
2.6.2	Tiktok dalam Konteks Komunikasi Digital .....	17
2.7	Penelitian Terdahulu .....	18
<b>BAB III</b>	.....	<b>21</b>
<b>METODE PENELITIAN</b>	.....	<b>21</b>
3.1	Paradigma Penelitian.....	21
3.2	Pendekatan Penelitian .....	21
3.3	Tipe Penelitian .....	21
3.4	Sumber Data.....	22
3.5	Waktu dan Tempat Penelitian .....	24
3.6	Subjek Penelitian.....	24
3.7	Teknik Pengumpulan Data.....	25
3.8	Analisis Data .....	27
3.9	Uji Keabsahan Data.....	28
<b>BAB IV</b>	.....	<b>29</b>
<b>GAMBARAN UMUM OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN</b>	.....	<b>29</b>
4.1	UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG (UMM) .....	29
4.2	PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI .....	30
4.3	MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG .....	31
4.4	PROFIL TIKTOK .....	40

4.4.1	Fitur dan Karakteristik Tiktok.....	41
4.4.2	Tiktok Sebagai Media Hiburan.....	41
<b>BAB V.....</b>		<b>43</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>43</b>
5.1	Sajian Data .....	43
5.2	Hasil Penelitian .....	43
5.2.1	Intensitas Penggunaan TikTok.....	45
5.2.2	Pola Konsumsi Konten TikTok.....	49
5.2.3	Variasi Konten .....	52
5.2.4	Konsumsi Konten Hiburan di TikTok.....	56
5.2.5	Alasan Pemilihan TikTok sebagai Media Hiburan .....	59
5.2.6	Pengalaman Hiburan yang Paling Berkesan di TikTok .....	63
5.2.7	Fungsi TikTok Sebagai Alternatif Hiburan.....	67
5.2.8	TikTok Sebagai Ruang Sosial.....	70
5.2.9	Makna Hiburan bagi Pengguna TikTok.....	74
5.2.10	TikTok Sebagai Media Baru dengan Gaya Hidup Generasi Z .....	77
<b>BAB VI.....</b>		<b>81</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>		<b>81</b>
6.1	Kesimpulan .....	81
6.2	Saran.....	82

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Konten dan TikTok Syaro Wahyu Wibowo.....	33
Gambar 4.2 Kontem dan TikTok Tania Andaresta.....	34
Gambar 4.3 Kontem dan TikTok Amalia Fatma Sagita .....	35
Gambar 4.4 Kontem dan TikTok Verro Bhernadi Ichmawan.....	36
Gambar 4.5 Kontem dan TikTok Devi Yunita Cendrawati.....	37
Gambar 4.6 Kontem dan TikTok Marshanda Amalia Sucipto .....	38
Gambar 4.7 Kontem dan TikTok Muhammad Taufiqurrahman.....	39
Gambar 4.8 Aplikasi TikTok .....	40



## LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Survey melalui Google Form.....	90
Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara.....	97
Lampiran 3 Daftar Pertanyaan Wawancara.....	101
Lampiran 4 Tabel Transkrip Wawancara.....	102



## DAFTAR PUSTAKA

- Afifah, N., & Kuntari, S. (2025). Peran Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Sosial GenZ Di Aplikasi TikTok dan Instagram. *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 4(3), 4409–4415.
- Akbar, A. B., Hasyim, A., & Asmurti. (2024). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL TIKTOK SEBAGAI SUMBER INFORMASI BAGI GEN Z DI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NAHDLATUL ULAMA SULAWESI TENGGARA. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(2), 132–139.
- Apriyanti, H., Safaat Aeni, I., Sila Kinaya, R., Hasna Nabilla, N., Laksana, A., & Mulki Latief, L. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z meningkatkan kreatifitasnya untuk mendesain isi media yang dimiliki , dapat mengirim dan. *Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 229–237.
- Arum, S. L., Zahrani, A., & Duha, N. A. (2023). Accounting Student Research Journal. *Accounting Student Research Journal*, 2(1), 59–72.
- Bu'ulolo, W., & Hulu, M. K. (2025). PERAN MEDIA SOSIAL DALAM MENINGKATKAN ATAU MENGHAMBAT PRODUKTIVITAS MAHASISWA. *Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(1), 51–59.
- Devi, A. A. (2021). PEMANFAATAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 1(1), 1–5.
- E. Silalahi, D., Aprilya Handayani, E., Munthe, B., M. Simanjuntak, M., Wahyuni, S., Mahmud, R., Jamaludin, Alfi Laela, N., Merris Maya Sari, D., Rahman Hakim, A., & Safii, M. (2022). *LITERASI DIGITAL BERBASIS PENDIDIKAN*.
- Fadlan Aulia, B., Shofiyah Subarjah, S., & Rahma, Y. (2024). Media Sosial Sebagai Sarana Peningkatan Literasi Digital Masyarakat. *Jurnal Bima: Pusat Publikasi Ilmu Pendidikan Bahasa Dan Sastra*, 2(2), 86–93.

- Fajrin Triananda, S., Anggraeni Dewi, D., & Furi Furnamasari, Y. (2021). *Peranan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Remaja*. 5(3), 9106–9110.
- Fauziah, I. N. N., Saputri, S. A., & Herlambang, Y. T. (2024). TEKNOLOGI INFORMASI: DAMPAK MEDIA SOSIAL PADA PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(1), 757–766.
- Hasmawati, Mahdar, & Nasir, L. O. M. (2024). Transformasi karakter siswa melalui interaksi media sosial tiktok 1). *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendi*, 2(2), 211–216.
- Indah Paramitha, D., Dziqie Aulia Al Farauqi, M., & Kinanthi Damarin Tyas, I. (2023). Literasi Digital Pengguna Internet Indonesia Guna Mewujudkan Budaya Damai di Ruang Mayantara. *Jurnal Kewarganegaraan*, 7(1), 1208–1215.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU ( NEW MEDIA ) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK Studi Ilmu Politik , Universitas Pembangunan Nasional “ Veteran ” Jakarta ; 2 Program Studi Ilmu Politik Sekolah Tinggi Ilmu Pemerintahan Abdi Negara ( STIP-AN ). *Jurnal Ilmiah Falkutas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau*, 8(1), 1–17.
- Jaya, M., & Zahara, R. (2022). HIBURAN MEDIA (TEORI TEORI UNIVERSAL HIBURAN MEDIA , HIBURAN SEBAGAI MESIN EMOSI, HIBURAN SEBAGAI KOMUNIKASI, TEORI HIBURAN INTERAKSI). *Jurnal Ilmiah Teknik Informatika Dan Komunikasi*, 2(1), 73–87.
- Khairunnisa. (2024). Strategi P ategi Penggunaan Content Mark enggunaan Content Marketing P eting Pada Pengguna TikT engguna TikTok dan Instagr dan Instagram Berdasarkan A dasarkan Audience Beha udience Behaviour di P viour di Perusahaan X. *Jurnal Vokasi Indonesia*, 12(1). <https://doi.org/10.7454/jvi.v12i1.1215>
- Kinanti, D., & Zulaikha, Y. (2022). PENGGUNAAN APLIKASI TIK TOK SEBAGAI MEDIA KREATIVITAS DI KALANGAN REMAJA GEN Z. *JOURNAL*

*COMMUNICATION SPECIALIST*, 10(10), 1–12.

Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode Penelitian Kualitatif*.

Lestari, S., Putranto, B. Y., Zahrawi, T. F., Anwar, M., Londa, A., Rahayu, B., & Simamora, M. (2024). AKSESIBILITAS INFORMASI BAGI PEMILIH DISABILITAS MELALUI DIGI-EDVOT (DIGITAL LEARNING FOR DISABLED YOUNG VOTERS) UNTUK PEMILU 2024 YANG INKLUSIF. *Jurnal Keterbukaan Informasi Publik*, 3(3), 1–103.

Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(1), 1–13.

Lubis, N. S., Rohani, L., & Devianty, R. (2022). MOTIF PENGGUNA APLIKASI TIK TOK DI KALANGAN MAHASISWA. *SIBATIK JOURNAL*, 1(12), 2835–2844.

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

Mardianto, D. (2023). Komunikasi Ekspresif Penggunaan Media Sosial TikTok ( Studi Kasus Generasi Z Usia 18-23 Tahun ). *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 3(2), 50–58.

Mulyani, Y. S., Wibisono, T., & Hikmah, A. B. (2022). Pemanfaatan media sosial TikTok untuk pemasaran bisnis digital sebagai media promosi. *Jurnal Ilmiah Hospitality*, 11(1), 291–296.

Niam, M. F., Rumahlewang, E., Umiyati, H., Dewi, N. P. S., Atiningsih, S., Haryati, T., Magfiroh, I. S., Anggraini, R. I., Mamengko, R. P., Fathin, S., Mola, M. S. R., Syaifuddin, A. A., & Wajdi, F. (2024). *Metode Penelitian KUALITATIF*.

Nur Husna, A., & Rianto, P. (2021). Membaca Komentar di Media Sosial Sebagai Hiburan Reading Comments on Social Media for Entertainment. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, 1(1), 29–40.

- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. *Jurnal Ilmu Pertahanan, Hukum Dan Ilmu Komunikasi*, 1(6), 95–102. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Oktaviananda, D. S., Damayani, N. A., & Saepudin, E. (2023). Literasi real person fanfiction sebagai media hiburan bagi penggemar Korean Pop. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 2(7), 497–507.
- Parapat, D. A., & Azhar, A. A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Berita Bagi Mahasiswa FIS UIN Sumatera Utara Medan. *Gudang Jurnal Multidisiplin Ilmu*, 2(10), 46–56.
- Putri, F. K., Manalu, S. R., & Gono, J. N. S. (2024). POLA KONSUMSI INFORMASI MELALUI MEDIA DI KALANGAN GENERASI Z (Studi terhadap SMAN 4, SMAN 9, SMA Mardiswa, dan SMA Al-Azhar 14 di Kota Semarang). *Interaksi Online*, 12(4), 279–295.
- Qadir, A. (2024). MEDIA SOSIAL(DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA). *Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, 3(6), 2713–2724.
- Rachmat Kriyantono, S.Sos., M. S. (2006). *Teknik Praktis Riset komunikasi* (G. Azmi (ed.); Pertama). KENCANA. [https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gI9ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=related:jzreVc\\_ajJQJ:scholar.google.com/&ots=b0gduss53f&sig=L692hqt13Z38NmqEVhTloCG8eS8&redir\\_esc=y#v=onepage&q&f=false](https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=gI9ADwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=related:jzreVc_ajJQJ:scholar.google.com/&ots=b0gduss53f&sig=L692hqt13Z38NmqEVhTloCG8eS8&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false)
- Rafiq, A. (2020). DAMPAK MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL SUATU MASYARAKAT. *GLOBAL KOMUNIKA*, 1(1).
- Rafli, M., & Fitriani, R. S. (2025). Bahasa Gaul Positif dan Negatif di Kalangan Gen Z pada Era Digital. *Jurnal Sosiohumaniora Kodepena*, 6(2), 168–173.
- Rahayu, R., & Rindrayani, S. R. (2025). Menguji keabsahan data penelitian kualitatif. *Jurnal Pendidikan Dan Keguruan*, 3(2).

Rakhmat, J. (2007). *PSIKOLOGI KOMUNIKASI*.

Ramadhani, N. F. (2024). *Gen Z Paling Rajin Konsumsi Media, Daya Fokus Paling Rendah*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/gen-z-paling-rajin-konsumsi-media-daya-fokus-paling-rendah-yHpHz>

Reinecke, L. (2017). *Mood Management Theory* (P. Rössle, C. A. Hoffner, & L. van Zoonen (eds.)). In *The International Encyclopedia of Media Effects*. <https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0085>

Reuters. (2022). *GoTo, TikTok compliance with Indonesia's trade regulation nears 100%, says GoTo CEO*. Reuters. <https://www.reuters.com/technology/goto-tiktok-compliance-with-indonesias-trade-regulation-nears-100-says-goto-ceo-2024-02-28/>

Salsabila, A., Herlambang, F., Syakira, M. S., Immanuel, S., & Susiswani, F. (2025). Efek Konsumsi Konten Hiburan Digital terhadap Manajemen Stres di Komunitas Discord @ motionime. *MUKASI: Jurnal Ilmu Komunikas*, 4(1), 39–51. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i1.3935>

Saputra, R., & Yuliani, F. (2024). PERAN KONTEN TIKTOK @VMULIANA SEBAGAI KEBUTUHAN INFORMASI MAHASISWA AKHIR. *Jurnal J-SIKOM*, 5(2), 114–126.

Sari, H., Mahmuddin, & Muhammad, F. (2026). Transformasi Dakwah di Era Digital: Tantangan dan Pendekatan Efektif bagi Generasi Z Indonesia. *Cendekia*, 3(1), 28–34.

Siahaan, C., Laia, A. P., & Adrian, D. (2022). STUDI LITERATUR: MEDIA SOSIAL “TIKTOK” DAN PEMBENTUKAN KARAKTER REMAJA. *Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(4).

Sinaga, P., Partini, A., ZamzandaniSadam, Khalil, M. I., & Purwanti, S. (2024). PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI MEDIA HIBURAN BAGI GENERASI Z. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 07(02), 161–179.

<https://doi.org/10.3258/mediakom.v7i02.2004>

Socialinsider. (2025). *NEW STUDY: TikTok Benchmarks 2025*. LinkedIn.Com.

*Special report digital 2024 Your ultimate guide to the evolving digital world*. (2024).

We Are Social. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>

Srg, R. A. M. (2024). Peran Media Digital dalam Meningkatkan Keterlibatan dan Partisipasi Publik : Transformasi Komunikasi di Era Informasi dan Sosial. *Jurnal Sains Student Research*, 2(6), 506–513.

Sunaryanto, K., & Idrus, O. (2025). Karakteristik Generasi Z Dan Dampak Produktivitas Kerja Pada Dunia Kerja Di Indonesia. *Jurnal Sains Dan Teknologi*, 7(3), 37–43.

Tamonob, M. M., Wutun, M., & Swan, M. V. D. P. (2023). APLIKASI TIKTOK DAN PERILAKU CANDU REMAJA (TIKTOK APPLICATION AND ADOLESCENT ADDICTIVE BEHAVIOR). *Jurnal Mahasiswa Komunikasi*, 3(2), 251–264.

*TikTok ends retail business in Indonesia after ban on social media shopping*. (2023). Apnews. <https://apnews.com/article/indonesia-tiktok-ecommerce-ban-china-62e5ef9f366d8cfd4a94427393bb5aba>

Tinambunan, C. P., Syailendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Analisis Perilaku Generasi Z dalam Menentukan Pilihan Politik. *Sosio E-Kons: Jurnal Ilmu Sosial Dan Ekonomi*, 16(3), 325–337.

Uddin, B., Liani, N., & Cahyani, I. (2024). Peran Media Sosial TikTok dalam Membentuk Perilaku Remaja: Tinjauan dari Perspektif Teknologi Informasi. *Jurnal Nasional Komputasi Dan Teknologi Informasi*, 7(1). [https://www.researchgate.net/publication/380271497\\_Peran\\_Media\\_Sosial\\_TikTok\\_dalam\\_Membentuk\\_Perilaku\\_Remaja\\_Tinjauan\\_dari\\_Perspektif\\_Teknologi\\_Informasi](https://www.researchgate.net/publication/380271497_Peran_Media_Sosial_TikTok_dalam_Membentuk_Perilaku_Remaja_Tinjauan_dari_Perspektif_Teknologi_Informasi)

Umm, F. (2024). *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang Program Studi Ilmu Komunikasi*. Umm.Ac.Id.  
<https://komunikasi.umm.ac.id/>

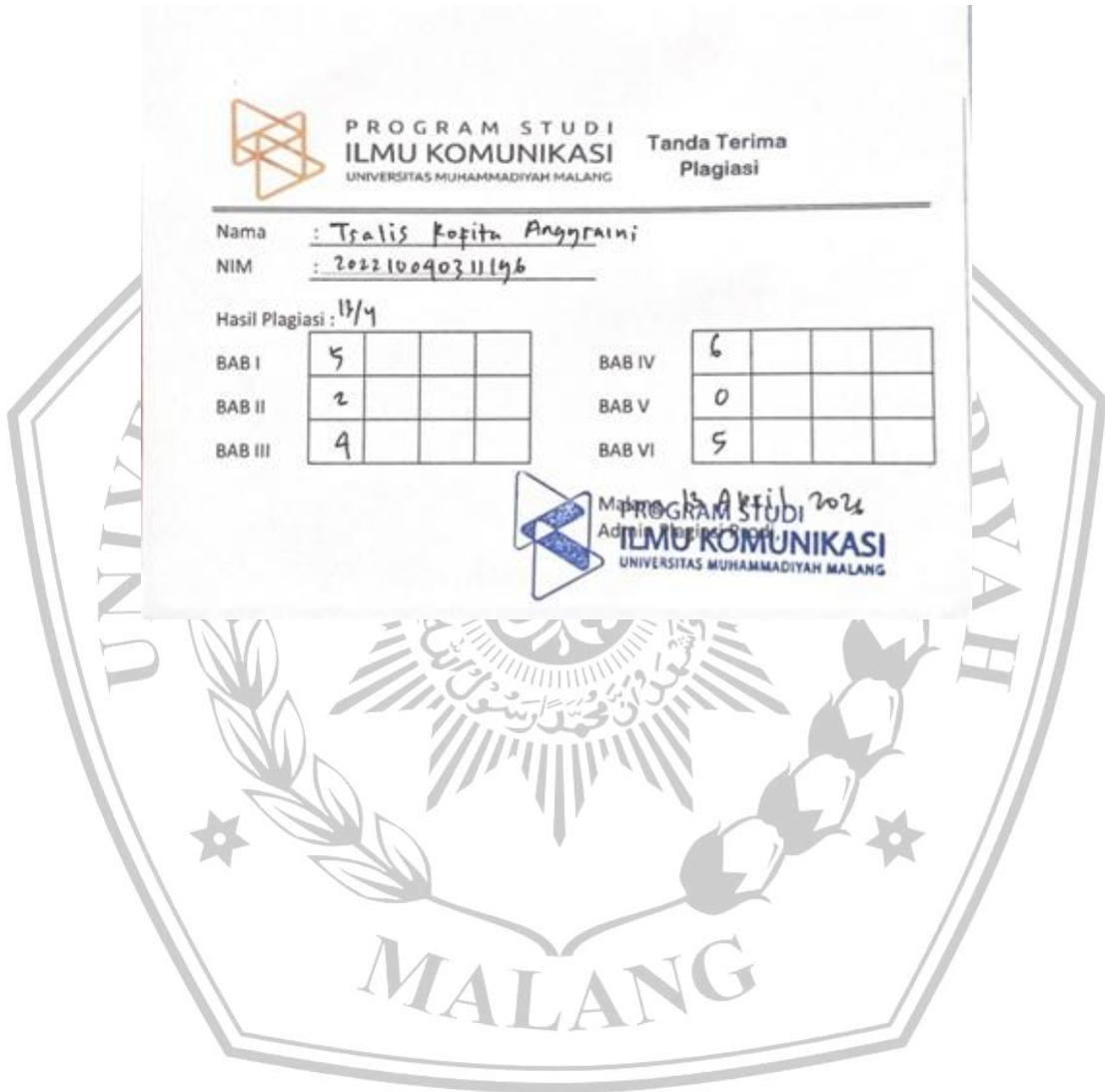
Utami, A. D. V., Nujiana, S., & Hidayat, D. (2021). APLIKASI TIKTOK MENJADI MEDIA HIBURAN BAGI MASYARAKAT DAN MEMUNCULKAN DAMPAK DITENGAH PANDEMI COVID-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 40–47.


Wafa, I. (2025). *Publik RI Habiskan Hampir 45 Jam Sebulan di TikTok, Kalahkan Rata-rata Global*. Good Stats.

Wuwungam, K. E., Himpong, M. D., & Lotulung, L. J. H. (2022). Pemanfaatan media sosial tiktok sebagai sarana edukasi bagi mahasiswa. *Acta Diurna Komunikasi*, 4(2).

Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, 31(03), 327–340. [https://doi.org/Reinecke, L. \(2017\). Mood Management Theory. In The International Encyclopedia of Media Effects. Wiley. https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0085](https://doi.org/Reinecke, L. (2017). Mood Management Theory. In The International Encyclopedia of Media Effects. Wiley. https://doi.org/10.1002/9781118783764.wbieme0085) ✓  
Zillmann, D. (1988). Mood management through communication choices. *American Behavioral Scientist*, 31(3), 327–340. <https://doi.org/10.1177/000276488031003005> ✓  
Zillmann, D. (2000). Mood Management in the Context of Selective Exposure Theory. *Annals of the International Communication Association*, 23(1), 103–123. <https://doi.org/10.1080/23808985>

### HASIL CETAK PLAGIASI




 PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Tsalis Rofita Anggraini  
NIM : 202210040311196

Hasil Plagiasi : 14/4

BAB I	5			BAB IV	6		
BAB II	2			BAB V	0		
BAB III	4			BAB VI	5		

 PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

15 April 2024