

Pengaruh Penggunaan Fitur *Streak* pada Platform TikTok terhadap Tingkat *User Engagement* Mahasiswa dengan Tiktok

(studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 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 :
Arya Nabila Revina

NIM :
202210040311386

Dosen Pembimbing :
Jamroji, S.Sos., M.Comms

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

2026

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH PENGGUNAAN FITUR STREAK TERHADAP TINGKAT USER
ENGAGEMENT MAHASISWA DENGAN TIKTOK

Diajukan Oleh :

ARYA NABILA REVINA
202210040311386

Telah disetujui
Rabu / 15 Juli 2026

Pembimbing I



Jamroji, S.Sos., M.Comms

Wakil Dekan I



Dr. Joka Wicaksono, M.Si.

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Syvo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN



SURAT PERNYATAAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2026

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: Arya Nabila Revina
No. Induk Mahasiswa	: 202210040311386
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Pengaruh Penggunaan Fitur Streak Pada Platform TikTok terhadap Tingkat User Engagement Mahasiswa dengan Tiktok (studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)

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

Malang , 18 Juni 2026

Dosen Pembimbing


Jamroji. S.Sos., M.Comms



UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Baimang 1 Malang Jawa Timur
P +62 341 561 253 (Surung)
F +62 341 860 436

Kampus II
Jl. Sindurung-Gubare No 166 Malang, Jawa Timur
P +62 341 551 149 (Surung)
F +62 341 862 080

Kampus III
Jl. Raya Tugorejo No 246 Malang, Jawa Timur
P +62 341 464 318 (Surung)
F +62 341 862 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Arya Nabila Revina
NIM	: 202210040311386
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 :
Pengaruh Penggunaan Fitur Streak Pada Platform TikTok terhadap Tingkat User Engagement Mahasiswa dengan Tiktok (studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 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, 18 Juni 2026

Yang Menyatakan,



04337ANX379186508
Arya Nabila Revina



UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Bawakng 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (telpn)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bawakng 1 Malang No. 160 Malang Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (telpn)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tugomas No. 240 Malang Jawa Timur
P. +62 341 864 318 (telpn)
F. +62 341 860 435
E. webmaster@umm.ac.id

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Arya Nabila Revina
NIM : 202210040311386
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Fitur Streak Pada Platform
TikTok terhadap Tingkat User Engagement Mahasiswa dengan Tiktok (studi pada Mahasiswa
Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)

Disetujui,
Pembimbing



Jamroji. S.Sos., M.Comms

Mengetahui,
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styowibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Pahlawan 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 850 435

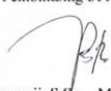
Kampus II
Jl. Bendungan Kidare No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 140 (Hunting)
F: +62 341 582 080

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

SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN			
 UMMPASTI	Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/VI/2026			
	Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:			
	NAMA : Arya Nabila Revina			
	NIM : 202210040311386			
	Program Studi : Ilmu Komunikasi			
Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (delapan) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan BEBAS KULIAH Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.				
Malang, 18 Juni 2026				
Ketua Program Studi				
				
Novin Farid Styowibowo, M.Si				
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bawendung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 555 253 (Hunting) F. +62 341 460 435</td><td>Kampus II Jl. Bawendung 1 (Gedung No. 168) Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 140 (Hunting) F. +62 341 582 080</td><td>Kampus III Jl. Raya Tugomas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 480 435 E. webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bawendung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 555 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bawendung 1 (Gedung No. 168) Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 140 (Hunting) F. +62 341 582 080	Kampus III Jl. Raya Tugomas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 480 435 E. webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bawendung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 555 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bawendung 1 (Gedung No. 168) Malang, Jawa Timur P. +62 341 501 140 (Hunting) F. +62 341 582 080	Kampus III Jl. Raya Tugomas No. 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 480 435 E. webmaster@umm.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 DENGAN JUDUL: Pengaruh Penggunaan Fitur Streak Pada Platform TikTok terhadap Tingkat User Engagement Mahasiswa dengan Tiktok (studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)			
	Oleh: Nama : Arya Nabila Revina NIM : 202210040311386			
	Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi			
	Menyetujui, Malang, 18 Juni 2026			
	Pembimbing I/Promotor  Jamroji. S.Sos., M.Comms NIP. 10302030373			
 STARS	(*) Coret yang tidak perlu			
	<table border="0"><tr><td>Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 252 (Hunting) F: +62 341 860 438</td><td>Kampus II Jl. Bendungan Sukorejo No. 155 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 140 (Hunting) F: +62 341 582 080</td><td>Kampus III Jl. Raya Tuguomas No. 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 404 318 (Hunting) F: +62 341 800 435 E: webmaster@umm.ac.id</td></tr></table>	Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 252 (Hunting) F: +62 341 860 438	Kampus II Jl. Bendungan Sukorejo No. 155 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 140 (Hunting) F: +62 341 582 080	Kampus III Jl. Raya Tuguomas No. 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 404 318 (Hunting) F: +62 341 800 435 E: webmaster@umm.ac.id
Kampus I Jl. Bawakng 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 252 (Hunting) F: +62 341 860 438	Kampus II Jl. Bendungan Sukorejo No. 155 Malang, Jawa Timur P: +62 341 551 140 (Hunting) F: +62 341 582 080	Kampus III Jl. Raya Tuguomas No. 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 404 318 (Hunting) F: +62 341 800 435 E: webmaster@umm.ac.id		

HASIL CEK PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**Tanda Terima
Plagiasi**

Nama : Arya Nabila Revina
NIM : 202210040311386

Hasil Plagiasi : 26/6 27/6 30/6

BAB I	8			
BAB II	12			
BAB III	31	23	11	

BAB IV	29	16		
BAB V	10			
BAB VI	25	14		

Malang, 30 Juni 2026
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UMM
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



UMMPASTI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

BERITA ACARA SEMINAR HASIL

PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari : Selasa
Tanggal : 16 Juni 2026
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh :

1. Nama : Arya Nabila Revina
2. NIM : 202210040311386
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Fitur Streak Pada Platform TikTok terhadap Tingkat User Engagement Mahasiswa dengan Tiktok (studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)
6. Dosen Pembimbing : Jamroji, S.Sos., M.Comms
7. Dosen Penguji : Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom

Seminar hasil dilakukan secara daring / online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link
<https://us06web.zoom.us/j/83747625358?pwd=SlQRvzDdO6G4szBPKIRnmSYnAPsnCL>
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, dan 15 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS.

Malang, 16 Juni 2026

Dosen Pembimbing



Jamroji, S.Sos., M.Comms

Dosen Penguji



Dr. Zen Amiruddin, S.Sos., M.Med.Kom

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styowibowo, M.Si



UN-QA
STARS

Kampus I
Jl. Blandong 1 Malang Jawa Timur
P. +62 341 591 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Blandong Rukmi No 108 Malang Jawa Timur
P. +62 341 591 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tuguas No 340 Malang Jawa Timur
P. +62 341 464 219 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG




Lampiran Daftar Hadir Peserta Seminar Hasil

No.	Nama	NIM	Program Studi	Instansi
1.	Alvia Frisca Amanda R.	202210040311235	Ilmu Komunikasi	UMM
2.	Maulidatus Syarifah	202210040311395	Ilmu Komunikasi	UMM
3.	Davia Tsabitah Putri	202210040311338	Ilmu Komunikasi	UMM
4.	Haikal Hafiz Asiqin	202210040311392	Ilmu Komunikasi	UMM
5.	Hany Saninda Zahiral P.	202210040311429	Ilmu Komunikasi	UMM
6.	Shizuka Cecilia	202210040311445	Ilmu Komunikasi	UMM
7.	Taufinalia Suseno	202210040311224	Ilmu Komunikasi	UMM
8.	Yuhana Oktaviana	202210040311299	Ilmu Komunikasi	UMM
9.	Fabian Archie	202210040311296	Ilmu Komunikasi	UMM
10.	Manzila Nurul Istiqomah	202210370311402	Ilmu Komunikasi	UMM
11.	Tasha Maharani Dewi	202210110311566	Hukum	UMM
12.	Fryza Bimby	-	-	UB
13.	Aisyah Ninda Brilianti	-	-	UB
14.	Aprilia Putri Maharani	-	-	UM
15.	Vandy Achirul	-	-	UMUM



UN-QA

Kampus I
Jl. Darmasari 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 252 (Pusat)
F: +62 341 866 436

Kampus II
Jl. Bendulungan Sidem No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 501 140 (Pusat)
F: +62 341 582 003

Kampus III
Jl. Raya Tlogowarno No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 219 (Pusat)
F: +62 341 463 435
E: sekretariat@umm.ac.id

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Arya Nabila Revina
2. NIM : 202210040311386
3. Jurusan : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Fitur Streak Pada Platform TikTok terhadap Tingkat User Engagement Mahasiswa dengan Tiktok (studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2022 Universitas Muhammadiyah Malang)
6. Pembimbing : Jamroji, S.Sos., M.Comms
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
11 April 2025	Pengajuan Judul	
18 Oktober 2025	ACC Bab I, II, III	
2 Desember 2025	Seminar Proposal Pertama	
15 Januari 2026	Seminar Proposal Kedua	
9 Maret 2026	Acc Seminar Proposal (Penelitian)	
14 April 2026	Progress BAB IV & V	
26 Mei 2026	Revisi BAB IV & V	
4 Juni 2026	ACC Seminar Hasil	
16 Juni 2026	Seminar Hasil	

Malang, 16 Juni 2026

Dosen Pembimbing

Jamroji, S.Sos., M.Comms



Kampus I

Jl. Bawangs I Malang Jawa Timur
P. +62 341 591 293 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutomo No 168 Malang Jawa Timur
P. +62 341 501 140 (Hunting)
F. +62 341 582 000

Kampus III

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

ABSTRAK

ABSTRAK

Arya Nabila Revina, NIM 202210040311386, Pengaruh Penggunaan Fitur *Streak* pada Platform TikTok terhadap Tingkat *User Engagement* Mahasiswa dengan TikTok (studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Tahun 2022 Universitas Muhammadiyah Malang), Skripsi Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. 2026.

Perkembangan platform media sosial TikTok telah mendorong inovasi fitur-fitur berbasis gamifikasi. salah satunya adalah fitur *streak* yang dirancang untuk meningkatkan konsistensi interaksi pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penggunaan fitur *streak* pada platform TikTok terhadap tingkat *user engagement* mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 di Universitas Muhammadiyah Malang. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode survei melalui kuesioner berskala Likert 1–5. Populasi penelitian berjumlah 340 mahasiswa, dengan sampel sebanyak 77 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin (margin error 10%) dan teknik *simple random sampling*. Landasan teori yang digunakan adalah Teori Gamifikasi dan *Uses and Gratifications Theory*.

Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara penggunaan fitur *streak* TikTok terhadap tingkat *user engagement*, dengan koefisien korelasi sebesar $r = 0,716$ yang mengindikasikan hubungan positif yang kuat. Koefisien determinasi sebesar $r^2 = 0,513$ menunjukkan bahwa fitur *streak* berkontribusi sebesar 51,3% terhadap peningkatan *user engagement*, sementara 48,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar penelitian. Nilai signifikansi $0,001 < 0,05$ mengonfirmasi bahwa hipotesis penelitian diterima. Temuan tambahan mengungkapkan bahwa responden perempuan menunjukkan keterikatan psikologis yang lebih tinggi terhadap fitur *streak* dibandingkan responden laki-laki. Penelitian ini menegaskan bahwa mekanisme gamifikasi seperti fitur *streak* berperan efektif dalam mempertahankan dan meningkatkan keterlibatan pengguna di platform media sosial digital.

Kata Kunci: Gamifikasi, Fitur *Streak* TikTok, *User Engagement*, Media Sosial, Komunikasi Digital

Malang, 5 juni 2026

Mengetahui

Peneliti



Arya Nabila Revina

Dosen Pembimbing



Jamroji, S.Sos., M.Comms

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SWT, atas segala rahmat dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan bagi seluruh umat manusia.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, serta dukungan 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 dan karunia-Nya yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, kemudahan, serta kelancaran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. **Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE, M.Si**, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. **Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si.**, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. **Bapak Novin Farid Styowibowo, S.Sos., M.Si.**, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. **Bapak Jamroji, S.Sos., M.Comms**, selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, nasihat, serta motivasi kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.
6. **Seluruh Bapak/Ibu Dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang** yang telah memberikan bimbingan serta ilmu pengetahuan yang bermanfaat selama masa perkuliahan penulis.
7. **Mama dan Ayah tercinta**, yang telah berjuang dan mengusahakan segala sesuatunya agar anak pertamanya dapat menempuh pendidikan hingga jenjang perguruan tinggi. Terima kasih atas doa, kasih sayang, dan dukungan yang tak pernah putus. Terutama kepada mama saya sebagai tempat saya berkeluh kesah mulai

8. **Kedua adik penulis, Farel dan Fardan**, yang selalu bersedia mengantar dan menjemput kakaknya kuliah. Terima kasih atas bantuan dan perhatian kalian selama ini.
9. **Sahabat-sahabat SGN, Ninda, Vandy, Pupung, April, Arya, dan Erni**, yang telah dengan sabar membantu dan menemani proses penyusunan skripsi ini dari awal hingga akhir. Kepada ninda yang sudah mau membantu mencari jurnal, kepada vandy yang sudah mau ditanya segala pertanyaan dalam penyusunan proposal, kepada pupung yang sudah mau membantu dalam penginstalan software spss agar dapat digunakan oleh penulis, dan kepada april, arya dan erni yang telah memberikan dukungan moral.
10. **Teman-teman seperjuangan bimbingan Bapak Jamroji, Hany, Via, dan teman-teman lainnya**, yang turut memahami dan merasakan betapa besar perjuangan dalam menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih kepada hany dan via yang sudah mau bersama-sama selalu untuk bimbingan bersama, menunggu bersama hingga akhirnya bisa sampai di titik ini,
11. **Teman seperjuangan kuliah, Lili dan Nana**, teman sejak awal perkuliahan hingga saat ini, yang selalu bersedia menemani dan memberikan dukungan di setiap proses yang dijalani. Terimakasih kepada lili karena sudah mau berteman dan membantu penulis dari awal kuliah hingga saat ini, terimakasih juga kepada nana teman yang bertemu pada praktikum tetapi bisa hingga sekarang berteman.
12. **Kepada Haikal Hafiz Asiqin**, yang telah menemani penulis sejak awal kuliah hingga saat ini, mulai dari menyusun KRS bersama dengan beban 9 SKS dalam sehari agar penulis bisa bekerja di hari libur, menjalani PMM bersama, Praktikum 1 hingga 3, hingga menemani penulis menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kesabaran, dukungan, dan kebersamaannya selama ini.
13. **Terakhir**, kepada diri penulis sendiri, yang telah berhasil bertahan dan berjuang menyelesaikan kuliah sambil bekerja, serta dapat lulus tepat waktu. Terima kasih atas segala usaha, kesabaran, dan keteguhan hati selama proses ini.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN.....	i
LEMBAR PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN SIAP DIUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN HASIL KARYA.....	iv
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH.....	vi
LEMBAR PERSETUJUAN PLAGIASI.....	vii
HASIL CEK PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....	ix
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL.....	x
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	xi
ABSTRAK.....	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
BAB I	
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah :	5
1.3 Tujuan Penelitian :	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Teoritis:.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis :	5
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Tiktok sebagai Komunikasi Digital.....	7
2.1.1 Konsep Komunikasi Digital.....	7
2.1.2 Karakteristik Komunikasi Digital.....	8
2.1.3 Unsur Komunikasi Digital.....	9
2.2 Media Sosial.....	11
2.2.1 Pengertian Media Sosial.....	11
2.2.2 Karakteristik Media Sosial.....	13
2.2.3 Jenis Media Sosial.....	16
2.2.4 Dampak Media Sosial.....	21
2.3 Tiktok sebagai Fitur Komunikasi Digital.....	22
2.3.1 Konsep Tiktok.....	22

2.3.2 Fungsi dan Manfaat TikTok sebagai Fitur Komunikasi Digital.....	24
2.4 Gamifikasi.....	26
2.4.1 Konsep Gamifikasi.....	26
2.4.2 Gamifikasi dalam TikTok.....	26
2.5 Fitur Streak TikTok sebagai Gamifikasi TikTok.....	28
2.5.1 Konsep Fitur Streak TikTok sebagai Gamifikasi Tikok.....	28
2.5.2 Fungsi Fitur Streak TikTok.....	29
2.5.3 Mekanisme Pemulihan streak TikTok.....	30
2.6 User Engagement.....	30
2.6.1 Konsep User Engagement.....	30
2.7 Teori.....	31
2.8 Penelitian Terdahulu.....	32
2.9 Kerangka Konseptual.....	34
2.10 Hipotesis Penelitian.....	35
2.11 Definisi Konsep.....	35
2.11.1 Definisi Variabel Penelitian.....	35
2.11.2 Operasional Variabel Penelitian.....	36
BAB III	
METODE PENELITIAN.....	40
3.1 Pendekatan Penelitian.....	40
3.2 Jenis Penelitian.....	40
3.3 Metode Penelitian.....	41
3.4 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	41
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	42
3.5.1 Populasi Penelitian.....	42
3.5.2 Sampel.....	43
3.6 Perancangan Instrumen.....	44
3.7 Teknik Pengumpulan Data.....	47
3.8 Validitas dan Reliabilitas Instrument.....	48
3.8.1 Uji Validitas.....	48
3.8.2. Uji Reliabilitas.....	48
3.9 Uji Asumsi Klasik.....	48
3.9.1 Uji Normalitas.....	48
3.10 Teknik Analisis Data.....	49
3.10.1 Analisis Deskriptif.....	49
3.10.2 Uji Hipotesis (uji t).....	52
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	52
BAB IV	
GAMBARAN UMUM.....	54
4.1 Gambaran Umum Fitur Streak pada Platform Tiktok.....	54
4.2 Fitur Pemulihan saat Fitur Streak Hilang.....	54

4.3 Reward Penggunaan Fitur Streak.....	55
4.3.1 Perubahan animasi Fitur Streak.....	55
4.3.2 Poster recap Penggunaan Fitur Streak.....	56
4.4 Gambaran umum responden.....	56
4.5 Deskripsi Data Responden.....	57
4.5.1 Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
4.5.2 Berdasarkan Usia.....	59
BAB V	
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	60
5.1 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	60
5.1.1 Hasil Uji Validitas.....	60
5.1.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	62
5.1.2.1 Uji Reliabilitas Variabel X.....	62
5.1.2.2 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	63
5.2 Hasil Analisis Deskriptif.....	63
5.2.1 Distribusi Variabel.....	64
5.2.1.1 Frekuensi Penggunaan Fitur Streak pada Platform Tiktok.....	64
5.2.1.2 Frekuensi Tingkat User Engagement.....	66
5.2.2 Analisis Deskriptif Data Penelitian (Crosstabulation).....	68
5.2.2.1 Analisis Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Variabel X.....	69
5.2.2.2 Analisis Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Variabel Y.....	70
5.3 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	71
5.3.1 Hasil Uji Normalitas.....	71
5.4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	72
5.5 Uji Hipotesis (Uji T).....	72
5.6 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	73
5.7 Pembahasan.....	74
BAB VI	
KESIMPULAN DAN SARAN.....	77
6.1 Kesimpulan.....	77
6.2 Saran.....	78
6.2.1 Saran Akademis.....	78
6.2.2 Saran Praktis.....	78
6.2.3. Saran Metodologis.....	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
LAMPIRAN.....	86

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	33
Tabel 2.2 Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2 Instrumen Penelitian.....	45
Tabel 4.1 Data Responden.....	58
Tabel 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	59
Tabel 4.3 Rentang Usia Responden.....	59
Tabel 5.1 Tabel Uji Validitas.....	60
Tabel 5.2 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	62
Tabel 5.3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	63
Tabel 5.4 Statistik Deskriptif.....	63
Tabel 5.5 Distribusi Frekuensi Penggunaan Fitur Streak pada platform Tiktok.....	64
Tabel 5.6 Kategorisasi Nilai Interpretasi Penggunaan Fitur Streak.....	66
Tabel 5.7 Distribusi Frekuensi User Engagement.....	66
Tabel 5.8 Kategorisasi Nilai Interpretasi Tingkat User Engagement.....	68
Tabel 5.9 Hasil Analisis Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Variabel X.....	69
Tabel 5.10 Hasil Analisis Tabulasi Silang Jenis Kelamin dan Variabel Y.....	70
Tabel 5.11 Hasil Uji Normalitas.....	72
Tabel 5.12 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana.....	72
Tabel 5.13 Hasil Uji T.....	73
Tabel 5.14 Hasil Uji Koefisiensi Determinasi.....	73

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Gamifikasi Penggunaan Fitur Streak Tik Tok.....	2
Gambar 1.2 Kerangka Konseptual.....	36
Gambar 4.1 Fitur Streak di sebelah nama pengguna.....	55
Gambar 4.2 Fitur pemulihan saat Fitur Streak hilang.....	56
Gambar 4.2 Perubahan animasi Fitur Streak.....	56
Gambar 4.3 Poster recap Penggunaan Fitur Streak.....	57

DAFTAR PUSTAKA

- Akifah, A. (2020). OPTIMALISASI FUNGSI MEDIA SOSIAL DALAM PENGEMBANGAN BISNIS KULINER. 7(2).
- Andi Asari, Efa Rubawati Syaifuddin, Nurfitri Ningsi, S., Hana Diana Maria, Iwan Adhicandra, Rini Nuraini, A. B., Adie Pamungkas, Firdan Gusmara Kusumah, G. P. Y., & Murti, S. (2023). Komunikasi Digital. Penerbit Lakeisha. [https://repository.stikomogyakarta.ac.id/385/2/Buku Komunikasi Digital.pdf](https://repository.stikomogyakarta.ac.id/385/2/Buku%20Komunikasi%20Digital.pdf)
- Andreea-Elena Rus, W. C. (2024). The Influence of Duolingo 's Gamified Design Elements. [Diva-Portal.Org](https://diva-portal.org/).
- Androniki Kavoura, Teresa Borges-tiago, flavio tiago. (2023). strategic innovative marketing and tourism.
- Ardiansyah, Risnita, & Jailani, M. S. (2023). Teknik Pengumpulan Data Dan Instrumen Penelitian Ilmiah Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif. Jurnal IHSAN : Jurnal Pendidikan Islam, 1(2), 1–9. <https://doi.org/10.61104/ihsan.v1i2.57>
- Asrulla, Risnita, M.Syahrani Jailani, F. J. (2023). Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis. 7 no 3, 26320–26332
- Aulia, R. N., & Wiyono, S. N. (2023). Perspektif Pelaku Usaha Dan Konsumen Kedai Kopi Di Kota Bandung Terhadap Tren Café-Hopping. *Mimbar Agribisnis : Jurnal Pemikiran Masyarakat Ilmiah Berwawasan Agribisnis*, 9(2), 3285. <https://doi.org/10.25157/ma.v9i2.11018>
- Aulia, S. (2020). Aplikasi TikTok Dapat Memberikan Manfaat Bagi Penggunaanya. Kumparan.Com. <https://kumparan.com/salsabila-aulia/aplikasi-TikTok-dapat-memberikan-manfaat-bagi-i-penggunaanya-1uTk9l9mS8g/3>
- Bur, R., Ayuningtyas, F., & Abdul, M. (2023). Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z. 5, 189–198.

Bur, R., Fitria, A., & Abdul, M. M. (2016). PENGARUH MOTIVASI DALAM PEMBELAJARAN. In Lantanida Journal (Vol. 4, Issue 2).

Carr, C. T., & Rosaen, S. F. (2024). We ' re Going streak TikToking !: Associations Between the Gamification of Mediated Communication and Relational Closeness We ' re Going streak TikToking !: Associations Between the Gamification of Mediated Communication and Relational Closeness. *Communication Reports*, 37(3), 185–199. <https://doi.org/10.1080/08934215.2024.2334743>

Desky, F. S. S. (2024). Dampak dari Hadirnya Fitur Streak TikTok di TikTok di Kalangan Generasi Muda. <https://mediapijar.com/2024/11/dampak-dari-hadirnya-fitur-streak-TikTok-di-TikTok-di-kalangan-generasi-muda/>

Dicheva, D., & Dichev, C. (2015). Gamification in Education : Where Are We in 2015 ?

Essen, C. M. Van, & Ouytsel, J. Van. (2023). *Telematics and Informatics Reports* Snapchat streak tiktok — How are these forms of gamified interactions associated with problematic smartphone use and fear of missing out among early adolescents ? 11(September 2022).

Fadilah, R. (2025). Bestie, Gini lho Cara agar Api atau streak TikTok di TikTok Tidak Mati. <https://www.netralnews.com/bestie-gini-lho-cara-agar-api-atau-streak-TikTok-di-TikTok-tidak-mati/c2VKdVZGeXlwMGdueWcxMmpVa1ZFdz09>

Farhan, A. (2023). ETIKA DAN PRILAKU MASYARAKAT INDONESIA DALAM. 1(1), 139–145.

Fathi, M. F. I. (2025). Transformasi Fitur Streak TikTok Menjadi Sistem Kebiasaan Akademik: Studi Reflektif Terhadap Disiplin Membaca Jurnal.

Febriantina, S. (2023). *Organizational Behavior (Theory and Research Mapping)* (p. 158). Penerbit Samudra Biru.

FISIP. (2024). No Title. <https://fisip.umm.ac.id/program-studi/>

- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2019). PENGARUH MEDIA SOSIAL TikTok TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA ANGKATAN 2019. 37–46.
- Gustam, rizky ramanda. (2015). KARAKTERISTIK MEDIA SOSIAL DALAM MEMBENTUK BUDAYA POPULER KOREAN POP DI KALANGAN KOMUNITAS. 3(2), 224–242.
- Herdayani, S., Safa'atul Barkah, C., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Peranan Media Sosial Dalam Mengembangkan Suatu Bisnis: Literature Review. Jurnal Administrasi Bisnis, 18(2), 103–121. <https://doi.org/10.26593/jab.v18i2.5878.103-121>
- ILHAM AGUSTIAN, HARIUS EKO SAPUTRA, A. I. (2019). No Title. 6(1), 42–60.
- Junita, A., Herda, S. N., Alim, J. A., & Ulya, Z. (2025). INSTAGRAM DALAM PERSONAL BRANDING MAHASISWA A DESCRIPTIVE QUANTITATIVE STUDY ON THE UTILIZATION OF INSTAGRAM IN STUDENTS ' PERSONAL BRANDING. 17239–17246.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523. <http://www.jstor.org/stable/2747854>
- Kemp, S. (2024). Digital 2024: Indonesia. Data Reportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133–141. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3939>
- Kusuma, R. C. S. D. (2020). Dampak Media Sosial dalam Gaya Hidup Sosial. *Jurnal Efisiensi-Kajian Ilmu Administrasi*, 17(1), 15–33.
- Limberty, V. (2023). Pengaruh Terpaan Pesan Deinfluencing Trend Terhadap Frekuensi Perilaku Konsumtif Pembelian Produk Kecantikan (Studi Eksplanatif Kuantitatif Pengaruh Terpaan Pesan Deinfluencing Trend Produk Kecantikan Oleh Beauty Influencer @Maharajasp8 Terhadap Frekuensi. Skripsi, September 2016, 53–61.

- Mandala, R. G. (2020). REFERENSI KULINER DI KOTA PEKANBARU (Deskripsi Kualitatif pada Remaja Club Mobil HRV Devotee Chapter Pekanbaru dalam Mencari Referensi Kuliner Melalui Instagram).
- Marisa, F., Akhriza, T. M., Maukar, A. L., & Wardhani, A. R. (2022). JOINTECS. 3(28), 219–228.
- Mounia Lalmas, Heather O'Brien, E. Y.-T. (2022). Measuring User Engagement. Springer.
<https://doi.org/10.1007/978-3-031-02289-0>
- Muhammad Natsir, Najmuddin M.Rasul, A. U. K. (2022). ANALISIS PENGARUH UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI TERHADAP BRAND AWARENESS PADA MEDIA MARKETING YOUTUBE JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi). 6(2), 1315–1335.
- Mulyono. (2019). Analisis Regresi Sederhana. 2019.
<https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/>
- Nidia Suriani, Risnita, M. S. J. (2023). Konsep Populasi dan Sampling Serta Pemilihan Partisipan Ditinjau. 1, 24–36.
- Populix. (2024). Media Sosial Adalah: Definisi, Fungsi, Jenis, Manfaat.
- Pratiwi, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik : Studi Kasus Media Sosial. 293–315.
- Purboyo, M. G., Amriwan, A., Tivantara, B. J., Putra, H. D., Ilmu, F., Politik, I., & Lampung, B. (2025). Ambivalensi Politik Digital : Algoritma , Gamifikasi , dan Polarisasi Generasi Z di TikTok. 11(2), 172–190.
- Rafiq, A. (2015). dilengkapi dengan fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi semakin beraneka macam, mulai dari. 18–29.
- Rahayu, D., Maryani, E., & Gemiharto, I. (2021). Komunikasi Digital Dalam Bisnis Online Produk UMKM “SO WHAT” di Era Normal Baru. Communication, 12(1), 59.
<https://doi.org/10.36080/comm.v12i1.1341>

RAHMAH, R. N. (2014). FILSAFAT ILMU KOMUNIKASI (PERSPEKTIF TEORI-TEORI KOMUNIKASI).

<https://mahasiswa.ung.ac.id/291413030/home/2014/4/14/filsafat-ilmu-komunikasi-perspektif-teori-teori-komunikasi.html#:~:text=APA> itu komunikasi?,komunikasikan/decoder) yang pasif.

Rahmanita Ginting, Agus Yulistiyono, Abdul Rauf , Sardjana Orba Manullang, Albert Lodewyk Sentosa Siahaan, Devi Putri Kussanti, Tri Endi Ardiansyah P.S, Tika Ristia Djaya, Aulia Suminar Ayu, F. E. (2021). Etika Komunikasi dalam Media Sosial : Saring Sebelum Sharing. Penerbit insania.

Rokhayah, S. (2021). Etika Bermedia Sosial. Retrieved from <https://www.djkn.kemenkeu.go.id/kpknl-pekalongan/baca-artikel/14086/Etika-Bermedia-Sosial.html>

Rosly, R. M., & Khalid, F. (2013). Gamifikasi : Konsep dan Implikasi dalam Pendidikan. 144–154.

Sabailaket, J. A. (2025). PENGARUH FITUR GAMIFIKASI streak TikTok API & streak TikTok PET TERHADAP USER ENGAGEMENT DI PLATFORM TikTok. <https://repository.uajy.ac.id/id/eprint/35111/>

Salmaa. (2023). Purposive Sampling: Pengertian, Jenis-Jenis, dan Contoh yang Baik dan Benar. 2023. <https://penerbitdeepublish.com/purposive-sampling/>

Santika, E. F. (2023). Kelompok Anak Muda Jadi Pengguna Terbesar TikTok, Usia Berapa Mereka? Databoks.

Sri, A., & Wulandari, W. (2024). Pengaruh Konten Tik Tok Terhadap Daya Serap Tik Tokers Di Dalam Memahami Materi Bahasa Indonesia Level SMA. 2(3), 164–172.

Suciati, N. M. P. (2022). Gambaran Lamanya Menstruasi dan Kadar Hemoglobin Pada Remaja Putri Di Desa Bungaya, Kecamatan Bebandem, Karangasem. POLTEKES KEMENKES DENPASAR.

Sugeng, B. (2022). Fundamental Metodologi Penelitian Kuantitatif (Eksplanatif). Deepublish.

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung, Indonesia : Alfabeta.

Sulaiman, U. (2023). Aneka Jenis Penelitian. 1, 36–46.
<https://doi.org/10.58540/sambarapkm.v1i1.157>

Sya, C., Misnawati, D., Jend, J., & No, A. Y. (2020). PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA AKUN @ YHOOPHII _ OFFICIAL SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI DENGAN PELANGGAN. 14(1), 32–41.

Tongkotow Liedfray, Fonny J. Waani, J. J. L. (2022). Jurnal ilmiah society. 2(1).

Ulhaq, N. F. (2025). Analisis Pengaruh Gamification Artifactual Affordances Pada Penggunaan Fitur Streak tiktok TikTok Terhadap User Retention Pengguna Generasi Z. <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/243621/>

Werner, S. J., & Tandkard, J. W. (2011). Teori Komunikasi Edisi 5. Prenada Media Group.

Yovanka, C. (2021). Karakteristik Platform Media Sosial dari Facebook sampai TikTok. Briefer. <https://stories.briefer.id/2021/11/08/mengenai-karakter-platform-media-sosial/>