

**PENGARUH TERPAAN KONTEN JAJANAN KAKI LIMA
DI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI DI UNTAG SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik dan Memenuhi
Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata – 1 Program Studi Ilmu
Komunikasi



Oleh:

**Fanny Fernia
NBI 1152000133**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

**PENGARUH TERPAAN KONTEN JAJANAN KAKI LIMA DI
TIKTOK TERHADAP MINAT BELI MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI DI UNTAG SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Melengkapi Tugas Akademik
dan Memenuhi Syarat Pencapaian Gelar Sarjana Strata – 1
Program Studi Ilmu Komunikasi



Oleh:

**Fanny Fernia
NBI 1152000133**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA
2024**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Fanny Fernia
NBI : 1152000133
Judul : Pengaruh Terpaan Konten Jajanan Kaki
Lima Di Tiktok Terhadap Minat Beli
Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag
Surabaya

Surabaya, 8 Juli 2024

Mengetahui
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Disetujui Oleh
Dosen Pembimbing 1


Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P
NPP. 20120870103


Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom
NPP. 20150130616

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Dipertahankan di depan Sidang Dewan Penguji Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, dan diterima untuk memenuhi syarat guna memperoleh Gelar Sarjana pada tanggal 8 Juli 2024:

Dewan Penguji

1. **Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom**

Ketua

2. **Dewi Sri Andika
Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom**

Anggota

3. **Fransisca Benedicta Avira Citra
Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom**

Anggota

Mengetahui

**Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya**



Dr. Dra. Ayun Maduwinarti, M.P

NPP. 20120870103

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Fanny Fernia

NIM : 1152000133

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Pengaruh Terpaan Konten Jajanan Kaki Lima di
TikTok terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu
Komunikasi UNTAG Surabaya

Menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang saya buat adalah benar-benar karya ilmiah saya sendiri dan atas bimbingan dari dosen pembimbing, bukan hasil plagiat dari karya ilmiah orang lain yang telah dipublikasikan dan/atau karya ilmiah orang lain yang digunakan untuk memperoleh gelar akademik tertentu.
2. Jika saya mengambil, mengutip atau menulis sebagian dari karya ilmiah orang lain tersebut akan mencantumkan sumber dan mencantumkan dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh dan atas kesadaran yang sesadar-sadarnya. Apabila ternyata di dalam naskah skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur jiplakan, saya bersedia skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang telah saya peroleh (S1) dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang undangan yang berlaku (Undang – undang Nomor 20 tahun 2003, Pasal 25 ayat 2 dan Pasal 70)

Surabaya, 8 Juli 2024

Yang membuat pernyataan



NBI. 1152000133



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45 SURABAYA
TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail : perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Fanny Fernia
NBI : 1152000133
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi: Ilmu Komunikasi
Jenis Karya : Skripsi

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, Saya menyetujui untuk
memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free
Right*), atas karya saya yang berjudul :

**“Pengaruh Terpaan Konten Jajanan Kaki Lima di TikTok
terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTAG
Surabaya”**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Nonexclusive Royalty-Free
Right*), Badan Perpustakaan 17 Agustus 1945 Surabaya berhak
menyimpan, mengalihkan media atau memformat, mengolah dalam
bentuk pangkatan data (database), merawat, mempublikasikan karya
ilmiah saya selama tetap tercantum nama saya sebagai penulis.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Pada Tanggal : 8 Juli 2024

Yang Menyatakan,



Fanny Fernia
NBL 1152000133

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi pengaruh terpaan konten jajanan kaki lima di TikTok terhadap minat beli mahasiswa Ilmu Komunikasi UNTAG Surabaya dengan menggunakan teori Terpaan Media. TikTok, sebagai platform media sosial yang populer di kalangan generasi muda, memiliki peran yang signifikan dalam mempromosikan produk, termasuk jajanan kaki lima. Penelitian ini memanfaatkan teori Terpaan Media untuk memahami bagaimana mahasiswa menggunakan TikTok untuk memenuhi kebutuhan informasi dan hiburan mereka, serta bagaimana hal ini mempengaruhi keputusan mereka dalam membeli.

Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei, melibatkan 100 mahasiswa aktif pengguna TikTok. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur frekuensi terpaan konten, minat beli, dan faktor lain seperti kepuasan dalam memenuhi kebutuhan. Analisis statistik deskriptif dan inferensial, termasuk uji korelasi Pearson, digunakan untuk mengeksplorasi hubungan antara terpaan konten dan minat beli. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten TikTok secara signifikan mempengaruhi minat beli mahasiswa, dengan 58,4% minat beli dipengaruhi oleh terpaan konten TikTok.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa konten jajanan kaki lima di TikTok memiliki dampak yang penting terhadap minat beli mahasiswa Ilmu Komunikasi, mengukuhkan peran TikTok sebagai alat komunikasi yang efektif dalam mempromosikan produk. Temuan ini memberikan kontribusi penting untuk memahami perilaku konsumen generasi muda dalam konteks pemasaran digital, serta dapat menjadi panduan bagi pelaku usaha dalam mengembangkan strategi pemasaran yang lebih efektif di media sosial.

Kata Kunci: Terpaan Konten, Minat Beli, Terpaan Media, TikTok, Mahasiswa Ilmu Komunikasi

ABSTRACT

This study aims to identify the influence of TikTok content exposure on the purchasing intention of Communication Science students at UNTAG Surabaya, using Media Exposure theory. TikTok, as a popular social media platform among young generations, plays a significant role in promoting products, including traditional street food snacks ("jajanan kaki lima"). The research employs Media Exposure theory to understand how students use TikTok to fulfill their information and entertainment needs, and how this influences their purchasing decisions.

The research methodology adopted is quantitative, utilizing a survey approach with 100 active TikTok users among the students. Data was collected through questionnaires measuring the frequency of content exposure, purchasing intentions, and other factors such as satisfaction in meeting needs. Descriptive and inferential statistical analyses, including Pearson correlation tests, were used to explore the relationship between content exposure and purchasing intention. The findings indicate that TikTok content exposure significantly influences students' purchasing intentions, with 58.4% of purchasing intentions influenced by TikTok content exposure.

In conclusion, this study highlights that TikTok content featuring traditional street food snacks has a significant impact on the purchasing intentions of Communication Science students, reinforcing TikTok's role as an effective communication tool for product promotion. These findings contribute significantly to understanding the consumer behavior of young generations in the context of digital marketing and can guide businesses in developing more effective marketing strategies on social media.

Keywords: *Content Exposure, Purchasing Intention, Media Exposure, TikTok, Communication Science Students*

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul "Pengaruh Terpaan Konten Jajanan Kaki Lima di TikTok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi di UNTAG Surabaya." Perjalanan menulis skripsi ini ibarat petualangan kuliner yang penuh dengan rasa, warna, dan tentu saja, kejutan!

Pertama-tama, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Hamim, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing pertama dan Bapak Maulana Arif, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing kedua yang telah menjadi chef utama dalam "dapur" penelitian ini. Terima kasih atas bimbingan, resep-resep ilmiah, dan kesabaran yang tak ternilai harganya.
2. Kepada dosen penguji Dewi Sri Andika Rusmana, S.I.Kom., M.Med.Kom dan Fransisca B.A. Citra Paramita, S.I.Kom., M.Med.Kom atas kesempatan dan bimbingannya dalam proses ujian skripsi saya.
3. Para dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang tidak hanya berperan sebagai pengajar tetapi juga mentor dalam perjalanan akademik saya.
4. Keluarga tercinta, yang selalu menjadi penonton setia, pendukung utama dan yang terus memberikan semangat dengan pertanyaan, "Kapan kamu lulus?" setiap kali bertemu. Terima kasih atas kasih sayang dan dukungan yang tak pernah habis.
5. Terutama untuk abang tersayang, yang telah memungkinkan peneliti melanjutkan kuliah ini hingga tuntas dan memberikan saran-saran luar biasa sepanjang perjalanan.
6. Teman-teman seperjuangan yaitu Aulia, Chaca, Mercy, Riska, Kharisma, Hana, yang telah menjadi rekan dan telah mendengarkan keluh kesah selama penyusunan skripsi dan memberikan support, semangat, dukungan, bantuan dan arahan selama perkuliahan hingga terselesaikannya skripsi ini.
7. Tidak lupa juga peneliti berterimakasih kepada sahabat yang paling mensupport secara mental yaitu Tatim, dan mas Ahmad Ghozali yang sering peneliti repotkan saat kebingungan dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Kepada diri sendiri Fanny Fernia, yang telah berjuang dan bekerja keras untuk dapat menyusun skripsi ini hingga selesai.

9. Kepada setiap individu yang tak bisa disebut satu per satu, peneliti menghaturkan rasa terima kasih yang mendalam atas segala motivasi dan dukungan yang telah dicurahkan hingga saat ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Namun, seperti halnya resep makanan yang terus disempurnakan, penulis berharap skripsi ini dapat menjadi langkah awal yang bermanfaat dan inspiratif bagi penelitian-penelitian selanjutnya.

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat, hiburan, dan tentunya wawasan baru bagi para pembaca. Terima kasih telah menjadi bagian dari perjalanan ini, dan semoga kita semua terus termotivasi untuk mengeksplorasi dunia kuliner, baik dalam konteks penelitian maupun kehidupan sehari-hari.

Selamat membaca, dan selamat menikmati setiap "gigitan" pengetahuan yang tersaji!

“Ad astra per aspera”

Surabaya, 10 Juli 2024

Fanny Fernia

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
 BAB I PENDAHULUAN	 1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	10
1.3. Tujuan Penelitian	10
1.4. Manfaat.....	10
 BAB II KAJIAN PUSTAKA.....	 11
2.1. Penelitian Terdahulu	11
2.2. Landasan Teori	16
2.2.1. Teori Terpaan Media	16
2.3. Definisi Konsep	18
2.3.1. Pengaruh	18
2.3.2. Terpaan Konten	19
2.3.3. Jajanan Kaki Lima	20
2.3.4. Aplikasi TikTok.....	20
2.3.5. Minat Beli	23
2.3.6. Pengaruh Konten Visual.....	23
2.4. Definisi Operasional	24
2.5. Kerangka Pemikiran	26
2.6. Hipotesis.....	27
 BAB III METODE PENELITIAN.....	 29
3.1. Pendekatan Penelitian.....	29
3.2. Jenis Penelitian	29
3.3. Populasi dan Sampel.....	30

3.3.1. Populasi.....	30
3.3.2. Sampel	31
3.4. Pengukuran dan Instrumen Penelitian.....	32
3.4.1. Validitas Data	32
3.4.2. Reliabilitas Data.....	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	35
3.5.1. Data Primer	35
3.5.2. Data Sekunder.....	36
3.5.3. Teknik Sampling	36
3.5.4. Purposive Sampling	37
3.5.5. Metode Pengumpulan Data	37
3.6. Teknik Analisis Data.....	38
3.7. Definisi Konsep dan Operasional Variabel	39
 BAB IV HASIL PENELITIAN.....	 43
4.1. Gambaran Objek Penelitian	43
4.1.1. Karakteristik Responden	44
4.1.2. Analisis Deskriptif.....	46
4.2. Penyajian Data (data statistic uji statistic).....	61
4.2.1. Uji Normalitas	61
4.2.2. Uji Linieritas	62
4.2.3. Uji Heteroskedastisitas	63
4.2.3.1. Uji Parsial (t)	64
4.2.3.2. Uji Regresi Linear Sederhana	65
4.2.3.3. Uji Koefisien Determinasi	65
4.3. Pembahasan	66
 BAB V PENUTUP.....	 69
5.1. Kesimpulan.....	69
5.2. Rekomendasi	70
DAFTAR PUSTAKA	73
LAMPIRAN.....	76

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Tabel penelitian terdahulu.....	14
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y.....	34
Tabel 3. 2 Cronbach's Alpha	35
Tabel 3. 3 Skor jawaban kuesioner berdasarkan skala likert.....	38
Tabel 3. 4 Tabel pertanyaan kuesioner.....	42
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	44
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Umur	45
Tabel 4. 3 Variabel X (frekuensi mengakses media 1).....	46
Tabel 4. 4 Variabel X (frekuensi mengakses media 2).....	47
Tabel 4. 5 Variabel X (frekuensi mengakses media 3).....	48
Tabel 4. 6 Variabel X (jumlah waktu yang dihabiskan 1).....	49
Tabel 4. 7 Variabel X (jumlah waktu yang dihabiskan 2).....	49
Tabel 4. 8 Variabel X (atensi 1)	50
Tabel 4. 9 Variabel X (atensi 2)	51
Tabel 4. 10 Variabel X (atensi 3)	52
Tabel 4. 11 Variabel Y (minat transaksional 1)	53
Tabel 4. 12 Variabel Y (minat transaksional 2).....	53
Tabel 4. 13 Variabel Y (kepuasan transaksional 3)	54
Tabel 4. 14 Variabel Y (minat transaksional 4)	55
Tabel 4. 15 Variabel Y (minat referensial 1)	56
Tabel 4. 16 Variabel Y (minat referensial 2)	57
Tabel 4. 17 Variabel Y (minat preferensial 1)	58
Tabel 4. 18 Variabel Y (minat preferensial 2)	59
Tabel 4. 19 Variabel Y (minat eksploratif 1).....	59
Tabel 4. 20 Variabel Y (minat eksploratif 2).....	60

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Tabel diagram presentase	2
Gambar 1. 2 Tabel negara pengguna tiktok terbanyak.....	3
Gambar 1. 3 Beberapa konten Tiktoker	7
Gambar 2. 1 Logo TikTok	20
Gambar 2. 2 Kerangka pemikiran	26
Gambar 3. 1 Rumus slovin	31
Gambar 4. 1 Konten jajanan kaki lima TikTok	43
Gambar 4. 2 Uji Normalitas One sample Kolmogorov Smirnov Test.....	61
Gambar 4. 3 Uji Linieritas.....	62
Gambar 4. 4 Uji Heteroskedastisitas	63
Gambar 4. 5 Uji parsial (t).....	64
Gambar 4. 6 Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	65
Gambar 4. 7 Uji Koefisien Determinasi	65