



**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK
@PANDAWARAGROUP TERHADAP PERILAKU
MASYARAKAT DALAM MENJAGA KEBERSIHAN
LINGKUNGAN**

(Survey Pada Followers Akun Tiktok @pandawaragroup)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**FANNI SHAFIYAH ZAHRA
44222010188**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**PENGARUH KONTEN MEDIA SOSIAL TIKTOK
@PANDAWARAGROUP TERHADAP PERILAKU
MASYARAKAT DALAM MENJAGA KEBERSIHAN
LINGKUNGAN**

(Survey Pada Followers Akun Tiktok @pandawaragroup)

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana

**UNIVERSITAS
FANNI SHAFIYAH ZAHRA
44222010188
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fanni Shafiyah Zahra

NIM : 44222010188

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Survey Pada Followers Akun Tiktok @pandawaragroup)” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 23 Desember 2025



Fanni Shafiyah Zahra

PERNYATAAN SIMILARITY CHECK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Fanni Shafiyah Zahra

NIM : 44222010188

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Survey Pada Followers Akun Tiktok @pandawaragroup)”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 27 Desember 2025, didapatkan nilai persentase sebesar 30%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 27 Desember 2025
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting) Fax 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Fanni Shafiyah Zahra

NIM : 44222010188

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Survey Pada Followers Akun Tiktok @pandawaragroup)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 20 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:
Pembimbing

Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom
NIDN: 0322029302

Jakarta, 23 Desember 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Prof. Ahmad Mulyana, M.Si

Dr. Farid Hamid, M.Si

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang selalu melimpahkan rahmat dan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan Tugas Akhir Skripsi yang berjudul **Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Survei Pada Followers Akun Tiktok @Pandawaragroup)**. Adapun tujuan dari penulisan skripsi ini adalah selain untuk menambah wawasan tentang ilmu yang penulis tempuh, tetapi juga untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam menyelesaikan Program Studi Sastra 1 (S1) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terselesaikan dengan baik tanpa dukungan, nasehat dan bantuan, serta doa dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengungkapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan bimbingan selama penyusunan skripsi.
2. Ibu Novi Erlita, S.Sos, M.A, selaku Ketua Sidang Akhir.
3. Ibu Dr. Irmulansati Tomohardjo, S.H, M.Si. selaku Penguji Ahli pada Sidang Akhir.
4. Prof. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana
5. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
6. Bapak Dr. Farid Hamid M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
7. Ibu Siti Muslichatul M, S.Ikom, M.Ikom selaku Sekretaris Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Dosen-dosen Program Studi Public Relations yang telah memberikan ilmu sejak awal perkuliahan, hingga akhir perkuliahan.

9. Terima kasih kepada seluruh responden penelitian, yang telah bersedia meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner sehingga penelitian ini dapat berjalan dengan baik.
10. Terima kasih kepada Bapak Irfan Purnama dan Ibu Reni Susila Rahayu, kedua orang tua saya yang telah memberikan segala dukungan, doa dan finansial selama proses penyelesaian tugas akhir ini.
11. Terima kasih kepada sahabat-sahabat terdekat saya Khyra, Salima, Raki, Annisa, Dita, Grace, Tachta yang selalu menemani dan memberikan dukungan dalam proses penyelesaian tugas akhir ini.
12. Terima kasih kepada seseorang yang spesial untuk saya, Calvin Gilang Nugraha yang selalu memberikan dukungan, semangat dan pengertian di setiap proses penyelesaian tugas akhir ini yang saya jalani.
13. Last but not least, saya ingin berterima kasih kepada diri saya sendiri atas atas semua kerja keras yang saya jalani dan percaya bahwa saya bisa menyelesaikan tugas akhir ini sampai dengan selesai.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian ini dapat membantu menambahkan wawasan khususnya bagi penulis dan pembaca. Demikian yang dapat penulis sampaikan. Terima kasih.

Jakarta, 20 Desember 2025

Fanni Shafiyah Zahra
44222010188

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fanni Shafiyah Zahra
NIM : 44222010188
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok @Pandawaragroup
Terhadap Perilaku Masyarakat Dalam Menjaga Kebersihan
Lingkungan (Survey Pada Followers Akun Tiktok
@pandawaragroup)

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 29 Desember 2025

Yang menyatakan,



Fanni Shafiyah Zahra

ABSTRAK

Nama : Fanni Shafiyah Zahra
Nim : 44222010188
Program Studi : Public Relations
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Media Sosial Tiktok
@Pandawaragroup Terhadap Perilaku Masyarakat
Dalam Menjaga Kebersihan Lingkungan (Survei
Pada Followers Akun Tiktok @Pandawaragroup)
Pembimbing : Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis pengaruh konten media sosial tiktok @pandawaragroup terhadap perilaku masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Pada penelitian ini terdapat dua variabel, yakni konten media sosial tiktok yang merupakan variabel bebas (X), dan perilaku masyarakat yang merupakan variabel terikat (Y).

Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification, yang memandang audiens sebagai pihak aktif dalam memilih media sesuai kebutuhan dan kepuasan yang diharapkan.

Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan paradigma positivisme. Teknik pengambilan sampel menggunakan *Non-Probability Sampling* dengan *Purposive Sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji statistik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh nilai R square sebesar 65,7% yang artinya bahwa konten Tiktok @pandawaragroup berpengaruh signifikan terhadap perilaku masyarakat.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa konten Tiktok @pandawaragroup berpengaruh signifikan terhadap perilaku masyarakat dalam menjaga kebersihan lingkungan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa Public Relations dalam perencanaan kampanye berbasis media sosial.

Kata Kunci: Konten Media Sosial, Perilaku Masyarakat, Tiktok

ABSTRACT

Name : Fanni Shafiyah Zahra
NIM : 44222010188
Study Program : Public Relations
Thesis Title : The Influence of TikTok Social Media Content
@Pandawaragroup on Public Behavior in Maintaining
Environmental Cleanliness (A Survey of Followers of the
TikTok Account @Pandawaragroup)
Advisor : Muthia Rahayu, S.I.Kom, M.I.Kom

This study aims to measure and analyze the influence of TikTok social media content by @pandawaragroup on public behavior in maintaining environmental cleanliness. The research involves two variables: TikTok social media content as the independent variable (X) and public behavior as the dependent variable (Y).

This research applies the Uses and Gratification theory, which views audiences as active individuals who select media based on their needs and the gratification they seek.

The research method used is a quantitative approach with a survey method and a positivist paradigm. The sampling technique employed is Non-Probability Sampling using Purposive Sampling. Data were collected through a Likert-scale questionnaire and analyzed using statistical tests.

The results show that the R-square value is 65.7%, indicating that TikTok content from @pandawaragroup has a significant influence on community behavior.

Based on the findings, it can be concluded that TikTok content from @pandawaragroup has a significant influence on community behavior in maintaining environmental cleanliness. This study is expected to serve as a reference for Public Relations students in planning social media-based campaigns.

Keywords: Social Media Content, Public Behavior, Tiktok

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	23
2.2.1 Komunikasi	23
2.2.2 Komunikasi Digital	24
2.2.3 Media Baru (<i>New Media</i>)	25
2.2.4 Media Sosial	27
2.2.5 Teori <i>Uses and Gratification</i>	30
2.2.6 Konten	32
2.2.7 Perilaku Masyarakat	33

2.2.8 Kebersihan Lingkungan	35
2.3 Hipotesis Teori.....	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Paradigma Penelitian	38
3.2 Metode Penelitian	38
3.3 Populasi dan Sampel.....	39
3.3.1 Populasi	39
3.3.2 Sampel.....	40
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	42
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	43
3.4.1 Definisi Konsep.....	43
3.4.2 Operasional Konsep	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	46
3.5.1 Data Primer	46
3.5.2 Data Sekunder	47
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	47
3.6.1 Uji Validitas	47
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	49
3.7 Teknik Analisis Data	51
3.7.1 Uji Koefisien Determinasi	51
3.7.2 Analisis Regresi Linier Sederhana	52
3.7.3 Uji-f.....	53
3.7.4 Uji-t	53
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	55
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	55
4.1.1 Profil Singkat Akun Tiktok @pandawaragroup.....	55
4.2. Hasil Penelitian.....	57
4.2.1 Karakteristik Responden	57
4.2.2 Analisis Variabel X (Konten Media Sosial Tiktok).....	60
4.2.3 Analisis Variabel Y (Perilaku Masyarakat)	71
4.3. Hasil Analisis Data	82

4.3.1 Uji Koefisien Determinasi.....	82
4.3.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	84
4.3.3 Uji f	85
4.3.4 Uji t.....	86
4.4. Pembahasan	87
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	94
5.1 Kesimpulan.....	94
5.2 Saran	96
5.2.1 Saran Akademis.....	96
5.2.2 Saran Praktis.....	96
DAFTAR PUSTAKA	97
LAMPIRAN.....	100



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Profile Akun Tiktok Pandawara Group. Diakses 5 Mei 2025.	
Sumber: Akun Tiktok Pandawara Group	3
Gambar 1. 2 Aksi Pandawara Group Sebelum dan Sesudah Membersihkan Sampah. Diakses pada 5 Mei 2025.	4
Gambar 1. 3 Tumpukan Sampah Kembali Memenuhi Aliran Sungai. Diakses pada 5 Mei 2025.	5
Gambar 3. 1 Populasi (Followers Akun Tiktok Pandawara Group)	40
Gambar 4. 1 Akun Tiktok @pandawaragroup	56
Gambar 4. 2 Kegiatan Edukasi Lingkungan oleh Pandawara Group di Sekolah Dasar	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Akun Media Sosial Tiktok yang Bertema Aksi Bersih-Bersih Sampah.	6
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3. 1 Operasional Konsep	44
Tabel 3. 2 Skala Likert	46
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel X	49
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Y	49
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	50
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	51
Tabel 4. 1 Hasil Pemetaan Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel 4. 2 Hasil Pemetaan Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 3 Hasil Pemetaan Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	59
Tabel 4. 4 Hasil Pemetaan Responden yang merupakan Followers Tiktok @pandawaragroup	59
Tabel 4. 5 Hasil Pemetaan Responden yang Pernah Memberi Like atau Komentar	60
Tabel 4. 6 Pernyataan 1 Kualitas Konten.....	61
Tabel 4. 7 Pernyataan 2 Kualitas Konten.....	61
Tabel 4. 8 Pernyataan 3 Kualitas Konten.....	62
Tabel 4. 9 Nilai Rata-Rata Dimensi Kualitas Konten	63
Tabel 4. 10 Pernyataan 1 Keandalan Konten	64
Tabel 4. 11 Pernyataan 2 Keandalan Konten	65
Tabel 4. 12 Pernyataan 3 Keandalan Konten	65
Tabel 4. 13 Nilai Rata-Rata Dimensi Keandalan Konten	66
Tabel 4. 14 Pernyataan 1 Pemahaman Konten.....	67
Tabel 4. 15 Pernyataan 2 Pemahaman Konten.....	68
Tabel 4. 16 Pernyataan 3 Pemahaman Konten.....	68
Tabel 4. 17 Nilai Rata-Rata Dimensi Pemahaman Konten.....	69
Tabel 4. 18 Pernyataan 1 Kognitif	71
Tabel 4. 19 Pernyataan 2 Kognitif	72
Tabel 4. 20 Pernyataan 3 Kognitif	72
Tabel 4. 21 Nilai Rata-Rata Dimensi Kognitif.....	73
Tabel 4. 22 Pernyataan 1 Afektif	74
Tabel 4. 23 Pernyataan 2 Afektif	75
Tabel 4. 24 Pernyataan 3 Afektif	75
Tabel 4. 25 Pernyataan 4 Afektif	76
Tabel 4. 26 Nilai Rata-Rata Dimensi Afektif.....	77
Tabel 4. 27 Pernyataan 1 Konatif.....	78
Tabel 4. 28 Pernyataan 2 Konatif.....	79
Tabel 4. 29 Pernyataan 3 Konatif.....	79
Tabel 4. 30 Pernyataan 4 Konatif.....	80

Tabel 4. 31 Nilai Rata-Rata Dimensi Konatif.....	81
Tabel 4. 32 Model Summary.....	83
Tabel 4. 33 Skala Guilford.....	83
Tabel 4. 34 Tabel Coefficients ^a	84
Tabel 4. 35 ANOVA.....	85
Tabel 4. 36 Hasil Analisis Uji t.....	87

