



**PENGARUH TERPAAN TREN VELOCITY MEDIA SOSIAL
TIKTOK TERHADAP MOTIVASI MEMBUAT KONTEN TIKTOK
PADA GENERASI Z DI JABODETABEK**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

AURIELA FEBIOLA CHAIRUNNISA

44222010044

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025



**PENGARUH TERPAAN TREN VELOCITY MEDIA SOSIAL
TIKTOK TERHADAP MOTIVASI MEMBUAT KONTEN
TIKTOK PADA GENERASI Z DI JABODETABEK**

TUGAS AKHIR

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar

UNIVERSITAS

Sarjana

MERCU BUANA

AURIELA FEBIOLA CHAIRUNNISA

44222010044

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Auriela Febiola Chairunnisa

NIM 44222010044

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“Pengaruh Terpaan Tren Velocity Media Sosial TikTok Terhadap Motivasi Membuat Konten TikTok Pada Generasi Z di Jabodetabek” 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, 31 Desember 2025



Auriela Febiola Chairunnisa

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Auriela Febiola Chairunnisa

NIM : 44222010044

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Terpaan Tren Velocity Media Sosial Tiktok Terhadap Motivasi Membuat Konten Tiktok Pada Generasi Z Di Jabodetabek”, telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 6 Januari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 28%.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Januari 2026
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 : Auriela Febiola Cahirunnisa
NIM : 44222010044
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Public Relations
Judul Tugas Akhir : Pengaruh terpaan tren velocity media sosial TikTok terhadap motivasi membuat konten TikTok pada Generasi Z di Jabodetabek.

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 30 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing



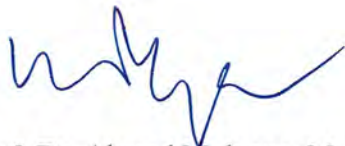
Anindita, S. Pd, M. Ikom
NIDN/NUPTK : 0306018903

U N I V E R S I T A S

Jakarta, 30 Desember 2025
Mengetahui,
M E R C U B U A N A

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)
NIDN/NUPTK : 0318116602



(Dr. Farid Hamid Umarella, M. Si)
NIDN/NUPTK : 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Andi Adriansyah, M.Eng, selaku Rektor Universitas Mercu Buana.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si, selaku Ketua Program Studi S1 Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, Jakarta.
4. Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom, selaku Pembimbing Utama, terima kasih atas kesediannya memberikan waktu, motivasi, pengetahuan, bimbingan, saran, dan kritik, serta pembelajaran selama proses penelitian.
5. Kepada kedua orang tua tercinta Chairul Marjiin dan Herawati, terima kasih atas cinta, doa, dan dukungan yang tidak pernah berhenti mengalir. Terima kasih sudah menjadi tempat penulis kembali, tempat yang selalu memberi kekuatan dan keyakinan ketika penulis hampir menyerah. Harapan dan keyakinan kalian adalah alasan terbesar penulis bisa sejauh ini.
6. Kepada dua saudara perempuan penulis Putri Safitri dan Meira Adinda, terima kasih telah menjadi orang terdekat yang selalu bisa saya andalkan. Meski terkadang kita memiliki perbedaan kecil yang membuat suasana ramai, pada akhirnya kita selalu kembali saling mendukung dan menguatkan. Kehadiran kalian membawa kehangatan, tawa, dan rasa nyaman yang tidak tergantikan. Terima kasih sudah menjadi bagian dari perjalanan ini dengan cara kalian yang paling tulus.
7. Kepada teman-teman tersayang Nilam, Zikri, Akmal, Bima, Saski, dan

Attar yang selalu hadir membawa tawa dan semangat, terima kasih karena sudah menjadi energi yang membuat hari-hari sulit terasa lebih ringan. Kalian bukan hanya teman, tetapi juga pengingat bahwa saya tidak pernah benar-benar berjalan sendirian.

8. Kepada teman-teman seperjuangan Kesa, Sirra, Bilqis, Muti, dan Kela yang bersama-sama melewati proses ini dengan saling memberi saran, pemikiran, dan pengertian, terima kasih karena sudah menjadi tempat berbagi kegelisahan maupun harapan. Kita tumbuh bersama, saling membantu, dan saya bangga pernah berjalan sejauh ini bersama kalian.
9. Kepada diri ku sendiri yang pernah ragu, pernah terhenti, pernah merasa langkah ini terlalu berat untuk dijalani, dan sering diam-diam menahan banyak hal, namun tetap memilih untuk berdiri, melanjutkan, dan menyelesaikan setiap perjalanan yang telah dimulai. Terima kasih sudah bertahan sejauh ini. Terima kasih sudah tetap percaya meski hari-hari tidak selalu ramah. Terima kasih sudah berani bangkit, bahkan ketika satu-satunya kekuatan yang tersisa hanyalah harapan kecil bahwa semuanya akan baik-baik saja.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Mei 2025

Auriela Febiola Chairunnisa

44222010044

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

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

Nama : Auriela Febiola Chairunnisa
NIM : 44222010044
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Terpaan Tren Velocity Media Sosial
TikTok Terhadap Motivasi Membuat Konten
TikTok Pada Generasi Z di Jabodetabek

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 31 Desember 2025

Yang menyatakan,



Auriela Febiola Chairunnisa

**PENGARUH TERPAAN TREN VELOCITY MEDIA SOSIAL TIKTOK
TERHADAP MOTIVASI MEMBUAT KONTEN TIKTOK PADA
GENERASI Z DI JABODETABEK
AURIELA FEBIOLA CHAIRUNNISA**

ABSTRAK

Saat ini, TikTok menjadi salah satu media sosial yang berpengaruh besar dalam penyebaran informasi, hiburan, sekaligus ruang kreatif penggunanya. Media sosial ini juga berkembang sebagai media yang membentuk tren-tren viral yang memengaruhi perilaku pengguna, termasuk dalam proses pembuatan konten. Salah satu tren yang menonjol adalah Tren Velocity, yaitu tren tarian dan gaya gerakan yang dipadukan dengan musik cepat serta efek visual dramatis sehingga menghasilkan tampilan video yang lebih sinematik. Fenomena ini tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga mendorong generasi muda untuk berpartisipasi membuat konten dan mengekspresikan kreativitas mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik dan dirancang secara kausal untuk menguji hubungan sebab-akibat antara terpaan Tren Velocity (X) dan motivasi membuat konten (Y). Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden pengguna TikTok dari kelompok Generasi Z di Jabodetabek. Teknik sampling yang digunakan adalah non-probability sampling dengan metode purposive sampling, yakni memilih responden yang mengetahui dan pernah membuat konten Tren Velocity. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh signifikan antara terpaan Tren Velocity dan motivasi Generasi Z di Jabodetabek dalam membuat konten TikTok, dengan persentase pengaruh sebesar 54,5%. Uji t juga mempertegas hasil tersebut, di mana $t_{hitung} 10,836 > t_{tabel} 1,660$ dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa tren viral seperti Velocity dapat menjadi faktor pendorong yang meningkatkan motivasi, baik dari aspek eksternal maupun internal, dalam proses pembuatan konten TikTok.

Kata Kunci : Tren Velocity, TikTok, Terpaan Media, Motivasi Konten, Generasi Z.

**THE EFFECT OF EXPOSURE TO THE VELOCITY TREND ON
TIKTOK SOCIAL MEDIA ON THE MOTIVATION TO CREATE
TIKTOK CONTENT AMONG GENERATION Z IN JABODETABEK
AURIELA FEBIOLA CHAIRUNNISA**

ABSTRACT

Currently, TikTok has become one of the most influential social media platforms in terms of information dissemination, entertainment, and user creativity. This social media platform has also developed into a medium that shapes viral trends that influence user behavior, including in the content creation process. One of the most prominent trends is the Velocity Trend, which is a dance and movement style combined with fast music and dramatic visual effects to produce a more cinematic video appearance. This phenomenon not only serves as entertainment, but also encourages the younger generation to participate in content creation and express their creativity. This study uses a quantitative approach with a positivistic paradigm and is designed causally to examine the causal relationship between exposure to Velocity Trends (X) and motivation to create content (Y). Data collection was conducted by distributing questionnaires to 100 TikTok users from Generation Z in Jabodetabek. The sampling technique used was non-probability sampling with the purposive sampling method, which involved selecting respondents who were familiar with and had created Velocity Trend content. The results of the study show a significant influence between the Velocity Trend and Generation Z's in Jabodetabek motivation in creating TikTok content, with an influence percentage of 54.5%. The t-test also confirms these results, where the calculated t-value of 10.836 > the table t-value of 1.660 with a significance of $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_1 is accepted. These findings indicate that viral trends such as Velocity can be a driving factor that increases motivation, both externally and internally, in the process of creating TikTok content.

Keywords : Velocity Trend, TikTok, Media Exposure, Content Motivation, Generation Z.

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 REPOSITORY UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.4.1 Manfaat Akademis	9
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Penelitian Terdahulu.....	10
2.2 Kajian Teoritis	18
2.2.1 Teori Uses and Gratifications	18
2.2.2 Teori Terpaan Media	19
2.2.3 Teori Self-Determination.....	20
2.2.4 Media Sosial	23

2.2.5 TikTok	25
2.2.6 Tren Velocity	27
2.2.7 Generasi Z	27
2.3 Kerangka Pemikiran	29
2.4 Hipotesis Penelitian	30
BAB III.....	31
METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	31
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi.....	32
3.3.2 Sampel	32
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	34
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	34
3.4.1 Definisi Konsep	34
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	36
3.5 Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1 Data Primer	39
3.5.2 Data Sekunder.....	40
3.5.3 Validitas dan Reliabilitas	40
3.6 Teknik Analisis Data	44
3.6.1 Uji Normalitas.....	44
3.6.2 Koefisien Korelasi	45
3.6.3 Regresi Linear Sederhana	46
3.6.4 Rumus Uji T.....	46
3.6.5 Koefisien Determinasi	47
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.1.1 TikTok	48
4.1.2 Tren Velocity	51

4.1.3 Generasi Z di Jabodetabek.....	52
4.2 Hasil Penelitian.....	53
4.2.1 Karakteristik Responden.....	53
4.2.2 Persentase Pernyataan Kuisisioner Variabel X (Terpaan Tren Velocity Media Sosial TikTok)	56
4.2.3 Persentase Pernyataan Kuisisioner Variabel Y (Motivasi Membuat Konten TikTok).....	62
4.2.4 Analisis Deskriptif dan Perhitungan Variabel	68
4.3 Teknis Analisis Data.....	74
4.3.1 Uji Normalitas.....	74
4.3.2 Uji Koefisien Korelasi	75
4.3.3 Regresi Linear sederhana.....	76
4.3.4 Uji Hipotesis (Uji T).....	77
4.3.5 Uji Koefisien Determinasi	78
4.4 Pembahasan	79
BAB V.....	85
KESIMPULAN DAN SARAN	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86
5.2.1 Saran Akademis	86
5.2.2 Saran Praktis	87
DAFTAR PUSTAKA.....	88
LAMPIRAN.....	91

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Pengguna TikTok di Indonesia Berdasarkan Usia (2024).....	4
Tabel 1. 2 Data Jumlah Generasi Z Jabodetabek	5
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	14
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran.....	29
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	36
Tabel 3. 2 Hasil Pre-Test Uji Validitas Variabel X	41
Tabel 3. 3 Hasil Pre-Test Uji Validitas Variabel Y	41
Tabel 3. 4 Hasil Uji Pre-Test Reliabilitas Terpaan Tren Velocity Media Sosial TikTok (Variabel X)	43
Tabel 3. 5 Hasil Uji Pre-Test Reliabilitas Motivasi Membuat Konten TikTok (Variabel Y)	43
Tabel 4. 1 Responden Termasuk Generasi Z di Jabodetabek	54
Tabel 4. 2 Responden Pengguna Aktif TikTok.....	54
Tabel 4. 3 Responden Mengetahui Tren Velocity Media Sosial TikTok	55
Tabel 4. 4 Responden Pernah Mengikuti atau Membuat Konten Tren Velocity Media Sosial TikTok.....	55
Tabel 4. 5 Pernyataan 1 : Lebih dari 3 kali dalam sehari melihat konten tren velocity di TikTok.....	56
Tabel 4. 6 Pernyataan 2 : Hampir setiap kali membuka TikTok, menjumpai konten tren velocity.....	57
Tabel 4. 7 Pernyataan 3 : Mengikuti akun TikTok yang sering membuat konten tren velocity.....	57
Tabel 4. 8 Pernyataan 4 : Menghabiskan waktu 1 jam/hari hanya untuk menonton tren velocity di TikTok	58
Tabel 4. 9 Pernyataan 5 : Menonton lebih dari 3 video velocity dalam satu waktu	59
Tabel 4. 10 Pernyataan 6 : Tidak merasa bosan saat menonton tren velocity di TikTok	59
Tabel 4. 11 Pernyataan 7 : Tertarik dengan visual atau gaya editing pada tren velocity di TikTok.....	60

Tabel 4. 12 Pernyataan 8 : Tren velocity di TikTok menarik perhatian karena visualnya estetik dan energik.....	61
Tabel 4. 13 Pernyataan 9 : Konten tren velocity membuat ingin terus menonton konten yang serupa.....	61
Tabel 4. 14 Pernyataan 10 : Membuat konten tren velocity di TikTok karena keinginan sendiri, bukan karena tekanan orang lain.....	63
Tabel 4. 15 Pernyataan 11 : Merasa bebas dalam memilih gerakan atau gaya saat membuat konten tren velocity di TikTok.....	63
Tabel 4. 16 Pernyataan 12 : Merasa puas saat bisa mengekspresikan diri lewat konten tren velocity yang saya buat di TikTok.....	64
Tabel 4. 17 Pernyataan 13 : Merasa mampu meniru dan membuat gerakan velocity dengan baik.”.....	64
Tabel 4. 18 Pernyataan 14 : Merasa tertantang untuk belajar gerakan atau transisi baru dalam tren velocity di TikTok.....	65
Tabel 4. 19 Pernyataan 15 : Merasa semakin terampil setiap kali membuat konten tren velocity di TikTok.....	66
Tabel 4. 20 Pernyataan 16 : Membuat konten tren velocity di TikTok agar bisa terus mengikuti tren dan tidak ketinggalan dengan teman yang lain”.....	66
Tabel 4. 21 Pernyataan 17.....	67
Tabel 4. 22 Pernyataan 18 : Merasa menjadi bagian dari komunitas kreator TikTok saat ikut membuat konten tren velocity di TikTok”.....	67
Tabel 4. 23 Akumulasi Nilai Variabel X.....	68
Tabel 4. 24 Tingkatan Variabel X (Tabel Tunggal).....	71
Tabel 4. 25 Akumulasi Nilai Variabel Y.....	71
Tabel 4. 26 Hasil Uji Normalitas.....	74
Tabel 4. 27 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi.....	75
Tabel 4. 28 Tabel Uji Koefisien Korelasi.....	76
Tabel 4. 29 Hasil Regresi Linear Sederhana.....	76
Tabel 4. 30 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	78
Tabel 4. 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Pengguna Media Sosial TikTok di Dunia (2024).....	2
Gambar 1. 2 Hashtag Trend Velocity di Media Sosial TikTok	3
Gambar 1. 3 Konten Generasi Z Mengikuti Tren Velocity	6
Gambar 4. 1 Logo TikTok	49



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian (Pre-Test)	92
Lampiran 2 Link Kuisisioner	96
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	96
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	99
Lampiran 5 Tabulasi Data Penelitian	99
Lampiran 6 Hasil Uji Normalitas	104
Lampiran 7 Hasil Uji Koefisien Korelasi.....	105
Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana dan Uji Hipotesis (Uji-T).....	105
Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	105
Lampiran 10 CV Peneliti	106

