



**PENGARUH TERPAAN KONTEN *FOOD REVIEW* AKUN TIKTOK
@ONEBITEBIGBITE TERHADAP MINAT KULINER BAGI
FOLLOWERS**

(Survey Pada Followers Akun TikTok @onebitebigbite)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Sauzan Athira

44122010065

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2026



**PENGARUH TERPAAN KONTEN *FOOD REVIEW* AKUN TIKTOK
@ONEBITEBIGBITE TERHADAP MINAT KULINER BAGI
FOLLOWERS**

(Survey Pada Followers Akun TikTok @onebitebigbite)

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar
Sarjana

Sauzan Athira

UNIV 44122010065 T A S
MERCU BUANA

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

JAKARTA

2026

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sauzan Athira
NIM : 44122010065
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:

“PENGARUH TERPAAN KONTEN FOOD REVIEW AKUN TIKTOK @ONEBITEBIGBITE TERHADAP MINAT KULINER BAGI FOLLOWERS” 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, 21 Februari 2026



Sauzan Athira

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Sauzan Athira
NIM : 44122010065
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Broadcasting

Dengan judul “PENGARUH TERPAAN KONTEN FOOD REVIEW AKUN TIKTOK @ONEBITEBIGBITE TERHADAP MINAT KULINER BAGI FOLLOWERS (Survey Pada Followers Akun TikTok @onebitebigbite), telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 24 Februari 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 29%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 24 Februari 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 : Sauzan Athira
NIM : 44122010065
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH TERPAAN KONTEN FOOD REVIEW
AKUN TIKTOK @ONEBITEBIGBITE TERHADAP MINAT KULINER BAGI
FOLLOWERS (Survey Pada Followers Akun TikTok @onebitebigbite)

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 7 Februari 2026 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



Rika Yessica Rahma, M.I.Kom
NIDN/NUPTK: 0314057804

MERCU BUANA

Jakarta, 21 Februari 2026

Mengetahui,

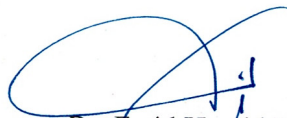
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si

NIDN/NUPTK: 0318116602

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si

NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul "Pengaruh Terpaan Konten Food Review Akun Tiktok @onebitebigbite Terhadap Minat Kuliner" tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana Jakarta.

Skripsi ini tidak hanya menjadi bukti pencapaian akademik, tetapi juga menjadi refleksi dari usaha, kerja keras, dan ketekunan yang telah penulis lakukan selama ini. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menghadapi berbagai tantangan dan hambatan, baik dari segi pengumpulan data, pengolahan informasi, maupun penulisan. Namun, berkat dukungan, motivasi, serta bantuan dari berbagai pihak, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini hingga tahap akhir.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini, banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, dan motivasi. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Rika Yessica Rahma, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini
5. Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Jakarta yang telah memberikan banyak ilmu kepada peneliti.
6. Seluruh Dosen dan staff yang telah memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa studi.
7. Keluarga tercinta penulis yang senantiasa memberikan dukungan moral, doa, perhatian, dan kasih sayang tanpa henti. Terutama kepada orang tua penulis, Bapak Ilham dan Ibu Selvia Rahayu, yang dengan penuh kesabaran selalu mendampingi, menguatkan, dan mendoakan penulis dalam setiap proses yang dijalani. Dukungan dan kepercayaan yang diberikan menjadi sumber kekuatan terbesar bagi penulis untuk tetap bertahan, bangkit, dan menyelesaikan tugas akhir ini hingga akhir.

8. Teman-teman terbaik penulis yang senantiasa hadir dalam suka dan duka, memberikan motivasi, dan tawa di setiap proses yang dilalui yaitu Gavrala Bernita Burhani, Gavrila Belvanita Burhani, Dinanisa Cahya Salwana, Keiza Irana Candra Tabitha Putri dan semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung, dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kepada Dinda Widy Nur Anisah selaku teman yang telah menemani penulis selama proses penyusunan tugas akhir ini, terutama pada masa-masa lelah dan penuh tekanan. Kehadiran yang tulus, perhatian, serta kesediaan untuk selalu menemani dan mendengarkan menjadi penguat bagi penulis ketika semangat mulai menurun.
10. Penulis sendiri, yang telah berjuang, bertahan, dan berusaha sebaik mungkin dalam menjalani seluruh proses penyusunan tugas akhir ini. Terima kasih kepada diri sendiri karena tetap melangkah meskipun dihadapkan pada rasa lelah, keraguan, dan berbagai tekanan yang datang silih berganti. Kesabaran, keteguhan, dan keberanian untuk tidak menyerah menjadi bagian penting dari perjalanan ini, hingga akhirnya penulis mampu menyelesaikan tugas akhir ini dengan penuh tanggung jawab dan pembelajaran berharga.

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.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Juni 2025

Penulis

Sauzan Athira

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB**

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

Nama : Sauzan Athira
NIM : 44122010065
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : PENGARUH TERPAAN KONTEN FOOD REVIEW
AKUN TIKTOK @ONEBITEBIGBITE TERHADAP MINAT KULINER BAGI
FOLLOWERS (Survey Pada Followers Akun TikTok @onebitebigbite)

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, 21 Februari 2026
Yang menyatakan,



(Sauzan Athira)

**PENGARUH TERPAAN KONTEN FOOD REVIEW AKUN TIKTOK
@ONEBITEBIGBITE TERHADAP MINAT KULINER BAGI FOLLOWERS**

(Survey Pada Followers Akun TikTok @onebitebigbite)

SAUZAN ATHIRA

ABSTRAK

Perkembangan media sosial, khususnya TikTok, mendorong munculnya berbagai konten kreatif yang berperan sebagai sumber informasi dan hiburan, salah satunya konten *food review*. Akun TikTok @onebitebigbite menjadi salah satu *food creator* yang menyajikan ulasan kuliner dalam bentuk konten audiovisual yang menarik dan mudah diakses. Tingginya intensitas terpaan konten tersebut berpotensi memengaruhi ketertarikan audiens terhadap kuliner. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh terpaan konten food review akun TikTok @onebitebigbite terhadap minat kuliner para pengikutnya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan landasan Teori *Uses and Gratifications* yang memandang audiens sebagai individu aktif dalam memilih dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini digunakan untuk menjelaskan alasan audiens mengonsumsi konten food review sebagai sumber informasi, hiburan, dan referensi kuliner. Selain itu, penelitian ini juga didukung oleh konsep media sosial, new media, serta konsep minat, yang menjelaskan bagaimana karakteristik media digital dan ketertarikan individu berperan dalam membentuk respons audiens terhadap konten yang dikonsumsi. Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok, memiliki minat terhadap kuliner, serta merupakan followers akun @onebitebigbite. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten food review berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat kuliner. Temuan ini menunjukkan bahwa konten food review di TikTok tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga berperan sebagai referensi yang mampu memengaruhi ketertarikan audiens terhadap kuliner.

Kata Kunci: Terpaan Konten, *Food Review*, TikTok, Minat Kuliner, *Uses and Gratifications*.

***The Influence of Exposure to Food Review Content on the TikTok Account
@onebitebigbite on Followers' Culinary Interest
(A Survey of Followers of the TikTok Account @onebitebigbite)***

SAUZAN ATHIRA

ABSTRACT

The development of social media, particularly TikTok, has encouraged the emergence of various creative contents that function as sources of information and entertainment, one of which is food review content. The TikTok account @onebitebigbite is one of the food creators that presents culinary reviews in the form of engaging and easily accessible audiovisual content. The high intensity of exposure to such content has the potential to influence audience interest in culinary topics. Therefore, this study aims to examine the effect of exposure to food review content on the TikTok account @onebitebigbite on followers' culinary interest. This study employs a quantitative approach based on the Uses and Gratifications Theory, which views audiences as active individuals who select and use media to fulfill their needs. This theory is used to explain the reasons audiences consume food review content as a source of information, entertainment, and culinary reference. In addition, this study is supported by the concepts of social media, new media, and interest, which explain how media characteristics and individual attraction shape audience responses to the consumed content. The research data were collected through a questionnaire distributed to 100 respondents who are active TikTok users, have an interest in culinary topics, and are followers of the @onebitebigbite account. The results indicate that exposure to food review content has a positive and significant effect on culinary interest. These findings suggest that food review content on TikTok not only serves as entertainment but also functions as a reference that can influence audience interest in culinary experiences.

Keywords: *Content Exposure, Food Review, TikTok, Culinary Interest, Uses and Gratifications.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	vii
TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	8
1.3. Tujuan Penelitian	8
1.4. Manfaat Penelitian	8
1.4.1. Manfaat Akademis	8
1.4.2. Manfaat Praktis	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Kajian Teoritis	22
2.2.1. Komunikasi	22
2.2.2 <i>Teori Uses and Gratification</i>	23
2.2.3. Media Sosial	25
2.2.4. New Media	25
2.2.5. Minat	27
2.3. Hipotesis	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	30

3.1. Paradigma Penelitian.....	30
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	33
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	33
3.4.1. Definisi Konsep.....	33
3.4.2. Operasionalisasi Konsep	34
3.5. Teknik Pengumpulan Data	39
3.5.1. Data Primer	40
3.5.2. Data Sekunder.....	40
3.6. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	40
3.6.1. Uji Validitas	40
3.6.2. Uji Reliabilitas	42
3.7. Teknik Analisa Data	44
3.7.1. Skala Likert	44
3.7.2. Uji Normalitas.....	45
3.7.3. Analisis Regresi Linier Sederhana	45
3.7.4. Uji Koefisien Determinasi	46
3.8. Uji Hipotesis.....	46
3.8.1. Uji T.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	48
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	48
4.2. Hasil Penelitian.....	49
4.2.1. Karakteristik Responden.....	50
4.2.2. Variabel X Terpaan Konten Food Review Akun Tiktok @onebitebigbite51	
4.2.3. Variabel Y Minat Kuliner	59
4.3. Hasil Analisa Data	68
4.3.1. Uji Normalitas.....	68
4.3.2. Uji Regresi Linier Sederhana.....	69
4.3.3. Uji T	70

4.3.4. Uji Koefisien Determinasi	70
4.4. Pembahasan	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	80
5.1. Kesimpulan	80
5.2. Saran	81
5.2.1. Saran Akademik	81
DAFTAR PUSTAKA	82
LAMPIRAN.....	86



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	34
Tabel 3. 2 Uji Validitas variabel X (Terpaan Konten Food Review)	41
Tabel 3. 3 Uji Validitas Variabel Y (Minat Kuliner)	41
Tabel 3. 4 Skala Likert	44
Tabel 4. 1 Mean Variabel X	58
Tabel 4. 2 Mean Variabel Y	66



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan.....	3
Gambar 1. 2 Media Sosial Yang Paling Banyak Penggunaannya.....	4
Gambar 1. 3 Akun TikTok @onebitebigbite	7
Gambar 3. 1 Uji Reliabilitas Variabel X.....	43
Gambar 3. 2 Uji Reliabilitas Variabel Y	43
Gambar 4. 1 Pengguna Aktif TikTok.....	50
Gambar 4. 2 Followers Akun TikTok @onebitebigbite	50
Gambar 4. 3 Memiliki Minat Terhadap Kuliner	51
Gambar 4. 4 Video Akun Tiktok @Onebitebigbite Memiliki Gambar Yang Jelas Secara Digital.....	51
Gambar 4. 5 Suara Dalam Video Terdengar Jelas Dan Jernih Sesuai Dengan Standar Digital	52
Gambar 4. 6 Responden Sering Memberikan Komentar Atau Like Pada Konten Tiktok @Onebitebigbite.....	52
Gambar 4. 7 Konten @Onebitebigbite Membuat Responden Ingin Berbagi Pendapat Atau Pengalaman Kuliner	53
Gambar 4. 8 Responden Sering Membuka Hashtag Atau Tautan Yang Muncul Di Konten Tiktok @Onebitebigbite.....	53
Gambar 4. 9 Hashtag Dan Referensi Di Video Memudahkan Responden Menemukan Informasi Berbagai Macam Kuliner	54
Gambar 4. 10 Visual Dan Deskripsi Video Membuat Responden Bisa Membayangkan Rasa Makanannya	54
Gambar 4. 11 Setelah Menonton Konten, Responden Merasa Tertarik Untuk Mencoba Makanan Yang Direkomendasikan	55
Gambar 4. 12 Responden Sering Membagikan Konten Tiktok @Onebitebigbite Ke Media Sosial Teman Responden	55
Gambar 4. 13 Dengan menonton konten tersebut responden merasa jaringan responden tentang kuliner menjadi luas.....	56
Gambar 4. 14 Suasana video membuat responden merasa seolah sedang ikut merasakan kuliner tersebut.....	56
Gambar 4. 15 Teknik penyajian videonya membuat responden merasa ikut dalam	

pengalaman makan tersebut	57
Gambar 4. 16 Responden Mencari Informasi Lebih Lanjut Tentang Makanan Setelah Menonton Konten Tiktok @Onebitebigbite.....	60
Gambar 4. 17 Responden Menjadi Lebih Berminat Untuk Mencicipi Kuliner Pada Konten Tersebut.....	60
Gambar 4. 18 Responden Dapat Menentukan Pilihan Kuliner Yang Ingin Responden Coba Atau Beli.....	61
Gambar 4. 19 Responden merasa makanan di video itu cocok dengan budget responden	61
Gambar 4. 20 Responden menjadi tertarik untuk merasakan makanan yang direkomendasikan di konten @onebitebigbite	62
Gambar 4. 21 Responden percaya mencoba makanan tersebut akan menjadi pengalaman yang menyenangkan.....	63
Gambar 4. 22 Responden tertarik ingin mengetahui rasa dan tekstur makanan yang di review	63
Gambar 4. 23 Responden tertarik ingin mengetahui keunikan atau ciri khas dari makanan pada konten tersebut.....	64
Gambar 4. 24 Responden memperhatikan harga, porsi, dan cara penyajian makanan yang direkomendasikan di konten tersebut.....	64
Gambar 4. 25 Responden berkeinginan mencari makanan yang ada di dalam konten tersebut	65
Gambar 4. 26 Responden tertarik membeli makanan di video karena tampilannya menarik dan cocok dengan selera responden	66
Gambar 4. 27 Uji Normalitas.....	68
Gambar 4. 28 Uji Regresi Linier.....	69
Gambar 4. 29 Uji T	70
Gambar 4. 30 Uji Koefisien Determinan	71

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	86
Lampiran 2 Tabulasi Data.....	91
Lampiran 3 Hasil Pengolahan Data IBM SPSS 30.....	97
Lampiran 4 Curriculum Vitae.....	100



UNIVERSITAS
MERCU BUANA