



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH GAYA KOMUNIKASI AKUN @OCTATANN
(BAYEM) TERHADAP TINGKAT ENGAGEMENT AUDIENS
DI MEDIA SOSIAL TIKTOK
Desember 2025 - Februari 2026**

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

HANUM AULIA PRAMESWARI

44222010103

**PROGRAM STUDI PUBLIC RELATIONS
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2026**

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hanum Aulia Prameswari

NIM : 44222010103

Program Studi : Public Relations

Judul : Pengaruh Gaya Komunikasi Akun @Octatannn (Bayem)
Terhadap Tingkat Engagement Audiens Di Media Sosial Tiktok

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat. Semua sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila di kemudian hari ditemukan unsur plagiat dalam Laporan Riset ini, saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 20 Juli 2026



Hanum Aulia Prameswari

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Hanum Aulia Prameswari

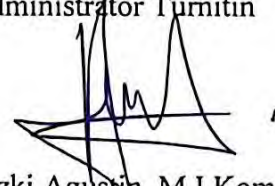
NIM : 44222010103

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ **PENGARUH GAYA KOMUNIKASI AKUN @OCTATANN (BAYEM) TERHADAP TINGKAT ENGAGEMENT AUDIENS DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**” telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 Agustus 2026, didapatkan nilai persentase sebesar 24%

Jakarta, 15 Agustus 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. M.I.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 : Hanum Aulia Prameswari

NIM : 44222010103

Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Pengaruh Gaya Komunikasi Akun @Octatannn (Bayem)
Terhadap Tingkat Engagement Audiens Di Media Sosial
Tiktok

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 1 Agustus 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



Dicky Andika, Ph.D.

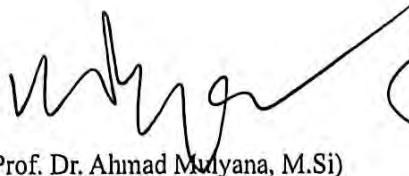
NIDN/NUPTK: 0314048202

Jakarta, 20 Juli 2026

Mengetahui,

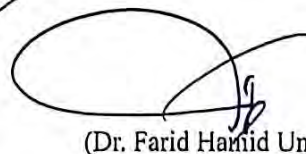
Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

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 rahmatnya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Public Relations 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.
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
4. Dicky Andika, Ph.D. selaku dosen pembimbing saya yang telah memberikan bimbingan dengan baik dan sabar hingga laporan tugas akhir ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu.
5. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si., Ikom. selaku dosen penguji ahli atas waktu, arahan, kritik, dan saran yang telah diberikan dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Penulis mengucapkan terima kasih kepada Ibu Siti Muslichatul Mahmudah, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku ketua sidang atas waktu, arahan, dan bimbingan yang telah diberikan selama pelaksanaan sidang skripsi.
7. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Public Relations Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
8. Sekretaris Program Studi Public Relations beserta seluruh staf Tata Usaha Universitas Mercu Buana yang telah membantu penulis dalam berbagai urusan administratif selama perkuliahan maupun dalam proses penyusunan skripsi.
9. Kepada ayah tercinta, *first love* dan panutanku yang selalu tampak cuek, namun sesungguhnya adalah orang yang paling khawatir setiap kali anak perempuannya melangkah jauh dari rumah. Terima kasih untuk setiap tetes keringat dalam setiap langkah pengorbanan dan kerja keras yang dilakukan untuk memberikan yang terbaik kepada penulis.
10. Kepada Ibu tercinta, bidadari surgaku. Beliau bukan hanya seorang ibu, tetapi juga sahabat, guru, dan cahaya dalam setiap langkah hidup penulis. Dari ketulusan, perjuangan, dan doa yang tak pernah putus, penulis belajar arti cinta sejati yang tanpa syarat. Sebesar apa pun ungkapan yang dituliskan, rasanya

tidak akan pernah mampu menggambarkan besarnya kasih sayang dan pengorbanan beliau. Tanpa beliau, penulis bukanlah siapa-siapa. Terima kasih atas kasih sayang, kesabaran, dan pengorbanan yang senantiasa mengiringi perjalanan hidup penulis.

11. Kepada abang tercinta, Irwan Yos Rizal, terima kasih atas doa, perhatian, dukungan, serta semangat yang selalu diberikan kepada penulis selama proses penyusunan skripsi ini.
12. Kepada seseorang yang tak kalah penting kehadirannya, Muhamad Rezki. Terimakasih telah menjadi bagian penting dalam perjalanan penyusunan skripsi ini. Terima kasih atas setiap doa, dukungan yang selalu diberikan, serta keyakinan yang terus ditanamkan kepada penulis agar tidak menyerah. Terima kasih telah hadir dalam setiap proses, menemani di saat lelah, menguatkan di saat ragu, dan merayakan setiap langkah kecil yang berhasil dilewati. Kehadiranmu menjadi pengingat bahwa perjalanan yang berat akan terasa lebih ringan ketika dijalani bersama seseorang yang selalu memilih untuk tetap bertahan.
13. Penulis juga menyampaikan rasa terima kasih kepada teman terdekat penulis, yaitu Trisamelia, Chyntia, Maryam, Viona dan Vena, yang telah menjadi bagian dari perjalanan ini. Terima kasih atas setiap doa, dukungan, semangat, dan kehadiran yang selalu menguatkan penulis, terutama di saat proses penyusunan skripsi terasa tidak mudah. Terima kasih telah menjadi tempat berbagi cerita, bertukar pikiran, dan mengingatkan penulis untuk terus melangkah ketika rasa lelah datang.
14. Kepada seluruh informan yang telah bersedia meluangkan waktu, memberikan informasi, serta berbagi pengalaman dan pandangan yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Terima kasih atas kesediaan dan keterbukaan yang diberikan selama proses pengumpulan data. Kontribusi dan informasi yang diberikan sangat berarti dalam membantu penulis menyelesaikan penelitian ini.

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, 20 Juli 2026



Hanum Aulia Prameswari

HALAMAN PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI

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

Nama : Hanum Aulia Prameswari
NIM : 44222010103
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Illmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Gaya Komunikasi Akun @Octatannn (Bayem) Terhadap Tingkat Engagement Audiens Di Media Sosial Tiktok

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Nonexclusive 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, 20 Juli 2026

Yang menyatakan,



Hanum Aulia Prameswari

**PENGARUH GAYA KOMUNIKASI AKUN @OCTATANN
(BAYEM) TERHADAP TINGKAT ENGAGEMENT AUDIENS DI
MEDIA SOSIAL TIKTOK
HANUM AULIA PRAMESWARI**

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh gaya komunikasi akun TikTok @octatannn (Bayem) terhadap tingkat *engagement* audiens di platform TikTok. Perkembangan media sosial telah menggeser pola komunikasi, di mana audiens Gen Z cenderung menuntut konten yang otentik, menghibur, dan memiliki kedekatan emosional (*relatable*). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan paradigma positivistik dan metode survei menggunakan kuesioner. Populasi penelitian adalah pengikut akun @octatannn, dan sampel yang diambil sebanyak 400 responden melalui teknik *purposive sampling* menggunakan rumus Taro Yamane. Konsep gaya komunikasi dalam penelitian ini diukur berdasarkan *Communicator Style Theory* dari Norton (1978) yang berfokus pada dimensi *Dramatic Style*, *Relaxed Style*, *Animated Style*, dan *Friendly Style*, sementara *engagement* audiens dianalisis berlandaskan pendekatan *Uses and Gratifications Theory*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya komunikasi masuk dalam kategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,93, dan tingkat *engagement* audiens juga terkategori tinggi dengan nilai rata-rata 3,96. Melalui uji koefisien determinasi, terbukti bahwa gaya komunikasi memberikan sumbangan pengaruh sebesar 53,0% terhadap tingkat *engagement* audiens, sedangkan 47,0% sisanya dipengaruhi oleh faktor eksternal di luar variabel penelitian, seperti algoritma *For You Page* (FYP) dan kualitas produksi. Hasil uji hipotesis (Uji T) menunjukkan nilai t hitung $21,174 > t$ tabel $1,966$ dengan signifikansi $0,000$, yang berarti H_0 ditolak. Kesimpulannya, terdapat pengaruh yang sangat besar dan signifikan dari gaya komunikasi yang santai, dramatis, bersahabat, dan ekspresif terhadap tingginya partisipasi serta loyalitas audiens pada akun @octatannn.

Kata Kunci: Gaya Komunikasi, *Engagement* Audiens, Media Sosial, TikTok, Interaksi sosial.

**THE INFLUENCE OF THE @OCTATANN (BAYEM) ACCOUNT'S
COMMUNICATION STYLE ON THE LEVEL OF AUDIENCE
ENGAGEMENT ON TIKTOK SOCIAL MEDIA
HANUM AULIA PRAMESWARI**

ABSTRACT

This study aims to determine and analyze the influence of the communication style of the TikTok account @octatann (Bayem) on the level of audience engagement on the TikTok platform. The evolution of social media has shifted communication patterns, with Gen Z audiences increasingly demanding authentic, entertaining, and highly relatable content. This research employs an explanatory quantitative approach with a positivistic paradigm and a survey method utilizing questionnaires. The population of the study consists of @octatann's followers, with a sample size of 400 respondents selected through purposive sampling based on the Taro Yamane formula. The communication style concept is measured based on Norton's Communicator Style Theory (1978), focusing on the Dramatic, Relaxed, Animated, and Friendly dimensions, while audience engagement is analyzed through the lens of the Uses and Gratifications Theory.

The results indicate that the communication style variable falls into the high category with a mean score of 3.93, and audience engagement is also categorized as high with a mean score of 3.96. The coefficient of determination test reveals that communication style contributes to a 53.0% influence on audience engagement, while the remaining 47.0% is driven by external factors outside the research variables, such as the For You Page (FYP) algorithm and production quality. The hypothesis testing (T-Test) yields a t-count of 21.174 > t-table of 1.966 with a significance level of 0.000, meaning H_0 is accepted. In conclusion, there is a massive and significant influence of a relaxed, dramatic, friendly, and animated communication style on the high level of active participation and audience loyalty toward the @octatann account.

Keywords: *Communication Style, Audience Engagement, Social Media, TikTok, Social interaction.*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN PERSUTUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI	v
ABSTRAK	vi
<i>ABSTRACT</i>	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teori.....	13
2.2.1 Uses and Gratifications Theory.....	13
2.2.2 Definisi Komunikasi	14
2.2.3 Komunikasi Organisasi dan Personal.....	14
2.2.4 Gaya Komunikasi.....	15
2.2.5 Media Sosial Tiktok	17
2.2.6 Tiktokers	19
2.2.7 Engagement Audiens.....	20
2.3 Hipotesis Penelitian	23
2.4 Kerangka Berfikir	23
BAB 3 METODE PENELITIAN.....	25
3.1 Paradigma Penelitian	25
3.2 Metodologi Penelitian	25
3.3 Populasi dan Sampel	26
3.3.1 Populasi.....	26
3.3.2 Sampel.....	27
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	27

3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	28
3.4.1 Definisi Konsep	28
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	31
3.5.1 Data Primer	32
3.5.2 Data Sekunder	32
3.5.3 Uji Validitas.....	33
3.5.4 Uji Reliabilitas	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.6.1 Uji Instrumen Data Kuesioner	34
3.6.2 Uji Regresi Linier.....	35
3.6.3 Uji Koefisien Determinasi	36
3.6.3 Uji T	36
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	37
4.1.1 Profil Akun Tiktok Octatannn	37
4.1.2 Engagement Audiens Sosial Media Tiktok	38
4.2 Hasil Penelitian	40
4.2.1 Karakteristik Responden	40
4.2.2 Instrumen Data Kuesioner Variabel X	42
4.2.3 Instrumen Data Kuesioner Variabel Y.....	55
4.3 Hasil Analisis Data.....	63
4.3.1 Uji Validitas.....	63
4.3.2 Uji Reliabilitas	65
4.3.3 Uji Koefisien Determinasi	66
4.3.4 Uji T (Hipotesis)	66
4.4 Pembahasan.....	67
4.4.1 Analisis Dimensi Gaya Komunikasi Kreator	67
4.4.2 Analisis Tingkat <i>Engagement</i> Audiens.....	69
4.4.3 Analisis Kekuatan Pengaruh (Koefisien Determinasi).....	70
4.4.4 Keterkaitan Hasil dengan Teori Komunikasi	71
4.4.5 Implikasi Penelitian pada Praktik <i>Public Relations</i> Digital	71
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	73
5.1 Kesimpulan	73

5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Akademis	74
5.2.2 Saran Praktis	74
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN.....	81
LAMPIRAN 1.....	81
LAMPIRAN 2.....	84
LAMPIRAN 3.....	114
LAMPIRAN 4.....	115
LAMPIRAN 5.....	116
LAMPIRAN 6.....	117

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Jumlah pengguna terbanyak media sosial di Indonesia 2025	2
Gambar 1. 2 Jumlah pengguna Tiktok terbanyak di Dunia 2025	3
Gambar 1. 3 Interaksi di account Tiktok @octatannn	5
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir.....	23
Gambar 4.1 Engagement Rate @octatannn	38
Gambar 4.2 kata-kata yang digunakan di Dramatic Style	43
Gambar 4.3 Aksi Bermain Peran @Octatatannn	44
Gambar 4.4 penekanan pesan yang dilakukan @Octatatannn	45
Gambar 4.5 Penggunaan bahasa slang pada konten @octatannn	47
Gambar 4.6 Gaya Komunikasi @Octatatannn yang menimbulkan <i>sense of belonging</i>	48
Gambar 4.7 Ekspresi wajah	49
Gambar 4.9 Gerakan Tubuh <i>Relaxed Style</i>	50
Gambar 4.10 Kontak Mata ke Kamera	50
Gambar 4.11 Keramahan @octatann dalam menyapa audiens	51
Gambar 4.11 Gaya Bersahabat @octatannn	52
Gambar 4.12 Penggunaan Humor di Konten @Octatatannn	53

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	11
Tabel 3.4.1.1 Bobot Penilaian Skala Likert.....	30
Tabel 3.4.2.1 Operasional Konsep gaya Komunikasi (Variabel Independen X)	30
Tabel 3.4.2.2 Operasional Konsep Engagement Audiens (Variabel Dependen Y)	31
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	41
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Penggunaan TikTok Aktif	41
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Interaksi dengan Akun @octatannn.....	42
Tabel 4.5 X1 Penggunaan Narasi yang Melebih-lebihkan (Gaya Dramatis). 42	
Tabel 4.6 X2 Aksi “Bermain Peran”.....	43
Tabel 4.7 Penekanan Pesan Melalui Dramatisasi Peristiwa.....	44
Tabel 4.8 Pembawaan yang Tenang dan Tidak Kaku.....	45
Tabel 4.9 Penggunaan Bahasa yang Ringan dan Mudah Dipahami	46
Tabel 4.10 Perasaan dekat oleh Audiens	47
Tabel 4.11 Penggunaan Ekspresi Wajah yang Kuat (Gaya Ekspresif)	48
Tabel 4.12 Gerakan Tubuh	49
Tabel 4.13 Kontak Mata ke Arah Kamera.....	50
Tabel 4.14 Keramahan dalam Menyapa (Gaya Bersahabat).....	50
Tabel 4.15 Merasa Seperti Teman Sendiri (Gaya Bersahabat).....	51
Tabel 4.16 Penggunaan Humor.....	52
Tabel 4.17 Sikap Menghargai Audiens	53
Tabel 4.18 Rekapitulasi Nilai Rata-Rata (Mean Score) Variabel Gaya Komunikasi (X)	54
Tabel 4.19 Frekuensi Memberikan Like	55
Tabel 4.20 Ketertarikan Memberikan Komentar	55
Tabel 4.21 Menanggapi Komentar Orang Lain (Diskusi).....	56
Tabel 4.22 Dorongan Partisipas	56
Tabel 4.23 Dorongan Merespons Konten	57

Tabel 4.24 Mengikuti Akun untuk Mendapatkan Update Konten.....	57
Tabel 4.25 Ketertarikan Mengikuti Perkembangan Konten	58
Tabel 4.26 Relevansi Konten dengan Kehidupan Audiens.....	58
Tabel 4.27 Kepercayaan Terhadap Konten.....	59
Tabel 4.28 Tidak Berniat Berhenti Mengikuti (Loyalitas)	60
Tabel 4.29 Interaksi Rutin (Like, Comment, atau Share)	60
Tabel 4.30 Konsistensi Menonton	61
Tabel 4.31 Membagikan Konten (Share)	61
Tabel 4.32 Merekomendasikan Akun kepada Orang Lain	61
Tabel 4.33 Merasa Terlibat Secara Aktif.....	62
Tabel 4.34 Rekapitulasi Nilai Rata-Rata Variabel Engagement Audiens (Y) 63	
Tabel 4.35 Hasil Uji Validitas Variabel Gaya Komunikasi (X)	64
Tabel 4.36 Hasil Uji Validitas Variabel Engagement Audiens (Y)	65
Tabel 4.37 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	65
Tabel 4.38 Hasil Uji Koefisien Determinasi	66
Tabel 4.39 Hasil Uji T (Hipotesis)	66