



**PEMENUHAN EKSISTENSI DIRI GENERASI Z DKI JAKARTA
BERDASARKAN MOTIF DAN POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
TIKTOK**

THESIS

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program
Pascasarjana Studi Magister Ilmu Komunikasi**

**UNIVERSITAS
DISUSUN OLEH
MERCU BUANA
AHMAD FAIZ RAHMAN
55219120056**

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2023**



PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA

LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS

Nama Lengkap : Ahmad Faiz Rahman
NIM : 55219120056
Jenjang Pendidikan : Strata 2
Kosentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Pemenuhan Eksistensi Diri Generasi Z DKI Jakarta
Berdasarkan Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial
Tiktok

Jakarta, (9 Maret 2023)

Dosen Pembimbing



(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS

Judul : Pemenuhan Eksistensi Diri Generasi Z DKI Jakarta Berdasarkan
Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Tiktok

Nama : Ahmad Faiz Rahman

NIM : 55219120056

Jenjang Pendidikan : Strata 2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media

Tanggal : 6 Maret 2023

Jakarta, (9 Maret 2023)

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
3. Pembimbing :
(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D)



(.....)

(.....)

(.....)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS

Judul : Pemenuhan Eksistensi Diri Generasi Z DKI Jakarta Berdasarkan
Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Tiktok

Nama : Ahmad Faiz Rahman

NIM : 55219120056

Jenjang Pendidikan : Strata 2

Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media

Tanggal : 6 Maret 2023

Jakarta, (9 Maret 2023)

Mengetahui,

1. Ketua Sidang :
(Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si)
2. Penguji Ahli :
(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)
3. Pembimbing :
(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D)



(.....)



(.....)



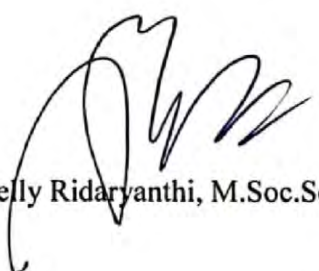
(.....)

LEMBAR PENGESAHAN TESIS

Nama Lengkap : Ahmad Faiz Rahman
NIM : 55219120056
Jenjang Pendidikan : Strata 2
Kosentrasi : Manajemen Industri & Bisnis Media
Judul Karya Akhir/Tesis : Pemenuhan Eksistensi Diri Generasi Z DKI Jakarta
Berdasarkan Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial
Tiktok


Jakarta, (9 Maret 2023)

Dosen Pembimbing



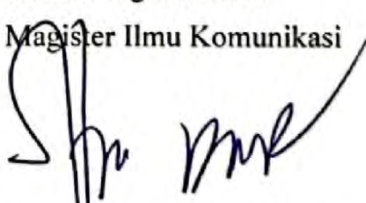
(Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D)

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi



(Dr. Heri Budiarto, M Si)

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

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

Nama : Ahmad Faiz Rahman
NIM : 55219120056
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi

dengan judul " PEMEUHAN EKSISTENSI DIRI GENERASI Z DKI JAKARTA BERDASARKAN MOTIF DAN POLA PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK", telah dilakukan pengecekan *similarity* dengan sistem Turnitin pada tanggal 11 MARET 2023 , didapatkan nilai persentase sebesar 19 %

Jakarta, 11 Maret 2023
Administrator Turnitin



Sukadi, SE., MM

LEMBAR PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa semua pernyataan dalam Tesis ini :

Judul : Pemenuhan Eksistensi Diri Generasi Z DKI Jakarta Berdasarkan Motif dan Pola Penggunaan Media Sosial Tiktok
Nama : Ahmad Faiz Rahman
NIM : 55219120056
Program Studi : Magister Ilmu Komunikasi
Tanggal : 6 Maret 2023

Merupakan hasil studi pustaka, penelitian lapangan, dan karya saya sendiri dengan bimbingan Komisi Dosen Pembimbing yang ditetapkan dengan Surat Keputusan Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Karya ilmiah ini belum pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan pada program sejenis di perguruan tinggi lain. Semua informasi, data, dan hasil pengolahannya yang digunakan, telah dinyatakan secara jelas sumbernya dan dapat diperiksa kebenarannya.

Jakarta, 6 Maret 2023



(Ahmad Faiz Rahman)

KATA PENGANTAR

Segala puji syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT atas segala karunia dan ridho-Nya, sehingga selesainya tesis penelitian ini dengan judul “Pemenuhan Eksistensi Diri Generasi Z DKI Jakarta Berdasarkan Motif dan Pola Penggunaan Sosial Media Tiktok”. Adapun maksud dan tujuan penulisan tesis ini untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana.

Di dalam proses penelitian ini, peneliti mendapat banyak bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga penulisan tesis ini dapat selesai tepat waktu. Oleh karena itu, pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc,Ph.D Sebagai Dosen Pembimbing yang telah bersedia memberikan bimbingan dan arahan sehingga penelitian ini selesai.
2. Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si sebagai Ketua Sidang yang telah memberikan masukan arahan sehingga selesainya penelitian ini.
3. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si sebagai Dosen Penelaah saat sidang proposal penelitian hingga sidang hasil penelitian sehingga penelitian ini selesai.
4. Orang tua penulis, Noer Ahmad Fuadi dan Neni Indriany telah tulus mendoakan untuk kelancaran thesis ini.
5. Istri tercinta Ulfa Khairani Daulay yang senantiasa mendukung penelitian ini dari berbagai caranya dari support mental serta lainnya
6. Seluruh Dosen Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah membagi ilmu selama masa perkuliahan
7. Seluruh Staff Sekretariat Magister Ilmu Komunikasi yang telah membantu proses administrasi selama perkuliahan dan selama proses penelitian.

8. Teman-teman yang selama masa kuliah di Pascasarjana Ilmu Komunikasi yang telah memberikan motivasi dan dukungan selama masa perkuliahan.
9. Para responden penelitian yang bersedia memberikan waktu untuk mengisi kuesioner dengan baik.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih sangat jauh dari kata sempurna karena terbatasnya pengalaman dan pengetahuan, oleh karena itu peneliti mengharapkan adanya saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga penelitian tesis ini bermanfaat bagi perkembangan Ilmu Komunikasi. Demikian peneliti sampaikan, terimakasih.



UNIVERSITAS Jakarta, 9 Maret 2023
MERCU BUANA

Ahmad Faiz Rahman

DAFTAR ISI

	Halaman
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TESIS.....	i
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TESIS	ii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TESIS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN TESIS.....	iv
PERNYATAAN SIMILARITY CHECK.....	v
LEMBAR PERNYATAAN.....	vi
ABSTRAK.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
DAFTAR TABEL.....	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Teori Uses and Gratification.....	37
2.3 New Media.....	39
2.4 Media Sosial.....	40
2.5 Aplikasi Tiktok.....	42
2.6 Motif dan Motivasi.....	44
2.7 Pola Penggunaan Media.....	47
2.8 Eksistensi Diri.....	49
2.9 Kerangka Berpikir.....	53
2.10 Hipotesis.....	54
BAB III METOLOGI PENELITIAN.....	56
3.1 Paradigma Penelitian.....	56
3.2 Jenis Penelitian.....	56

3.3	Variabel Penelitian	57
3.3.1	Definisi Konsep	58
3.3.2	Operasionalisasi Konsep.....	62
3.4	Populasi dan Sampel Penelitian.....	69
3.4.1	Populasi	69
3.4.2	Sampel	70
3.4.3	Teknik Penarikan Sampel	70
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas.....	71
3.5.1	Uji Validitas.....	71
3.5.2	Uji Reliabilitas	76
3.6	Teknis Analisis Data.....	80
3.6.1	Analisis Hubungan (Asosiatif).....	80
3.6.2	Uji Hipotesis t	81
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		82
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian.....	82
4.2	Hasil Penelitian.....	86
4.2.1	Data Responden	86
4.2.2	Motif Penggunaan Media Sosial TikTok.....	87
4.2.3	Pola Penggunaan Media Sosial TikTok.....	101
4.2.4	Eksistensi Diri Generasi Z di DKI Jakarta	121
4.2.5	Pernyataan Dimensi berpengaruh dan tidak berpengaruh	142
4.3	Uji Koefisiensi Korelasi.....	143
4.4	Uji Koefisiensi Determinasi.....	144
4.5	Uji Linear Berganda.....	145
4.6	Uji T	147
4.7	Pembahasan.....	148
4.7.1	Pemenuhan kepuasan Eksistensi diri Gen Z DKI Jakarta berdasarkan Motif Penggunaan Tiktok	151
4.7.2	Pemenuhan kepuasan Eksistensi diri Gen Z DKI Jakarta berdasarkan Pola penggunaan Tiktok	152
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		153
5.1	Kesimpulan	153
5.2	Saran	154
DAFTAR PUSTAKA		155

DAFTAR EMAIL RESPONDEN	161
LEMBAR LAMPIRAN.....	164



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 10 Negara Pengguna Aktif Tiktok Dunia 2020.....	2
Gambar 2. penggunaan Internet di Indonesia	3
Gambar 3. Data Statistik Kependudukan Indonesia Tahun 2020	6
Gambar 4. Kontribusi Pengguna Internet 5 Wilayah Indonesia	7
Gambar 5. Rumus Alpha Cronbach	76
Gambar 6. Uji Reliabilitas Variabel X1	77
Gambar 7. Uji Reliabilitas Variabel X2	78
Gambar 8. Uji Reliabilitas Variabel Y	79
Gambar 9. Media Sosial terbanyak didownload (Sumber: SensorTower Analytic)	148



DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 1. Kerangka Berpikir.....	54



DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1. Penelitian Terdahulu	36
Tabel 2. Variabel Operasional.....	58
Tabel 3. Skala Likert.....	62
Tabel 4. Operasional Konsep	62
Tabel 5. Uji Validitas Variabel X1	72
Tabel 6. Uji Validitas Variabel X2	73
Tabel 7. Uji Validitas Variabel Y	74
Tabel 8. Uji T	81
Tabel 9. Data Primer	86
Tabel 10. Data Biodata Pekerjaan.....	87
Tabel 11. Penggunaan Tiktok Saat Jenuh	87
Tabel 12. Penggunaan Tiktok Waktu Luang.....	88
Tabel 13. Penggunaan Tiktok disela Pekerjaan	89
Tabel 14. Penggunaan Tiktok saat masalah	90
Tabel 15. Penggunaan Tiktok untuk hubungi Teman	90
Tabel 16. Penggunaan Tiktok untuk Update aktivitas	91
Tabel 17. Penggunaan Tiktok untuk mencari Teman	92
Tabel 18. Penggunaan Tiktok untuk Interaksi Keluarga.....	93
Tabel 19. Penggunaan Tiktok untuk mencari Minat	93
Tabel 20. Penggunaan Tiktok untuk Menunjukkan Barang.....	94
Tabel 21. Penggunaan Tiktok untuk menunjukkan kegiatan	95
Tabel 22. Penggunaan Tiktok untuk berbagi sedih yang dirasa.....	96
Tabel 23. Penggunaan Tiktok untuk mencari kebutuhan.	97
Tabel 24. Penggunaan Tiktok untuk awasi isu terkini	98
Tabel 25. Penggunaan TikTok untuk membandingkan Informasi	99
Tabel 26. Penggunaan Tiktok untuk update Trending Topic.....	100
Tabel 27. Akses Tiktok lebih dari 3-5 Hari Seminggu	101
Tabel 28. Akses Tiktok 1-3 Hari perminggu.....	102
Tabel 29. Akses Tiktok hanya saat Weekend	102
Tabel 30. Melihat Unggahan Tiktok Lebih dari 1 jam.....	103
Tabel 31. Akses Tiktok durasi 2 jam	104

Tabel 32.	Akses Tiktok Lebih dari 4 jam.....	105
Tabel 33.	Akses Tiktok saat Sibuk.....	105
Tabel 34.	Menggunakan Tiktok sedang berlibur	106
Tabel 35.	Menggunakan Tiktok ketika tidak melakukan apa-apa.....	107
Tabel 36.	Menggunakan Tiktok saat Istirahat (Sekolah/Bekerja).....	108
Tabel 37.	Menggunakan Tiktok saat Sedih.....	109
Tabel 38.	Menggunakan Tiktok saat Senang	109
Tabel 39.	Menggunakan Tiktok Saat Bosan	110
Tabel 40.	Menggunakan Tiktok ketika dirumah	111
Tabel 41.	Menggunakan Tiktok saat disekolah.....	111
Tabel 42.	Menggunakan Tiktok di tempat umum	112
Tabel 43.	Menggunakan Tiktok ditempat Ibadah	113
Tabel 44.	Menggunakan Tiktok saat di kendaraan	113
Tabel 45.	Menggunakan Tiktok saat dikantor.....	114
Tabel 46.	Konten Tiktok mengandung Humor	115
Tabel 47.	Konten Tiktok mengandung Horor	115
Tabel 48.	Konten Tiktok Mengandung Romantisme	116
Tabel 49.	Konten Tiktok mengandung Politik.....	117
Tabel 50.	Konten Tiktok edukasi.....	117
Tabel 51.	Konten Tiktok mengandung nilai agama.....	118
Tabel 52.	Menggunakan Tiktok untuk Chatting	119
Tabel 53.	Menggunakan Tiktok untuk berkomentar	119
Tabel 54.	Menggunakan Tiktok untuk membuat Konten	120
Tabel 55.	Menggunakan Tiktok untuk mencari Informasi.....	121
Tabel 56.	Menggunakan tiktok sebelum aktivitas.....	122
Tabel 57.	Menggunakan Tiktok sebelum Tidur	122
Tabel 58.	Menggunakan Tiktok sebelum/sesudah Makan	123
Tabel 59.	Menggunakan Tiktok untuk mencari resep masakan	124
Tabel 60.	Penggunaan Tiktok untuk mencari rekomendasi jual Kuliner	124
Tabel 61.	Menggunakan Tiktok untuk mencari Rekomendasi Jual Pakaian	125
Tabel 62.	Penggunaan Tiktok untuk mencari Ketentraman	126
Tabel 63.	Penggunaan Tiktok untuk melepas Penat	127
Tabel 64.	Penggunaan Tiktok untuk melepas Kesedihan	127

Tabel 65.	Penggunaan Tiktok untuk mengekspresikan Perasaan.....	128
Tabel 66.	Penggunaan Tiktok untuk membentuk kepercayaan Diri	129
Tabel 67.	Penggunaan Tiktok untuk mengetahui Trend yang berlangsung	129
Tabel 68.	Penggunaan Tiktok untuk ikut Trend yang berlangsung	130
Tabel 69.	Penggunaan Tiktok untuk mendapat perhatian	131
Tabel 70.	Penggunaan Tiktok untuk menjalin hubungan Intens	131
Tabel 71.	Menggunakan Tiktok karena temannya menggunakan juga	132
Tabel 72.	Menggunakan Tiktok untuk mengetahui info yang terjadi	133
Tabel 73.	Menggunakan Tiktok untuk bertukar Informasi	134
Tabel 74.	Menggunakan Tiktok untuk memberitahukan Informasi terhadap Lingkungannya.....	134
Tabel 75.	Menggunakan Tiktok untuk mencari teman yang sepemikiran	135
Tabel 76.	Menggunakan Tiktok untuk mencari pengakuan dari Lingkungannya.....	136
Tabel 77.	Menggunakan Tiktok untuk memberitahukan dengan semua barang yang dimilikinya	136
Tabel 78.	Menggunakan Tiktok untuk mencapai Keberhasilan Berkarya	137
Tabel 79.	Menggunakan Tiktok untuk menunjukkan penghargaan	138
Tabel 80.	Menggunakan Tiktok untuk menunjukkan keahlian.....	139
Tabel 81.	Menggunakan Tiktok untuk menciptakan hal-hal yang kreatif	140
Tabel 82.	Menggunakan Tiktok untuk bersuara dikolom komentar dalam Konten....	140
Tabel 83.	Menggunakan Tiktok untuk mendukung suatu gerakan Tertentu.....	141
Tabel 84.	Uji Korelasi.....	143
Tabel 85.	Uji Koefisiensi Determinasi X1	145
Tabel 86.	Uji Regresi Linear Berganda.....	145
Tabel 87.	Hasil Uji T.....	147