



**PENGARUH KONTEN AKUN TIKTOK @PodcastKeselAje TERHADAP
ETIKA KOMUNIKASI GEN Z**

LAPORAN SKRIPSI

RAIHAN FARELIANSYAH

44521010018

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Raihan Fareliansyah
NIM : 44521010018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Akun Tiktok @PodcastKeselAje Terhadap Etika Komunikasi Gen Z

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 8 Mei 2025



(Raihan Fareliansyah)

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Raihan Fareliansyah
NIM : 44521010018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Akun Tiktok @PodcastKeselAje Terhadap Etika Komunikasi Gen Z

Telah berhasil dipertahankan pada sidang dihadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan Oleh:

Pembimbing 1	: Kurniawan Prasetyo, M.Ikom	()
NIDN	: 0316129201	
Ketua Penguji	: Siti Muslichatul M, M.IKom	()
NIDN	: 0326089202	
Penguji Ahli	: Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, PhD	()
NIDN	: 0324128202	

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Mei 2025

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si)


(Dr. Farid Hamid, M.Si)

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Raihan Farelansyah
NIM : 44521010018
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Akun Tiktok @PodcastKeselAje Terhadap Etika Komunikasi Gen Z

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 Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilih Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 8 Mei 2025

Yang Menyatakan,



(Raihan Farelansyah)

ABSTRAK

Nama : Raihan Fareliansyah
NIM : 44521010018
Program Studi : Digital Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Akun Tiktok @PodcastKeselAje
Terhadap Etika Komunikasi Gen Z
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom.

Penggunaan media sosial telah berkembang secara eksponensial, terutama di kalangan generasi muda. Media sosial bukan hanya tempat untuk berkomunikasi dan berbagi momen, tetapi juga sebagai sumber informasi utama. Generasi Z cenderung mempercayai ulasan dari akun yang mereka anggap sebagai influencer di bidang tertentu. Salah satu konten kreator yang menyajikan konten informatif adalah Oza Rangkuti melalui akun TikTok @PodcastKeselAje.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh konten akun @PodcastKeselAje terhadap etika komunikasi Gen Z. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications, The Seven Cs oleh Brian Solis (variabel X), dan indikator etika komunikasi dari berbagai literatur (variabel Y). Pendekatan penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei yang dilakukan kepada 100 followers akun TikTok @PodcastKeselAje, dari total populasi sebesar 1.700.000 orang. Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah Non-Probability Sampling dengan metode Purposive Sampling dan rumus Taro Yamane.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten akun @PodcastKeselAje terhadap etika komunikasi Gen Z. Dalam penelitian ini hasil uji koefisien determinasi sebesar 0,74. Angka tersebut mempunyai makna bahwa pengaruh variabel konten media sosial (independent) terhadap variabel etika komunikasi gen z (dependen) adalah sebesar 7,4%, Sehingga dapat diartikan bahwa, konten akun @podcastkeselaje memberikan pengaruh sebesar 7,4% terhadap etika komunikasi gen z.

Dalam hasil uji koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang rendah dan positif antara konten media sosial dengan etika komunikasi. Dapat dilihat bahwa nilai correlation coefficient yang diperoleh sebesar 0,273. Berdasarkan tabel interpretasi dengan nilai koefisien korelasi dapat dikatakan bahwa interval 0,20 – 0,399 memiliki hubungan yang positif namun cukup lemah antar kedua variabel.

Kata kunci: Media Sosial, Konten TikTok, Etika Komunikasi, Generasi Z, @PodcastKeselAje

ABSTRACT

Name : Raihan Fareliansyah
NIM : 44521010018
Study Program : Digital Communication
Thesis Report Title : The Influence of @PodcastKeselAje TikTok
Account Content on Gen Z Communication Ethics
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom.

The use of social media has grown exponentially, especially among the younger generation. Social media is not only a platform for communication and sharing moments, but also serves as a primary source of information. Generation Z tends to trust reviews from accounts they consider to be influencers in specific fields. One content creator who presents informative content is Oza Rangkuti through the TikTok account @PodcastKeselAje.

The purpose of this study is to measure and explain the influence of the content from the @PodcastKeselAje account on the communication ethics of Generation Z. This research uses the Uses and Gratifications theory, The Seven Cs by Brian Solis (independent variable), and indicators of communication ethics derived from various literatures (dependent variable). The research approach is quantitative, using a survey method conducted on 100 followers of the @PodcastKeselAje TikTok account, from a total population of 1,700,000 people. The sampling technique used is Non-Probability Sampling with a Purposive Sampling method and the Taro Yamane formula.

The results of this study indicate that the content of the @PodcastKeselAje account has an influence on the communication ethics of Generation Z. In this study, the coefficient of determination test result is 0.74. This figure signifies that the influence of the social media content variable (independent) on the communication ethics of Generation Z (dependent) is 7.4%. Therefore, it can be interpreted that the content of the @PodcastKeselAje account contributes a 7.4% influence on the communication ethics of Generation Z.

The results of the correlation coefficient test show a low but positive relationship between social media content and communication ethics. It can be seen that the obtained correlation coefficient value is 0.273. Based on the interpretation table of correlation coefficients, it can be stated that a coefficient in the interval of 0.20 – 0.399 indicates a positive but relatively weak relationship between the two variables.

Keywords: Social Media, TikTok Content, Communication Ethics, Generation Z, @PodcastKeselAje

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur dipanjatkan kepada tuhan yang Maha Esa berkat rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " Pengaruh Konten Akun Tiktok @PodcastKeselAje Terhadap Etika Komunikasi Gen-Z." tepat pada waktunya. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat mencapai gelar Sarjana pada Program Studi Digital Communication Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Dengan segala kerendahan hati, peneliti menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena itu, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang senantiasa bersedia meluangkan waktunya untuk membantu mengarahkan, membimbing penulisan skripsi, memberikan ilmu dan solusi atas kesulitan dan hambatan dalam menyusun skripsi ini.
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
4. Bapak Andi Pajolloi Bate, S.Ikom, M.A selaku Sekprodi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
5. Ibu Melly Ridaryanthi, M.Soc.Sc, Ph.D. selaku dosen penguji ahli sidang
6. Ibu Siti Muslichatul Mahmuda, S.Ikom, M.Ikom. selaku Dosen Pembimbing Akademik.
7. Bapak Engga Probi Endri, M.A. selaku dosen Fakultas Ilmu Komunikasi.
8. Segenap Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan. ilmunya kepada peneliti selama proses perkuliahan.
9. Seluruh responden peneliti yang telah membantu meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.
10. Kedua orang tua peneliti Ricka Sylvia (Mama), Hendriansyah (Ayah)

sebagai orang tua dan juga Fariz Hafiyansyah (Adik) yang peneliti sayangi dan cintai atas segala bentuk dukungan pengorbanan secara moral maupun materi dan atas doa-doa yang mereka panjatkan demi kelancaran dan keteguhan peneliti dalam menyelesaikan tugas akhir ini dengan baik.

11. Kepada semua teman-teman, sahabat, dan pendukung kehidupan perkuliahan peneliti yakni: Audrey Khirani, Pingi Oktaris, Radityo Yusuf Subagja, Fakhri Ilmam, Ardel Bayu Adityo, Esya Irfan, Adam Adhialdiga Zufar Sabet, Yasa Kamil, Hansyah Bilan Junior, Fahad Ahmad Boenjamin, Syadam Radyan Anwar, Fabio Toraputranto, Ahmad Bariq Saputra.

Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada keluarga dan teman-teman serta semua pihak yang telah membantu memberikan dukungan dalam menyelesaikan Tugas Akhir Skripsi ini.

Jakarta, 19 April 2025



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Raihan Fareliansyah

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Manfaat Penelitian	12
1.4.1 Manfaat Akademis	12
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	13
KAJIAN LITERATUR	13
2.1 Penelitian terdahulu	13
2.2 Kajian Teoretis/Konsep.....	27
2.2.1 Komunikasi Digital	27
2.2.3 New Media	29
2.2.4 Media Sosial.....	31
2.2.5 Konten Media Sosial	35
2.2.6 Etika Komunikasi	36

BAB III.....	40
METODOLOGI PENELITIAN.....	40
3.1 Paradigma Penelitian.....	40
3.2 Metode Penelitian	41
3.3 Populasi dan Sampel	42
3.3.1 Populasi	42
3.3.2 Sampel.....	43
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel.....	44
3.4 Definisi Konsep dan Operasional Konsep	45
3.4.1 Definisi Konsep.....	45
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	46
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	50
3.5.1 Data Primer	50
3.5.2 Data Sekunder	51
3.5.3 Uji Validitas	51
3.5.4 Uji Reliabilitas.....	54
3.6 Teknik Analisis Data.....	57
3.6.1 Analisis Regresi Linier Sederhana	57
3.6.2 Uji Koefisien Korelasi.....	57
3.6.3 Uji Hipotesis.....	58
BAB IV	59
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	59
4.1.1 Profil Oza Rangkuti.....	59
4.1.2 Profil TikTok Podcast Kesel Aje.....	60
4.2 Hasil Penelitian	61
4.2.1 Karakteristik Responden	62
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X (Konten Media Sosial).....	63
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Y (Etika Komunikasi Gen Z)	79
4.2.4 Analisis Statistik.....	88
4.3 Pembahasan.....	92

BAB V.....	99
KESIMPULAN DAN SARAN.....	99
5.1 Kesimpulan	99
5.2 Saran.....	100
5.2.1 Saran Akademis.....	100
5.2.2 Saran Praktis.....	101
DAFTAR PUSTAKA	102
LAMPIRAN	104



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Pengguna Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1. 2 Alasan Generasi Muda Menggunakan Media Sosial	4
Gambar 1. 3 Platform Media sosial Yang Sering Digunakan	7
Gambar 1. 4 Konten-konten TikTok @Podcastkeselaje	10
Gambar 4. 1 Foto Oza Rangkuti Sumber: Daily Asia	59
Gambar 4. 2 Profil TikTok Podcast Kesel Aje	60
Gambar 4. 3 Profile Summary TikTok Podcast Kesel Aje	61



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Konsep	47
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Konten Media Sosial (X)	52
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Etika Komunikasi (Y)	53
Tabel 3. 4 Koefisien Realibilitas	55
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten Media Sosial	55
Tabel 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Etika Komunikasi.....	56
Tabel 3. 7 Interpretasi Koefisien Korelasi.....	58
Tabel 4. 1 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4. 2 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	62
Tabel 4. 3 Frekuensi Responden Berdasarkan Domisili.....	62
Tabel 4. 4 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	63
Tabel 4. 5 Tanggapan responden atas pernyataan.	64
Tabel 4. 6 Tanggapan responden atas pernyataan	64
Tabel 4. 7 Penilaian Dimensi Clear	65
Tabel 4. 8 Tanggapan responden atas pernyataan.	66
Tabel 4. 9 Tanggapan responden atas pernyataan.	66
Tabel 4. 10 Tanggapan responden atas pernyataan.	67
Tabel 4. 11 Tanggapan responden atas pernyataan.	67
Tabel 4. 12 Penilaian Dimensi Concise.....	68
Tabel 4. 13 Tanggapan responden atas pernyataan.	69
Tabel 4. 14 Tanggapan responden atas pernyataan.	69
Tabel 4. 15 Tanggapan responden atas pernyataan.....	70
Tabel 4. 16 Penilaian Dimensi Concrete	70
Tabel 4. 17 Tanggapan responden atas pernyataan.	71
Tabel 4. 18 Tanggapan responden atas pernyataan.	72
Tabel 4. 19 Penilaian Dimensi Correct.....	72
Tabel 4. 20 Tanggapan responden atas pernyataan.	73
Tabel 4. 21 Tanggapan responden atas pernyataan.	74
Tabel 4. 22 Tanggapan responden atas pernyataan.	74

Tabel 4. 23 Penilaian Dimensi Coherent	75
Tabel 4. 24 Tanggapan responden atas pernyataan.	76
Tabel 4. 25 Tanggapan responden atas pernyataan.	76
Tabel 4. 26 Penilaian Dimensi Complete	77
Tabel 4. 27 Tanggapan responden atas pernyataan.	77
Tabel 4. 28 Tanggapan responden atas pernyataan.	78
Tabel 4. 29 Penilaian Dimensi Courteous	78
Tabel 4. 30 Tanggapan responden atas pernyataan.	80
Tabel 4. 31 Tanggapan responden atas pernyataan.	80
Tabel 4. 32 Penilaian Dimensi Menjaga Ucapan	81
Tabel 4. 33 Tanggapan responden atas pernyataan.	82
Tabel 4. 34 Tanggapan responden atas pernyataan.	82
Tabel 4. 35 Penilaian Dimensi Sopan Santun	83
Tabel 4. 36 Tanggapan responden atas pernyataan.	84
Tabel 4. 37 Tanggapan responden atas pernyataan.	84
Tabel 4. 38 Penilaian Dimensi Saling Menghargai	85
Tabel 4. 39 Tanggapan responden atas pernyataan.	86
Tabel 4. 40 Tanggapan responden atas pernyataan.	87
Tabel 4. 41 Penilaian Dimensi Efektif dan Efisien	87
Tabel 4. 42 Tabel Uji Korelasi	88
Tabel 4. 43 Hasil Uji Korelasi	89
Tabel 4. 44 Hasil Uji Koefisien Determinasi	90
Tabel 4. 45 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	90
Tabel 4. 46 Hasil Uji Hipotesis	91