

**KEKUATAN MOTIF, INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK
DAN KEPUASAN MAHASISWA DALAM Mencari
INFORMASI TREN GAYA HIDUP**

(Kasus Mahasiswa Program Studi Ilmu

Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)



Diajukan sebagai Syarat Memperoleh

Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)

Oleh:

MOH. AINUR ROZIQIIN

225508155

PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA

2025

**THE STRENGTH OF MOTIVES, INTENSITY OF TIKTOK
USAGE, AND STUDENT SATISFACTION IN SEEKING
LIFESTYLE TREND INFORMATION**

**(Case Study of Communication Science Students
at Atma Jaya University Yogyakarta)**



**Diajukan sebagai Syarat Memperoleh
Gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)**

Oleh:

MOH. AINUR ROZIQIIN

225508155

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PERSETUJUAN

JUDUL

**KEKUATAN MOTIF, INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK DAN KEPUASAN
MAHASISWA DALAM Mencari INFORMASI TREN GAYA HIDUP (Kasus
Mahasiswa Program Studi Ilmu Univeritas Atma Jaya Yogyakarta)**

TESIS

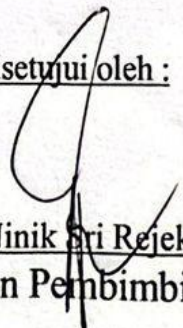
**Disusun Guna Melengkapi Tugas Akhir untuk
Memenuhi Syarat Mencapai Gelar
Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom)**

Disusun oleh:

MOH. AINUR ROZIQIIN

225508155

Disetujui oleh :


Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.
Dosen Pembimbing

**PROGRAM STUDI MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA**

2025

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tesis : KEKUATAN MOTIF, INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK DAN
KEPUASAN MAHASISWA DALAM Mencari Informasi Tren Gaya
HIDUP (Kasus Mahasiswa Program Studi Ilmu Univeritas Atma Jaya
Yogyakarta)

Penyusun : Moh. Ainur Roziqiin

NPM 225508155

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Tesis yang diselenggarakan pada

Hari/Tanggal : Kamis/ 30 Oktober 2025

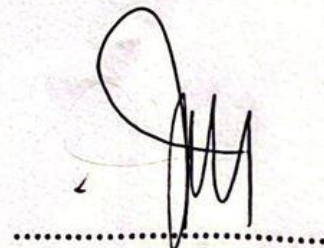
Waktu : 16:00 WIB

Tempat : Ruang Pendadaran, Kampus 4 Gedung Theresa Universitas Atma Jaya ..
Yogyakarta

TIM PENGUJI

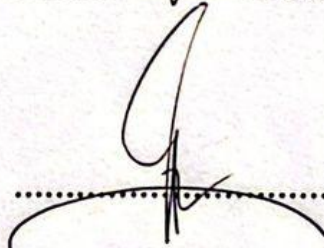
Dr. phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si.

Ketua



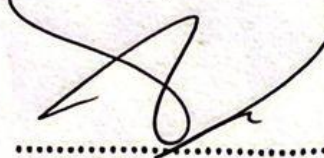
Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si.

Anggota I



Dr. phil. Y. Bambang Wiratmojo, M.A.

Anggota II




Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D.

Ketua Program Studi S2 Ilmu Komunikasi

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Moh. Ainur Roziqin

NPM : 225508155

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tesis : Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Tiktok Dengan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mencari Informasi Tren Gaya Hidup (Kasus Mahasiswa Program Studi Ilmu Univeritas Atma Jaya Yogyakarta)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Tesis ini bukan merupakan plagiasi, duplikasi, maupun pencurian hasil karya orang lain. Bila di kemudian hari diduga ada ketidaksesuaian antara fakta dengan pernyataan ini, saya bersedia untuk diproses oleh tim fakultas yang dibentuk untuk melakukan verifikasi. Bila terbukti bahwa terdapat plagiasi maupun bentuk ketidakjujuran lain, saya siap dan bersedia menerima sanksi berupa pencabutan gelar kesarjanaannya saya.

Pernyataan ini dibuat dengan penuh kesadaran diri dan tanpa tekanan maupun paksaan dari pihak manapun.

Yogyakarta, 01 September 2025

Saya yang menyatakan



Moh. Ainur Roziqin

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa karena berkat rahmat dan karunia-Nya tesis ini yang berjudul ***“Kekuatan Motif, Intensitas Penggunaan Tiktok Dan Kepuasan Mahasiswa Dalam Mencari Informasi Tren Gaya Hidup (Kasus Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta)”*** dapat diselesaikan dengan baik. Tesis ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Magister pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin pesatnya perkembangan media sosial, khususnya TikTok, yang tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi bagi mahasiswa, terutama terkait tren gaya hidup. Dalam kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, bimbingan, dan bantuan selama proses penyusunan tesis ini, antara lain:

1. Nobertus Ribut Santoso, S.S., M.A., Ph.D., selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi yang telah memberikan dukungan selama proses studi.
2. Dr. MC Ninik Sri Rejeki, M.Si. selaku dosen pembimbing yang dengan penuh kesabaran memberikan arahan, masukan, serta bimbingan sepanjang proses penelitian hingga penyusunan tesis ini.
3. Dr. phil. Y. Bambang Wiratmojo, S.Sos., M.A. dan Dr. phil. Yudi Perbawaningsih, M.Si. selaku dosen penguji yang telah memberikan masukan berharga dalam penyusunan tesis ini.
4. Seluruh staf pengajar dan tenaga kependidikan Program Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang telah memberikan bantuan dan dukungan selama perkuliahan.

5. Responden penelitian, yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, yang telah berkenan meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner.

5. Keluarga tercinta, terutama Ayah, Ibu, dan Kakak yang selalu memberikan doa, motivasi, serta dukungan moral selama penulis menyelesaikan studi ini.

6. Sahabat sahabat saya Kak Ida, Kak Jessie, Kak Eska, Kak Lia, Mami Ahda, Lius, Vero, Raven, Masayu, Eca, Alifah, Nopi dan Tika yang selalu memberika semangat selama penulis menyelesaikan studi ini

6. Rekan-rekan di Program Magister Ilmu Komunikasi yang selalu berbagi pengalaman, pengetahuan, serta memberikan dukungan selama proses perkuliahan dan penelitian.

7. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang selalu memberikan doa, motivasi, serta semangat kepada penulis.

Penulis menyadari bahwa tesis ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Semoga tesis ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam kajian media sosial dan gaya hidup mahasiswa.

Yogyakarta, 19 November 2025

Moh. Ainur Roziqiin

MOTTO

"Khoirunnasi anfa'uhum linnaasi" atau

"Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia"

PERSEMBAHAN

Tesis ini penulis persembahkan untuk Tuhan Yang Maha Esa, atas segala rahmat, berkat, dan kasih-Nya yang senantiasa menyertai setiap langkah hidup penulis.

Tesis ini juga penulis persembahkan untuk diri sendiri, keluarga dan para sahabat yang selalu memberikan dukungan serta doa selama menjalani proses perkuliahan ini

DAFTAR ISI

JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PNEGESAHAN.....	iv
PERNYATAAN KEASLAN TESIS.....	v
KATA PENGANTAR	i
MOTTO	iii
PERSEMBAHAN.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN.....	x
Lampiran 1. Kuisisioner	x
Lampiran 2. Distribusi item pertanyaan.....	x
Lampiran 3. Hasil Similarity.....	x
ABSTRAK.....	xi
ABSTRACT.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Akademis	7
1.4.2 Praktis	8
BAB II.....	9
TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu	9
2.2 Landasan Teori	13
2.2.1 Komunikasi Digital	13
2.2.2 Teori Uses and Gratification	15
Kepuasan (Gratifications).....	19
2.3 Kerangka Konsep	22
2.3.1 Kekuatan Motif Penggunaan Tiktok.....	22
2.3.2. Intensitas Penggunaan Tiktok.....	25
2.3.3 Kepuasan dalam Mencari Informasi Tren Gaya Hidup.....	29

2.3.4 Hubungan Antar Variabel.....	30
2.4 HIPOTESIS.....	33
2.4.1 Hipotesis Teoritis.....	33
2.4.2 Hipotesis Penelitian.....	33
2.5 DEFINISI OPERASIONAL	34
BAB III.....	36
METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Jenis Penelitian.....	36
3.2 Metode Penelitian.....	36
3.3 Lokasi Penelitian	37
3.4 Objek Penelitian	37
3.5 Subjek Penelitian.....	37
3.6 Teknik Pengumpulan Data	38
3.7 Populasi Penelitian	39
3.8 Sampel.....	39
3.9 Teknik Analisis Data	41
B. Analisis Bivariat.....	42
3.10 Uji Validitas dan Reliabilitas	43
3.10.1 Uji Validitas.....	43
3.10.2 Uji Reliabilitas.....	45
BAB IV	48
TEMUAN DAN PEMBAHASAN	48
4.1 Temuan.....	48
4.1.1 Profil Responden	48
4.1.3 Analisis Univariat.....	52
4.1.3 Uji Normalitas	73
4.1.4 Analisis Bivariat	73
4.2 Pembahasan.....	76
BAB V	80
PENUTUP.....	80
5.1 Kesimpulan.....	80
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA	85
LAMPIRAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Pengguna TikTok Indonesia Berdasarkan Kelompok Usia Tahun 2022	2
Tabel 2. Definisi Operasional.....	34
Tabel 3. Jumlah Populasi	39
Tabel 4. Jumlah Sampel	40
Tabel 5. Hasil Uji Validitas.....	45
Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas	47
Tabel 7. Jenis Kelamin.....	48
Tabel 8. Usia Responden.....	49
Tabel 9. Angkatan.....	49
Tabel 10. Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Fashion	52
Tabel 11. Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Make Up..	53
Tabel 12. Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Skincare	54
Tabel 13. Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Kuliner.....	55
Tabel 14. Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Kesehatan ..	56
Tabel 15. Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Hiburan.....	57
Tabel 16. Berapa Kali dalam Sehari Membuka Aplikasi Tiktok untuk Mengeksplorasi atau Menonton Konten.....	59
Tabel 17. Berapa Lama anda Biasanya Menghabiskan Waktu untuk Menonton	60
Tabel 18. Berapa Lama Total Waktu yang anda Habiskan Di Tiktok dalam Satu Hari.	61
Tabel 19. Melakukan Aktifitas Lain Selama Menggunakan TikTok	62
Tabel 20. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Fashion yang Didapatkan.	63
Tabel 21. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Make up yang Didapatkan.	65
Tabel 22. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Skincare yang Didapatkan.	66
Tabel 23. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Kuliner yang Didapatkan.	67

Tabel 24. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Kesehatan	68
Tabel 25. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Hiburan yang Didapatkan.	69
Tabel 26. Skor Rata-rata (Mean) Indikator dari Variabel Kekuatan Motif Mencari Informasi Tren Gaya Hidup (A).....	71
Tabel 27. Skor Rata-rata (Mean) Indikator dari Variabel Intensitas Penggunaan TikTok (X).....	71
Tabel 28. Skor Rata-rata (Mean) Indikator dari Variabel Kepuasan Mahasiswa dalam Mencari Informasi Tren Gaya Hidup.....	72
Tabel 29. Uji Normalitas.....	73
Tabel 30. Pedoman Derajat Korelasi.....	74
Tabel 31. Hubungan Kekuatan Motif dan Intensitas Penggunaan TikTok.....	74
Tabel 32. Hubungan Intensitas Penggunaan TikTok dan Kepuasan Mahasiswa	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Media Sosial yang paling Banyak Digunakan di Indonesia 2024	1
Gambar 2. Diagram Hubungan Antar Variabel.....	32
Gambar 3. Diagram Jenis Kelamin	48
Gambar 4. Diagram usia responden.....	49
Gambar 5. Diagram angkatan.....	50
Gambar 6. Diagram Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Fashion.....	53
Gambar 7. Diagram Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Make up	54
Gambar 8. Diagram Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Skincare.....	55
Gambar 9. Diagram Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Kuliner.....	56
Gambar 10. Diagram Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Kesehatan	57
Gambar 11. Diagram Sejauh Mana Kekuatan Motif Untuk Mencari Informasi Tentang Tren Hiburan.....	58
Gambar 12. Diagram Berapa Kali dalam Sehari Membuka Aplikasi Tiktok untuk Mengeksplorasi atau Menonton Konten	60
Gambar 13. Diagram Berapa Lama anda Biasanya Menghabiskan Waktu untuk Menonton Konten Tiktok dalam Satu Sesi Penggunaan	61
Gambar 14. Diagram Berapa Lama Total Waktu yang anda Habiskan Di Tiktok dalam Satu Hari.	62
Gambar 15. Diagram Melakukan Aktifitas Lain Selama Mennggunakan TikTok	63

Gambar 16. Diagram Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Fashion yang Didapatkan.	64
Gambar 17. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Make up yang Didapatkan.	65
Gambar 18. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Skincare yang Didapatkan.	66
Gambar 19. Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Kuliner yang Didapatkan.	67
Gambar 20. Diagram Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Kesehatan yang Didapatkan.	69
Gambar 21. Diagram Sejauh mana Kepuasan Terhadap Informasi Tren Hiburan yang Didapatkan.	70

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner

Lampiran 2. Distribusi item pertanyaan

Lampiran 3. Hasil Similarity

**KEKUATAN MOTIF, INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK DAN KEPUASAN
MAHASISWA DALAM Mencari Informasi Tren Gaya Hidup**

**(Kasus Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya
Yogyakarta)**

Moh. Ainur Roziqin / 225508155

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kekuatan motif, intensitas penggunaan TikTok, dan kepuasan mahasiswa dalam mencari informasi tren gaya hidup. Berlandaskan teori Uses and Gratifications, penelitian ini memandang bahwa mahasiswa sebagai pengguna aktif TikTok memiliki kebutuhan (needs) untuk mengakses informasi terkait tren gaya hidup sehingga mendorong penggunaan media secara intens untuk memperoleh kepuasan yang diharapkan (Gratification Sought/GS) dan kepuasan yang benar-benar diterima (Gratification Obtained/GO). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei terhadap 206 responden mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang dipilih menggunakan teknik simple random sampling. Analisis data menggunakan uji korelasi Spearman Rank. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) terdapat hubungan positif dan signifikan antara kekuatan motif dengan intensitas penggunaan TikTok; dan (2) terdapat hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan TikTok dengan kepuasan mahasiswa dalam mencari informasi tren gaya hidup.

Kata Kunci: Kekuatan Motif, Intensitas Penggunaan TikTok, Kepuasan, Gratification Sought, Gratification Obtained, Tren Gaya Hidup

THE STRENGTH OF MOTIVES, INTENSITY OF TIKTOK USAGE, AND STUDENT SATISFACTION IN SEEKING LIFESTYLE TREND INFORMATION

(Case Study of Communication Science Students at Atma Jaya University

Yogyakarta)

Moh. Ainur Roziqiin / 225508155

Master of Communication Studies Program, Atma Jaya University Yogyakarta

ABSTRACT

This This study aims to examine the relationship between motive strength, TikTok usage intensity, and student satisfaction in seeking lifestyle trend information. Based on the Uses and Gratifications theory, this research emphasizes that students as active media users have certain needs that encourage them to intensively use TikTok to acquire lifestyle trend information and fulfill their expected satisfaction (Gratification Sought/GS) as well as the satisfaction they actually receive (Gratification Obtained/GO). This quantitative study employed a survey method with 206 respondents from the Communication Science Master Program of Atma Jaya University Yogyakarta, selected using a simple random sampling technique. The data were analyzed using the Spearman Rank correlation test. The results indicate that: (1) there is a significant and positive relationship between motive strength and TikTok usage intensity; and (2) there is a significant and positive relationship between TikTok usage intensity and students' satisfaction in obtaining lifestyle trend information.

Keywords: Motive Strength, TikTok Usage Intensity, Satisfaction, Gratification Sought, Gratification Obtained, Lifestyle Trends