

**ANALISIS TINGKAT KETERTARIKAN AUDIENS PADA
@PRIDECHICKEN_ID DI TIKTOK**

**INAYAH MALIKA REZANY
1714422032**



**Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh
Gelar Sarjana Terapan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PEMASARAN DIGITAL
PROGRAM SARJANA TERAPAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

2026

**ANALYSIS OF AUDIENCE INTEREST LEVEL IN
@PRIDECHICKEN_ID ON TIKTOK**

**INAYAH MALIKA REZANY
1714422032**



*This thesis is submitted in partial fulfillment of the requirements for
the Applied Bachelor's Degree at the Faculty of Economics and
Business, State University of Jakarta.*

***DIGITAL MARKETING PROGRAM STUDY
APPLIED BACHELOR'S PROGRAM
FACULTY OF ECONOMICS AND BUSINESS
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA***

2026

ABSTRAK

INAYAH MALIKA REZANY. Analisis Tingkat Ketertarikan Audiens pada @Pridechicken_id di TikTok: Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta, 2026.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui tingkat ketertarikan audiens pada akun TikTok @pridechicken_id berdasarkan perspektif *Uses and Gratifications Theory* (UGT). Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena tingkat interaksi (*engagement*) serta beberapa keluhan berupa komentar pada konten. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan 155 responden yang dipilih dengan kriteria pengguna aktif TikTok yang pernah menonton dan berinteraksi dengan konten akun @pridechicken_id. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert yang disebarakan secara daring. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif melalui perhitungan nilai rata-rata (*mean*) pada lima dimensi UGT, yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, hiburan, serta ekspresi diri. Hasil menunjukkan bahwa tingkat ketertarikan audiens pada konten @pridechicken_id secara keseluruhan berada pada kategori tinggi. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa @pridechicken_id perlu mempertahankan dimensi humor sebagai motivasi utama ketertarikan audiens. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian *Social Media Marketing* di TikTok, serta memberikan wawasan praktis bagi pemasar industri kuliner dalam merancang strategi konten yang juga fokus pada tingkat ketertarikan audiens secara psikologis.

Kata kunci: ketertarikan audiens, TikTok, *Uses and Gratifications Theory*, media sosial, *social media marketing*

ABSTRACT

INAYAH MALIKA REZANY. *Analysis of Audience Interest Levels in @Pridechicken_id on TikTok: Digital Marketing Study Program, Faculty of Economics and Business, Universitas Negeri Jakarta, 2026.*

This study aims to analyse and determine the level of audience interest in the @pridechicken_id TikTok account based on the perspective of Uses and Gratifications Theory (UGT). This research is motivated by the phenomenon of engagement rates as well as several complaints in the form of comments on the content. This study uses a descriptive quantitative method with 155 respondents selected based on the criteria of active TikTok users who have watched and interacted with the content of the @pridechicken_id account. Data was collected using a Likert scale questionnaire distributed online. The data was analysed using descriptive statistics by calculating the mean values across the five UGT dimensions: information, personal identity, social integration and interaction, entertainment, and self-expression. The results indicate that the overall audience interest level in @pridechicken_id's content falls into the high category. The findings of this study suggest that @pridechicken_id needs to maintain the humour dimension as the primary motivation for audience interest. This research is expected to provide theoretical contributions to the development of Social Media Marketing studies on TikTok, as well as provide practical insights for culinary industry marketers in designing content strategies that also focus on the psychological level of audience interest.

Keywords: *audience interest, TikTok, Uses and Gratifications Theory, social media, social media marketing*

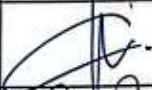
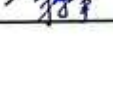
LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN TUGAS AKHIR BENTUK : SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Inayah Malika Rezany
NIM : 1714422032
Program Studi/Fakultas : D4 Pemasaran Digital/Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul Penelitian : Analisis Tingkat Ketertarikan Audiens pada
@Pridechicken_id di Tiktok

Ini telah dipertahankan dihadapan dewan penguji dan dinyatakan *Lulus/ Tidak Lulus* Ujian Tugas Akhir oleh Tim Penguji pada Tanggal 24 Juli 2026

Tim Penguji,

Ketua	Dra. Sholikhah, MM	
	NIP. 196206231990032001	
Sekretaris	Dewi Agustin Pratama Sari, SE., MSM	
	NIP. 199308272020122024	
Penguji Ahli	Meta Bara Berutu, S.E., M.M	
	NIP. 199409222022032012	
Pembimbing 1	Agung Kresnamurti Rivai P, MM	
	NIP. 197404162006041001	
Pembimbing 2	Sheyla Silvia Siregar, S.S., M.Si	
	NIP. 198907202019032014	

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis,


Prof. Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M.
NIDN/NUPTK. 0027067204

Koordinator Program Studi
Pemasaran Digital,


Andi Muhammad Saqat, SE., M.Si., Ph.D
NIDN/NUPTK. 0021127405

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama Mahasiswa : Inayah Malika Rezany
NIM : 1714422032
Program Studi : D4 Pemasaran Digital
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Judul TA : Analisis Tingkat Ketertarikan Audiens pada @pridechicken_id di Tiktok

Menyatakan bahwa Tugas Akhir ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya tulis ilmiah ini.

Jakarta, 14 Agustus 2026

Yang menyatakan,



(Inayah Malika Rezany)

NIM. 1714422032

LEMBAR VALIDASI

VALIDASI HASIL PUBLIKASI TUGAS AKHIR FAKULTAS EKONOMI UNJ JENJANG S-1 DAN S-2

Nama	: Inayah Malika Rezany
No. Reg	: 1714422032
Judul Artikel	: Analisis Tingkat Ketertarikan Audiens pada @Pridechicken_id di Tiktok
Dosen Pembimbing 1	: Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.
Dosen Pembimbing 2	: Sheyla Silvia Siregar, S.S., M.Si.
Status Publikasi	: Terbit
Nama Jurnal	: Jurnal Semesta Ilmu Manajemen dan Ekonomi (J-SIME)
Volume	: 03
Nomor	: 01
Halaman	: 629-639
Link Artikel	: https://e-journal.lppmpustakacendekia.or.id/index.php/J-SI/ME/article/view/2088

Tanda tangan mahasiswa


 (Inayah Malika Rezany)

Dosen Pembimbing 1


 (Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M.)
 NIP.197404162006041001

Dosen Pembimbing 2


 (Sheyla Silvia Siregar, S.S., M.Si.)
 NIP. 198907202019032014

Diisi oleh GPJM

☐	Semua dokumen terlampir sudah divalidasi dan valid.
☐	Semua dokumen terlampir sudah divalidasi dan belum valid.
	Tanda tangan ketua GPJM  Nofriska Krissanya, S.E., M.B.A. NIP. 199111022022032013

Beri tanda ✓ untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut:

No	Komponen	Ya	Tidak
1	Apakah nama-nama dosen pembimbing ditulis lengkap?	✓	
2	Apakah jurnal bisa ditelusuri?	✓	
3	Apakah alamat URL bisa ditelusuri?	✓	

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
PERPUSTAKAAN DAN KEARSIPAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Inayah Malika Rezany
NIM : 1714422032
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi dan Bisnis/D4 Pemasaran Digital
Alamat email : inayahmalikaar@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

☒ Skripsi ☐ Tesis ☐ Disertasi ☐ Lain-lain (... ..)

yang berjudul : Analisis Tingkat Ketertarikan Audiens pada @pridechicken_id di Tiktok

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan dan Kearsipan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 18 Agustus 2026

Penulis,

(Inayah Malika Rezany)

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya dalam memberikkan kelancaran dan kemudahan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Tingkat Ketertarikan Audiens pada @pridechicken_id di Tiktok”. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Terapan Manajemen pada Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah memberikan bantuan dan kontribusi, dalam bentuk dukungan, bimbingan, dan ilmu yang membantu penulis untuk menyelesaikan penulisan skripsi ini, yaitu kepada:

1. Prof Dr. Mohamad Rizan, S.E., M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta
2. Andi Muhammad Sadat, S.E., M.Si., Ph.D., selaku Koordinator Program Studi Pemasaran Digital, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Negeri Jakarta.
3. Agung Kresnamurti Rivai P., S.T., M.M., selaku Dosen Pembimbing I Skripsi. Terima kasih atas saran, masukan, bimbingan, dan dukungan bagi penulis selama penulisan skripsi.
4. Sheyla Silvia Siregar, S.S., M.Si., selaku Dosen Pembimbing II Skripsi. Terima kasih atas saran, masukan, bimbingan, dan dukungan bagi penulis selama penulisan skripsi.
5. Seluruh Dosen dan Staf Program Studi Pemasaran Digital dan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan

pengajaran dan bimbingan, serta bantuan proses administrasi selama masa perkuliahan.

6. Orang tua Penulis yaitu Ibu Heny dan Bapak Indra, terima kasih atas segala doa, kasih sayang, bimbingan, serta dukungan finansial yang tidak pernah putus selama proses perkuliahan hingga selesainya penyusunan skripsi ini.

7. Teman-teman dari Pemasaran Digital 2022 yang tidak dapat Penulis sebutkan namanya satu per satu, terima kasih atas segala bentuk bantuan, doa, motivasi, serta kenangan selama menempuh pendidikan.

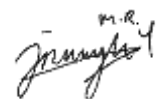
8. Diri Penulis sendiri, Inayah Malika Rezany, terima kasih telah berusaha untuk terus berani dan percaya pada diri sendiri. Terima kasih karena tidak menyerah dan bertahan untuk terus mempelajari hal baru walaupun prosesnya tidak selalu nyaman. Setelah ini dan kedepannya, tetaplah kuat dan berdaya sebagai bentuk tanggung jawab pada diri sendiri.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat beberapa kekurangan, oleh karena itu penulis terbuka kepada masukan dan saran untuk perbaikan lebih lanjut. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca.

Terima kasih.

Jakarta, 15 Juli 2026

Penulis



Inayah Malika Rezany

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	xi
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2 Pertanyaan Penelitian	25
1.3 Tujuan Penelitian.....	25
1.4. Manfaat Penelitian.....	26
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	26
1.4.2 Manfaat Praktis	26
BAB II	27
KAJIAN TEORI	27
2.1 Teori Pendukung	27
2.1.1 Pemasaran Digital.....	27
2.1.2 Social Media Marketing.....	28
2.1.3 Media Sosial Tiktok.....	30
2.1.4 Uses and Gratifications Theory (UGT)	34
2.1.5 Ketertarikan <i>Audiens</i>	36
2.1.6 Dimensi Ketertarikan Berdasarkan Perspektif <i>Uses and Gratification</i>	37
2.2 Penelitian Terdahulu.....	41
BAB III.....	50
METODE PENELITIAN	50
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	50
3.2 Desain Penelitian	50
3.3 Populasi dan Sampel	51

3.3.1 Populasi Penelitian.....	51
3.3.2 Sampel Penelitian	52
3.3.3 Teknik Pengambilan Sampel	53
3.4 Teknik Pengumpulan Data	54
3.4.1 Definisi Operasional Variabel	54
3.4.2 Instrumen Penelitian	55
3.4.3 Skala Pengukuran	57
3.5 Teknik Analisis Data	58
3.5.1 Uji Validitas	58
3.5.2 Uji Reliabilitas	59
3.5.3 Analisis Deskriptif	60
BAB IV	62
HASIL DAN PEMBAHASAN	62
4.1 Profil Responden	62
4.2 Hasil Data Penelitian	67
4.2.1 Hasil Uji Validitas	67
4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif.....	69
4.3 Pembahasan	80
BAB V.....	85
KESIMPULAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Implikasi Penelitian	85
5.2.1 Implikasi Teoritis	86
5.2.2 Implikasi Praktis	86
5.3 Keterbatasan Penelitian	87
5.4 Rekomendasi	88
DAFTAR PUSTAKA	90
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Populasi Pengguna Internet di Dunia	1
Gambar 1.2 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan	5
Gambar 1.3 Konten dengan Tingkat Interaksi Tinggi.....	8
Gambar 1.4 Komentar <i>Audiens @pridechicken_id</i>	9
Gambar 1.5 Konten dengan Tingkat Interaksi Rendah.....	10
Gambar 1.6 Keluhan Indikator <i>Comprehension</i>	11
Gambar 1.7 Keluhan Indikator <i>Curiosity</i>	12
Gambar 1.8 Keluhan Indikator <i>Content Freshness</i>	12
Gambar 1.9 Keluhan Indikator <i>Update</i>	13
Gambar 1.10 Keluhan Indikator <i>Relevance</i>	13
Gambar 1.11 Keluhan Indikator <i>Perceived Realism</i>	14
Gambar 1.12 Keluhan Indikator <i>Identification</i>	14
Gambar 1.13 Keluhan Indikator <i>Self-Knowledge</i>	15
Gambar 1.14 Keluhan Indikator <i>Communication Utility</i>	15
Gambar 1.15 Keluhan Indikator <i>Topics</i>	16
Gambar 1.16 Keluhan Indikator <i>Community</i>	17
Gambar 1.17 Keluhan Indikator <i>Shared Humour</i>	17
Gambar 1.18 Keluhan Indikator <i>Escapism</i>	18
Gambar 1.19 Keluhan Indikator <i>Humour</i>	19
Gambar 1.20 Keluhan Indikator <i>Aesthetic</i>	19
Gambar 1.21 Keluhan Indikator <i>Leisure</i>	20
Gambar 1. 22 Keluhan Indikator <i>Distraction</i>	21

Gambar 1.23 Keluhan Indikator <i>Expression</i>.....	21
Gambar 1.24 Keluhan Indikator <i>Show Interest</i>	22
Gambar 1.25 Keluhan Indikator <i>Representation</i>	23
Gambar 2.1 Logo Tiktok	31



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Performa Akun Tiktok <i>Brand</i> Kuliner yang Menggunakan Format Drama Komedi	7
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	47
Tabel 3.1 Instrumen Penelitian.....	55
Tabel 3.2 Skala <i>Likert</i>	57
Tabel 3.3 Kriteria Interpretasi Nilai Rata-rata.....	61
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	63
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Pekerjaan	64
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan	65
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Melihat	65
Tabel 4.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Interaksi	66
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas	67
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas	68
Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Dimensi Informasi	70
Tabel 4.11 Analisis Deskriptif Dimensi Identitas Personal	72
Tabel 4.12 Analisis Deskriptif Dimensi Integrasi & Interaksi Sosial.....	74
Tabel 4.13 Analisis Deskriptif Dimensi Hiburan	76
Tabel 4.14 Analisis Deskriptif Dimensi Ekspresi Diri	78