

**PENGARUH KUALITAS PESAN KONTEN TIKTOK  
@MAKANLURR TERHADAP MINAT BELI  
FOLLOWERS DI RUMAH MAKAN MADUN OSENG  
NYAK KOPSAH**

(Studi eksplanatif kuantitatif pada *followers* akun @makanlurr)



**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

**CINDY MONICA**

**190906818**

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

**2024**

# HALAMAN PERSETUJUAN

## HALAMAN PERSETUJUAN

**Pengaruh Kualitas Pesan Konten @makanlurr di Tiktok terhadap Minat Beli Followers di**

**Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah**

**(Studi eksplanatif pada pengikut @makanlurr)**

SKRIPSI

Disusun Guna melengkapi Tugas Akhir Untuk

Memenuhi Syarat Mencapai Gelar

Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Disusun oleh:

CINDY MONICA

190906818

Disetujui oleh:



Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom

Dosen Pembimbing

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

2024

i

i

## HALAMAN PENGESAHAN

### HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pesan Konten @makanlurr di Tiktok terhadap Minat Beli Followers di Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah (Studi eksplanatif pada followers @makanlurr)  
Penyusun : Cindy Monica  
NPM : 190906818

Telah diuji dan dipertahankan pada Sidang Ujian Skripsi yang diselenggarakan pada Hari / Tanggal : Rabu, 11 Desember 2024  
Pukul : 11.00 WIB  
Tempat : Ruang Pendadaran III FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta

#### TIM PENGUJI

**Ike Devi Sulistyningtyas, S.Sos., M.Si.**  
Penguji Utama

**Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, S.I.Kom., M.I.Kom.**  
Penguji I

**Amelberga Vita Noor Prima Astuti, S.Pd., M.Hum., Ph.D.**  
Penguji II

**Irene Santika Vidiadari, S.I.Kom., M.A.**  
Ketua Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

## PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

### PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Cindy Monica

NPM : 190906818

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pesan Konten @makanlurr di Tiktok terhadap Minat Beli Followers di Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah (Studi eksplanatif kuantitatif pada followers @makanlurr)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar hasil karya dan kerja saya sendiri. Skripsi 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, 22 November 2024

Saya yang menyatakan,



Cindy Monica

## KATA PENGANTAR

Puji Syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yesus Kristus atas penyertaan dan berkat-Nya, hingga penulis boleh menyelesaikan masa studi perkuliahan. Penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pesan Konten Tiktok @makanlurr terhadap Minat Beli *Followers* di Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah” dilakukan untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Dengan selesainya penulisan penelitian ini, penulis menyadari bahwa ada pihak-pihak yang secara tidak langsung memberikan dukungan dan membimbing dalam menulis skripsi ini hingga selesai. Melalui kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada seluruh pihak yang telah menemani, membimbing, dan memberi dukungan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini, antara lain:

1. Tuhan Yesus Kristus yang telah memberikan berkat, karunia, penyertaan, dan kekuatannya selama proses pengerjaan skripsi hingga penulis bisa menyelesaikannya dengan baik.
2. Papa, Mama, dan adik-adik tercinta yang selalu mendoakan, memotivasi dan mendukung penulis baik secara mental dan materi sehingga penulis bisa menyelesaikan masa studi di Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
3. Bapak Immanuel Dwi Asmoro Tunggal, M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar dan menyediakan waktu dan tenaga untuk memberikan masukan dan bimbingan sehingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini dengan baik.
4. Teman-teman seperjuangan yang telah menemani, mendukung, dan membantu penulis selama berkuliah di Yogyakarta. Terimakasih Fiona, Devina, Shania, Tania, Verryn, Hie Ven, Arum, Kheryn, dan lainnya yang tidak bisa penulis sebutkan satu per-satu.

5. Sahabat terbaik yang selalu memberikan semangat, mengingatkan dan mendukung dalam segala situasi. Terima kasih Lulu, Fanesa, Heni, Belinda, Vivi, Margaretha, Kristanto dan Dini.
6. Terakhir, terimakasih untuk diri sendiri, karena telah menjadi kuat melewati berbagai rintangan yang dialami selama kuliah dan memilih untuk berjuang hingga akhir. Sampai pada akhirnya, berhasil menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

# **PENGARUH KUALITAS PESAN KONTEN @MAKANLURR DI TIKTOK TERHADAP MINAT BELI FOLLOWERS DI RUMAH MAKAN MADUN OSENG NYAK KOPSAH**

**(Studi eksplanatif kuantitatif pada *followers* @makanlurr)**

## **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas pesan konten @makanlurr di Tiktok terhadap minat beli konsumen di Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah. @makanlurr adalah seorang konten kreator di Tiktok yang menjadi viral karena mengunggah video ulasan Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah. Ulasan dari @makanlurr tentang Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah menunjukkan ketidaknyamanannya di rumah makan tersebut. Konten tersebut kemudian mendapatkan respon dari pemiliknya, audiens, hingga konten kreator lain.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner yang dibagikan kepada 100 responden melalui *google form*. Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Stimulus Respon. Penelitian ini dianalisis dengan analisis regresi linear sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari kualitas pesan konten @makanlurr terhadap minat beli konsumen di Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah dengan nilai koefisien korelasi yang tergolong rendah dan nilai determinasi sebesar 4,8%. Sehingga H1 pada penelitian ini diterima, dan H0 ditolak. Kemudian, penelitian ini juga menunjukkan nilai signifikansi  $<0,05$  yang menjelaskan bahwa variabel “Kualitas Pesan Konten” berpengaruh terhadap variabel “Minat Beli Konsumen”.

***Kata kunci: Kualitas Pesan Konten, Minat Beli Konsumen, Tiktok***

## DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN.....	I
HALAMAN PENGESAHAN .....	II
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	III
KATA PENGANTAR .....	IV
(STUDI EKSPLANATIF KUANTITATIF PADA FOLLOWERS @MAKANLURR) .....	VI
ABSTRAK.....	VI
DAFTAR ISI.....	VII
DAFTAR GAMBAR .....	IX
DAFTAR TABEL.....	X
BAB 1 .....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1.    LATAR BELAKANG .....	1
1.2.    RUMUSAN MASALAH .....	9
1.3.    TUJUAN.....	9
1.4.    MANFAAT PENELITIAN.....	9
1.4.1.    Manfaat Akademis .....	9
1.4.2.    Manfaat Praktis .....	9
1.5.    KERANGKA TEORI.....	10
1.5.1.    Komunikasi Pemasaran.....	10
1.5.2.    Teori Stimulus -Respon (S-R) .....	11
1.5.3.    Kualitas Pesan Konten .....	12
1.5.4.    Minat Beli .....	13
1.6.    KERANGKA KONSEP.....	15
1.6.1.    Kualitas pesan konten (Variabel X).....	15
1.6.2.    Minat beli konsumen (Variabel Y) .....	17
1.7.    HIPOTESIS .....	18
H1:Kualitas pesan konten Tiktok @makanlurr berpengaruh Terhadap Minat Beli Followers di Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah. ....	18
H0: Kualitas pesan konten Tiktok @makanlurr tidak berpengaruh Terhadap Minat Beli Followers di Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah. ....	18
1.8.    DEFINISI OPERASIONAL.....	18
1.9.    METODOLOGI PENELITIAN .....	21
1.9.1.    Jenis Penelitian.....	21
1.9.2.    Metode Penelitian .....	21
1.9.3.    Teknik Pengumpulan Data.....	22
1.9.4.    Populasi & Sampel.....	22
1.10.    UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS .....	24
1.10.1.    Uji validitas .....	24



1.10.2. Reliabilitas .....	27
1.11. TEKNIK ANALISIS DATA.....	28
1.11.1. Statistik deskriptif .....	28
1.11.2. Analisis regresi linear sederhana .....	29
BAB II.....	30
GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	30
2.1. GAMBARAN UMUM TENTANG AKUN TIKTOK @MAKANLURR .....	30
2.2. GAMBARAN UMUM TENTANG RUMAH MAKAN MADUN OSENG NYAK KOPSAH .....	34
BAB III .....	36
TEMUAN DATA DAN PEMBAHASAN .....	36
3.1. HASIL TEMUAN DATA.....	36
3.1.1. Hasil Statistik Deskriptif.....	36
3.1.2. Uji Regresi Linear Sederhana .....	63
3.2. PEMBAHASAN.....	66
BAB IV .....	71
KESIMPULAN DAN SARAN.....	71
4.1. KESIMPULAN.....	71
4.2. SARAN.....	71
4.2.1. Saran Akademis .....	71
4.2.2. Saran Praktis .....	72
DAFTAR PUSTAKA .....	73
LAMPIRAN.....	76

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Alasan utama penggunaan media sosial.....	1
Gambar 1. 2 Platform social media yang paling banyak digunakan.....	2
Gambar 1. 3Tangkapan layar konten @makanlurr.....	4
Gambar 1. 4 Tangkapan layar komentar netizen .....	4
Gambar 1. 5 Tangkapan layar video klarifikasi Bang Madun di Channel Youtube OPAH DAN OBET Kisah Gue .....	5
Gambar 1. 6 Tangkapan layar video ulasan tentang Rumah Makan Oseng Madun Nyak Kopsah yang dibuat oleh kreator lain.....	7
Gambar 1. 7 Bagan kerangka konsep pengaruh kualitas pesan konten terhadap minat beli konsumen .....	18
Gambar 2. 1 Tangkapan layar akun Tiktok @makanlurr .....	30
Gambar 2. 2 Tangkapan Layar akun Instagram @makanlurrrr .....	31
Gambar 2. 3 @makanlurr membungkus makanannya menggunakan kresek.....	33
Gambar 2. 4 Potret Rumah Makan Madun Oseng Nyak Kopsah .....	34

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Definisi Operasional .....	20
Tabel 1. 2 Hasil Uji Validitas .....	26
Tabel 1. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	28
Tabel 3. 1 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanlurr dapat dipahami dengan mudah” .....	37
Tabel 3. 2 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanlurr dapat dipahami dengan jelas” .....	38
Tabel 3. 3 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanlurr berdasarkan fakta” .....	39
Tabel 3. 4 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesanyang disampaikan oleh @makanlurr dikemas secara ringkas dengan tanpa mengurangi makna” .....	40
Tabel 3. 5 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanurr berisikan informasi penting” .....	41
Tabel 3. 6 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanlurr benar adanya” .....	42
Tabel 3. 7 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanurr dapat dipertanggungjawabkan” .....	43
Tabel 3. 8 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanurr disusun secara lengkap” .....	44
Tabel 3. 9 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanurr dengan cara yang menarik” .....	45
Tabel 3. 10 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanurr menggunakan bahasa yang sopan” .....	46
Tabel 3. 11 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanurr menggunakan Bahasa yang formal” .....	47
Tabel 3. 12 Hasil Frekuensi Pernyataan “Pesan yang disampaikan oleh @makanurr berkesinambungan di dalam kontennya” .....	48
Tabel 3. 13 Hasil Frekuensi Pernyataan “Saya tertarik untuk membeli makanan di Rumah Makan Oseng Madun Nyak Kopsah” .....	49
Tabel 3. 14 Hasil Frekuensi Pernyataan “Saya bersedia merekomendasikan Rumah Makan Oseng Madun Nyak Kopsah kepada orang lain” .....	50
Tabel 3. 15 Hasil Frekuensi Pernyataan “Saya akan memilih Rumah Makan Oseng Madun Nyak Kopsah sebagai pilihan utama ketika menentukan tempat makan” .....	51
Tabel 3. 16 Hasil Frekuensi Pernyataan “Saya lebih tertarik dengan Rumah Makan Oseng Madun Nyak Kopsah” .....	52
Tabel 3. 17 Hasil Frekuensi Pernyataan “Saya ingin mencari tahu tentang informasi Rumah Makan Oseng Madun Nyak Kopsah di Internet” .....	53
Tabel 3. 18 Deskripsi nilai Mean Variabel X .....	54
Tabel 3. 19 Deskripsi Nilai Mean Variabel Y .....	57
Tabel 3. 20 Tabel Model Summary .....	64
Tabel 3. 21 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi .....	64
Tabel 3. 22 Tabel Koefisien Regresi Linear Sederhana .....	65