

**PENGARUH SOSIAL MEDIA TIKTOK TERHADAP *E-WOM* PADA
FOLLOWERS PRODUK VENTELA
(Studi Kasus Followers Ventella di Jakarta)**

PROPOSAL TUGAS AKHIR



DAFFA SUTIO FACHROZY

1181003088

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL**

UNIVERSITAS BAKRIE

2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : DAFFA SUTIO FACHROZY

NIM 1181003088

Tanda Tangan : 

Tanggal : 19 September 2024


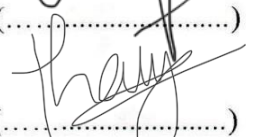
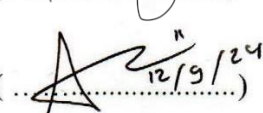
HALAMAN PERSETUJUAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Daffa Sutio Fachrozy
NIM : 1181003088
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap E-WOM Pada Followers Produk Ventela di Jakarta

Telah berhasil menyelesaikan revisi sidang tugas akhir dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi & Ilmu Sosial, Univeristas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ir. Wahyuni Pudjiastuti, M.S. 
(.....)
Pembahas 1 : Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom. 
(.....)
Pembahas 2 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. 
(.....)

Ditetapkan di Jakarta

12 September 2024

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas Rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap E-WOM Pada Followers Ventela Di Jakarta”. Tugas akhir ini diajukan untuk memenuhi syarat kelulusan skripsi dengan gelar sarjana Ilmu Komunikasi. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Dra. Suharyanti M.S.M, selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi FEIS Universitas Bakrie
2. Ir. Wahyuni Pudjiastuti, MS, selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan semangat, motivasi, waktu, kesabaran dalam membimbing, serta pengarahan dan kelancaran yang diberikan kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Ken Ayuthaya Purnama, S.I.Kom., M.I.Kom dan Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si selaku Pembahas, yang telah memberikan banyak masukan serta pengarahan sehingga penulis dapat memperbaiki dan menyelesaikan skripsi ini.
4. Seluruh Dosen dan Staff pengajar, karyawan dan staff administrasi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie
5. Keluarga tercinta, khususnya Ibunda Yetti Syofyarni S.E.,M.E, Kakak Danang Sutioratama S.Ak, dan Adik M. Damar Sutio Tri Aji yang selalu memberikan doa, support, moril, materil dan kasih sayang sehingga penulis mampu berada di titik ini.
6. Sahabat tersayang, Adam, Aidul, Aldo, Agung, Farhan, dan sahabat-sahabat saya lainnya yang selalu memberikan dukungan dan bantuan selama menyelesaikan tugas akhir ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan rujukan untuk penelitian selanjutnya. Semoga Allah Swt. senantiasa melimpahkan rahmat dan rida-Nya kepada kita semua

Jakarta, September 2024

Daffa Sutio Fachrozy

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai civitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawahini:

Nama : Daffa Sutio Fachrozy
NIM : 1181003088
Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas
: Ekonomi dan Ilmu SosialJenis
Tugas Akhir : Skripsi

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty- Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap E-WOM Pada Followers
Ventela (studi kasus followers tiktok Ventela di Jakarta)**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/ formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : September 2024

Yang Menyatakan



(Daffa Sutio Fachrozy)

ABSTRAK

Penggunaan media sosial di era digital pada saat ini telah meningkat pesat sebagai platform untuk berbagi informasi.. E-WOM (Electronic Word of Mouth) adalah pernyataan positif maupun negatif tentang produk atau perusahaan yang dibuat oleh pelanggan potensial. Tujuan penelitian yaitu menganalisis pengaruh Sosial Media TikTok terhadap E-WOM pada followers produk Ventela di Jakarta. Sampel pada penelitian ini mengambil kriteria Usia 17-30 Tahun dan Followers Akun Tiktok Ventela yang berjumlah 106 Responden. Teknik yang digunakan dalam Penelitian ini *Probability Sampling*. Metode analisis yang digunakan Regresi Linier Sederhana menggunakan software SPSS v25. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa sosial media TikTok Ventela berpengaruh kepada E-WOM, dengan artian pengaruh konten TikTok yang dibangun oleh Ventela membuat peningkatan E-WOM pada kalangan konsumen yang akan membicarakan konten dari Ventela kepada banyak orang dan akan berdampak baik bagi produk Ventela.

Kata Kunci : Sosial Media, *TikTok*, E-WOM, Ventela

ABSTRACT

The use of social media in the digital era has now increased rapidly as a platform for sharing information. E-WOM (Electronic Word of Mouth) is a positive or negative statement about a product or company made by potential customers. The aim of the research is to analyze the influence of TikTok social media on E-WOM among Ventela product followers in Jakarta. The sample in this study took the criteria of age 17-30 years and followers of the Tiktok Ventela account, totaling 106 respondents. The technique used in this research is Probability Sampling. The analysis method used is Simple Linear Regression using SPSS v25 software. The research results show that Ventela's TikTok social media has an effect on E-WOM, meaning that the influence of the TikTok content created by Ventela creates an increase in E-WOM among consumers who will talk about Ventela's content to many people and will have a good impact on Ventela's products.

Keywords: *Social Media, TikTok, E-WOM, Ventela*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORSINILITAS	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB 1.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
1.4.1 Manfaat Praktis.....	5
1.4.2 Manfaat Teoritis.....	5
BAB II	6
TINJAUAN PUSTAKA,PENELITIAN TERDAHULU, KERANGKA BERPIKIR, DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS	6
2.1 Sosial Media Marketing	6
2.1.1 Aplikasi Tiktok.....	6
2.1.2 Pengertian Sosial Marketing.....	7
2.1.3 Dimensi dan Indikator	10
2.2 Electronic Word of Mouth	11
2.2.1 Pengertian Electronic Word of Mouth.....	11
2.2.2 Dimensi Indikator	12
2.3 Penelitian Terdahulu.....	14
2.4 Kerangka Berpikir	17
2.5 Pengembangan Hipotesis.....	17
BAB III.....	18
METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1 Jenis Penelitian	18

3.2	Populasi dan Sampling.....	18
3.2.1	Populasi	18
3.2.2	Sampling.....	18
3.3	Pengumpulan Data dan Pengukuran	19
3.4	Analisis Data.....	20
3.4.1	Uji Instrumen	20
3.4.2	Uji Validitas.....	20
3.4.3	Uji Realibilitas	21
3.4.4	Statistik Deskriptif.....	21
3.4.5	Uji Kelayakan Model.....	21
3.4.6	Uji Hipotesis	22
3.5	Validasi Data	22
3.6	Definisi Operasional Variabel.....	23
BAB IV.....		26
HASIL DAN PEMBAHASAN.....		26
4.1	Hasil Penelitian.....	26
4.1.1	Pre-Test Kuesioner	26
4.2	Analisis Karakteristik Responden.....	28
4.2.1	Analisis Deskriptif.....	28
4.2.2	Uji Asumsi Klasik.....	33
4.2.3	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	35
4.2.4	Uji R2	35
4.2.5	Uji Koefisien (T).....	36
4.3	Pembahasan	37
4.3.1	Pengaruh Sosial Media TikTok terhadap E-WOM pada followers produk Ventela	37
BAB V		42
KESIMPULAN DAN SARAN.....		42
5.1	Kesimpulan.....	42
5.2	Saran.....	42
DAFTAR PUSTAKA.....		43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis	1
Gambar 1.2 Rentang Skala Ventela	4
Gambar 2.1 Kerangka Berpikir	17
Gambar 4.1 Rentang Skala Ventela	38

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	15
Tabel 4.1 Uji Validitas	25
Tabel 4.2 Uji Reabilitas	26
Tabel 4.3 Karakteristik Responden	27
Tabel 4.4 Analisis Deskriptif	28
Tabel 4.5 Histogram dan p-plot	32
Tabel 4.6 Uji Heteroskedastisitas.....	33
Tabel 4.7 Uji R ²	35
Tabel 4.8 Uji F	35

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Peneliti	44
Lampiran 2. Responden Kuesioner	44
Lampiran 3. Analisis Deskriptif.....	48
Lampiran 4. Histogram dan p-plot.....	48
Lampiran 5. Uji Heteroskedastisitas	49
Lampiran 6. Uji R ²	49
Lampiran 7. Uji F.....	49