

**TINGKAT KEPUASAN GENERASI Z PADA MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI UNJ TERHADAP LAGU KAHITNA DI TIKTOK:
STUDI KUANTITATIF BERBASIS TEORI USES AND
GRATIFICATIONS**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)**



SALMA RANIA

1221003013

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2026**

PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Salma Rania

NIM : 1221003013

Tanda Tangan : 

Tanggal : 8 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

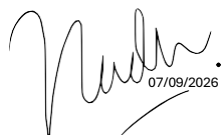
Nama : Salma Rania
NIM : 1221003013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Tingkat Kepuasan Generasi Z Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ Terhadap Lagu Kahitna Di TikTok: Studi Kuantitatif Berbasis Teori *Uses And Gratifications*.

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Ajenk Ningga Citra, S.Sos., M.Si. ( 09/09/2026)

Penguji 1 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si.( SIGNED ON September 4th 2026)

Penguji 2 : Nadhifa Salsabila, S.I.Kom., M.B.A.( 07/09/2026)

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 4 September 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom) pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Bakrie. Penulis menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, mulai dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi penulis untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Miss Ajenk Ningga Citra, S.Sos, M.Si, selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini;
2. Pihak mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu dalam usaha memperoleh data yang penulis perlukan;
3. Keluarga yang penulis sayangi alm. Papa, Mama, Kakak, Abang, Oma, dan Aki yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral. Khususnya alm. Papa yang telah memberikan penulis dukungan diawal hingga pertengahan pengerjaan skripsi sebelum beliau berpulang.
4. Mantan Air 37 dan RT06 yang telah banyak mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Allah SWT berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 13 Agustus 2026

Salma Rania

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Salma Rania
NIM : 1221003013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis 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: Tingkat Kepuasan Generasi Z Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ Terhadap Lagu Kahitna Di TikTok: Studi Kuantitatif Berbasis Teori *Uses and Gratifications*. 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 Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 8 September 2026

Yang menyatakan



(Salma Rania)

Salma Rania

ABSTRAK

Penelitian berawal dari adanya fenomena lagu lama yang kembali populer di media sosial salah satunya lagu-lagu dari band Kahitna yang digunakan sebagai audio dalam konten TikTok. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kesenjangan antara *Gratification Sought (GS)* dan *Gratification Obtained (GO)* mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ dalam mendengarkan lagu Kahitna di TikTok. Fokus permasalahan penelitian ini terletak pada bagaimana tingkat kepuasan yang diperoleh dan kepuasan yang dicari, selain itu apakah terdapat kesenjangan atau perbedaan yang signifikan pada kedua variabel GS dan GO. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* sebagai kerangka teori utama. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif, dengan data diperoleh 203 responden melalui survei *online*. Teknik analisis deskriptif untuk menggambarkan data dan *Paired Sample T-Test* untuk menguji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesenjangan antara GS dan GO dalam mendengarkan lagu Kahitna di TikTok, dimana nilai *mean* GO lebih sebesar 81,04 dan nilai *mean* GS sebesar 73,41 ($GO < GS$), dimana ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara GS dan GO dengan nilai signifikansi sebesar $< 0,001 < 0,05$. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan perbedaan signifikan antara GS dan GO diterima. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan yang diperoleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ lebih besar dibandingkan dengan kepuasan yang dicari sebelumnya.

Kata Kunci: *Tingkat Kepuasan; Generasi Z; Kahitna; TikTok; Uses and Gratifications*

DAFTAR ISI

BAB I	6
PENDAHULUAN.....	6
1.1 Latar Belakang.....	6
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II	14
TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 Konsep Yang Relevan.....	14
2.1.1 Komunikasi Massa	14
2.1.2 Teori Uses and Gratifications (U&G).....	15
2.1.3 <i>Gratification Sought</i> dan <i>Gratification Obtained</i>	17
2.1.4 Media Sosial	17
2.1.5 Generasi Z	19
2.2 Penelitian Terdahulu dan Pernyataan Kebaruan.....	20
2.3 Pernyataan Hipotesis	23
BAB III.....	24
METODE PENELITIAN	24
3.1 Pendekatan dan Desain Penelitian	24
3.2 Populasi dan Sampel.....	25
3.2.1 Populasi	25
3.2.2 Sampel	25
3.2.3 Teknik Sampling.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1 Data Primer.....	27
3.3.2 Data Sekunder	28
3.4 Teknik Pengukuran	28
3.5 Teknik Analisis Data.....	28
3.5.1 Analisis Deskriptif	28
3.5.2 Tabulasi Frekuensi	29
3.5.3 Analisis Gap	29

3.5.4 Paired Sample T-Test.....	29
3.5.5 Uji Asumsi Klasik (Normalitas)	29
3.6 Teknik Keabsahan Data	30
3.6.1 Uji Validitas (Korelasi Product Moment Pearson).....	30
3.6.2 Uji Reliabilitas (Cronbach's Alpha)	30
3.7 Operasional Variabel.....	31
3.7.1 Variabel Independen	41
3.7.2 Variabel Dependen	41
3.8 Hasil Uji Coba Keabsahan Data.....	41
BAB IV	44
HASIL DAN PEMBAHASAN	44
4.1 Gambaran Konteks Penelitian.....	44
4.2 Penyajian Data	45
4.2.1 Hasil Uji Keabsahan Data.....	45
4.2.2 Karakter Responden	47
4.2.3 Tabulasi Frekuensi Dimensi	49
4.2.4 Statistik Deskriptif X (GS).....	52
4.2.5 Statistik Deskriptif Y (GO).....	66
4.2.6 Uji Normalitas.....	81
4.2.7 Hasil Uji Paired Sample T-Test.....	81
4.2.8 Hasil Uji Analisis Gap	82
4.3 Pembahasan dan Diskusi.....	82
4.3.1 Gambaran Gratification Sought (GS)	82
4.3.2 Gambaran Gratification Obtained (GO).....	84
4.3.3 Perbedaan Tingkat GO dengan GS	86
4.3.4 Analisis Gap GO dan GS	88
BAB V	90
KESIMPULAN.....	90
5.1 Kesimpulan.....	90
5.2 Kendala dan Keterbatasan.....	91
5.3 Saran	91
5.3.1 Saran Teoritis.....	91
DAFTAR PUSTAKA	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 5 Media Sosial Terpopuler Di Kalangan Gen Z 2025	6
Gambar 1. 2 5 Lagu Hits Kahitna Yang Paling Banyak Digunakan Dalam Konten Video TikTok.....	10
Gambar 1. 3 Insight 30 Hari Terakhir Penggunaan Lagu "Soulmate"	10
Gambar 1. 4 Related Videos.....	11
Gambar 1. 5 Audience Insights.....	11
Gambar 1. 6 Diagram Lingkaran.....	12
Gambar 1. 7 Tabulasi Frekuensi Data Dimensi Gratification Sought	50
Gambar 1. 8 Tabulasi Frekuensi Data Dimensi Gratification Obtained	52

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	20
Tabel 2. 2 Kerangka Pemikiran	23
Tabel 3. 1 Skala Likert	28
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Variabel GS (X).....	41
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas Variabel GO (Y)	42
Tabel 3. 4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel GS (X).....	43
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel GO (Y).....	43
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Gratification Sought (X)	45
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Gratification Obtained (Y).....	46
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas Gratification Sought (X).....	47
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabilitas Gratification Obtained (Y).....	47
Tabel 4. 5 Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 6 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	48
Tabel 4. 7 Responden Berdasarkan Penggunaan Aplikasi TikTok Dalam Sehari	48
Tabel 4. 8 Tabulasi Frekuensi Variabel GS	49
Gambar 1. 7 Tabulasi Frekuensi Data Dimensi Gratification Sought	50
Tabel 4. 9 Tabulasi Frekuensi Variabel GO	51
Gambar 1. 8 Tabulasi Frekuensi Data Dimensi Gratification Obtained	52
Tabel 4. 10 Pernyataan GS1	53
Tabel 4. 11 Pernyataan GS2	53
Tabel 4. 12 Pernyataan GS3	54
Tabel 4. 13 Pernyataan GS4	54
Tabel 4. 14 Pernyataan GS5	55
Tabel 4. 15 Pernyataan GS6	56
Tabel 4. 16 Pernyataan GS7	56
Tabel 4. 17 Pernyataan GS8	57
Tabel 4. 18 Pernyataan GS9	57
Tabel 4. 19 Pernyataan GS10	58
Tabel 4. 20 Pernyataan GS11	59
Tabel 4. 21 Pernyataan GS12	59
Tabel 4. 22 Pernyataan GS13	60
Tabel 4. 23 Pernyataan GS14	60
Tabel 4. 24 Pernyataan GS15	61
Tabel 4. 25 Pernyataan GS16	61
Tabel 4. 26 Pernyataan GS17	62
Tabel 4. 27 Pernyataan GS18	63
Tabel 4. 28 Pernyataan GS19	63
Tabel 4. 29 Pernyataan GS20	64
Tabel 4. 30 Pernyataan GS21	64

Tabel 4. 31 Pernyataan GS22	65
Tabel 4. 32 Pernyataan GS23	65
Tabel 4. 33 Pernyataan GS24	66
Tabel 4. 34 Pernyataan GO1	67
Tabel 4. 35 Pernyataan GO2	67
Tabel 4. 36 Pernyataan GO3	68
Tabel 4. 37 Pernyataan GO4	68
Tabel 4. 38 Pernyataan GO5	69
Tabel 4. 39 Pernyataan GO6	69
Tabel 4. 40 Pernyataan GO7	70
Tabel 4. 41 Pernyataan GO8	71
Tabel 4. 42 Pernyataan GO9	71
Tabel 4. 43 Pernyataan GO10.....	72
Tabel 4. 44 Pernyataan GO11.....	72
Tabel 4. 45 Pernyataan GO12.....	73
Tabel 4. 46 Pernyataan GO13.....	74
Tabel 4. 47 Pernyataan GO14.....	74
Tabel 4. 48 Pernyataan GO15.....	75
Tabel 4. 49 Pernyataan GO16.....	75
Tabel 4. 50 Pernyataan GO17.....	76
Tabel 4. 51 Pernyataan GO18.....	76
Tabel 4. 52 Pernyataan GO19.....	77
Tabel 4. 53 Pernyataan GO20.....	78
Tabel 4. 54 Pernyataan GO21.....	78
Tabel 4. 55 Pernyataan GO22.....	79
Tabel 4. 56 Pernyataan GO23.....	79
Tabel 4. 57 Pernyataan GO24.....	80
Tabel 4. 58 Hasil Uji Asumsi Klasik (Normalitas)	81
Tabel 4. 59 Hasil Uji Paired Sample T-Test.....	81

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. 1Uji Asumsi Klasik (Normalitas)	104
Lampiran 1. 2Uji Validitas GS.....	104
Lampiran 1. 3Uji Validitas GO	105
Lampiran 1. 4Uji Reliabilitas GS.....	105
Lampiran 1. 6Uji Reliabilitas GO	106
Lampiran 1. 5Pertanyaan Kuesioner.....	106
Lampiran 1. 7Jawaban Responden.....	107