

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK PROGRES
JALAN TOL TRANS SUMATERA (JTTS) TERHADAP
CORPORATE ATTITUDE AUDIENS PT HUTAMA
KARYA (PERSERO)**



**CHYNTIA AINUN CHABIBAH HARIJADI
1221003194**

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

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

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

Nama : Chyntia Ainun Chabibah Harijadi
NIM : 1221003194

Tanda Tangan : 
Tanggal : 17 September 2026

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Chyntia Ainun Chabibah Harijadi
NIM : 1221003194
Program Studi : Ilmu Komunikasi Fakultas
: Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Terpaan Konten TikTok Progress Jalan
Tol Trans Sumatera (JTTS) Terhadap Corporate
Attitude Audiens PT Utama Karya (Persero)

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

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Alifia Firliani, S. Ikom., M.A. (HCM) ()

Penguji 1 : Dr. Prima Mulyasari Agustini, S.Sos., M.Si. ()

Penguji 2 : Annisa Fitriana Lestari, S.I.K., M.Si. ()

Ditetapkan di Jakarta,

Tanggal 16 September 2026

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Terpaan Konten TikTok Progres Jalan Tol Trans Sumatera (JTTS) terhadap Corporate Attitude Audiens PT Hutama Karya (Persero)” dengan baik. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bakrie.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, penulis menyadari bahwa penyelesaian penelitian ini tidak terlepas dari doa, dukungan, bantuan, serta arahan dari berbagai pihak. Berbagai proses dan tahapan yang telah dilalui dalam penyusunan Tugas Akhir ini tentunya tidak dapat diselesaikan dengan baik tanpa adanya dukungan dari pihak-pihak yang telah memberikan waktu, tenaga, maupun motivasi kepada penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Kedua orang tua tercinta, Mama dan alm. Papa, yang menjadi alasan terbesar di balik setiap langkah penulis hingga sampai pada titik ini. Terima kasih atas cinta, doa, kasih sayang, dan segala pengorbanan yang telah diberikan. Terutama untuk Mama yang selalu menjadi tempat pulang dan sumber kekuatan dalam setiap proses yang penulis lalui. Gelar ini penulis persembahkan sebagai bentuk cinta dan bakti atas segala hal yang telah diberikan.
2. Kakak-kakak dan seluruh keluarga penulis, yang selalu memberikan doa, perhatian, serta dukungan selama penulis menjalani perkuliahan hingga menyelesaikan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas segala dukungan yang diberikan selama proses tersebut.
3. Alfa dan Anisa, teman kecil penulis yang tetap hadir dan memberikan dukungan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini meskipun berada di tempat yang berbeda. Terima kasih telah meluangkan waktu untuk

mendengarkan cerita, menemani, dan memberikan semangat selama proses penyelesaian skripsi.

4. Diva, Devi, dan Faradinda, yang telah menemani penulis sejak awal masa perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini. Terima kasih telah menjadi teman dalam berbagai cerita, proses, dan tantangan selama menjalani masa perkuliahan.
5. Salwa, Nada, dan teman-teman Banner Sidang, yang telah menjadi bagian dari perjalanan perkuliahan penulis, khususnya selama proses penyelesaian Tugas Akhir. Terima kasih atas waktu, bantuan, dan kebersamaan yang telah diberikan dalam melewati berbagai tahapan hingga akhir perkuliahan.
6. Imeng, Opung, Anya, Majes, Shafa, dan Salsa dalam UBI Group, yang telah menjadi teman sejak masa SMA dan tetap hadir hingga saat ini. Terima kasih atas perhatian, dukungan, dan semangat yang selalu diberikan, bahkan dari jarak dan kesibukan masing-masing.
7. Kakak-kakak Corporate Communication PT Utama Karya (Persero), khususnya Kak Laras dan Kak Ammar, yang telah memberikan dukungan, bantuan, dan semangat kepada penulis selama proses penyelesaian Tugas Akhir. Terima kasih atas pengalaman dan kebaikan yang telah diberikan selama penulis menjalani proses tersebut.
8. Terakhir, untuk diri sendiri yang telah bertahan dan terus melangkah hingga sampai pada tahap ini. Terima kasih telah berusaha melewati berbagai proses, tantangan, dan keraguan selama perjalanan perkuliahan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini. Terima kasih telah tetap berusaha ketika proses tidak selalu berjalan sesuai harapan, serta memberikan waktu dan tenaga untuk menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat bahwa setiap usaha dan proses yang telah dilalui memiliki arti, serta menjadi bekal untuk terus melangkah dan berkembang di tahap kehidupan berikutnya.

Penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih memiliki kekurangan. Oleh karena itu, penulis terbuka terhadap kritik dan saran yang membangun untuk

penyempurnaan penelitian ini. Penulis berharap Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca serta menjadi salah satu referensi bagi penelitian selanjutnya dalam bidang komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan terpaan konten media sosial dan sikap audiens.

Jakarta, September 2026



Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

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

Nama : Chyntia Ainun Chabibah Harijadi
NIM : 1221003194
Program Studi : Ilm Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

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

PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK PROGRES JALAN TOL TRANS SUMATERA (JTTS) TERHADAP *CORPORATE ATTITUDE* AUDIENS PT HUTAMA KARYA (PERSERO)

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalih media/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 : 17 September 2026

Yang menyatakan



Chyntia Ainun Chabibah Harijadi

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui terpaan konten TikTok mengenai progres Jalan Tol Trans Sumatera (JTTS) pada akun @lifeathk, mengetahui Corporate Attitude audiens terhadap PT Utama Karya (Persero), serta menganalisis pengaruh terpaan konten tersebut terhadap Corporate Attitude audiens. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain eksplanatif. Pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner secara daring kepada 120 responden yang dipilih menggunakan teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Variabel terpaan konten TikTok diukur melalui dimensi frekuensi, durasi, dan atensi, sedangkan Corporate Attitude diukur melalui dimensi kognitif, afektif, dan konatif berdasarkan Tripartite Model of Attitude. Analisis data dilakukan menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan konten TikTok @lifeathk mengenai progres JTTS berpengaruh positif dan signifikan terhadap Corporate Attitude audiens PT Utama Karya (Persero), dengan nilai t hitung sebesar 6,515 dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,265 menunjukkan bahwa terpaan konten TikTok mampu menjelaskan 26,5% variasi Corporate Attitude audiens, sedangkan 73,5% lainnya dijelaskan oleh faktor di luar variabel yang diteliti. Dengan demikian, terpaan konten TikTok @lifeathk mengenai progres JTTS memiliki kontribusi dalam pembentukan Corporate Attitude audiens terhadap PT Utama Karya (Persero).

Kata kunci: Terpaan Konten, TikTok, Corporate Attitude, Jalan Tol Trans Sumatera, PT Utama Karya (Persero)

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
DEWAN PENGUJI	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	vii
ABSTRAK	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	21
1.3 Tujuan Penelitian	21
1.4 Manfaat Penelitian	22
1.4.1 Manfaat Akademis	22
1.4.2 Manfaat Praktis	22
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	24
2.1 Teori yang Relevan.....	24
2.1.1 Komunikasi Pemasaran	24
2.1.2 Konsep dan Karakteristik.....	25
2.2 Komunikasi Pemasaran Digital	27
2.2.1 Definisi	27
2.2.3 Komunikasi Persuasif	28
2.2.4 Konsep dan Karakteristik.....	29
2.3 Terpaan Media	30
2.3.1 Definisi	30
2.3.2 Konsep dan Karakteristik.....	30
2.3.3 Dimensi	33

2.4 Pesan	35
2.4.1 Definisi	35
2.4.2 Konsep dan Karakteristik	35
2.5 <i>Corporate Attitude</i>	36
2.5.1 Definisi Sikap dan <i>Corporate Attitude</i>	36
2.6 <i>Tripartite Model of Attitude</i>	37
2.6.1 Definisi	37
2.6.2 Dimensi	37
2.7 Penelitian Terdahulu	39
2.7.1 Pernyataan Kebaruan	45
2.8 Kerangka Pemikiran	47
2.9 Hipotesis Penelitian	48
BAB III METODE PENELITIAN	50
3.1 Desain dan Pendekatan Penelitian	50
3.2 Operasionalisasi Variabel	51
3.3 Populasi dan Sampel	59
3.3.1 Populasi	59
3.3.2 Sampel	61
3.4 Teknik Sampling	62
3.5 Teknik Pengumpulan Data dan Pengukuran	63
3.5.1 Teknik Pengumpulan Data	63
3.5.2 Teknik Pengukuran	64
3.6 Teknik Analisis Data	65
3.6.1 Analisis Statistik Deskriptif	65
3.6.2 Uji Asumsi Klasik	66
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	67
3.6.4 Pengujian Hipotesis	68
3.7 Validasi Data	68
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	70
4.1 Gambaran Konteks Penelitian	70
4.2 Penyajian Data	73

4.2.1 Hasil Uji Keabsahan Data	73
4.2.2 Hasil Uji Data.....	81
4.2.3 Tabulasi Data Frekuensi.....	89
4.3 Pembahasan dan Diskusi	109
4.3.1 Terpaan Konten Tiktok @lifeathk tentang Progres Jalan Tol Trans Sumatera (JTTS)	109
4.3.2 <i>Corporate Attitude</i> Audiens terhadap PT Hutama Karya (Persero)	112
4.3.3 Pengaruh Terpaan Konten TikTok @lifeathk terhadap <i>Corporate Attitude</i> Audiens.....	115
4.3.4 Makna Besaran Pengaruh dan Faktor di Luar Terpaan Konten	118
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	121
5.1 Kesimpulan	121
5.2 Saran	122
5.2.1 Saran Teoritis	122
5.2.2 Saran Praktis	123
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN.....	12426

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Statistik Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia	6
Gambar 1.2 Akun Resmi TikTok PT Hutama Karya (Persero)	11
Gambar 1.3 Konten TikTok Jalan Tol Trans Sumatera (JTTS).....	12
Gambar 1.4 Konten TikTok Jalan Tol Trans Sumatera (JTTS).....	12
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	48

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	45
Tabel 3. 1 Operasionalisasi Variabel	59
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Terpaan Konten (X)	76
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Corporate Attitude</i> (Y).....	79
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas.....	81
Tabel 4. 4 Tabel Hasil Uji Normalitas	82
Tabel 4. 5 Hasil Uji Linearitas	83
Tabel 4. 6 Tabel Hasil Uji Heteroskedastitas.....	84
Tabel 4. 7 Hasil Regresi Linear.....	84
Tabel 4. 8 Tabel Hasil Uji t.....	85
Tabel 4. 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi	86
Tabel 4. 10 Variabel Terpaan Konten.....	90
Tabel 4. 11 Dimensi Frekuensi	92
Tabel 4. 12 Dimensi Durasi	95
Tabel 4. 13 Dimensi Atensi.....	98
Tabel 4. 14 Variabel <i>Corporate Attitude</i>	99
Tabel 4. 15 Dimensi Afektif.....	105
Tabel 4. 16 Dimensi Konatif.....	107