



**UNIVERSITAS NASIONAL**

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN TIKTOK @BOLO\_RUNNERS  
TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS**

**SKRIPSI**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar  
Sarjana**

**AMMAR ZAIN SYAUQI ALVARO**

**223516516395**

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

**FEBRUARI, 2026**



**NATIONAL UNIVERSITY**

**THE EFFECT OF MOTIVES FOR USING TIKTOK CONTENT  
@BOLO\_RUNNERS ON FOLLOWERS SATISFACTION**

**THESIS**

**Submitted as one of the requirements for obtaining a Bachelor's degree**

**AMMAR ZAIN SYAUQI ALVARO**

**223516516395**

**COMMUNICATION SCIENCE PROGRAM**

**COMMUNICATION SCIENCE PROGRAM**

**FACULTY OF SOCIAL AND POLITICAL SCIENCES**

**FEBRUARY, 2026**

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

**PENGESAHAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa : Ammar Zain Syauqi Alvaro

Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516395

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kekhususan : Public Relations

Judul Skripsi : PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN  
TIKTOK @BOLO\_RUNNERS TERHADAP  
KEPUASAN FOLLOWERS

Diajukan Untuk : Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial  
dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

**Disahkan**

Jakarta, 26 Februari 2026

Dosen Pembimbing : Dr. Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik : Dr. Soe Lili Firdaus, S.I.P., M.Si.



**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS NASIONAL

**PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa	:	Ammar Zain Syauqi Alvaro
Nomor Pokok Mahasiswa	:	223516516395
Program Studi	:	Ilmu Komunikasi
Kekhususan	:	Public Relations
Judul Skripsi	:	PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN TIKTOK @BOLO_RUNNERS TERHADAP KEPUASAN FOLLOWER
Diajukan Untuk	:	Memenuhi salah satu dari persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional

**Disetujui untuk diajukan**  
Jakarta, 26 Februari 2026

Dosen Pembimbing Dr. Drs. Adi Prakosa, M.Si.	Ketua Prodi Swastiningsih, S.E., M.Si.
---	---

UNIVERSITAS NASIONAL

UNIVERSITAS NASIONAL

**HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS****HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS**

Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari terbukti adanya penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik sesuai dengan peraturan yang berlaku di Universitas Nasional.

Nama : Ammar Zain Syauqi Alvaro

NPM : 2235165163945

Tanda Tangan :

Tanggal



UNIVERSITAS NASIONAL

## LEMBAR PERSETUJUAN REVISI JUDUL

**LEMBAR PERSETUJUAN JUDUL YANG TELAH DIREVISI**

Nama : Ammar Zain Zain Syauqi Alvaro  
 NPM : 223516516395  
 Fakultas/Akademik : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Prodi & Peminatan : Ilmu Komunikasi (Public Relations)  
 Tanggal Sidang : Sabtu, 7-Maret-2026




**JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INDONESIA**

**PENGARUH MOTIF PENGGUNAAN KONTEN TIKTOK @BOLO\_RUNNERS  
 TERHADAP KEPUASAN FOLLOWERS**

**JUDUL SKRIPSI DALAM BAHASA INGGRIS**

**THE EFFECT OF MOTIVES FOR USING TIKTOK CONTENT  
 @BOLO\_RUNNERS ON FOLLOWERS SATISFACTION**

**TANDA TANGAN DAN TANGGAL**

Pembimbing	Ka. Prodi	Mahasiswa
TGL : 11-Maret-2026	TGL : 11-Maret-2026	TGL : 11-Maret-2026
 Dr. Drs. Adi Prakosa, M.Si.	 Swastiningsih, S.E., M.Si.	 Ammar Zain Syauqi Alvaro

**LEMBAR PENGESAHAN LULUS UJIAN****HALAMAN PENGESAHAN**

Skripsi ini diajukan oleh :

Nama : Ammar Zain Syauqi Alvaro  
NPM : 223516516394  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Motif Penggunaan Konten Tiktok @bolo\_runners Terhadap Kepuasan Followers

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Srata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Nasional.

**DEWAN PENGUJI**

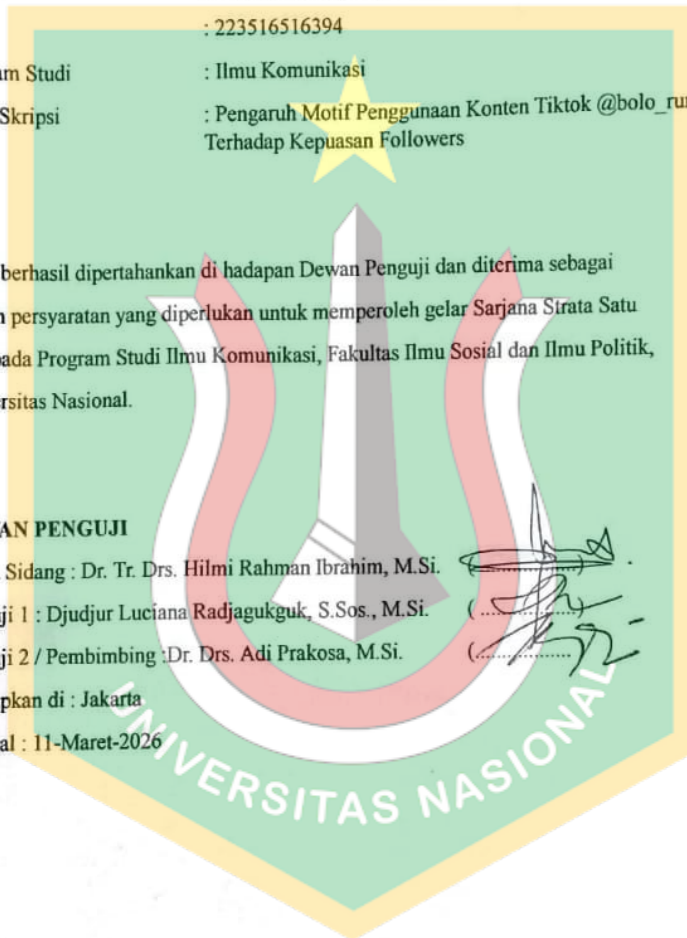
Ketua Sidang : Dr. Tr. Drs. Hilmi Rahman Ibrahim, M.Si.

Penguji 1 : Djudjur Luciana Radjagukguk, S.Sos., M.Si.

Penguji 2 / Pembimbing : Dr. Drs. Adi Prakosa, M.Si.

Ditetapkan di : Jakarta

Tanggal : 11-Maret-2026



## LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI



UNIVERSITAS NASIONAL  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
JAKARTA

### FORMULIR 4

#### PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Ammar Zain Syauqi Alvaro  
 Nomor Pokok Mahasiswa : 223516516395  
 Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
 Program Studi : Ilmu Komunikasi  
 Kekhususan : Hubungan Masyarakat  
 Judul Skripsi : Pengaruh Motif Penggunaan Konten Tiktok  
 @bolo\_runners Terhadap Kepuasan Followers

Benar telah memperbaiki Skripsi berdasarkan petunjuk dari Tim Penguji dalam Sidang Ujian Skripsi pada tanggal, 24 Februari 2026, sebagaimana tertulis dalam "Berita Acara Ujian Skripsi".

Jakarta, 3 Maret 2026

**Penguji 2 /  
Ketua Sidang** : Dr. Tr. Drs. Hilmi Rahman Ibrahim, M.Si. ....

**Penguji 1** : Djudjur Luciana Radjaguguk, S.Sos., M.Si. ....

**Pembimbing** : Dr. Drs. Adi Prakosa, M.Si. ....

**Keterangan :**

*\*) Lembaran ini dapat diminta di Sekretariat FISIP, apabila Skripsinya telah diujikan dan dinyatakan LULUS, halaman ini tidak dijilid.*

### **MOTTO**

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya”

(QS. Al-Baqarah:286)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan”

(QS. Al-Insyirah:5-6)

“Dan Bersabarlah kamu, sesungguhnya janji (Allah) benar”

(QS. Ar-Rum:60)



## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh motif penggunaan konten TikTok @bolo\_runners terhadap kepuasan followers. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei eksplanatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner kepada followers @bolo\_runners. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10%, sehingga diperoleh 92 responden. Teknik sampling menggunakan random sampling. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa variabel motif penggunaan dan kepuasan followers berada pada kategori tinggi. Analisis inferensial menunjukkan adanya hubungan positif antara motif penggunaan dan kepuasan followers, yang ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi ( $r$ ). Hasil uji  $t$  menunjukkan nilai signifikansi  $<0,001$ , yang mengindikasikan adanya pengaruh signifikan. Uji  $F$  menghasilkan nilai signifikansi  $<0,001$ , sehingga model regresi dinyatakan layak. Besarnya pengaruh ditunjukkan melalui nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 85,4%, yang menunjukkan bahwa kepuasan followers dipengaruhi oleh motif penggunaan konten TikTok.

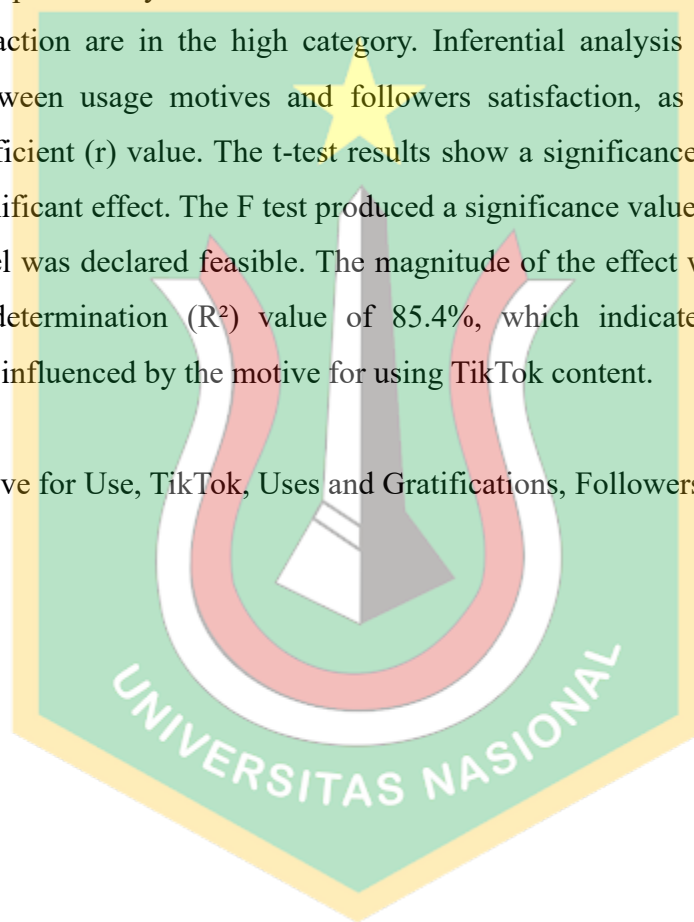
Kata Kunci: Motif Penggunaan, TikTok, Uses and Gratifications, Kepuasan Followers



## ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of the motive for using @bolo\_runners TikTok content on followers satisfaction. The study uses a quantitative approach with an explanatory survey method. Data were collected through questionnaires given to @bolo\_runners followers. The sample was determined using the Slovin formula with a 10% error rate, resulting in 92 respondents. The sampling technique used was random sampling. Descriptive analysis results show that the variables of usage motives and followers satisfaction are in the high category. Inferential analysis shows a positive relationship between usage motives and followers satisfaction, as indicated by the correlation coefficient ( $r$ ) value. The t-test results show a significance value of  $<0.001$ , indicating a significant effect. The F test produced a significance value of  $<0.001$ , so the regression model was declared feasible. The magnitude of the effect was shown by the coefficient of determination ( $R^2$ ) value of 85.4%, which indicated that followers satisfaction was influenced by the motive for using TikTok content.

Keywords: Motive for Use, TikTok, Uses and Gratifications, Followers Satisfaction



## Daftar Isi

<b>COVER</b>	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS</b> .....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN REVISI JUDUL</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN LULUS UJIAN</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PERBAIKAN SKRIPSI</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>x</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xi</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>xii</b>
<b>Daftar Isi</b> .....	<b>xiii</b>
<b>Daftar Tabel</b> .....	<b>xvi</b>
<b>Daftar Gambar</b> .....	<b>xviii</b>
<b>Daftar Lampiran</b> .....	<b>xix</b>
<b>BAB I PENADHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	8
1.3 Tujuan Penelitian .....	8
1.4 Manfaat Penelitian .....	8
1.4.1 Manfaat Akademik (Teoretis).....	8
1.4.2 Manfaat Praktis .....	9
1.4.3 Manfaat Metodologis .....	9
1.4.4 Manfaat Sosial.....	10
1.5 Sistematika Penulisan .....	10
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>12</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Landasan Teori.....	28
2.2.1 Teori Uses and Gratification.....	28
2.2.2 Motif Penggunaan Media dalam Perspektif Uses and Gratifications .....	32
2.2.3 Media Sosial Sebagai Media Baru .....	34

2.3 Definisi Konseptual .....	35
2.3.1 Motif.....	35
2.3.2 Penggunaan .....	37
2.3.3 Tiktok .....	38
2.3.4 Kepuasan .....	39
2.3.5 Followers.....	40
2.4 Kerangka Pemikiran .....	41
2.5 Hipotesis .....	43
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>45</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	45
3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	47
3.2.1 Pendekatan Penelitian .....	47
3.2.2 Jenis Penelitian.....	50
3.3 Metode Penelitian .....	52
3.4 Objek dan Subjek Penelitian.....	54
3.4.1 Objek Penelitian .....	54
3.4.1 Subjek Penelitian.....	56
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian .....	57
3.5.1 Populasi .....	57
3.5.2 Sampel.....	59
3.6 Variabel Penelitian .....	60
3.7 Oprasional Variabel.....	63
3.8 Teknik Pengumpulan Data .....	78
3.9 Uji Instrumen Penelitian .....	81
3.9.1 Uji Validitas.....	81
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	83
3.10 Metode Analisis Data.....	84
3.10.1 Analisis Deskriptif.....	84
3.10.2 Analisis Infrensial.....	85
3.11 Jadwal Penelitian.....	88
<b>BAB IV PEMBAHASAN.....</b>	<b>90</b>
4.1 Gambaran Umum Komunitas @bolo_runners .....	90

4.2 Hasil Penelitian .....	92
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	92
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	92
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif.....	93
4.2.4 Analisis Deskriptif Variabel X (Motif Penggunaan Konten Tiktok).....	95
4.2.5 Analisis Deskriptif Variabel Y (Kepuasan Followers) .....	109
4.2.6 Analisis Infrensial.....	122
4.3 Pembahasan Hasil Penelitian .....	129
4.3.1 Pengaruh Motif Informasi Terhadap Kepuasan.....	129
4.3.2 Pengaruh Motif Identitas Personal Terhadap Kepuasan.....	131
4.3.3 Pengaruh Motif Integrasi Sosial.....	132
4.3.4 Pengaruh Motif Hiburan Terhadap Kepuasan .....	133
4.3.5 Analisis Berdasarkan Perpesktif Uses And Gratifications .....	134
4.3.6 Implikasi Teoristis .....	135
4.3.7 Implikasi Praktis.....	137
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>139</b>
5.1 Kesimpulan .....	139
5.2 Saran .....	140
5.2.1 Saran Praktis.....	140
5.2.2 Saran Praktis Akun @bolo_runners .....	140
5.2.3 Saran Teoretis .....	141
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>143</b>
<b>Lampiran.....</b>	<b>146</b>

### Daftar Tabel

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
Tabel 2.1 Kerangka Berpikir.....	41
Tabel 3.1 Oprasional Variabel.....	64
Tabel 3.2 Skor Pringkat Skala Likert.....	77
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel X (Motif Penggunaan Akun Tiktok).....	82
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Followers).....	83
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	84
Tabel 3.6 Waktu Penelitian.....	88
Tabel 4.1 Jenis Kelamin Responden.....	92
Tabel 4.2 Usia Responden.....	93
Tabel 4.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Penelitian.....	94
Tabel 4.4 Pernyataan 1 Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk memperoleh informasi tentang lari.....	95
Tabel 4.5 Pernyataan 2. Saya Menggunakan Konten @bolo_runners untuk menambah wawasan saya tentang olahraga.....	96
Tabel 4.6 Pernyataan 3. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk memahami teknik lari.....	97
Tabel 4.7 Pernyataan 4. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk mendapatkan hiburan.....	98
Tabel 4.8 Pernyataan 5. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk memperoleh kesenangan.....	99
Tabel 4.9 Pernyataan 6. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk mengisi waktu luang.....	100
Tabel 4.10 Pernyataan 7. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk meningkatkan rasa percaya diri saya.....	101
Tabel 4.11 Pernyataan 8. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk meningkatkan motivasi berlari.....	102
Tabel 4.12 Pernyataan 9. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk mendukung gaya hidup sehat.....	103
Tabel 4.13 Pernnyataan 10. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk berdiskusi tentang lari.....	105

Tabel 4.14 Pernyataan 11. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk berinteraksi dengan pengguna lain .....	106
Tabel 4.15 Pernyataan 12. Saya menggunakan konten @bolo_runners untuk terlibat dalam komunitas lari.....	107
Tabel 4.16 Kategori Mean Per Pernyataan Variabel Motif Penggunaan Konten Tiktok	108
Tabel 4.17 Perhitungan Kategori Mean .....	109
Tabel 4.18 Pernyataan 1. Konten @bolo_runners memenuhi kebutuhan informasi saya .....	109
Tabel 4.19 Pernyataan 2. Saya memperoleh informasi yang bermanfaat .....	110
Tabel 4.20 Pernyataan 3. Konten @bolo_runners menambah wawasan saya tentang lari .....	111
Tabel 4.21 Pernyataan 4. Saya merasa terhibur setelah menonton konten .....	112
Tabel 4.22 Pernyataan 5. Saya merasa senang setelah menonton konten.....	113
Tabel 4.23 Pernyataan 6. Saya Menikmati Pengalaman Menonton Konten Tersebut .....	114
Tabel 4.24 Pernyataan 7. Konten @bolo_runners mendorong saya menjalani gaya hidup sehat .....	115
Tabel 4.25 Pernyataan 8. Konten @bolo_runners meningkatkan motivasi saya untuk berlari .....	116
Tabel 4.26 Pernyataan 9. Konten @bolo_runners sesuai dengan minat saya.....	117
Tabel 4.27 Pernyataan 10. Konten @bolo_runners mendorong saya untuk berinteraksi	118
Tabel 4.28 Pernyataan 11. Saya merasa dekat dengan komunitas .....	119
Tabel 4.29 Pernyataan 12. Konten @bolo_runners membuat saya merasa terhubung dengan pengguna lain .....	120
Tabel 4.30 Kategori mean per pernyataan Variabel Y (Kepuasan Followers) .....	121
Tabel 4.31 Perhitungan Kategori Mean .....	122
Tabel 4. 32 Hasil Uji Korelasi Product Moment Pearson antara motif penggunaan konten tiktok terhadap kepuasan followers .....	123
Tabel 4.33 Nilai Korelasi .....	124
Tabel 4.34 Hasil Output Uji Regresi Linear Sederhana.....	125
Tabel 4.35 Hasil SPSS Uji t (Uji Parsial) .....	126
Tabel 4.36 Hasil Output Uji F (Uji Kelayakan Model) .....	127
Tabel 4.37 Hasil Output SPSS Uji Koefisien Determinasi .....	128

## Daftar Gambar

Gambar 1.1 Data Penggunaan Sosial Media Indonesia 2017-2026 .....	2
Gambar 1.2 Akun Tiktok @bolo_runners .....	4
Gambar 1.3 Konten @bolo_runners.....	6
Gambar 4.1 Logo Komunitas Bolo Runners .....	90
Gambar 4.1 Konten Tiktok @bolo_runners .....	91



### Daftar Lampiran

Lampiran 1. Surat Keputusan Dosen Pembimbing .....	146
Lampiran 2. Lembar Konsultasi Bimbingan di APPSTA Mahasiswa .....	147
Lampiran 3. Hasil Turnitin .....	148
Lampiran 4. Tabel Pernyataan Variabel X (Motif Penggunaan Konten Tiktok) .....	149
Lampiran 5 Tabel Pernyataan Variabel Y (Kepuasan Followers).....	151
Lampiran 6. Tabulasi Data Menggunakan Microsoft Excel Karakteristik Responden	153
Lampiran 7. Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Uji Relibialitas Motif Penggunaan Konten .....	155
Lampiran 8. Hasil Output SPSS Uji Validitas dan Uji Relibialitas Kepuasan Followers .....	156
Lampiran 9 Hasil Outpu SPSS Kategori Mean Per Butir Pernyataan.....	157
Lampiran 10. Hasil Output SPSS Kategori Mean Per Butir Pernyataan Variabel Kepuasan Followers .....	158
Lampiran 11. R Tabel .....	159
Lampiran 12. Acuan R Tabel Uji Validitas & Uji Korelasi <i>Product Moment Pearson</i> .....	160
Lampiran 13. Daftar Riwayat Hidup .....	161

