

SKRIPSI
PENGARUH TERPAAN KONTEN VIDEO OOTD (*OUTFIT OF THE DAY*)
DI TIKTOK PADA AKUN @FARHANBASHEL TERHADAP PERILAKU
KONSUMTIF *FOLLOWERS*

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi



OLEH:

Muhammad Taufik

2010414310031

KEMENTERIAN PENDIDIKAN KEBUDAYAAN RISET DAN
TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
BANJARMASIN

2025



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI
SAINS, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan BrigJend H. Hasan Basry Banjarmasin - 70123
Email : fisip@ulm.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

**PENGARUH TERPAAN KONTEN VIDEO OOTD (*OUTFIT OF THE DAY*) DI
TIKTOK PADA AKUN @FARHANBASHEL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF
*FOLLOWERS***

- A. Nama Mahasiswa : Muhammad Taufik
NIM : 2010414310031
- B. Telah dinyatakan LULUS dengan nilai (79.60(A)) dalam ujian mempertahankan skripsi tingkat Sarjana (S1) Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat, pada tanggal 10 Desember 2025.
- C. Tim Penguji:

a. Ketua

Astinana Yuliarti, S.S. M.I.Kom
NIP. 198907302019032018

()

b. Sekretaris

Achmad Bayu Chandrabuwono, S.I.Kom, M.A
NIP. 19900108201707104001


()

c. Anggota

Bambang Dwi Waluyo, S.I.P, M. Si
NIP. 199506252022031008

()

Banjarmasin, 8 Januari 2026
Ketua Tim Penguji,



Astinana Yuliarti, S.S. M.I.Kom
NIP. 198907302019032018



LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : Muhammad Taufik
Tempat/Tanggal Lahir : Kandangan, 02 Maret 2002
NIM : 2010414310031
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Alamat : Jl. Batas Kota Komp. Kruing Indah Kec. Martapura
Kota Kab. Banjar

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya skripsi yang berjudul "**PENGARUH TERPAAN KONTEN VIDEO OOTD (*OUTFIT OF THE DAY*) DI TIKTOK PADA AKUN @FARHANBASHEL TERHADAP PERILAKU KONSUMTIF FOLLOWERS**" adalah hasil karya sendiri. Skripsi ini merupakan hasil penelitian yang bukan hasil plagiasi. Apabila dikemudian hari terdapat adanya peniruan dalam penelitian ini, maka peneliti bersedia menerima sanksi sebagaimana mestinya sesuai dengan hukum dan norma yang berlaku di perguruan tinggi.

Demikian surat pernyataan ini dibuat tanpa ada unsur paksaan dari pihak manapun dan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 9 Februari 2026

Yang membuat pernyataan,


Muhammad Taufik
NIM. 2010414310031



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Pada hari ini Rabu Sepuluh Desember Dua Ribu Dua Puluh Lima, Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan surat Nomor: 7039/UN8.1.13/KP.10.00/2025 tanggal 8 Desember 2025 untuk menguji skripsi :


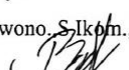
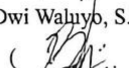
Nama : Muhammad Taufik
NIM : 2010414310031
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Video OOTD (Outfit Of The Day) di Tiktok Pada Akun @farhanbashel Terhadap Perilaku Konsumtif Followers


Tempat Ujian : Ruang Sidang Skripsi
Waktu Ujian : 10.00 s/d selesai
Nilai : 79,6 (A-)
Dinyatakan : Lulus / Tidak Lulus

Demikian berita acara ini dibuat dan ditandatangani sesuai dengan peraturan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Dibuat di : BANJARMASIN
Pada Tanggal : 10 Desember 2025

Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji, 1. Ketua : Astinana Yuliarti, S.S., M.Ikom
()
2. Sekretaris : Achmad Bayu
Chandrabuwono, S.Ikom., M.A
()
3. Anggota : Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si
()


Muhammad Taufik

Mengetahui/membenarkan :
a.n. D e k a n
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi,


Dr. Yuanita Setyastuti, S.IP., M.Si
NIP. 198208212006042002



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI,
SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

DAFTAR NILAI RATA-RATA
UJIAN MEMPERTAHAKAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini Tim Penguji Skripsi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

Setelah melakukan pengujian kepada :

Nama : Muhammad Taufik
NIM : 2010414310031
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Video OOTD (Outfit Of The Day) di Tiktok Pada Akun @farhanbashel Terhadap Perilaku Konsumtif Followers

No.	Nama Penguji	Nilai	Tanda Tangan
1.	Astinana Yulianti, S.S., M.Ikom	80	
2.	Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom., M.A	80	
3.	Bambang Dwi Waluyo, S.IP., M.Si	80	
Jumlah		240	
Nilai Rata-rata		80	Nilai Akhir = 79,6 (A-)

Demikian penilaian ini dibuat untuk dapat diketahui.

Dibuat di : BANJARMASIN

Pada Tanggal : 10 Desember 2025

Catatan :

Angka	Nilai	Bobot
80 - 100	A	4,00
77 - 79	A-	3,75
75 - 76	B+	3,50
70 - 74	B	3,00
66 - 69	B-	2,75
61 - 65	C+	2,50
55 - 60	C	2,00
50 - 54	D+	1,50
40 - 49	D	1,00
0 - 39	E	0



KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Jalan Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123
Telepon : (0511) 3304595 Laman : <http://fisip.ulm.ac.id/>

SURAT TUGAS

Nomor : 7039/UNS.1.13/KP.10.00/2025

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin
menugaskan Saudara / i :

1. Astinana Yulianti, S.S, M.I.Kom
2. Achmad Bayu Chandrabuwono, S.Ikom, MA
3. Bambang Dwi Waluyo, M.Si

Untuk menguji **Skripsi** mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas
Lambung Mangkurat Banjarmasin:

Nama : Muhammad Taufik
NIM : 2010414310031
Jurusan/Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Video OOTD (Outfit Of The Day) di Tiktok Pada Akun @farhanbashel Terhadap Perilaku Konsumtif Followers

Dilaksanakan pada:

Hari dan Tanggal : Rabu, 10 Desember 2025
J a m : 10.00 wita s/d selesai
T e m p a t : Ruang Sidang Skripsi

Demikian surat tugas ini diberikan, untuk dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 8 Desember 2025

Dekan,



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si
NIP 197301221998021002



Caraan

1. UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 Ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti yang sah."
2. Dokumen ini telah diandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh BSI

ABSTRAK

Muhammad Taufik, 2010414310031, 2025. Pengaruh Terpaan Konten Video OOTD (*Outfit Of The Day*) di TikTok Pada Akun @farhanbashel Terhadap Perilaku Konsumtif *Followers*. Dibimbing oleh Astinana Yuliarti.

Persepsi individu pada kebutuhan dan keinginannya bisa menerima pengaruh dari Terpaan konten TikTok yang menampilkan rekomendasi produk, gaya hidup, dan *fashion*. Paparan yang terlalu sering membuat pengguna terdorong mengikuti tren yang ditampilkan kreator, sehingga berpotensi menimbulkan perilaku impulsif, pengeluaran yang tidak terkontrol, serta kesulitan membedakan antara kebutuhan dan keinginan. Saat *followers* tidak bisa menyesuaikan diri dengan standar atau gaya hidup yang diperlihatkan kreator, terpaan konten yang tinggi juga bisa menimbulkan rasa tidak puas dalam jangka panjang. Dampak itu semakin kuat saat pengguna memiliki keterikatan yang tinggi pada akun khusus, seperti akun *fashion* @farhanbashel.

Penelitian ini bermaksud untuk mengetahui pengaruh Terpaan Konten TikTok terhadap perilaku konsumtif *followers* pada akun @farhanbashel. Pendekatan penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Sampel penelitian berjumlah 349 responden yang didapat melalui teknik *simple random sampling*. Pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner, dan analisis data menggunakan regresi linear sederhana melalui program IBM SPSS 25. Temuan penelitian memperlihatkan bahwasanya ada pengaruh signifikan antara terpaan konten TikTok terhadap perilaku konsumtif *followers*. Hal ini dibuktikan melalui temuan uji hipotesis yang memperlihatkan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$, serta nilai t-hitung 20,360 yang lebih besar dibandingkan t-tabel 1,967, sehingga dilakukan penerimaan pada hipotesis alternatif (H_a) dan penolakan pada hipotesis nol (H_0). Di sisi lain, nilai R square sebanyak 0,544 memperlihatkan bahwasanya terpaan konten TikTok memberikan kontribusi pengaruh sebanyak 54,4% terhadap perilaku konsumtif *followers*, di sisi lain sisanya dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci: Terpaan Konten, Perilaku Konsumtif *Followers*, TikTok, @farhanbashel.

ABSTRACT

Muhammad Taufik, 2010414310031, 2025. *The Influence of OOTD (Outfit Of The Day) Video Content on TikTok on the @farhanbashel Account on the Consumptive Behavior of Followers. Mentored by Astinana Yulianti.*

The barrage of TikTok content featuring product recommendations, lifestyle, and fashion can influence individuals perceptions of their needs and desires. Frequent exposure encourages users to follow the trends presented by creators, potentially leading to impulsive behavior, uncontrolled spending, and difficulty distinguishing between needs and desires. When followers are unable to adjust to the standards or lifestyles shown by creators, high exposure to content can also cause long-term dissatisfaction. This impact is even stronger when users have a high attachment to certain accounts, such as the fashion account @farhanbashel.

This study aims to determine the effect of TikTok content exposure on the consumptive behavior of followers on the @farhanbashel account. The research approach uses a quantitative method with an explanatory research type. The research sample consisted of 349 respondents obtained through simple random sampling. Data collection was carried out using a questionnaire, and data analysis was performed using simple linear regression through the IBM SPSS 25 program. The results of the study indicate that there is a significant influence between exposure to TikTok content and the consumptive behavior of followers. This is evidenced by the results of the hypothesis test, which show a significance value of $0.000 < 0.05$ and a t -value of 20.360, which is greater than the t -table value of 1.967. Therefore, the alternative hypothesis (H_a) is accepted and the null hypothesis (H_0) is rejected. In addition, an R square value of 0.544 indicates that exposure to TikTok content contributes 54.4% to the consumptive behavior of followers, while the rest is influenced by other variables outside the scope of this study.

Keywords: *Content Exposure, Follower Consumption Behavior, TikTok, @farhanbashel.*

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya haturkan pada Allah Subhanahu wa taalla atas berkat, rahmat, dan nikmat berupa kesehatan dan kesempatan sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Terpaan Konten Video OOTD (*Outfit Of The Day*) di Tiktok pada Akun (@farhanbashel) Terhadap perilaku konsumtif *followers*”**.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebanyak – besarnya pada pihak yang sudah memberikan dukungan, bimbingan serta motivasi dalam penyelesaian skripsi ini. Penulis juga menyadari dalam penulisan ini masih jauh dari kata sempurna. Terkait dengan hal itu penulis mengucapkan banyak terima kasih pada:

1. Bapak Prof. Dr. Ahmad Alim Bachri, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
2. Bapak Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
3. Ibu Dr. Yuanita Setyastuti, S.I.P., M.Si selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP Universitas Lambung Mangkurat.
4. Bapak Sarwani, S.Sos., M.Med.Kom Selaku dosen pembimbing akademik, atas bantuan dan arahan yang diberikan dalam proses penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Astinana Yuliarti S.S., M.I.Kom, selaku dosen pembimbing skripsi yang sudah meluangkan waktu dan memberikan arahan, masukan dan bimbingan dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Achmad Bayu Chandrabuwono S.I.Kom., M.A, selaku dosen penguji I yang telah memberikan saran dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Bapak Bambang Dwi Waluyo,S.IP.,M.Si, selaku dosen penguji II yang telah memberikan saran dalam pengerjaan skripsi ini.
8. Seluruh dosen dan staff akademis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, terlebih Dosen dari Program Studi Ilmu Komunikasi atas semua ilmu yang diajarkan selama kuliah.
9. Kedua orang tua beserta kedua saudara penulis yang senantiasa memberikan motivasi, doa serta dukungan sehingga penulis berada di titik ini. Terima kasih sudah menyakini penulis sampai saat ini.
10. Terima kasih kepada Bimbim, Yoan, Tatum, Adam serta seluruh teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas dukungan, motivasi dan arahan yang diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini hingga tahap akhir.
11. Seluruh teman – teman ilmu komunikasi Angkatan 2020 yang sudah memberikan semangat, bantuan, informasi dan saran pada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi penyempurnaan penelitian di masa mendatang. Penulis juga berharap bahwa karya

ilmiah ini dapat memberikan manfaat, baik secara akademis maupun praktis, bagi pihak-pihak yang membutuhkan, khususnya dalam pengembangan kajian komunikasi dan pemahaman mengenai pengaruh konten media sosial terhadap perilaku pengguna. Akhirnya, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih atas dukungan semua pihak yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga Tuhan Yang Maha Esa memberikan balasan yang setimpal atas segala kebaikan yang telah diberikan.

Banjarmasin, November 2025

Muhammad Taufik

NIM. 2010414310031

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan Penelitian	13
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Penelitian Terdahulu	15
2.2 Tinjauan Konseptual	26
2.2.1 Komunikasi	26
2.2.2 Komunikasi Massa.....	32
2.2.3 New Media.....	33
2.2.4 Media Sosial.....	35
2.2.5 TikTok.....	37
2.2.6 Terpaan Konten.....	45
2.2.7 Perilaku Konsumtif	47
2.2.8 <i>Outfit Of The Day</i> (OOTD).....	52
2.3 Tinjauan Teoritis	54
2.3.1 Teori S-O-R (<i>Stimulus, Organism, Respons</i>).....	54
2.4 Kerangka Pikir	57
2.5 Hipotesis.....	58

BAB III METODE PENELITIAN	59
3.1 Pendekatan Penelitian	59
3.2 Tipe Penelitian	59
3.3 Objek Penelitian.....	60
3.4 Sumber Data.....	60
3.4.1 Data Primer	60
3.4.2 Data Sekunder	61
3.5 Populasi dan Sampel	61
3.5.1 Populasi Penelitian.....	61
3.5.2 Sampel Penelitian.....	62
3.6 Definisi Operasional Variabel.....	64
3.6.1 Variabel Bebas/Independen (X).....	65
3.6.2 Variabel Terikat/Dependen (Y).....	65
3.7 Teknik Penentuan Skor	68
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	69
3.8.1 Kuesioner	69
3.8.2 Observasi.....	70
3.8.3 Dokumentasi	70
3.9 Uji Validitas & Reliabilitas.....	71
3.9.1 Uji Validitas	71
3.9.2 Uji Reliabilitas	73
3.10 Teknik Analisis Data.....	74
3.10.1 Uji Asumsi Klasik.....	74
3.10.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	75
3.10.3 Uji Hipotesis.....	76
3.11 Waktu dan Lokasi Penelitian	78
BAB IV HASIL & PEMBAHASAN.....	79
4.1 Gambaran Umum.....	79
4.1.1 Profil Akun TikTok @farhanbashel.....	79
4.2 Hasil Penelitian	80
4.2.1 Karakteristik Responden	80
4.2.2 Distribusi Pilihan Jawaban Responden	85

4.2.3 Temuan uji Asumsi Klasik.....	88
4.2.4 Temuan Uji Analisis Regresi Linear Sederhana	92
4.2.5 Temuan uji Hipotesis	94
4.3 Pembahasan.....	96
BAB V PENUTUP.....	101
5.1 Kesimpulan	101
5.2 Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103
LAMPIRAN.....	108

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Matriks Penelitian Sejenis.....	21
Tabel 3.1 Penentuan Jumlah Sampel Oleh Isaac & Micheal berdasarkan Populasi dengan Taraf Kesalahan 1%, 5% dan 10%	63
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	67
Tabel 3.3 Teknik Penentuan Skor Skala Ordinal dalam Indikator Frekuensi dan Atensi (variabel X).....	69
Tabel 3.4 Teknik Penentuan Skor Skala Ordinal dalam Indikator Durasi (variabel X).....	69
Tabel 3.5 Teknik Penentuan Skor Skala Likert (variabel Y).....	69
Tabel 3.6 Temuan uji Validitas Variabel X	71
Tabel 3.7 Temuan uji Validitas Variabel Y	72
Tabel 3.8 Temuan uji Reliabilitas	73
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	80
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	81
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	81
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Rata-rata Waktu Harian Di TikTok.....	84
Tabel 4.5 Tabel Distribusi Pilihan Jawaban Responden	85
Tabel 4.6 Temuan uji Normalitas <i>Kolmogorov-Smirnov</i> Monte Carlo.....	89
Tabel 4.7 Temuan uji Linearitas	91
Tabel 4.8 Temuan analisis Regresi Linear Sederhana	92
Tabel 4.9 Temuan uji T	94
Tabel 4.10 Temuan uji koefisien determinan (R^2).....	95
Tabel 4.11 Interval Nilai Koefisien.....	96

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Nominasi TikTok Awards 2024	6
Gambar 1.2 Website Produk @farhanbashel	8
Gambar 1.3 Produk Yang Banyak Dibeli di E-commerce dan Toko Fisik.....	9
Gambar 1.4 Respon Komentar di Akun TikTok @farhanbashel.....	11
Gambar 2.1 Bagan Model Komunikasi David K. Berlo	30
Gambar 4.1 Temuan uji Normalitas dengan Probabilty Plot	90

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2 Tabulasi Data Kuesioner Penelitian	115
Lampiran 3 Output SPSS 25	129
Lampiran 4 Dokumentasi Penelitian.....	138