

SKRIPSI

**PEMENUHAN HASRAT SOSIAL: HUBUNGAN *USES AND
GRATIFICATION* AUDIENS-MEDIA PADA AKUN TIKTOK BINI IDUY**



ADIRA SAFIRA

2110415220018

**UNIVERSITAS LAMBUNG MANGKURAT
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
JURUSAN SOSIOLOGI**

2025



LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

***PEMENUHAN HASRAT SOSIAL: HUBUNGAN USES AND GRATIFICATION
AUDIENS-MEDIA PADA AKUN TIKTOK BINI IDUY***

Disusun dan diajukan oleh:

**ADIRA SAFIRA
2110415220018**

Dinyatakan lulus dengan nilai 82,00 (A) dalam ujian mempertahankan skripsi
Tingkat Sarjana (S1) Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin, pada tanggal: 19 November 2025

Menyetujui,
Pembimbing,

Dr. Sri Hidayah, S.Pd., M.Sc.
NIP. 19720523201801204001

Penguji 1,

Siti Zulaikha, S.Sos., M.Sos.
NIP. 199310162022032019

Penguji 2,

Khairussalam, S.Ag., M.Si.
NIP. 1975030720081210031

Dekan
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat



Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si.
NIP. 197301221998021001

Ketua Jurusan Studi Sosiologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Lambung Mangkurat

Ismar Hamid, S.S., M.Si.
NIP. 198511162019031006



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 18 November 2025 Pukul 15,30 WITA , Tim Penguji yang ditunjuk oleh Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin dengan Surat Tugas Nomor: 6582/UN8.1.13/KP.10.00/2025 Tanggal 19 November 2025 untuk menguji skripsi :

Nama : Adira Safira
NIM : 2110415220018
Jurusan/Program Studi : Sosiologi
Judul Skripsi : Pemenuhan Hasrat Sosial: Hubungan Uses and Gratification Audiens-Media pada Akun TikTok Bini Iduy
Tempat Ujian : Ruang Baca Sosiologi
Waktu Ujian : 15,30 WITA s/d Selesai
Nilai : 82
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 : 19 November 2025

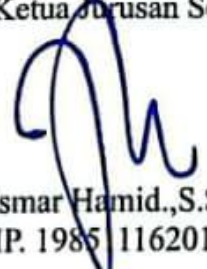
Tim Penguji,

Mahasiswa yang diuji,


Adira Safira

1. Ketua : Dr. Sri Hidayah, S.Pd., M.Sc.
()
2. Sekretaris : Siti Zulaikha, S.Sos, M.Sos..
()
3. Anggota : Khairussalam, S.Ag., M.Si
()

Mengetahui/membenarkan :
a.n. Dekan
Ketua Jurusan Sosiologi


Ismar Hamid., S.S., M.Si.
NIP. 198511162019031006

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Adira Safira
Nomor Induk Mahasiswa : 2110415220018
Jurusan : Sosiologi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya dengan judul,

“PEMENUHAN HASRAT SOSIAL: HUBUNGAN *USES AND GRATIFICATION* AUDIENS-MEDIA PADA AKUN TIKTOK BINI IDUY”

Merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilalihan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan skripsi ini adalah karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan peraturan yang mengaturnya.

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya, tanpa paksaan dan intimidasi dari pihak manapun.

Banjarmasin, 19 November 2025

Yang menyetakan,



Adira Safira
NIM. 2110415220018

KATA PENGANTAR

Segala puji dan rahmat saya panjatkan kepada Allah SWT., karena atas berkah, rahmat, dan karunia-Nya yang membuat saya dapat membuat naskah skripsi berjudul "Pemenuhan Hasrat Sosial: Hubungan *Uses and Gratification* Audiens-Media pada Akun TikTok Bini Iduy".

Adapun pembuatan naskah skripsi ini menjadi sebuah langkah awal peneliti dalam melakukan penelitian mendalam terkait dengan bentuk adaptasi UMKM dalam menggunakan media sosial TikTok di era digital di Kabupaten Hulu Sungai Tengah dan Tanah Laut. Sebagaimana juga menjadi upaya peneliti untuk memenuhi syarat kelulusan Sarjana (Strata 1) pada Program Studi Sosiologi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lambung Mangkurat.

Ketika pembuatan skripsi ini, peneliti tentu saja menemui hambatan dan kesulitan. Namun, peneliti juga banyak mendapatkan bantuan dari berbagai pihak yang telah bersedia memberikan waktu, bantuan, bimbingan, hingga arahan sehingga tuntasnya penelitian skripsi ini. Untuk itu, dalam kesempatan ini dengan segala hormat dan seluruh kerendahan hati peneliti mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Prof. Dr. Ahmad, SE., M.Si., selaku Rektor Universitas Lambung Mangkurat.
- 2) Prof. Dr. H. Budi Suryadi, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.
- 3) Ismar Hamid, S.S., M.Si, selaku Ketua Jurusan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.

- 4) Khairussalam, S.Ag., M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik yang selalu memberikan arahan setiap peneliti berkonsultasi mengenai akademik.
- 5) Dr. Sri Hidayah, S.Pd., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing yang tidak hanya bersedia meluangkan waktunya untuk membimbing, namun juga memberikan arahan dalam penyusunan rancangan penelitian.
- 6) Seluruh dosen dan staff Jurusan Sosiologi Universitas Lambung Mangkurat, atas segala bantuan yang telah diberikan selama perkuliahan.
- 7) Keluarga peneliti, yang selalu mendampingi perjalanan hidup peneliti, khususnya kepada ibu, saudara-saudari, dan keponakan peneliti. Tidak lupa pula, terima kasih peneliti ucapkan kepada ayah yang sudah tenang di alam sana, semoga peneliti dapat membuatnya bangga suatu saat nanti.
- 8) Para sahabat yang sudah saya anggap sebagai keluarga, Arel dan ka Viky, hingga teman-teman yang menjadi orang tua bahkan saudara yang selalu menemani dan mendampingi peneliti hampir di segala hari-hari peneliti. Memberikan warna yang indah dalam hidup peneliti, mulai dari ilmu, wawasan, informasi, hiburan, guyonan, dan segala momen yang tidak bisa peneliti sebutkan satu per satu, terima kasih karena selalu ada bahkan ketika peneliti dalam keadaan terpuruk sekalipun.
- 9) Teman-teman kuliah, khususnya teman saat mengikuti lomba pembuatan artikel dari Greenovation yang selalu menjadi teman diskusi yang menyenangkan dan saling berbagi informasi menarik kepada peneliti.

10) Teman-teman kelompok peneliti, khususnya sobat Kaca Pembesar dan Nawasena yang sudah bersedia berbagi dan memberikan bantuan pada keseharian yang telah dilewati bersama.

11) Segala cabang dari outlet Kopi Kenangan yang sudah menjadi tempat ternyaman bagi peneliti untuk segera menyelesaikan penelitian skripsi ini.

Dalam pembuatan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa skripsi ini masih belum sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran sangat diharapkan guna melengkapi segala kekurangan dalam penelitian skripsi ini. Pembuatan skripsi ini diharapkan dapat memberikan manfaat kedepannya.

Banjarmasin, 05 November 2025

Peneliti,

Adira Safira

2110415220018

ABSTRAK

Adira Safira. 2025. Pemenuhan Hasrat Sosial: Hubungan *Uses and Gratification* Audiens-Media pada Akun TikTok Bini Iduy. Dosen Pembimbing Dr. Sri Hidayah, S.Pd., M.Sc. Jurusan Sosiologi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Lambung Mangkurat.

Persaingan yang ketat membuat para pelaku UMKM melakukan segala upaya untuk menjangkau konsumen, salah satunya dengan memanfaatkan teknologi. Menggunakan media sosial seperti TikTok dapat memberikan dampak positif untuk memperluas jangkauan produk agar menarik perhatian para audiens. Konten kreator TikTok Bini Iduy merupakan contoh dari pelaku UMKM yang memanfaatkan media TikTok sebagai wadah berekspresi dengan mempromosikan usaha warung makan miliknya sambil memperhatikan preferensi dan kebutuhan audiens terhadap pesan yang disampaikan melalui konten yang diunggahnya.

Dengan menggunakan metode pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian studi kasus, data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi Warung serta akun TikTok yang dikelola Bini Iduy. Penelitian ini dianalisis berdasarkan teori Interaksionisme Simbolik yang dikembangkan oleh Herbert Blumer dan teori *Uses and Gratification* yang dicetuskan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Guveritch. Hasil penelitian menunjukkan bahwa audiens dapat berinteraksi dengan individu lainnya melalui simbol-simbol pada konten Bini Iduy yang ditafsirkan dan diberi makna yang disepakati sehingga terbentuk sebuah hubungan sosial melalui ranah digital dengan intensitas yang kuat. Pada akun TikTok-nya, Bini Iduy dapat menjangkau audiens dari berbagai latar belakang usia, minat, lokalitas, dan kelas sosial dengan berbeda preferensi dengan mengunggah konten informatif, menghibur, emosional, instrumental, personal, dan interaksi sosial. Para informan merupakan pemilik Warung Makan Dea sebagai pelaku UMKM menggunakan TikTok, audiens TikTok dan pengunjung dari Warung Makan Dea yang mengatakan bahwa mereka tertarik untuk datang langsung karena melihat akun TikTok Bini Iduy yang menunjukkan gaya konten *vlog* yang menghibur, *tagline* viral “*Meledak, Meledum, Meletus*”, konsep warung makan yang unik, dan interaksi harmonisnya dengan sang ibu menjadi tombak perhatian para audiens sehingga membuat penasaran dan melakukan tindakan lebih untuk melihat akun dan mendatangi ke Warung Makan Dea secara langsung. Bini Iduy merupakan contoh dari pelaku UMKM yang sukses menggunakan TikTok sebagai media promosi dan mendapatkan hasil yang memuaskan berkat memanfaatkan teknologi tersebut.

Kata Kunci: TikTok, UMKM, *Uses and Gratification*

ABSTRACT

Adira Safira. 2025. *Fulfillment of Social Desires: The Relationship between Audience and Media Uses and Gratification on Bini Iduy's TikTok Account.* Supervisor Dr. Sri Hidayah, S.Pd., M.Sc. Sociology Study Program. Faculty of Social and Political Sciences, Lambung Mangkurat University.

Fierce competition forces MSMEs to make every effort to attract consumers, one of which is by leveraging technology. Using social media like TikTok can have a positive impact on expanding product reach and attracting audiences. TikTok content creator Bini Iduy is an example of an MSME who utilizes TikTok as a platform for expression by promoting her food stall while also paying attention to audience preferences and needs regarding the messages conveyed through her uploaded content.

Using a qualitative approach with a case study, data was collected through in-depth interviews, direct observation, and documentation of the stall and Bini Iduy's TikTok account. This research was analyzed based on the Symbolic Interactionism theory developed by Herbert Blumer and the Uses and Gratification theory proposed by Elihu Katz, Jay G. Blumer, and Michael Guveritch. The results show that audiences can interact with other individuals through symbols in Bini Iduy's content, which are interpreted and given agreed-upon meaning, forming a strong social relationship through the digital realm. On her TikTok account, Bini Iduy can reach audiences from various age backgrounds, interests, localities, and social classes with different preferences by uploading informative, entertaining, emotional, instrumental, personal, and social interaction content. The informants are the owner of Warung Makan Dea as an MSME actor using TikTok, TikTok audiences and visitors of Warung Makan Dea who said that they were interested in coming directly because they saw Bini Iduy's TikTok account which showed an entertaining vlog content style, the viral tagline "Meledak, Meledum, Meletus", the unique concept of the food stall, and her harmonious interaction with her mother became the spearhead of the audience's attention so that they were curious and took more action to see the account and come to Warung Makan Dea directly. Bini Iduy is an example of an MSME actor who successfully used TikTok as a promotional medium and got satisfactory results thanks to utilizing this technology.

Keywords: *TikTok, MSME, Uses and Gratification*

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	v
<i>ABSTRACT</i>	vi
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR BAGAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 <i>Review</i> Penelitian Terdahulu	10
2.2 Uraian Konseptual	15
2.2.1 UMKM	15
2.2.2 <i>Food vlogger</i>	17
2.2.3 Fungsi Media	20
2.2.4 TikTok	23
2.3 Landasan Teoritis	25
2.3.1 Interaksi Simbolik	25
2.3.2 <i>Uses and Gratification</i>	27
2.4 <i>State of the Art</i> Penelitian	29
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Pendekatan Penelitian	30
3.2 Jenis Penelitian	30

3.3 Sumber Data.....	31
3.4 Lokasi Penelitian.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.5.1 Observasi.....	34
3.5.2 Wawancara.....	35
3.5.3 Dokumentasi	38
3.6 Teknik Analisis Data.....	39
3.6.1 Reduksi Data (<i>Data Reduction</i>)	39
3.6.2 Penyajian Data (<i>Data Display</i>)	40
3.6.3 Penarikan Kesimpulan/Verifikasi	41
3.7 Waktu dan Tahapan Pelaksanaan Penelitian.....	42
BAB IV GAMBARAN UMUM.....	43
4.1 Akun TikTok.....	43
4.1.1 Bini Iduy	43
4.1.2 Warung Makan Dea	47
4.2 Warung Makan.....	49
4.2.1 Warung Bini Iduy/Dea 1	51
4.2.2 Warung Makan Dea 2	55
4.2.3 Warung Makan Dea 3	57
4.3 Profil Informan.....	59
4.3.1 Bini Iduy sebagai Promotor Utama.....	60
4.3.2 Nini Gaul sebagai Ikon dari Warung Makan Dea.....	61
4.3.3 Dea sebagai Pemilik Asal Mula Nama Warung.....	62
4.3.4 Profil Informan Audiens TikTok Bini Iduy	63
4.4 <i>Timeline</i> Perjalanan Warung Makan Dea	66
BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN	68
5.1 Bentuk-bentuk Kebutuhan Sosial Audiens TikTok Bini Iduy	68

5.1.1 Reaksi Audiens terhadap Pesan	68
5.1.2 Bentuk Kebutuhan Audiens yang Dipengaruhi	78
5.1.3 Kaitannya dengan Preferensi Audiens	88
5.2 Interaksi Simbolik antara Pelaku UMKM dan Audiens di Platform TikTok.....	92
5.2.1 Makna Simbolik dalam Konten TikTok UMKM	93
5.2.2 Proses Interpretasi Audiens terhadap Simbol dalam Konten.....	95
5.2.3 Interaksi Sosial melalui Fitur TikTok	97
5.2.4 Proses Pembentukan Identitas Pelaku UMKM di TikTok.....	99
5.2.5 Interaksi Simbolik dalam Hubungan Pelaku UMKM–Audiens	101
5.2.6 Dampak Interaksi Simbolik terhadap Persepsi dan Perilaku Audiens	
102	
5.3 Perluasan Pemahaman tentang Simbol dalam Ruang Komunikasi Digital	103
5.3.1 Penguatan Konsep Simbol dalam Komunikasi Digital.....	103
5.3.2 Relevansi Interaksionisme Simbolik dalam Konteks Ekonomi Kreatif	105
5.3.3 Penegasan Peran Audiens sebagai Pencipta Makna	108
5.3.4 Pembaruan Pemahaman tentang Interaksi Sosial yang Dimediasi Teknologi	109
5.4 Mengelola Kebutuhan Sosial Audiens ala Bini Iduy	111
5.4.1 <i>A Day in My Life</i>	111
5.4.2 Menyapa Audiens	115
5.4.3 Sosok Perempuan yang Tangguh, Inspiratif, dan Penyayang.....	120
5.4.4 Berbahasa Banjar	124
5.4.5 Tutorial Memasak dan Seputar Warung	128

5.5	Kebutuhan dan Kepentingan Audiens dalam Konteks UMKM menggunakan TikTok	130
5.5.1	Audiens TikTok sebagai Subjek Aktif.....	131
5.4.2	Pesan UMKM sebagai Stimulus Media.....	132
5.5.3	Relevansi Preferensi dalam Pemaknaan	133
5.5.4	Konvergensi Kebutuhan dan Kebutuhan	135
5.5.5	Akun Tiktok Bini Iduy sebagai Ruang Kepuasan Audiens	136
BAB VI PENUTUP		139
6.1	Kesimpulan	139
6.2	Rekomendasi.....	140
DAFTAR PUSTAKA		142
LAMPIRAN.....		146

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 <i>Platform</i> Media Sosial Terpopuler	4
Tabel 3. 1 Tabel Informan	37

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Jumlah UMKM yang Masuk Ekosistem Digital di Indonesia....	5
Gambar 1. 2 Akun TikTok Bini Iduy ditonton lebih dari 50.000 Audiens.....	7
Gambar 4. 1 Akun TikTok Bini Iduy dan Data Analisis Konten	45
Gambar 4. 2 Data Statistik Akun TikTok Bini Iduy	46
Gambar 4. 3 Akun TikTok Warung Makan Dea	47
Gambar 4. 4 Siaran Langsung pada Akun TikTok Warung Makan Dea.....	48
Gambar 4. 5 Kata Teratas dalam Konten Bini Iduy.....	49
Gambar 4. 6 Warung Makan Dea 5 Tahun yang Lalu	53
Gambar 4. 7 Warung Bini Iduy.....	54
Gambar 4. 8 Warung Makan Dea 2	56
Gambar 4. 9 Pengunjung Warung Makan Dea 2	57
Gambar 4. 10 Warung Makan Dea 3	59
Gambar 4. 11 Bini Iduy/Siti Fatimah.....	60
Gambar 4. 12 Nini Gaul/Ibu Hamidah.....	61
Gambar 4. 13 Dea/Maulidia.....	62
Gambar 5. 1 Audiens Menanyakan Menu	69
Gambar 5. 2 Audiens Membalas Komentar di Siaran Langsung Bini Iduy	70
Gambar 5. 3 Audiens Membalas Komentar di Siaran Langsung Bini Iduy	72
Gambar 5. 4 Siaran Langsung Bini Iduy	72
Gambar 5. 5 Konten yang Disematkan	73
Gambar 5. 6 Komentar Audiens 1	75
Gambar 5. 7 Komentar Audiens 2	75
Gambar 5. 8 Komentar Audiens 3	76
Gambar 5. 9 Komentar Audiens 4	76
Gambar 5. 10 Komentar Audiens 5	77
Gambar 5. 11 Komentar Audiens 6	77
Gambar 5. 12 Audiens Terhubung Secara Emosional	81
Gambar 5. 13 Audiens Terinspirasi.....	82
Gambar 5. 14 Kolaborasi dengan SOBAT BANTAS	83
Gambar 5. 15 Kunjungan Mama Endes dan Suami.....	84
Gambar 5. 16 Komentar Mama Endes.....	84
Gambar 5. 17 Tanggapan Audiens Terhadap Mama Endes.....	85
Gambar 5. 18 Keseharian Bini Iduy sebagai Konten Kreator.....	112
Gambar 5. 19 Keseharian Bermain Bersama Anak	113
Gambar 5. 20 Keseharian Bini Iduy Bersama keluarganya	114
Gambar 5. 21 Bini Iduy Menyapa Audiens Bersama Nini Gaul	116
Gambar 5. 22 Menu Rekomendasi Audiens	117
Gambar 5. 23 <i>Caption</i> Bini Iduy.....	119
Gambar 5. 24 Reaksi Audiens Terhadap Interaksi Bini Iduy	126

Gambar 5. 25 Reaksi Audiens Terhadap Interaksi Bini Iduy dengan Nini Gaul (2)	126
Gambar 5. 26 Reaksi Audiens Terhadap Interaksi Bini Iduy dengan Nini Gaul (3)	127
Gambar 5. 27 Reaksi Audiens Terhadap Interaksi Bini Iduy dengan Nini Gaul (4)	127
Gambar 5. 28 Memasak Pisang Goreng	129

DAFTAR BAGAN

Bagan 3. 1 Matriks Tahapan dan Jadwal Penelitian	42
Bagan 4. 1 <i>Timeline</i> Warung Makan Dea	66
Bagan 5. 1 Peta Konsep Analisis Teori <i>Uses and Gratification</i>	137