

ABSTRAK

Ramzy Ramadhan. 22031100093. Prodi Ilmu Komunikasi. Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok terhadap Kepuasan Informasi Kuliner Traditional Generasi Z di Surabaya Pada Akun @awirachma.

Penelitian ini dilatar belakangi oleh meningkatnya penggunaan TikTok sebagai sumber informasi kuliner di kalangan Generasi Z. Masalah dalam penelitian ini adalah apakah intensitas penggunaan TikTok berpengaruh terhadap kepuasan informasi kuliner Generasi Z. Penelitian ini menggunakan Teori Uses and Gratifications (U&G) yang menjelaskan bahwa individu secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan memperoleh kepuasan informasi. Metode yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana, dengan jumlah responden sebanyak 100 orang yang berdomisili di Surabaya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan TikTok berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi kuliner, dengan persamaan regresi $Y = 18,101 + 0,620X$. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan informasi yang dirasakan. Namun demikian, terdapat faktor lain sebesar 56,5% yang turut memengaruhi kepuasan informasi di luar variabel yang diteliti.

TikTok memiliki peran penting sebagai sumber informasi kuliner bagi Generasi Z di Surabaya. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam bidang komunikasi digital serta dapat dikembangkan lebih lanjut dengan menambahkan pendekatan psikologis dan ekonomi untuk memperoleh hasil yang lebih komprehensif.

Kata kunci: Intensitas Penggunaan TikTok, Kepuasan Informasi Kuliner, Generasi Z

ABSTRACT

Ramzy Ramadhan. 22031100093. Communication Science Program. The Effect of Intensity of Use of TikTok on the Satisfaction of Generation Z in Surabaya with Traditional Culinary Information on the @awirachma Account.

This study was motivated by the increasing use of TikTok as a source of culinary information among Generation Z. The research question is whether the intensity of TikTok use influences Generation Z's satisfaction with culinary information. This study employs the Uses and Gratifications (U&G) Theory, which posits that individuals actively use media to fulfill needs and obtain informational satisfaction. The method used is a quantitative approach with simple linear regression analysis, involving 100 respondents residing in Surabaya.

The results indicate that the intensity of TikTok usage significantly influences culinary information satisfaction, with the regression equation $Y = 18.101 + 0.620X$. This indicates that the higher the intensity of TikTok usage, the higher the level of information satisfaction experienced. However, there is an additional 56.5% of factors influencing information satisfaction beyond the variables studied.

TikTok plays a significant role as a source of culinary information for Generation Z in Surabaya. This study is expected to contribute to the field of digital communication and can be further developed by incorporating psychological and economic approaches to yield more comprehensive results.

Keywords: *TikTok Usage Intensity, Culinary Information Satisfaction, Generation Z*