

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya dengan memberikan segala kesabaran dan kekuatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “**Hubungan Perilaku Pencarian Informasi pada TikTok Akun Puwputt Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Studi Korelasi Tentang Perilaku Pencarian Informasi pada TikTok Akun Puwputt Dengan Pengambilan Keputusan Followers Mengenai Pakaian Big Size)**”.

Skripsi ini penulis susun sebagai tugas akhir dalam menyelesaikan perkuliahan dan syarat ujian Sarjana Ilmu Perpustakaan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penyelesaian skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang tidak terhingga kepada yang terhormat,

1. Dra. Sukaesih, M.Si. selaku pembimbing utama yang telah banyak meluangkan waktu untuk dapat memberikan saran, masukan serta membimbing penulis dalam penulisan skripsi ini.
2. Asep Saeful Rohman, S. Sos., M.I.Kom. selaku pembimbing pendamping yang telah meluangkan waktunya untuk dapat memberikan saran, masukan serta membimbing penulis dalam penulisan skripsi kali ini.
3. Encang Saefudin, S.S., M.Si. selaku Dosen Wali yang selalu membantu dan memberi masukan bagi penulis selama masa perkuliahan hingga penulis dapat berada di tahap penulisan skripsi ini.
4. Dr. Ute Lies Siti Khadijah, S.Sos., M.Si. selaku Ketua Program Studi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang telah memberikan kemudahan dan kelancaran bagi penulis dalam penulisan skripsi ini.
5. Dr. Dadang Rahmat Hidayat, S.Sos., S.H., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang telah memberikan saya kesempatan untuk menuntut ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi.

6. Ibu Anna dan Bapak Aef serta seluruh staff Sub Bagian Akademin (SBA) yang telah membantu dan memberikan kemudahan dalam mengurus administrasi dari awal perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh dosen-dosen Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang telah banyak memberikan ilmu, kesempatan belajar dan pengalaman belajar kepada penulis.
8. Terimakasih untuk Etika, sahabat sejak masa sekolah hingga sampai saat ini yang berjuang bersama untuk menggapai mimpi, tujuan, memberikan doa dan dukungan dalam penyusunan skripsi ini.
9. Terimakasih untuk Alif, teman *sharing* dalam membimbing demi berjalannya keberlangsungan penyusunan skripsi, beserta dukungan dan saran bagi penulis.
10. Terimakasih untuk teman *roommate* penulis, Dita yang sudah dengan sabar menemani masa penulisan skripsi ini hingga selesai.
11. Terimakasih untuk teman sepernangoran Dandi, Indah, Sonia, Fajar yang selalu mendukung penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Terimakasih untuk sahabat penulis yaitu Monce, Ambar, dan Rendi yang selalu memberikan dukungan, saran, motivasi, dan semangat dalam penyusunan skripsi ini.
13. Terimakasih untuk Lulla dan Della terimakasih sudah menjadi teman berjuang, bercanda, dan *sharing* selama perkuliahan.
14. Terimakasih untuk teman-teman seluruh Angkatan 2017 khususnya kelas C, yang sudah menjadi rekan penulis selama masa perkuliahan.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis, pembaca pada umumnya.

Jatinangor, 27 Juli 2023

Nova Triangga Ruskarlinda

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>i</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I</b> .....	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1    Latar Belakang .....	1
1.2    Rumusan Masalah .....	6
1.3    Identifikasi Masalah .....	7
1.4    Tujuan Penelitian.....	8
1.5    Manfaat Penelitian.....	8
1.5.1    Manfaat Teoritis .....	8
1.5.2    Manfaat Praktis .....	9
<b>BAB II</b> .....	<b>10</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>10</b>
2.1    Review Penelitian Terdahulu .....	10
2.2    Definisi Konseptual .....	19
2.2.1    Informasi Sebagai Sumber Pengambilan Keputusan .....	19
2.2.2    Perilaku Pencarian Informasi pada Media Sosial .....	21
2.2.3    TikTok.....	23
2.3    Kerangka Teoritis .....	25
2.3.1    Teori Perilaku Pencarian Informasi .....	25
2.3.2    Tahapan Pengambilan Keputusan Menurut Simon (1960).....	27
2.4    Kerangka Berfikir.....	28

2.5	Hipotesis.....	29
2.5.1	Hipotesis Mayor.....	29
2.5.2	Hipotesis Minor .....	29
<b>BAB III.....</b>		<b>31</b>
<b>METODOLOGI DAN OBJEK PENELITIAN.....</b>		<b>31</b>
3.1	Jenis Penelitian.....	31
3.2	Populasi dan Sampel .....	31
3.2.1	Populasi Penelitian.....	31
3.2.2	Sampel.....	32
3.3	Variabel Penelitian dan Operasional Variabel .....	33
3.3.1	Variabel Penelitian.....	33
3.3.2	Operasional Variabel.....	34
3.4	Jenis dan Teknik Pengumpulan Data .....	44
3.4.1	Jenis Data .....	44
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data.....	44
3.5	Teknik Analisis Data .....	46
3.6	Uji Validitas dan Reliabilitas .....	48
3.6.1	Uji Validitas .....	48
3.6.2	Uji Reliabilitas .....	48
3.7	Lokasi dan Lamanya Penelitian .....	49
3.7.1	Lokasi Penelitian.....	49
3.7.2	Lamanya Waktu Penelitian .....	49
<b>BAB IV.....</b>		<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>		<b>50</b>
4.1	Hasill Uji Validitas dan Reabilitas .....	50
4.2	Analisis Statistik Deskriptif .....	52
4.2.1	Analisis Data Responden .....	52
4.2.2	Analisis Data Penelitian.....	55
4.2.3	Analisis Kategori Data Penelitian .....	91
4.3	Analisis Statistik Inferensial Data Penelitian .....	103
4.3.1	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y).....	103

4.3.2	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap <i>Starting</i> pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X1) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y).....	104
4.3.3	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap <i>Chaining</i> pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X2) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)	106
4.3.4	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap <i>Browsing</i> pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X3) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)	108
4.3.5	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap <i>Differentiating</i> pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X4) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)	110
4.3.6	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap <i>Monitoring</i> pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X5) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)	112
4.3.7	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap <i>Extracting</i> pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X6) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)	113
4.3.8	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap <i>Verifying</i> pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X7) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)	115
4.3.9	Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap <i>Ending</i> pada <i>TikTok</i> Akun Puwputt (X8) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y).....	117
4.4	Rangkuman Hasil Penelitian .....	118
<b>BAB V .....</b>		<b>122</b>
<b>PENUTUP.....</b>		<b>122</b>
5.1	Kesimpulan.....	122
5.2	Saran.....	124
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>		<b>125</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>		<b>127</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Review Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3. 1 Variabel Bebas .....	34
Tabel 3. 2 Variabel Terikat .....	41
Tabel 3. 3 Strength of Relationship (Guilford, 1956).....	47
Tabel 3. 4 Jadwal Kegiatan Penelitian .....	49
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas.....	50
Tabel 4. 2 Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4. 3 Ukuran Baju .....	53
Tabel 4. 4 Dari Mana Mengetahui Media Sosial TikTok .....	54
Tabel 4. 5 Dari Mana Mengetahui Akun TikTok Puwputt .....	54
Tabel 4. 6 Durasi Mengakses TikTok.....	55
Tabel 4. 7 Responden tertarik untuk mencari informasi mengenai pakaian Big Size setelah muncul pada beranda TikTok .....	56
Tabel 4. 8 Responden bertanya kepada orang lain sebelum memulai pencarian informasi .....	57
Tabel 4. 9 Responden mendapatkan informasi mengenai pakaian BigSize melalui media TikTok.....	57
Tabel 4. 10 Responden mendapatkan informasi mengenai pakaian BigSize melalui akun TikTok Puwputt .....	58
Tabel 4. 11 Responden mencatat informasi mengenai pakaian Big Size (ukuran baju, jenis pakaian) .....	59
Tabel 4. 12 Responden membuat daftar informasi yang akan dicari.....	60
Tabel 4. 13 Responden membuat daftar isi kata kunci sebelum melakukan pencarian informasi mengenai pakaian Big Size .....	60
Tabel 4. 14 Responden menggunakan fitur search (pencarian) pada aplikasi TikTok saat melakukan pencarian informasi .....	62
Tabel 4. 15 Responden menggunakan fitur link bio yang terdapat pada TikTok melalui akun Puwputt saat melakukan pencarian informasi.....	62
Tabel 4. 16 Responden memperhatikan isi konten video atau informasi yang disajikan oleh akun TikTok Puwputt .....	63
Tabel 4. 17 Responden langsung menyimpan informasi yang dibutuhkan mengenai pakaian big size melalui konten akun TikTok Puwputt .....	63
Tabel 4. 18 Responden memilih konten video yang sesuai di akun TikTok Puwputt dengan informasi yang dibutuhkan mengenai pakaian big size. ....	65
Tabel 4. 19 Menurut responden akun TikTok Puwputt telah menyajikan informasi secara menyeluruh mengenai pakaian big size. ....	65
Tabel 4. 20 Menurut responden akun TikTok Puwputt telah menyajikan informasi yang lengkap mengenai rekomendasi toko belanja online yang menjual pakaian big size. ....	66

Tabel 4. 21 Menurut responden akun TikTok Puwputt menyajikan konten yang menarik dan up to date mengenai pakaian big size.....	67
Tabel 4. 22 Reponden menyalakan dan melihat notifikasi yang muncul untuk mengetahui update atau informasi terbaru dari akun TikTok Puwputt mengenai pakaian big size.....	68
Tabel 4. 23 Responden langsung membuka konten yang disajikan oleh akun TikTok Puwputt begitu munculnya notifikasi terbaru. ....	69
Tabel 4. 24 Responden mengunduh konten video yang ada pada akun TikTok Puwputt mengenai informasi pakaian big size.....	70
Tabel 4. 25 Responden menyimpan sebagai favorit konten video yang ada pada akun TikTok Puwputt mengenai informasi pakaian big size.....	71
Tabel 4. 26 Responden memberikan tanda suka pada konten video yang ada pada akun TikTok Puwputt mengenai informasi pakaian big size.....	71
Tabel 4. 27 Responden melakukan pengecekan kembali informasi yang didapatkan melalui konten video yang disajikan oleh Puwputt. ....	73
Tabel 4. 28 Responden melakukan temu kembali informasi yang didapatkan dari akun TikTok Puwputt di media lainnya.....	73
Tabel 4. 29 Responden menanyakan kembali kejelasan informasi yang belum dimengerti melalui kolom komentar akun TikTok Puwputt.....	74
Tabel 4. 30 Menurut responden, informasi yang didapatkan masih sesuai dengan kebutuhan setelah melakukan pengecekan kembali. ....	75
Tabel 4. 31 Responden berhenti dalam melakukan pencarian informasi setelah menemukan informasi yang dibutuhkan. ....	76
Tabel 4. 32 Responden membagikan informasi yang didapatkan kepada teman atau lingkungan sekitar. ....	76
Tabel 4. 33 Responden membagikan informasi yang didapatkan ke sosial media lain.....	77
Tabel 4. 34 Responden merasa kesulitan dalam menemukan informasi mengenai pakaian big size.....	78
Tabel 4. 35 Responden merasa kesulitan dalam menentukan pakaian big size yang cocok dan pas. ....	79
Tabel 4. 36 Responden merasa kesulitan dalam menemukakaan informasi toko belanja online yang menjual pakaian big size.....	79
Tabel 4. 37 Responden mencari informasi mengenai pakaian Big Size di TikTok. ....	80
Tabel 4. 38 Responden mencari Informasi mengenai tempat toko belanja online yang menjual pakaian Big Size di TikTok.....	81
Tabel 4. 39 Menurut responden TikTok menyediakan Informasi secara jelas dan visual.....	82
Tabel 4. 40 Menurut responden TikTok menyediakan berbagai Informasi mengenai pakaian Big Size.....	82

Tabel 4. 41 Menurut responden TikTok menyediakan berbagai Informasi mengenai tempat toko belanja online yang menjual pakaian Big Size.....	83
Tabel 4. 42 Menurut responden konten akun TikTok Puwputt menyediakan berbagai Informasi mengenai pakaian Big Size.....	85
Tabel 4. 43 Menurut responden konten akun TikTok Puwputt menyediakan berbagai Informasi mengenai tempat toko belanja online yang menjual pakaian Big Size.....	85
Tabel 4. 44 Menurut responden konten akun TikTok Puwputt menjadi bahan pertimbangan untuk mencari Informasi mengenai pakaian Big Size. ....	86
Tabel 4. 45 Menurut responden konten akun TikTok Puwputt menjadi bahan pertimbangan untuk menemukan pakaian Big Size yang cocok untuk dipakai....	87
Tabel 4. 46 Menurut responden konten akun TikTok Puwputt menjadi bahan pertimbangan untuk menemukan toko belanja online yang menjual pakaian Big Size.....	87
Tabel 4. 47 Menurut responden Informasi yang disajikan oleh akun TikTok Puwputt mengenai tempat toko belanja online yang menjual pakaian Big Size menarik untuk ditelusuri lebih lanjut. ....	88
Tabel 4. 48 Responden mengikuti saran dan masukan yang diberikan oleh akun TikTok Puwputt dalam menentukan pakaian yang Big Size yang cocok.....	89
Tabel 4. 49 Responden mengunjungi salah satu dari beberapa tempat atau toko belanja online yang disarankan oleh akun TikTok Puwputt.....	89
Tabel 4. 50 Responden mengikuti akun media sosial dari salah satu tempat atau toko belanja online yang disarankan oleh akun TikTok Puwputt.....	90
Tabel 4. 51 Responden membeli salah satu produk pakaian Big Size yg disarankan oleh akun TikTok Puwputt. ....	91
Tabel 4. 52 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi pada akun TikTok Puwputt .....	92
Tabel 4. 53 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi Tahap Starting (X1).....	93
Tabel 4. 54 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi Tahap Chaining (X2)....	95
Tabel 4. 55 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi Tahap Browsing (X3)....	96
Tabel 4. 56 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi Tahap Differentiating (X4) .....	97
Tabel 4. 57 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi Tahap Monitoring (X5) .	98
Tabel 4. 58 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi Tahap Extracting (X6)...	99
Tabel 4. 59 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi Tahap Verifying (X7)..	100
Tabel 4. 60 Kategorisasi Perilaku Pencarian Informasi Tahap Ending (X8).....	102
Tabel 4. 61 Kategorisasi Pengambilan Keputusan Followers akun TikTok Puwputt .....	103
Tabel 4. 62 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi pada TikTok Akun Puwputt (X) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y) .....	104
Tabel 4. 63 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap Starting pada TikTok Akun Puwputt (X1) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y).....	105



Tabel 4. 64 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap Chaining pada TikTok Akun Puwputt (X2) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y).....	107
Tabel 4. 65 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap Browsing pada TikTok Akun Puwputt (X3) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)...	108
Tabel 4. 66 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap Differentiating pada TikTok Akun Puwputt (X4) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)...	110
Tabel 4. 67 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap Monitoring pada TikTok Akun Puwputt (X5) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)...	112
Tabel 4. 68 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap Extracting pada TikTok Akun Puwputt (X6) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)...	114
Tabel 4. 69 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap Verifying pada TikTok Akun Puwputt (X7) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)...	115
Tabel 4. 70 Hubungan Perilaku Pencarian Informasi Tahap Ending pada TikTok Akun Puwputt (X8) Dengan Pengambilan Keputusan Followers (Y)	117

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Akun TikTok Puwputt.....	5
-------------------------------------	---

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Keputusan Pembimbing Utama .....	128
Lampiran 2 Surat Keputusan Pembimbing Pendamping .....	129
Lampiran 3 Surat Pengajuan Judul Skripsi .....	130
Lampiran 4 Surat Perubahan Judul .....	131
Lampiran 5 Angket Penelitian .....	132
Lampiran 6 Coding Book.....	138
Lampiran 7 Coding Sheet .....	152
Lampiran 8 Hasil Uji Validitas Dan Reabilitas X.....	159
Lampiran 9 Tabulasi Silang .....	164
Lampiran 10 Hasil Uji Validitas dan Reabilitas Y .....	167
Lampiran 11 Hasil Uji Korelasi .....	173
Lampiran 12 Data Diri Penulis .....	176