

ABSTRACT

This study is motivated by the rapid growth of technology and access to information on social media, particularly TikTok, as an information platform that has directly changed the way Generation Z searches for, selects, and uses news information. The study aims to analyze the influence of content preferences on news *reviews* on social media, specifically on the Tiktok account @Geraldvincentt, on the information consumption behavior of Generation Z as respondents. Ada lima faktor yang memengaruhi perilaku ini: kebutuhan kognitif, afektif, pribadi, sosial, dan pelepasan. The study used a quantitative survey approach with a sample of 384, rounded up to 400 followers of @Geraldvincentt who are Generation Z. Data dikumpulkan via kuesioner dan dianalisis via Software SPSS.23. The results of this study show that variable X significantly affects variable Y by 41.1%. Among the variables, the release need dimension (X5) is the most dominant contributor at 16.7%. The Pearson correlation coefficient was 0.641 with a significance level of 0.05, indicating a positive, strong, and significant relationship between content preference and information consumption behavior. It can be concluded that the higher the level of respondents' content preference for @Geraldvincentt content supported by their needs, the higher the information consumption behavior shown by Generation Z followers. The *Uses and gratifications* theory states that this information consumption behavior can be influenced by one's psychological and social needs.

Keywords: Tiktok, News Review, Content Preference, Information Consumption Behavior, Generasi Z

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pesatnya pertumbuhan teknologi dan akses informasi pada media sosial, khususnya Tiktok sebagai platform informasi yang telah mengubah secara langsung pola generasi z dalam mencari, memilah, dan menggunakan informasi berita. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh preferensi konten *review* berita di media sosial pada akun Tiktok @Geraldvincentt terhadap perilaku konsumsi informasi generasi Z sebagai responden. Ada beberapa faktor yang memengaruhi perilaku tersebut, yaitu kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan pribadi, kebutuhan sosial, dan kebutuhan pelepasan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif survei dengan sampel 384, dibulatkan menjadi 400 *followers* @Geraldvincentt yang termasuk generasi Z. Data dikumpulkan melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan Software SPSS.23. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y sebesar 41,1%, diantara variabel X yang paling dominan berkontribusi adalah dimensi kebutuhan pelepasan (X5) sebesar 16,7%. Nilai koefisien korelasi Pearson sebesar 0,641 dengan tingkat signifikansi 0,05, yang mengindikasikan adanya hubungan positif, sangat kuat, dan signifikan antara preferensi konten dan perilaku konsumsi informasi. Dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi tingkat preferensi konten responden terhadap konten @Geraldvincentt yang didukung oleh kebutuhan mereka, semakin tinggi pula perilaku konsumsi informasi yang ditunjukkan oleh *followers* generasi Z. *Teori Uses and gratifications*, yang menyatakan bahwa perilaku konsumsi informasi ini dapat dipengaruhi oleh kebutuhan psikologis dan sosial seseorang.

Kata Kunci: Tiktok, Tinjauan Berita, Preferensi Konten, Perilaku Konsumsi Informasi, Generasi Z

RINGKESAN

Panilitian ieu dimotivasi ku tumuwuhna téknologi anu gancang jeung aksés kana informasi dina média sosial, utamana TikTok salaku platform informasi anu sacara langsung geus ngarobah pola Generasi Z dina néangan, nyaring, jeung ngagunakeun informasi warta. Panilitian ieu boga tujuan pikeun nganalisis pangaruh karesep kana eusi ulasan warta dina akun TikTok @Geraldvincentt kana paripolah konsumsi informasi résponden Generasi Z. Sababaraha faktor mangaruhan paripolah ieu, nyaéta kabutuhan kognitif, kabutuhan afektif, kabutuhan pribadi, kabutuhan sosial, jeung kabutuhan pelepasan. Panalungtikan ieu ngagunakeun pendekatan survéy kuantitatif kalayan sampel 384 urang, dibundel jadi 400 urang pangikut @Geraldvincentt anu kaasup Generasi Z. Data dikumpulkeun ngaliwatan kuesioner sarta dianalisis maké parangkat lunak SPSS 23. Hasil panalungtikan ieu nunjukkeun yén variabel X boga pangaruh signifikan kana variabel Y sabesar 41,1%; di antara variabel X, kontributor anu paling dominan nyaéta diménsi kabutuhan pelepasan (X5) sabesar 16,7%. Koefisien korelasi Pearson nyaéta 0,641 dina tingkat signifikansi 0,05, nunjukkeun hubungan positif anu kacida kuatna jeung signifikan antara karesep eusi jeung paripolah konsumsi informasi. Tiasa disimpulkeun yén beuki luhur tingkat karesep eusi résponden kana eusi @Geraldvincentt, anu didukung ku kabutuhan maranéhna, beuki luhur ogé paripolah konsumsi informasi anu dipintonkeun ku pangikut Generasi Z. Teori Pamakean jeung Panglegaan nyatakeun yén paripolah konsumsi informasi ieu tiasa dipangaruhan ku kabutuhan psikologis jeung sosial hiji individu.

Kecap Konci: Tiktok, Tinjauan Warta, Karesep Eusi, Paripolah Konsumsi Informasi, Generasi Z