

ABSTRAK

TikTok menjadi salah satu platform yang paling banyak digunakan di Indonesia. Shafa Mayaza Yusran dengan akun TikTok miliknya @inisiapayagatau rutin membagikan video mengenai Formula 1 yang saat ini sedang mengalami peningkatan popularitas baik di sirkuit maupun interaksi di media sosial. Fenomena popularitas Formula 1 yang kembali naik dan banyaknya interaksi yang mempertanyakan terkait dimana menonton Formula 1 di kolom komentar konten milik Shafa membuat peneliti ingin mengetahui apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh dari terpaan konten TikTok milik Shafa @inisiapayagatau terhadap minat menonton Formula 1. Penelitian ini menggunakan teori *uses and effect* untuk mengetahui bagaimana penggunaan media dapat menghasilkan banyak efek. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan paradigma positivistik guna membuktikan atau menyangkal hipotesis. Penelitian ini menggunakan metode survey dengan melibatkan total 100 responden yang merupakan *followers* Shafa @inisiapayagatau. Hasil dari uji koefisien determinasi (R Square) menunjukkan bahwa terpaan konten TikTok Shafa @inisiapayagatau memengaruhi minat menonton Formula 1 di kalangan *followers* sebesar 64,3%, dan sisanya sebesar 35,7% dapat diperoleh melalui faktor-faktor lain dari minat menonton. Berdasarkan uji T, didapatkan hasil bahwa terpaan konten TikTok Shafa @inisiapayagatau berpengaruh terhadap minat menonton di kalangan *followers* karena $t = 13,287 > 1,6605$ sehingga H_a diterima dan H_o ditolak.

Kata kunci: Terpaan Konten; Minat Menonton; TikTok; Shafa @inisiapayagatau; Formula 1

ABSTRAK

TikTok is one of the most widely used platforms in Indonesia. Shafa Mayaza Yusran Tiktok's @inisiapayagatau, regularly shares videos about Formula 1 which is currently experiencing an increase in popularity both on the circuit and social media interaction. The phenomenon of Formula 1's rising popularity and the many interactions that questioned where to watch Formula 1 in the comments column of Shafa's content made researchers want to find out whether there was an influence and how much influence from exposure to Shafa's TikTok content @inisiapayagatau on interest in watching Formula 1. This study uses the uses and effects theory to determine how media use can produce many effects. The research method used in this research is quantitative with a positivistic paradigm to prove or disprove the hypothesis. This research uses a survey method involving 100 respondents who are followers of Shafa @inisiapayagatau. The results of the coefficient of determination (R Square) test show that exposure to Shafa @inisiapayagatau's TikTok content affects an interest in watching Formula 1 among followers by 64.3%, so the remaining 35.7% can be obtained through other factors of viewing interest. Based on the T-test, the results show that exposure to Shafa @inisiapayagatau's TikTok content affects viewing interest among followers because $t = 13.287 > 1.6605$ H_a accepted and H_o rejected.

Keywords: Content Exposure; Interest in Watching; TikTok; Shafa @inisiapayagatau; Formula 1