



PENGARUH TONTONAN KONTEN TIKTOK @BUIRAMIRA TERHADAP KEPUASAN INFORMASI DALAM PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA

Morelynte Dovenia Remeng, Dyva Claretta

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,

Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur

Abstrak

Melihat perkembangan aktivitas digital di media sosial, kini mahasiswa dapat memanfaatkan konten-konten media sosial untuk menambah wawasan mereka. Salah satunya adalah konten edukatif yang dibagikan oleh akun tiktok @buiramira yang banyak membahas seputar penyusunan skripsi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten tiktok @buiramira terhadap kepuasan informasi skripsi pada mahasiswa. Dalam memperoleh data, peneliti menggunakan metode kuantitatif yang kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis statistik kausal. Dalam analisis statistik kausal akan terlihat sebab dan akibat menonton konten tiktok @buiramira pada populasi atau sampel penelitian. Data yang terkumpul kemudian akan diolah dengan menggunakan perangkat lunak SPSS. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari konten tiktok @buiramira terhadap kepuasan informasi skripsi pada mahasiswa. Pengaruh akun tiktok @buiramira terlihat dari hasil pengujian persamaan variabel dengan rumus $Y = 9,544 + 0,72X$ yang menunjukkan adanya kenaikan pada satu satuan, maka kepuasan mahasiswa terhadap informasi skripsi akan bertambah sebesar 0,72 satuan. Dari penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa akun tiktok @buiramira banyak diikuti oleh mahasiswa dan memberikan manfaat karena memberikan informasi untuk penyusunan skripsi mahasiswa.

Kata Kunci: Konten Tiktok, Kepuasan Informasi Skripsi, Teori Uses and Gratification.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi dan informasi memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan masyarakat saat ini. Salah satu bentuk

perkembangan teknologi tersebut adalah kemunculan internet yang membuat akses informasi dan hiburan lebih mudah untuk dikonsumsi. Keberadaan internet juga erat kaitannya dengan media sosial yang banyak digunakan

*Correspondence Address : venamorel28@gmail.com

DOI : 10.31604/jips.v10i8.2023.3942-3950

© 2023UM-Tapsel Press

masyarakat untuk berbagai hal. Salah satu media sosial yang memiliki popularitas tinggi di kalangan masyarakat adalah Tiktok. Tiktok merupakan platform media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi konten video pendek dengan berbagai fitur dan efek menarik (Malimbe et al., 2021).

Tiktok mengalami perkembangan yang sangat pesat dari segi jumlah pengguna hingga fitur-fitur yang ditawarkan. Popularitas Tiktok meningkat pesat terutama saat pandemi yang membuat semua orang mencari pelampiasan untuk hiburan di media sosial. Lewat beragam konten menarik dari penggunaanya, akhirnya Tiktok meraih peningkatan popularitas. Pada Januari 2023, Indonesia menduduki posisi kedua sebagai negara dengan jumlah pengguna Tiktok terbanyak di seluruh dunia karena memiliki total 109,90 juta pengguna (Annur, 2023). Namun, pemanfaatan Tiktok tidak hanya untuk membagikan konten hiburan tetapi juga konten yang bersifat edukatif dan informatif (Putri et al., 2022). Sebagai platform pembelajaran yang edukatif dan informatif, kreator Tiktok menyajikan informasi agar pengguna Tiktok dapat belajar dengan praktis, murah, mudah, dan bisa diakses kapan saja serta dimana saja.

Dari segi demografi usia, berdasarkan laporan *Business of Apps* didapati bahwa mayoritas pengguna Tiktok di kalangan generasi Z yang berusia 10-19 tahun dan generasi milenial yang berusia 20-29 tahun (Dihni, 2022). Keaktifan para generasi muda dalam menggunakan Tiktok kemudian banyak dimanfaatkan oleh banyak kreator untuk membagikan konten-konten yang sesuai dengan kegemaran ataupun keahlian mereka. Salah satunya adalah para kreator yang fokus untuk membagikan konten seputar pendidikan. Berkaitan dengan topik konten seputar pendidikan, salah satu

pembahasan yang menarik adalah tentang kegiatan perkuliahan dan penyusunan tugas akhir mahasiswa.

Keberadaan konten yang membagikan konten seputar perkuliahan dan tugas akhir dirasa efektif untuk menjawab rasa penasaran mahasiswa seputar dunia kuliah. Terutama ketika berkaitan dengan penyusunan tugas akhir karena tidak jarang mahasiswa kebingungan untuk menyusun tugas akhir mereka. Kebingungan dalam menyusun tugas akhir dapat terjadi karena dua faktor yakni faktor internal dan faktor eksternal (Kusuma & Indrawati, 2013). Adapun untuk internal berkaitan dengan pemahaman dalam penyusunan skripsi, sikap malas dan tidak serius mahasiswa dalam menyusun skripsi, sikap perfeksionisme yang membuat seseorang merasa skripsinya terus kurang, dan kecenderungan nyaman pada situasi tertentu dan tidak mau keluar dari zona nyaman. Faktor-faktor internal tersebut dapat diminimalisir salah satunya dengan mulai rajin mengerjakan skripsi walaupun satu halaman setiap harinya. Jika berkaitan dengan pemahaman terkait penyusunan skripsi, maka disini lah kreator Tiktok melalui kontennya memberikan edukasi dan penjelasan yang mudah dipahami mahasiswa.

Sebelum membahas lebih lanjut seputar Tiktok sebagai media sosial yang memiliki banyak manfaat, maka perlu diulas terlebih dahulu seputar keberadaan *new media* atau media baru. *New media* adalah istilah penyebutan berbagai teknologi komunikasi yang telah terdigitalisasi dan dapat dimanfaatkan secara luas untuk media komunikasi (McQuail, 2012). Dalam bukunya, McQuail mengelompokkan *new media* dalam empat kategori berdasarkan kegunaannya yakni media komunikasi interpersonal yang terdiri dari *handphone* dan *email*, media interaktif seperti *computer*, *video game*,

dan hal lain yang terhubung dengan internet, media pencari informasi seperti *google*, dan media partisipasi kolektif seperti forum Quora dan wikipedia (Mc.Quail, 2012).

Kemunculan *new media* memberikan banyak perubahan terhadap penyampaian informasi. Jika pada media konvensional informasi disampaikan secara satu arah dan audiens lebih banyak bersifat pasif, maka sejak munculnya *new media* siapapun dapat memberikan informasi dan alur komunikasi menjadi dua arah karena audiens dapat menanggapi informasi yang diberikan dengan cepat. *New media* merupakan perwujudan dari adanya konvergensi media dimana adanya penggabungan antara media konvensional dan media digital yang makin mempermudah masyarakat untuk mengakses konten yang diberikan dalam media, baik itu konten informatif, edukatif, maupun hiburan.

Salah satu bentuk dari *new media* yakni munculnya media sosial yang menjadi salah satu media interaktivitas dan konektivitas penggunanya. Media sosial merupakan media yang menunjukkan adanya partisipasi kolektif dari penggunanya yang saling membagikan konten, baik berupa informasi, pendapat, pengalaman dan lainnya yang kemudian menimbulkan adanya keterikatan emosional dan afeksi tersendiri (Aditya & McQuail, 2005). Definisi tersebut selaras dengan karakteristik media sosial yang menunjukkan adanya partisipasi, keterbukaan, interaksi dua arah, komunitas digital, dan konektivitas digital yang dilakukan oleh pengguna media sosial (Wijayanto dalam Juditha, 2017).

Media sosial terdiri dari beberapa jenis berdasarkan karakteristik pengguna dan fungsi utama media sosial tersebut (Karjaluoto, 2008). Salah satu jenis media sosial yang ada adalah jejaring sosial atau *social*

networks. Jejaring media sosial merupakan jenis media sosial yang memungkinkan penggunaannya untuk terhubung satu sama lain secara virtual berdasarkan kesamaan karakteristik hal yang disukai atau karena hal lain yang membuat mereka secara suka rela terhubung dan berinteraksi (Karjaluoto, 2008).

Keberadaan media sosial di tengah masyarakat kini tidak bisa dielakkan lagi karena media sosial memiliki berbagai manfaat untuk penggunaannya seperti sarana bersosialisasi, sarana hiburan, sarana penyaluran hobi, sarana informasi terbaru, sarana edukasi, dan sarana untuk mengembangkan bisnis (Karjaluoto, 2008). Beragam manfaat media sosial tersebut kemudian dimanfaatkan oleh pengguna media sosial untuk berbagi banyak konten. Salah satunya adalah para kreator Tiktok yang membagikan konten sesuai kapasitas ataupun kegemaran mereka terhadap suatu hal.

Tiktok merupakan media sosial yang menggabungkan antara video pendek dengan musik yang awalnya bernama "Douyin" memfasilitasi penggunaannya untuk berkreasi dan membagikan konten yang menarik, menghibur, bahkan informatif (Mediana et al., 2022). Dalam aplikasinya, Tiktok memiliki berbagai fitur yakni durasi video hingga 3 menit, fitur beranda, fitur pencarian, fitur rekam video, fitur notifikasi, fitur akun profil, hingga fitur belanja. Fitur-fitur tersebut banyak dimanfaatkan oleh pengguna untuk mengeksplorasi beragam konten favorit hingga melakukan transaksi pembelian. Jika dikategorisasikan berdasarkan tipe kontennya, maka konten-konten di Tiktok terbagi dalam beberapa kategori yakni konten tips dan trik, konten video sketsa, konten video tutorial, konten *hashtag challenge*, konten *dance challenge*, konten *trending*

topic, konten edukasi, dan konten *a day in my life* (Perdana, 2023).

Tiktok yang dimanfaatkan sebagai platform edukasi menunjukkan adanya dampak positif bagi penggunanya. Hal tersebut dikarenakan pengguna dapat mengakses berbagai hal edukatif terkait pendidikan dan pengembangan diri melalui penyampain menarik dalam sepotong konten video pendek. Konten sendiri merupakan kumpulan fakta, pengamatan, data, persepsi, klasifikasi, desain, dan solusi terkait sebuah topik yang akan dibagikan (Ortiz dalam Putri et al., 2022). Para konten kreator yang memanfaatkan Tiktok sebagai media untuk publikasi konten edukatif mereka tentunya sudah harus menentukan fokus topik konten agar audiens mereka dapat spesifik dan terfokus.

Teori *uses and gratification* atau teori kebutuhan dan kepuasan merupakan teori yang akan digunakan sebagai pisau analisis dalam penelitian ini. Teori tersebut merupakan bentuk kritikan terhadap teori bullte yang dikembangkan Wilbur Schramm karena awalnya menganggap audiens bersifat pasif dan sangat mudah terpengaruh oleh apa yang disajikan oleh media. Pada teori *uses and gratification*, fokusnya adalah audiens media merupaakan individu aktif yang dapat menentukan media yang mereka konsumsi dan gunakan sesuai kebutuhan mereka (Nia & Loisa, 2019). Pada teori tersebut juga disoroti bahwa audiens menggunakan media karena beberapa motif yang bergantung pada setiap individunya baik itu karena kepentingan maupun karena kebutuhan (Nia & Loisa, 2019).

Asumsi dasar pada teori *uses and gratification* adalah audiens memiliki peran aktif untuk memilih dan menentukan media yang digunakan dan tayangan yang dikonsumsi, audiens bebas memilih media yang sesuai dengan kebutuhannya, media bukan satu-satunya pemuas kebutuhan dan

keinginan audiens sehingga menimbulkan adanya persaingan dalam media, audiens dianggap telah paham atas apa yang media sampaikan melalui kontennya, dan mencegah adanya signifikasi nilai kultural pada media (Humaizi, 2018). Jadi penggunaan teori *uses and gratification* berfokus pada media yang bisa memfasilitasi konten-konten yang mungkin dibutuhkan audiens tetapi pada akhirnya audiens tetap memegang kontrol penuh untuk konsumsi dan penggunaan media tersebut.

Dalam mengonsumsi konten, Dennis McQuail mengkategorikan kepuasan menonton pada empat kateogri yakni kepuasan informasi yang disajikan, kepuasan identitas pribadi audiens, kepuasan integrasi dan intearksi sosial dalam mengidentifikasi orang lain dan menjalin interaksi, serta adanya kepuasan hiburan yang dirasakan setelah menonton konten.

Salah satu konten kreator yang fokus untuk memberikan edukasi seputar perkuliahan dan penyusunan tugas akhir atau skripsi adalah akun Tiktok @buiramira. Akun Tiktok @buiramira saat ini telah memiliki 1 juta pengikut dengan total video yang dibuat oleh akun tersebut sebanyak 671 video. Akun @buiramira sendiri merupakan akun Tiktok dari seorang dosen Universitas Padjajaran yang banyak memberikan wawasan baru seputar teknik penyusunan skripsi hingga persiapan sidang skripsi. Akun @buiramira meraih banyak atensi dari mahasiswa Indonesia karena kontennya yang meraih *engagement* tinggi baik dari segi *like*, *comment*, maupun *share*. Berangkat dari pemanfaatan Tiktok sebagai media edukasi terutama bagi mahasiswa yang menyusun skripsi, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten video Tiktok @buiramira terhadap pengetahuan informasi dan kepuasan

yang mahasiswa rasakan setelah menonton konten video @buiramira.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji teori *uses and gratification* yang menjadi dasar penelitian ini untuk melihat relevansi dengan objek penelitian. Pada akhirnya dengan menggunakan metode kuantitatif, peneliti akan menguji hipotesis penelitian ini yang dikaitkan dengan teori dan disesuaikan dengan fenomena di lapangan.

Dalam mengukur variabel yang digunakan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang akan dikur dengan menggunakan skala *likert* berdasarkan bobot jawaban responden. Terdapat empat kategori jawaban yang peneliti gunakan dalam mengukur kepuasan mahasiswa dalam menerima informasi mengenai skripsi di konten Tiktok @buiramira yakni Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

Peneliti menggunakan uji validitas dengan rumus *Pearson Product Moment* yang menghitung korelasi antara skor setiap item pertanyaan dalam kuesioner dengan total skor dari alat ukur yang peneliti gunakan. Untuk pengujian validitas, peneliti menggunakan 30 responden dalam menentukan validitas setiap item pertanyaan di kuesioner. Peneliti menggunakan *software* SPSS 26 untuk mengukur validitas hingga akhirnya diditemuakn 10 item pernyataan pada variabel X yakni konten tiktok @buiramira dan 10 item pernyataan pada variabel Y yakni kepuasan informasi skripsi.

Selain uji validitas, peneliti juga melakukan uji reliabilitas. Dalam

melakukan uji reliabilitas, peneliti menggunakan urmus *Cronbach Alpha* yang menyatakan bahwa apabila nilai $\alpha > 0.7$ maka, reliabilitas item pertanyaan tercukupi. Dalam menguji reliabilitas, peneliti juga menggunakan *software* SPSS.

Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi dan mengikuti akun tiktok @buiramira karena sering menonton konten di akun tersebut. Dari populasi tersebut peneliti mengambil 65 responden sebagai sampel didasarkan pada batasan minimal responden sampel yang peneliti tetapkan yakni sebanyak 30 responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara primer dan sekunder. Dalam pengumpulan data primer, peneliti menyebarkan kuesioner *online* di media sosial sedangkan untuk data sekunder peneliti memanfaatkan literatur pendukung seperti buku, jurnal, dan situs terpercaya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Berlanjut pada proses analisis data dimana dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Untuk uji asumsi klasik, peneliti menggunakan rangkaian uji yang terdiri dari uji normalitas, uji koefisien korelasi, dan uji regresi linear sederhana. Sedangkan untuk uji hipotesis peneliti menggunakan uji 't' test untuk mengetahui tingkat pengaruh yang ada antar dua variabel dalam penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Dalam penelitian ini, peneliti akan menguji teori *uses and gratification* yang menjadi dasar penelitian ini untuk melihat relevansi dengan objek penelitian. Pada akhirnya dengan menggunakan metode kuantitatif, peneliti akan menguji hipotesis penelitian ini yang dikaitkan

dengan teori dan disesuaikan dengan fenomena di lapangan.

Dalam mengukur variabel yang digunakan, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang akan dikur dengan menggunakan skala *likert* berdasarkan bobot jawaban responden. Terdapat empat kategori jawaban yang peneliti gunakan dalam mengukur kepuasan mahasiswa dalam menerima informasi mengenai skripsi di konten Tiktok @buiramira yakni Sangat Setuju (SS) dengan skor 4, Setuju (S) dengan skor 3, Tidak Setuju (TS) dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju (STS) dengan skor 1.

Peneliti menggunakan uji validitas dengan rumus *Pearson Product Moment* yang menghitung korelasi antara skor setiap item pertanyaan dalam kuesioner dengan total skor dari alat ukur yang peneliti gunakan. Untuk pengujian validitas, peneliti menggunakan 30 responden dalam menentukan validitas setiap item pertanyaan di kuesioner. Peneliti menggunakan *software* SPSS 26 untuk mengukur validitas hingga akhirnya ditemuakn 10 item pernyataan pada variabel X yakni konten tiktok @buiramira dan 10 item pernyataan pada variabel Y yakni kepuasan informasi skripsi.

Selain uji validitas, peneliti juga melakuakn uji reliabilitas. Dalam melakukan uji reliabilitas, peneliti menggunakan urmus *Cronbach Alpha* yang menyatakan bahwa apabila nilai $\alpha > 0.7$ maka, reliabilitas item pertanyaan tercukupi. Dalam menguji reliabilitas, peneliti juga menggunakan *software* SPSS.

Penelitian ini meggunakan populasi maahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi dan mengikuti akun tiktok @buiramira karena sering menonton konten di akun tersebut. Dari populasi tersebut peneliti mengambil 65 responden sebagai sampel didasarkan pada batasan minimal responden sampel

yang peniti tetapkan yakni sebanyak 30 responden.

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan secara primer dan sekunder. Dalam pengumpulan data primer, peneliti menyebarkan kuesioner *online* di media sosial sedangkan untuk data sekunder peneliti memanfaatkan literatur pendukung seperti buku, jurnal, dan situs terpercaya yang berkaitan dengan penelitian ini.

Berlanjut pada proses analisis data dimaan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji asumsi klasik dan uji hipotesis. Untuk uji asumsi klasik, peneliti menggunakan rangkaian uji yang terdiri dari uji normalitas, uji koefisien korelasi, dan uji regresi linear sederhana. Sedangkan untuk uji hipotesis peneliti menggunakan uji 't' test untuk mengetahui tingkat pengaruh yang ada antar dua variabel dalam penelitian ini.

Tabel 1 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		65
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	-.2949595
	Std. Deviation	.85807077
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.046
	Negative	-.066
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

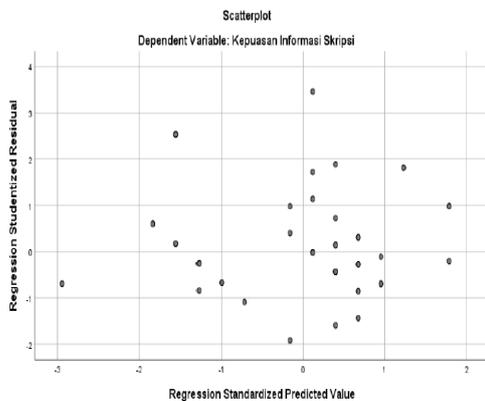
Sumber : data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan hasil uji di atas, dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal karena taraf signikasi $> 0,05$ yakni sebesar 0,20.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji heteroskedastisitas untuk melihat apakah dalam regresi terdapat ketidaksamaan varian dari nilai residual untuk satu pengamatan ke pengamatan

lain dengan menggunakan metode *Scatterplot*. Berikut hasil uji heteroskedastisitas yang peneliti lakukan:

Tabel 2 Grafik Hasil Uji Scatterplot



Sumber : data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas menggunakan metode *scatterplot* menunjukkan adanya pola tertentu yang tersebar secara acak di bawah 0 pada sumbu Y yang dapat diartikan bahwa tidak ada heteroskedastisitas dalam penelitian ini.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji linearitas yang ditujukan untuk mengetahui hubungan variabel X dan variabel Y terdapat hubungan yang linear atau tidak.

Tabel 3 Tabel Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Informasi Skripsi * Konten TikTok @buiramira	Between Groups (Combined)	514,924	12	42,910	21,438	,000
	Linearly	428,026	1	428,026	213,825	,000
	Deviation from Linearity	86,897	11	7,900	3,946	,000
	Within Groups	184,092	52	2,002		
	Total	619,015	64			

Sumber : data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas, didapati bahwa variabel X dan Y memiliki hubungan linear karena nilai signifikansi pada *linearity* sebesar 0,00 yang lebih kecil dari taraf signifikansi sebesar 5%.

Dalam penelitian ini, peneliti juga melakukan pengujian korelasi dengan menggunakan uji koefisien korelasi R untuk menghitung kekuatan pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 4 Tabel Uji Koefisien Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,832 ^a	,691	,687	1,74114

a. Predictors: (Constant), Konten TikTok @buiramira

b. Dependent Variable: Kepuasan Informasi Skripsi

Sumber : data primer yang diolah peneliti, 2023

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui hasil regresi yang menunjukkan hubungan variabel X dan variabel Y sangat kuat dengan nilai 0,832. R-Square pun menunjukkan kebalikan yang berarti variabel Y yakni kepuasan informasi skripsi dipengaruhi oleh variabel X yakni konten TikTok @buiramira sebesar 69,1% sedangkan lainnya dipengaruhi oleh hal lain.

Peneliti juga melakukan uji “t” untuk melihat pengaruh antara variabel independen dan variabel dependen dengan taraf signifikansi sebesar 5%. Berikut hasil penghitungan yang telah peneliti lakukan:

Tabel 5 Tabel Uji Regresi

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9,544	2,046		4,664	,000
	Konten TikTok @buiramira	,720	,061	,832	11,882	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Informasi Skripsi

Berdasarkan hasil uji t didapati bahwa besaran t hitung adalah 11,882 yang lebih besar dari t tabel yang menunjukkan angka 1,998 sehingga dari hal ini didapati bahwa H1 diterima. Diterimanya H1 berarti dapat diartikan bahwa konten TikTok @buiramira berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan informasi skripsi. Adapun persamaan regresi $Y = 9,544 + 0,72 X$ menunjukkan bahwa adanya pengaruh dari konten Tiktok @buiramira terhadap kepuasan informasi skripsi yang menunjukkan tendensi positif. Hal tersebut dikarenakan adanya interpretasi terhadap setiap kenaikan di satu satuan konten Tiktok @buiramira yang akan bertambah sebesar 0,72 satuan.

Pada penelitian ini, indikator untuk mengetahui pengaruh konten @buiramira terhadap tingkat kepuasan informasi skripsi mahasiswa adalah dari frekuensi, durasi, dan intensitas. Ketiganya dapat memberikan gambaran mengenai ketertarikan dan pemahaman mahasiswa terhadap penyusunan skripsi setelah menonton konten di akun tersebut. Adapun konten yang dibagikan akun @buiramira secara garis besar membahas mengenai penentuan judul skripsi, pembuatan latar belakang, penentuan teori dan metode penelitian, serta tips untuk sidang. Hal-hal tersebut tentu penting untuk dipahami dan dipersiapkan mahasiswa sebaik mungkin agar dapat lulus.

Dari segi frekuensi menonton setiap harinya, sebaigan besar responden menyetujui bahwa mereka rutin menonton konten @buiramira. Dari segi durasi konten, responden menyatakan bahwa mereka menonton konten @buiramira baik yang berdurasi 1-3 menit hingga berdurasi lebih dari 5 menit. Terakhir adalah intensitas yang akan berkaitan dengan tingkat perhatian dan pemahaman penonton konten. Dari penelitian didapati bahwa para penonton memperhatikan konten-konten yang dibagikan akun @buiramira terutama terkait penyusunan elemen skripsi hingga persiapan sidang.

Penelitian ini dianalisa menggunakan teori *uses and gratification* dimana artinya ada kepuasan, kegunaan, dan tujuan individu yang dicari dalam menggunakan media.

Dari hasil penelitian didapati bahwa responden puas dengan konten yang dibagikan akun @buiramira karena mereka merasa terpenuhi kebutuhan informasi terkait skripsinya. Terdapat kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan identitas sosial, dan hiburan yang dirasakan responden sebagai penonton konten Tiktok @buiramira.

Dalam penelitian ini, didapati bahwa mahasiswa memiliki motif untuk mengonsumsi konten Tiktok @buiramira. Motif yang mereka maksudkan adalah untuk mencari dan memenuhi kebutuhan informasi yang mereka butuhkan untuk menyusun skripsi. Responden menjadikan akun Tiktok @buiramira sebagai sarana edukasi dan informasi yang efektif dan mudah dipahami terkait skripsi. Tidak jarang responden selalu mencari dan menonton konten-konten terbaru yang dibagikan akun Tiktok @buiramira.

SIMPULAN

Tiktok merupakan media sosial yang banyak dimanfaatkan oleh masyarakat, termasuk salah satunya adalah kalangan mahasiswa. Hal tersebut dapat terjadi karena selain dimanfaatkan sebagai media hiburan, Tiktok juga dimanfaatkan sebagai sarana edukasi dan pembelajaran yang bisa memberikan pengajaran pada penggunanya. Salah satu pemanfaatan Tiktok sebagai media edukasi adalah keberadaan akun Tiktok @buiramira yang telah menentukan fokus konten untuk memberikan edukasi seputar dunia perkuliahan terutama untuk penyusunan tugas akhir atau skripsi. Dari hasil penelitian, didapati bahwa konten Tiktok yang dibagikan akun @buiramira memberikan pengaruh positif pada kepuasan mahasiswa mengenai informasi skripsi. Pembuktiannya terlihat dari jawaban responden yang menunjukkan adanya pernyataan kepuasan yang berdasarkan teori *uses and gratification* meunjukkan

adanya keterkaitan dan relevansi konten Tiktok @buiramira dan kepuasan mahasiswa terhadap konten terkait informasi skripsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aditya, B., & McQuail, D. (2005). *Teori Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Erlangga.
- Annur, C. M. (2023). *Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna Tiktok Terbanyak di Dunia pada Awal 2023*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/27/indonesia-sabet-posisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Dihni, V. A. (2022). *Pengguna TikTok Mayoritas Berusia Muda, Ini Rinciannya*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/07/20/pengguna-tiktok-mayoritas-berusia-muda-ini-rinciannya>
- Humaizi. (2018). *Uses and Gratifications Theory*. USU Press.
- Juditha, C. (2017). Memahami Struktur Jaringan Media Sosial sebagai Cara Strategis Periklanan di Era Ekonomi Digital Understanding Social Media Network Structure as a Strategic Way of Advertising in Digital Economy Era. *Jurnal Pekommas, Vol. 2 No. 1, April 2017: 99-114, 2(1), 99-114*. <https://jurnal.kominfo.go.id/index.php/pekomas/article/download/2020110/pdf>
- Karjaluoto, E. (2008). *A Primer in Sosial Media*. A smashLAB White Paper. <https://issuu.com/midia8/docs/primer>
- Kusuma, A. T., & Indrawati, E. S. (2013). PROCRASTINATION IN COMPLETING THE THESIS (Phenomenological. *Jurnal Penelitian Pendidikan Guru Sekolah Dasar, 2(4), 1-10*. <https://doi.org/10.14710/empati.2013.7386>
- Malimbe, A., Waani, F., & Suwu, E. A. A. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Online Tiktok (Douyin) Terhadap Minat Belajar di Kalangan Mahasiswa Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi Manado. *Jurnal Ilmiah Society, 1(1), 1-10*. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/35815>
- McQuail, D. (2012). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Mediana, E., Yusup, E., & Arindawati, W. A. (2022). Pengaruh Konten TikTok @Jeromepolin98 Sebagai Media Edukasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Generasi Z. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial, 9(9), 3489-3496*.
- Nia, L., & Loisa, R. (2019). Pengaruh Penggunaan New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga). *Prologia, 3(2), 489*. <https://doi.org/10.24912/pr.v3i2.6393>
- Perdana, A. (2023). *17 Jenis Konten TikTok untuk Brand yang Meraih Banyak Views*. Glints. <https://glints.com/id/lowongan/jenis-konten-tiktok-untuk-brand/#.ZBXIEXZBzrc>
- Putri, R., Sulistyanto, A., & Imaddudin. (2022). Analisis Isi Konten Edukasi Funfact Pada Akun Tiktok @Buiramira. *Jurnal Ilmu Komunikasi Media Sosial, 4(1), 48-64*.