

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK @WIFAU TERHADAP
PEMENUHAN INFORMASI SKRIPSI MAHASISWA**



SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Memperoleh Gelar Sarjana Strata Satu (S1)
Pada Program Studi Ilmu Komunikasi
Konsentrasi Broadcasting*

LISA ISDAYANTI
B 501 20 092

**JURUSAN ILMU SOSIAL
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TADULAKO
2025**

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

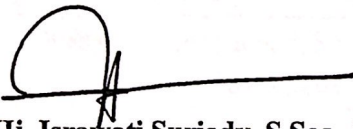
Judul : Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @wifau Terhadap
Pemenuhan Informasi Skripsi Mahasiswa
Nama : Lisa Isdayanti
Stambuk : B 501 20 092
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Broadcasting*

Palu,.....

Menyetujui:

Pembimbing I

Pembimbing II

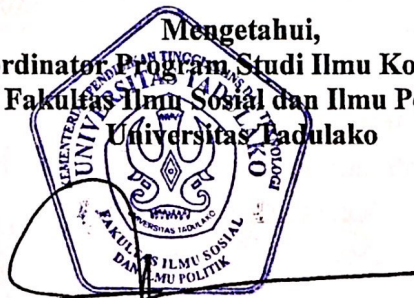


Hj. Israwati Suriady, S.Sos., M.Si
NIP. 197607152005012003



Dwi Rohma Wulandari, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19910320 202321 2 041

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tadulako



Hj. Israwati Suriady, S.Sos., M.Si
NIP. 197607152005012003

HALAMAN PENGESAHAN



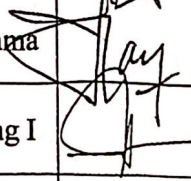
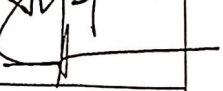

Skripsi ini telah diterima dan disetujui oleh Tim Penguji Sarjana Strata Satu (S1) pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam bidang Ilmu Sosial pada Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi *Broadcasting*. Setelah dipertanggung jawabkan pada ujian skripsi 04 November 2025.

Nama : Lisa Isdayanti

NIM : B 501 20 092

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @wifau Terhadap Pemenuhan Informasi Skripsi Mahasiswa

Panitia Penguji:

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dr. Sumarni Zainuddin, M.Si. NIP. 196512311990012001	Ketua	
2.	Dyah Fitria Kartika Sari, S.I.Kom., M.I.Kom NIP. 199009052019032017	Sekretaris	
3.	Muhammad Isa Yusaputra, S.Sos., M.Si. NIP. 197204242003121003	Penguji Utama	
4.	Israwaty Suriady, S.Sos., M.Si. NIP. 197607152005012003	Pembimbing I	
5.	Dwi Rohma Wulandari, S.I.Kom., M.I.Kom. NIP. 199103202023212041	Pembimbing II	

Mengetahui,
Ketua Jurusan Ilmu Sosial
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Tadulako

Dr. Ikhtiar Hatta, S.Sos., M.Hum
NIP. 1975112719993 2 001

KATA PENGANTAR

Assalamu'allaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamiin, segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah dan kuasa-Nya, sehingga penulis dapat sampai pada titik penyelesaian tugas skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @wifau Terhadap Pemenuhan Informasi Skripsi Mahasiswa”. Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako.

Pada penyusunan skripsi ini, penulis menyadari sepenuhnya bahwa masih terdapat banyak kekurangan dan keterbatasan ilmu pengetahuan. Namun selama pengerjaan skripsi ini, penulis banyak mendapat bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak sehingga skripsi ini akhirnya dapat terselesaikan. Teristimewa kepada kedua orang tua tercinta Bapak Mujahidin dan Ibu Rosneni yang selalu memberikan segala bentuk dukungan cinta kasih sayang dan doa kepada penulis segala pengorbanan yang tidak bisa terukur nilainya demi mengharapkan penulis meraih kesuksesan di masa depan. Tak lupa juga penulis ucapkan kepada adik kandung penulis satu-satunya yaitu Adiva Alka Mahesti yang sudah memberikan doa dan semangat kepada penulis.

Penyusunan dan penyelesaian skripsi ini banyak pihak yang telah membantu dan mendukung agar skripsi ini dapat diselesaikan sebagaimana iii mestinya. Untuk itu, Dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak terima kasih yang setulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Amar, ST., MT Selaku Rektor Universitas Tadulako.
2. Bapak Dr. Muh Nawawi., M.Si Selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Dr Mohammad Irfan., M.Si. Selaku Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Bapak Dr. M. Nur Alamsyah, S.IP., M.Si. Selaku Wakil Dekan Bidang Keuangan Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Ibu Dr. Rismawati., S.Sos., M.A Selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
6. Ibu Dr. Fadhliah, S.Sos., M.Si. Selaku Dosen Wali Penulis Selama Mengikuti Perkuliahan
7. Ibu Hj. Israwaty Suriady, S.Sos., M.Si. Selaku Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik dan sekaligus sebagai pembimbing 1 penulis, terimakasih sudah selalu meluangkan waktu untuk membantu penulis dalam menyelesaikan studi dengan baik.

8. Ibu Dwi Rohma Wulandari, S.I.Kom., M.I.kom. Selaku pembimbing 2, terima kasih sudah selalu meluangkan waktu untuk membantu penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
9. Ibu Dr. Sumarni Zainuddin M.Si. selaku ketua penguji terima kasih telah memberikan kritik dan saran terkait skripsi ini.
10. Bapak Isa Yusaputra, S.Sos., M.Si. Selaku penguji utama terima kasih telah memberikan koreksi, arahan, dan saran atas kesempurnaan skripsi ini.
11. Ibu Dyah Fitria Kartika Sari, S.I.Kom., M.I.Kom. Selaku sekretaris penguji terima kasih telah memberikan saran dan masukan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
12. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi, yang namanya tidak dapat penulis sebut satu per satu, terima kasih banyak atas segala ilmu, pengalaman dan motivasi selama penulis menempuh pendidikan di Prodi Ilmu Komunikasi.
13. Staf Prodi Ilmu Komunikasi dan juga Staf Jurusan ilmu komunikasi. terima kasih sudah banyak membantu penulis dalam proses penyelesaian administrasi selama studi.
14. Staf pengajaran FISIP UNTAD yang namanya tidak bisa disebut satu per satu, terima kasih atas bantuan dalam proses penyelesaian kebutuhan administrasi selama studi.
15. Kepada Konten Kreator Wiwi Fauziah atau dengan nama akun tiktok @wifau, Terimakasih telah menjadi inspirasi penulis dalam melakukan penelitian ini, semoga konten-konten yang @wifau unggah di media sosial

tiktok dapat membantu banyak mahasiswa dalam proses penyusunan tugas akhir skripsi.

16. Seluruh responden mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2020 yang telah membantu dalam pengisian kuesioner sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
17. Teruntuk personil grub “Calon S.IKom” Sekaligus sahabat, Nur Faizan S.Mala, Femilia Bessi, Novia Puspitasari, Mega Verens Lesuna, Sulistia febriani. Terimakasih sudah memberikan tenaga, semangat dan dukungan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi ini.
18. Teruntuk The boys, Irdat, Dino, Fauzi, Firman, Edi, Riski, Ari Yang telah membantu dan memberikan dukungan untuk menyelesaikan skripsi ini.
19. Teman Sri Wahyuni dan Rika Astria terimakasih telah memberikan semangat dan dukungan kepada penulis selama menyelesaikan skripsi.
20. Teman-teman KKN angkatan 104 Kec.Bulagi Selatan, Kab.Banggai Kepulauan. Terima kasih sudah menjadi teman seperjuangan selama 1 bulan yang luar biasa.
21. Teman-teman Ilmu Komunikasi 2020 FISIP Untad yang selama ini membantu penulis selama menempuh pendidikan.

Dengan sepenuh hati yang tulus, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak-pihak yang terlibat karena telah membantu menyelesaikan skripsi ini. Peneliti berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca dan dapat dijadikan referensi demi pengembangan ke arah yang lebih baik. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini

berguna bagi para pembaca dan pihak pihak yang berkepentingan penulis selama menempuh pendidikan.

Palu November 2025

Lisa Isdayanti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN HASIL.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	14
2.1 New Media.....	14
2.2 Media Sosial.....	16
2.2.1 Pengertian Media sosial.....	16
2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial	16
2.2.3 Karakteristik Media Sosial	20
2.3 Pengertian Konten	20
2.3.1 Jenis-jenis Konten	23
2.4 Aplikasi Tiktok.....	24
2.4.1 Fitur-Fitur TikTok.....	25
2.4.2 Dampak Aplikasi Tiktok	29
2.5 Teori Uses and Gratification.....	30
2.6 Terpaan Media.....	30
2.8 Kerangka Pikir.....	32
2.7 Hipotesis	35

BAB III METODE PENELITIAN..... 39

3.1 Tipe dan Dasar Penelitian	39
3.1.1 Tipe Penelitian	39
3.1.2 Dasar Penelitian	39
3.2 Variabel Penelitian	40
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4 Lokasi dan Obyek Penelitian	47
3.5 Penentuan Populasi dan Sampel.....	48
3.5.1 Populasi	48
3.5.2 Sampel.....	48
3.6 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data	50
3.6.1 Jenis Data.....	50
3.6.2 Teknik Pengumpulan Data	50
3.7 Skala Pengukuran Penelitian.....	51
3.8 Uji Keabsahan Data.....	52
3.8.1 Uji Validitas.....	52
3.8.2 Uji Reliabilitas	52
3.9 Teknik Analisis Data	53
3.10 Asumsi Klasik	55
3.10.1 Uji Normalitas.....	55
3.10.2 Uji Multikolinearitas	55
3.10.3 Uji Heteroskedastisitas	56
3.11 Teknik Analisis Data	57
3.11.1 Analisis Regresi Linear Sederhana	57
3.11.2 Uji T	58

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 98

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian	98
4.1.1 Sejarah Program Studi Ilmu Komunikasi.....	98
4.1.2 Visi Misi dan Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi	99
4.2 Hasil Penelitian	101
4.2.1 Identitas Responden	101
4.2.2 Variabel Terpaan Konten Tiktok @wifau (X).....	102
4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian	120

4.3.1 Uji Validitas	120
4.3.2 Uji Realibilitas	121
4.4 Uji Asumsi Klasik	122
4.4.1 Uji Normalitas.....	122
4.4.2 Uji Multikolinearitas	123
4.4.3 Uji Heteroskedastisitas	124
4.5 Analisis Data	125
4.5.1 Analisi Regresi Linear Sederhana.....	125
4.5.2 Uji t.....	126
4.6 Pembahasan.....	128
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	134
5.1 Kesimpulan	134
5.2 Saran	135
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2025.....	1
Gambar 1.2 Data Pengguna Tiktok Paling Banyak di Dunia Tahun 2024.....	3
Gambar 1.3 Profil Wiwi Fauziah.....	5
Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	36
Gambar 4.1 Hasil uji normalits.....	123
Gambar 4.2 Hasil uji heteroskedastisitas.....	125

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Variabel penelitian.....	40
Tabel 3.2 Matriks definisi operasional variabel.....	43
Tabel 3.3 Skor jawaban berdasarkan skala likert.....	51
Tabel 4.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin.....	101
Tabel 4.2 Distribusi responden berdasarkan usia.....	101
Tabel 4.3 Distribusi responden berdasarkan pernah melihat konten tiktok @wifau.....	102
Tabel 4.4 Distribusi responden berdasarkan followers akun tiktok @wifau.....	102
Tabel 4.5 Distribusi jawaban responden pada indikator frekuensi.....	103
Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden pada indikator tingkat perhatian.....	105
Tabel 4.7 Distribusi jawaban responden pada indikator durasi waktu.....	108
Tabel 4.8 Distribusi jawaban responden pada indikator current need approach.....	110
Tabel 4.9 Distribusi jawaban responden pada indikator everyday need approach.....	113
Tabel 4.10 Distribusi jawaban responden pada indikator executive need approach.....	115
Tabel 4.11 Distribusi jawaban responden pada indikator cathing-up need approach.....	118
Tabel 4.12 Hasil uji validitas.....	121
Tabel 4.13 Hasil uji realibilitas variabel X.....	122
Tabel 4.14 Hasil uji realibilitas variabel Y.....	122
Tabel 4.15 Hasil uji multikolinearitas.....	124
Tabel 4.16 Hasil uji analisis regresi linear sederhana.....	126
Tabel 4.17 Hasil uji T.....	127

ABSTRAK

Lisa Isdayanti B50120092 Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako. Skripsi Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @wifau Terhadap Pemenuhan Informasi Skripsi Mahasiswa. Dibimbing Oleh Israwaty Suriady Sebagai Pembimbing I dan Dwi Rohma Wulandari Sebagai Pembimbing II.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa. Penelitian ini menggunakan tipe eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif, mengacu pada teori terpaan media menurut Rosengren. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 48 responden dengan teknik pengambilan sampel simple random sampling. teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Untuk analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan bantuan program SPSS versi 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa uji t diperoleh terpaan konten tiktok @wifau (X) berpengaruh positif terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa (Y) dari hasil data output diketahui bahwa $t_{hitung} = 15,695$ sementara $t_{tabel} = 1,300$ ($t_{hitung} > t_{tabel}$) sementara nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 ($Sig < 0,05$) jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa dalam penyusunan skripsi bahwa H_0 dalam penelitian ini ditolak dan H_a diterima atau pengaruh terpaan konten tiktok @wifau berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa.. Dari hasil penelitian didapatkan bahwa indikator yang paling berpengaruh pada variabel x yaitu Indikator tingkat perhatian karena tingkat persentase yang didapatkan yaitu 62,5% dapat disimpulkan bahwa mahasiswa sangat memahami setiap informasi yang disampaikan oleh konten kreator @wifau dan dapat menerapkannya dalam proses penyusunan skripsi. Kemudian pada indikator variabel y yang paling berpengaruh adalah *everyday need approach* (kebutuhan informasi rutin) dengan tingkat persentase yang didapatkan yaitu 64,6% dapat disimpulkan bahwa mahasiswa sangat rutin dalam mencari informasi terbaru dari akun tiktok @wifau yang setiap harinya memberikan informasi rutin mengenai penyusunan skripsi di setiap konten tiktoknya Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya berdasarkan hasil R square yaitu 0,843 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh terpaan konten tiktok @wifau sebesar 84,3% dan sisanya 15,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

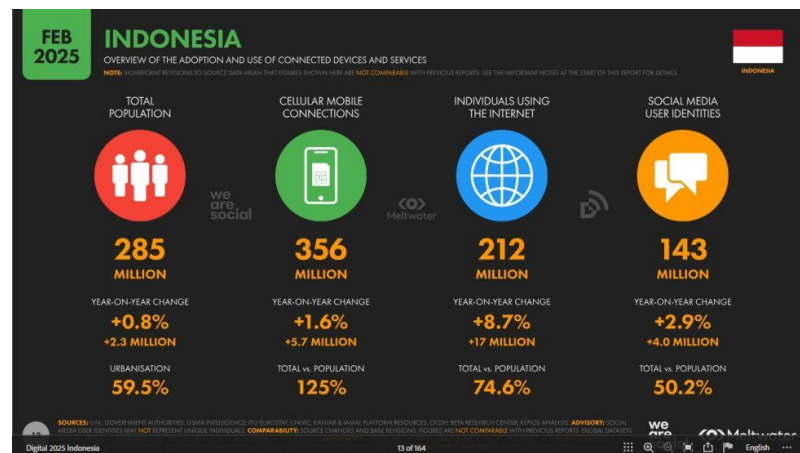
Kata Kunci :Terpaan Media, Konten, Tiktok, @wifau, Pemenuhan Informasi, Skripsi, Mahasiswa

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi merupakan sesuatu yang tak dapat di hindari dan akan terus semakin berkembang pesat. Munculnya berbagai situs aplikasi berupa media sosial merupakan bukti kemajuan teknologi yang semakin canggih hingga banyak digunakan masyarakat Indonesia sebagai alat berkomunikasi dan melihat berbagai informasi. Platform media sosial seperti Twitter, Instagram, TikTok, dan Youtube memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam menjangkau dan menerima berbagai informasi. (Erika, 2011)



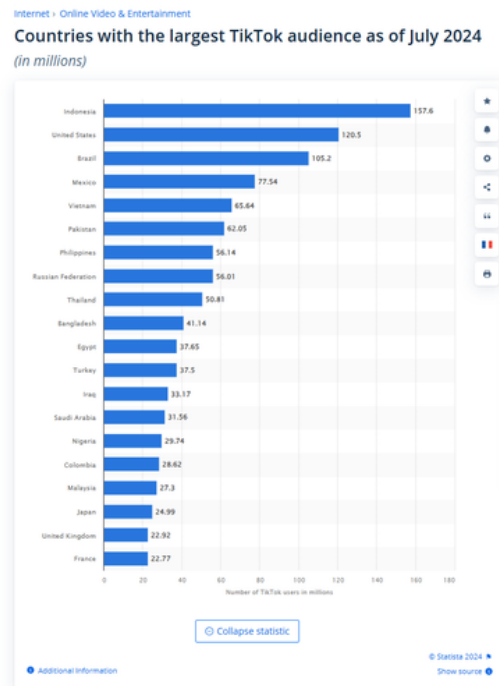
Gambar 1.1 Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2025

Berdasarkan gambar di atas Indonesia sebagai negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia dengan total populasi (Jumlah penduduk) mencapai 285 juta orang semakin mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam penggunaan teknologi digital. Data terbaru yang diterbitkan oleh Datareportal.com pada laporan “Digital 2025 Indonesia” menunjukkan bahwa

perilaku pengguna internet di Indonesia terus berkembang. Data bersumber dari Hootsui (*We are social*) Data Digital Indonesia 2025. Konektifitas internet memungkinkan pengambilan data secara instan hampir di semua lokasi. Dengan harapan bahwa *web* akan mendapatkan daya tarik sebagai platform informasi dan komunikasi yang layak. Jumlah orang yang menggunakan internet meningkat, tidak hanya di Indonesia tetapi di seluruh dunia. Ini menunjukkan kebutuhan kritis untuk merangkul media baru dalam keberlangsungan peradaban modern saat ini. (binus.ac.id).

Media baru yang di maksud yaitu seperti media social *Intagram*, *Facebook*, *Whatsapp*, *Tiktok*, dan lain-lain. Selain itu untuk berkomunikasi kita juga menggunakan platform media sosial untuk menyebarkan berbagai informasi atau konten yang bisa dinikmati dengan bentuk yang beragam, lebih menyenangkan, mendidik dan dapat dijangkau lebih banyak orang. Salah satu media sosial yang mengalami pertumbuhan yang sangat cepat dalam bentuk konten adalah media sosial *Tiktok*. *Tiktok* merupakan platform media sosial yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi konten video pendek maksimal 10 menit dengan berbagi fitur dan efek yang menarik. Melihat kelebihan yang di tampilkan aplikasi *Tiktok*. Membuat setiap penggunaanya bisa memproduksi dan mengkreasikan kontennya di aplikasi *Tiktok*, konten sengaja dibuat beragam dengan tujuan memberikan informasi kepada pengguna lainnya, konten edukasi, konten menghibur, konten mendidik, konten promosi, bahkan dengan menggunakan aplikasi *tiktok* kita bisa menghasilkan uang dari konten yang kita

buat. Kelebihan lain dari aplikasi Tiktok ialah konten yang di buat pengguna bisa masuk konten FYP (*for your page*). (Tika Isma Hamida, 2014).



Gambar 1.2 Data pengguna tiktok terbanyak di dunia per februari 2025

Jumlah pengguna TikTok di Indonesia dilaporkan tembus 108 juta pengguna berusia 18 ke atas pada awal tahun 2025. Ini menjadikan Indonesia sebagai negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar secara global sejauh ini. Aplikasi Tiktok diklaim sebagai wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para *online content creators* diseluruh dunia. Aplikasi tiktok merupakan sebuah platform media sosial yang didukung dengan video, music, text, filter dan fitur lainnya. Berkembangnya Aplikasi Tiktok ini dibuat agar semua orang atau masyarakat luas bisa mengembangkan pemikiran kreatif sebagai bentuk revolusi konten. aplikasi tiktok juga berbentuk creating and sharing konten video ke sesama pengguna tiktok. (Data Digital Indonesia 2025)

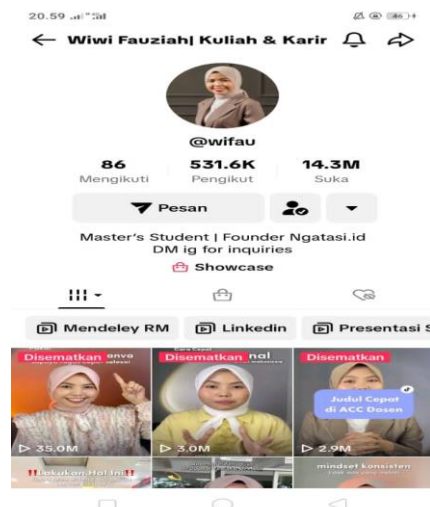
Awal mulanya tiktok mengalami perkembangan yang sangat pesat di seluruh dunia yaitu pada saat awal mulanya covid-19, aplikasi tiktok semakin digandrungi oleh banyak orang di dunia untuk menghilangkan rasa jenuh pada saat di karantina berlangsung. Terbukti pada tahun 2020 pada bulan oktober, aplikasi Tiktok mencapai 2 miliar unduhan di seluruh dunia. Hal tersebut adalah jumlah yang sangat luar biasa sekaligus langsung naik menantang sosial media terdahulu seperti *facebook*, *instagram* dan *twitter* (Website resmi HMSI ITS)

Menurut Novita et al. (2023), pada tahun 2020, TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di seluruh dunia. Kesuksesan ini tidak terlepas dari algoritma unik yang dimiliki TikTok dalam merekomendasikan konten relevan kepada penggunanya, sehingga memfasilitasi penyebaran konten viral dengan mudah. Selain itu, fitur-fitur yang menarik dan kemudahan dalam membuat konten kreatif juga menjadi faktor pendorong popularitas TikTok

Tiktok yang dimanfaatkan sebagai platform edukasi menunjukkan adanya dampak positif bagi para penggunanya. Hal tersebut dikarenakan pengguna tiktok dapat dengan mudah mengakses berbagai hal yang edukatif terkait dengan pendidikan maupun hal-hal yang menarik lainnya melalui penyampaian video pendek yang menarik yang dijadikan sebuah konten. Konten sendiri merupakan sebuah ide yang dimana dibuat melalui pengamatan, fakta, data, persepsi, dan solusi terkait sebuah topik yang akan di olah dan dibuat sekreatif mungkin untuk di bagikan (Oritz dalam Putri et al.,2021).

Tiktok merupakan media sosial yang menggabungkan antara video pendek dengan musik yang awalnya bernama “Douyin” memfasilitasi penggunanya untuk

berkreasi dan membagikan konten yang menarik, menghibur, bahkan informative. 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).



Gambar 1.3 Profil Wiwi Fauziah

Wiwi Fauziah dengan nama akun tiktok @wifau. Wiwi Fauziah adalah seorang konten creator dari Indonesia, selain menjadi konten creator, Wiwi Fauziah adalah seorang mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta (UIN Sunan Kalijaga) dan ia juga merupakan seorang asisten dosen program studi ilmu Al-Qur'an dan Tafsir Universitas Islam Negeri Sunan

Kalijaga Yogyakarta. Wiwi Fauziah menempuh pendidikan S-1 di Universitas Islam Negeri Malang (UIN Maulana Malik Ibrahim Malang) dengan beasiswa. Berkat kecerdasan dan ketekunannya dirinya juga bisa melanjutkan kuliah S-2 di Universitas Islam Negeri Yogyakarta (UIN Sunan Kalijaga) dengan beasiswa juga.

Akun TikTok @wifau memiliki followers sebanyak 531,6K dan terus mengalami peningkatan. Pada jumlah total penayangan video pernah mencapai hingga 35,0M. Tidak hanya jumlah followers terbanyak dibandingkan dengan akun Tiktok lain yang membahas mengenai kuliah dan karir, akun tiktok @wifau juga memiliki jumlah likes lebih dari 1.000 likes pada setiap konten tiktok dan memiliki banyak respon dari followers maupun pengguna tiktok pada kolom komentarnya. Pada setiap isi kontennya, akun @wifau juga mengkomunikasikan tips dan trik dengan ringkas dan jelas dengan konten visual yang rapi dan menarik sehingga banyak dilihat followers maupun pengguna tiktok. hal ini menunjukkan konten pada akun tersebut banyak muncul pada beranda atau fyp tiktok dan banyak diminati pengguna media sosial tiktok. (Rahmawati 2023)

Akun @wifau merupakan content creator dan Influencer yang dapat memberikan pengaruh kepada kalangan luas mengenai tips kuliah dan karir. Pemilik akun @wifau memiliki beberapa prestasi mulai dari mendapat beasiswa, mengikuti National Conference yang diadakan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) pada tahun 2021, Internasional Conference saat menempuh kuliah S1 di Universitas Islam Negeri Malang dan di Universitas IAIN Palangkaraya pada tahun 2021, hingga *Internasional Conference* di Malaysia (Universitas

Kebangsaan Malaysia) pada tahun 2023. Pemilik akun @wifau juga berhasil membuat empat jurnal dan 2 jurnal publish pada SINTA 3 (*Science and Technology Index*).

Konten kreator @wifau masuk dalam sebuah artikel berita yang mengatakan bahwa @wifau adalah salah satu content creator yang mengedukasi hingga diundang sebagai pembicara dalam kegiatan-kegiatan webinar hingga seminar nasional, dan diundang pada sebuah perusahaan berita untuk diliput pada media berita Tribun News, hingga menjadi *Campus Ambassador di Internasional MUN* pada tahun 2021 dan *Brand Ambassador di Internasional Journal Labs* pada tahun 2023. (Tribunnews.com)

Akun tiktok @wifau juga berhasil menjadi *Influencer* pada salah satu perusahaan Kita Lulus, sebagai *content creator* yang mengedukasi. Isi konten pada akun @wifau ini berisikan berbagai informasi mengenai tips kuliah mulai saat menjadi mahasiswa baru hingga mahasiswa akhir seperti tips *website* untuk mengerjakan tugas bagi mahasiswa baru yang belum mengetahui, cara penggunaan *mendeley* hingga informasi mengenai jurnal-jurnal yang jarang diketahui oleh mahasiswa khususnya mahasiswa baru, judul skripsi yang mudah di acc, dan juga tips karir seperti cara menggunakan LinkedIn hingga tips *apply* magang pada perusahaan guna meningkatkan kemampuan skill mahasiswa untuk persiapan di dunia kerja. Pemilik akun TikTok @wifau selalu memberikan rekomendasi jawaban atas pertanyaan followersnya yang terdapat pada kolom komentar dengan jawaban berupa balasan maupun postingan video dengan model *stitch*. (Prameswari 2024)

Setelah saya melakukan observasi pada penelitian-penelitian sebelumnya yang membahas tentang tayangan konten tiktok @wifau dengan tujuan untuk pemenuhan informasi skripsi mahasiswa dalam mengerjakan tugas akhir, kemudian saya menyimpulkan secara keseluruhan keunggulan konten tiktok @wifau terletak pada kemampuannya untuk menyajikan informasi akademik yang kompleks dengan cara yang sederhana, menarik, dan relevan dengan kehidupan mahasiswa. Konten TikTok @wifau yang membahas tentang skripsi memiliki beberapa keunggulan dibandingkan dengan konten kreator lain yang membahas topik serupa antara lain sebagai berikut:

1. Penyajian Informasi yang Sistematis dan Terstruktur: @wifau menyajikan tips dan panduan terkait skripsi secara sistematis, seperti dalam video "Tips Cari Judul Skripsi dan Referensi Judul Skripsi" yang memberikan langkah-langkah konkret bagi mahasiswa dalam menentukan judul skripsi. (Tiktok)
2. Penggunaan Visual yang Menarik dan Informatif: Konten @wifau memanfaatkan visual yang rapi dan menarik, sehingga informasi yang disampaikan lebih mudah dipahami dan diingat oleh penonton. (Eprints.uad.ac.id)
3. Interaksi Aktif dengan Pengikut: @wifau secara aktif berinteraksi dengan pengikutnya, menjawab pertanyaan, dan memberikan motivasi, sehingga menciptakan komunitas yang suportif bagi mahasiswa yang sedang mengerjakan skripsi. (Eprints.uad.ac.id)

Sebagai perbandingan, kreator lain seperti @buiramira juga membahas topik skripsi, namun pendekatannya lebih berfokus pada gambaran umum proses penyelesaian skripsi tanpa penyajian yang sistematis dan terstruktur seperti yang dilakukan oleh @wifau. Dengan kehadiran konten tiktok @wifau di tiktok semoga dapat membantu mahasiswa yang sedang menempuh tugas akhir untuk memperoleh informasi dan ilmu pengetahuan yang tidak didapatkan atau diperoleh dari lembaga masing-masing. Dengan cara ini, khususnya mahasiswa dapat dengan gampang memperoleh informasi yang ingin mereka perlukan, terutama untuk memperoleh lebih banyak ilmu pada akun Tiktok @wifau.

Responden dalam penelitian ini, yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Latar belakang yang membuat penulis menjadikan Mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai responden dalam penelitian ini yaitu karena Mahasiswa Ilmu Komunikasi merupakan mahasiswa yang mempelajari tentang segala aspek berkomunikasi, atau mempelajari tentang bagaimana menyampaikan pesan secara efektif. Kemudian ilmu komunikasi juga sangat erat kaitannya dengan media, karena media merupakan wadah untuk penyampaian pesan kepada khalayak agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik. Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako saat ini aktif bersosial media dan banyak menggunakan aplikasi tiktok entah karena faktor kebutuhan, maupun faktor bidang ilmu yang mengharuskan terlibat dengan yang namanya media dan menggunakan aplikasi tiktok. Maka dari itu, Penulis merasa bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako sangat tepat untuk menjadi populasi dalam penelitian ini.

Penggunaan aplikasi tiktok memberikan efek dapat menambah pengetahuan mahasiswa, juga di dukung oleh penelitian sebelumnya yaitu Morelynte Doven Remeng (2023). Dyva Claretta dalam penelitiannya yang berjudul “ Pengaruh Tontonan Konten Tiktok @Buiramira Terhadap Kepuasan Informasi Dalam Menyusun Skripsi Mahasiswa ”. Pada penelitian tersebut membahas tentang 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. Hasil yang didapatkan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh dari konten tiktok @buiramira terhadap kepuasan informasi skripsi pada mahasiswa. dapat disimpulkan bahwa akun tiktok @buiramira banyak diikuti oleh mahasiwa dan memberikan manfaat karena memberikan informasi untuk penyusunan skripsi mahasiswa.

Melihat penelitian sebelumnya di atas, dengan itu peneliti tertarik untuk mengkaji penelitian ini dengan menggunakan Pengaruh Konten Tiktok. Adapun perbedaan pada penelitian tersebut yakni pada peneliti terdahulu dengan nama peneliti Morelynte Doven Remeng & Dyva Claretta, dalam memperoleh data,

peneliti tersebut menggunakan metode kuantitatif yang kemudian dianalisa dengan menggunakan analisis statistik kausal, sedangkan penulis menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Kemudian persamaan pada kedua penelitian ini adalah sama-sama menggunakan aplikasi Tiktok sebagai media untuk meningkatkan pengetahuan dalam penyusunan tugas akhir mahasiswa.

Penelitian yang dilakukan Ayu Priana, Vera Wijayanti Sutjipto & Nada Arina Romali (2022), dengan judul penelitian “Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers”. Pada penelitian tersebut membahas tentang media sosial menjadi hal yang tidak bisa dipisahkan dari berbagai kegiatan sehari-hari oleh banyak orang. Penggunaan media sosial dapat dijadikan sumber informasi atas suatu hal yang dicari atau dibutuhkan salah satunya pada kesehatan mental manusia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan penggunaan media sosial Instagram @riliv dengan pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental followers. Populasi penelitian ini adalah pengikut dari akun Instagram @riliv, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dihitung menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan dengan survei yang menyebarkan kuesioner kepada responden secara daring. Penelitian ini memakai paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian ini adalah korelasional dengan teknik analisis data statistik inferensial (korelasi rank spearman). Data pada penelitian ini disajikan dalam bentuk data kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menyatakan

bahwa terdapat hubungan tinggi (kuat) antara penggunaan media sosial Instagram @riliv dengan pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan mental followers.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu dari judul penelitian, sampel penelitian. Judul penelitian ini berjudul “Hubungan Penggunaan Media Sosial Instagram @riliv Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Mental Followers”. Sedangkan judul peneliti yaitu “Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @wifau Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Dalam Penyusunan Skripsi”. Kemudian sampel penelitian juga berbeda penelitian ini menggunakan sampel followers Instagram @rivil sedangkan penulis menggunakan sampel penelitian yaitu mahasiswa ilmu komunikasi universitas tadulako angkatan 2020. Kemudian teori yang digunakan pada penelitian tersebut yaitu uses and effect sedangkan penulis menggunakan teori terpaan media. Kemudian persamaan kedua penelitian tersebut yaitu sama-sama menggunakan metode kuantitatif .

1.2 Rumusan Masalah

Apakah ada pengaruh yang signifikan mengenai terpaan konten Tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa ilmu komunikasi 2020?

1.3 Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan mengenai terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa ilmu komunikasi 2020

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dalam perkembangan ilmu komunikasi dan dapat menjadikan sebagai sumber informasi ilmiah yang dapat di manfaatkan untuk peneliti selanjutnya yang berhubungan dengan pengetahuan melalui konten tiktok @wifau.

1.4.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pembacanya, khususnya bagi mahasiswa tingkat akhir yang akan melakukan penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 New Media

Lev Manovich dalam bukunya yang berjudul *The New Media Reader* mengatakan bahwa media baru adalah objek budaya dalam sebuah paradigma baru dari dunia media massa dalam masyarakat. *New Media* memungkinkan adanya penyebaran yang dilakukan oleh teknologi computer dan data digital yang dikendalikan oleh model-model aplikasi. Media baru mengalami pembaharuan dalam model penyebaran informasi yang memanfaatkan teknologi jaringan perangkat lunak (Wardrip-Fruin and Nick Montfort 2003).

Didalam terminology *New Media* ada beberapa konsep yang membawa lahirnya Media, dalam buku yang ditulis oleh Nicholas Gane dan David Beer yang berjudul *New Media: The Key Concepts* mengatakan bahwa setidaknya ada enam konsep dalam *New Media* atau Media Baru (Gane, Nicholas; Beer, 2008) diantaranya adalah:

1. *Network/Jaringan*

Dapat kita ketahui bahwa peran network dalam konsep media baru adalah infrastruktur yang menghubungkan computer satu sama lain dan untuk berbagai perangkat eksternal, dan dengan demikian memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan bertukar informasi.

2. *Informasi*

Fungsi informasi ini mengindikasikan bahwa media bertindak sebagai penyedia informasi bagi para konsumennya, entah mereka adalah

pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai jenis informasi disajikan sesuai dengan kebutuhan dan minat dari audiens media yang bersangkutan. Media bertanggung jawab untuk menyediakan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi pembacanya, pendengarnya, atau pemirsanya, yang disesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan masing-masing individu.

3. *Interface*

Interface adalah jembatan yang menghubungkan pengguna dengan sistem digital. Pengguna berinteraksi dengan sistem melalui interface ini, baik itu melalui sentuhan pada layar, suara, atau input lainnya. Contoh *interface* dalam *new media* meliputi tombol, menu, ikon, tampilan layar, keyboard, dan mouse pada komputer, serta kontrol pada perangkat seluler.

4. *Archive*

Archive merupakan proses penyimpanan dan pengorganisasian data digital untuk akses dan pengambilan jangka panjang. Ini adalah cara untuk melestarikan informasi dalam bentuk digital, menggantikan arsip fisik dan memastikan bahwa data tetap dapat diakses dan digunakan di masa depan.

5. *Interactivity*

Interactivity memungkinkan pengguna untuk tidak hanya menerima informasi, tetapi juga memberikan umpan balik, berinteraksi dengan pengguna lain, atau bahkan berkontribusi pada konten itu sendiri. Contohnya adalah kemampuan untuk berkomentar di media sosial, berpartisipasi dalam forum online, atau melakukan obrolan langsung.

6. Simulasi

Simulasi mengacu pada representasi suatu kejadian, objek, atau konsep yang dihadirkan melalui teknologi digital untuk memberikan pengalaman atau pemahaman tanpa memerlukan interaksi langsung dengan realitas sebenarnya. Simulasi dalam new media memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam "dunia virtual" yang diciptakan oleh algoritma dan teknologi, seringkali dalam bentuk permainan atau aplikasi interaktif.

2.2 Media Sosial

2.2.1 Pengertian Media sosial

Menurut Nasrullah (2015), media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunanya untuk berekspresi dan berkomunikasi, berkolaborasi, berbagi berinteraksi, dengan pengguna lain hingga membentuk hubungan sosial yang nyata. Di media sosial, ada tiga bentuk yang mengacu pada makna sosial yaitu kognisi, komunikasi dan kolaborasi. Media sosial banyak digunakan di Indonesia tentunya menjadikan peluang untuk memaksimalkan keberadaan media sosial sebagai sarana komunikasi, sehingga menimbulkan pertanyaan bagaimana cara memanfaatkan media sosial agar komunikasi berjalan efektif di masyarakat baik dalam bidang pemasaran, politik dan bidang pendidikan.

2.2.2 Jenis-jenis Media Sosial

Nasrullah menyimpulkan bahwa ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yaitu sebagai berikut. (Nasrullah, 2017:39)

1. Media Jejaring Social (*social networking*)

Social networking atau jejaring social merupakan medium yang paling populer dalam kategori media social. Medium ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan social, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan social tersebut, di dunia virtual.

2. Jurnal Online (*blog*)

Blog merupakan media social yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas kesehariannya, saling mengomentari, dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Istilah blog berasal dari kata “*weblog*” yang pertama kali diperkenalkan oleh Jorn Berger pada 1997 merujuk pada jurnal pribadi *online*.

3. Jurnal Online Sederhana Atau Mikroblog (*microblogging*)

Microblogging merupakan jenis media social yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas serta pendapatnya. Secara historis, kehadiran jenis media social ini merujuk pada munculnya *twitter* yang hanya menyediakan ruang tertentu atau maksimal 140 karakter. Namun sama seperti media social lainnya. *Twitter* juga dapat menjalani hubungan dengan pengguna lainnya, menyebarkan informasi, mempromosikan pendapat/pandangan orang lain.

4. Media Berbagi (*media shering*)

Media shering merupakan jenis media social yang memfasilitasi pengguna untuk berbagi media, mulai dari dokumen (*file*), video,

audio, gambar, dll. Beberapa contoh media shering ini adalah *youtube*, *flickr*, *photobucket*, atau *snappfish*.

5. Penanda Sosial (*social bookmarking*)

Social bookmarking meruoakan media social yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, mengelola, dan mencari informasi, atau berita tertentu secara *online*. Informasi yang diberikan media social ini bukanlah informasi yang utuh, artinya pengguna hanya disediakan informasi bisa teks, foro, atau video singkat sebagai pengantar yang kemudian pengguna akan diarahkan pada tautan sumber informasi itu berada. Cara kerjanya bisa seperti lemari katalog di perpustakaan. Lemari tersebut menyediakan beragam informasi terkait buku beserta nomor panggilannya yang disesuaikan dengan bidang ilmu maupun karakter dari buku tersebut. Namun, bagaimana informasi itu terpublikasi, disinilah peran pengguna untuk memberikan label atau tanda pagar (*hastag*) kemudian memasukkannya dalam situs *social bookmarking*.

Ada enam jenis media social menurut Kaplan dan Heanline yang berasal dari konsep-konsep Web 2.0, yakni:

1. *Collaborate Projects*

Merupakan media yang menyakikan informasi yang biasa dijumpai dalam bentik ensiklopedia yang di dalamnya memuat berbagai macam artikel-artikel, biografi, dan berbagai macam informasi contoh dalam jenis ini adalah *Wikipedia*.

2. *Blogs dan microblog*

Merupakan jenis social media yang paling banyak digunakan oleh masyarakat sekarang ini, pengguna dapat menulis dan mengupdate status dengan dibatasi jumlah karakter. Sebagai contoh adalah *Twitter*, *Tumblr*

3. Komunitas konten

Sosial media untuk berbagi video yang populer dimana pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi video dan foto secara bebas. Sebagai contoh adalah *Youtube*, *Instagram*, dan *Tiktok*.

4. Situs jejaring sosial jenis media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi secara luas kepada siapa saja dan dimana saja dan dimana saja dengan bebas, memiliki jumlah masa yang sangat besar. Contoh media social ini adalah *facebook*.

5. Game dan virtual

Realitas dunia nyata dalam bentuk permainan dimana pengguna dapat berinteraksi dan bermain bersama dalam lingkungan yang disimulasikan dalam sebuah permainan computer. Sebagai ncontoh yaitu *world of warcraft*, *point blank*, dll.

6. Virtual dunia sosial

Merupakan imulasi internet tiga dimensi yang memberikan kesempatan bagi penggunanya untuk menciptakan kehidupan baru secara virtual sesuai imajinasi masing-masing pengguna. Sebagai contoh adalah *Second Life*, *The Sims*.

2.2.3 Karakteristik Media Sosial

Menurut Nasrullah (2020:15) meski karakteristik media siber bisa dilihat melalui media social, media social memiliki karekteristik khusus yang tidak dimiliki oleh beberapa jenis media siber lainnya. Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media soial di banding dengan media lainnya . salah satunya adalah media social beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana social didunia virtual. Bukan bearti tidak ada karekter umum atau makro, hanya pembahasan karekteristik media sosial ini dipandang untuk melihat perbedaan media lainnya (Castells, 2004 Talalay et al., 1997, Thurlow, Lengel, & Tomic, 2004)..

2.3 Konten

Kata konten berasal dari bahsa inggris, *content*. Artinya isi, daya muat, kandungan. Pengertian konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia atau KBBI adalah suatu informasi yang tersedia pada media atau produk elektronik konten pada media ini bisa diartikan sebagai suatu alat yang menjadi media berkomunikasi antar pengguna media elektronik.

Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik (Simarmata, 2011). Menurut Cambridge Dictionary, salah satu pengertian konten adalah “artikel atau bagian yang terdapat dalam majalah atau buku” (the articles or parts contained in a magazine or book). Dalam Business Dictionary, konten memiliki arti:

1. Teks dari dokumen atau publikasi dalam bentuk apa pun. Konten adalah informasi dan komunikasi: jumlah total dari kesegaran, keterbacaan, relevansi, dan kegunaan informasi yang disajikan, dan cara penyajiannya.
2. Esensi dari pesan atau wacana yang dikomunikasikan, sebagaimana dipahami atau diterima oleh audiens yang dituju.
3. Lem ‘yang membuat situs web’ lengket ‘membuat pengunjung kembali, dan membuat mereka tidak pergi.

Dari pengertian di atas, dapat disimpulkan, konten adalah berbagai macam format dan informasi yang tersaji melalui media, khususnya media baru, berupa tulisan, gambar, suara (audio), atau video.

Konten memiliki tujuh indikator yang sudah di rumuskan oleh Kingsnorth (2016):

1. *Credible*: Ditujukan dengan adanya sebuah fakta dan referensi dari sumber yang terpercaya.
2. *Shareable*: Konten yang hebat yaitu apabila sudah diakui oleh banyak orang dan menggunakannya.
3. *Useful or fun*: Konten yang bermanfaat dan menghibur.
4. *Interesting*: Kembali lagi kepada cara pandang audiens, karena apabila konten tersebut menarik bagi kita tetapi belum tentu menarik untuk orang lain.

5. *Relevant*: Setiap konten harus mengenal siapa audiensnya, artinya konten harus mengetahui apa yang dibutuhkan oleh audiens.
6. *Different*: Konten yang bagus harus menampilkan sesuatu yang berbeda.
7. *On Brand*: Memiliki sebuah merek yang melekat.

Konten dibuat sedemikian rupa agar terlihat menarik dengan mengandalkan tulisan yang ditambahkan sebagai caption, gambar ataupun video. Konten yang tercipta menghasilkan informasi yang berkualitas dan berbeda dari yang lainnya. Menurut Taufiq (dalam Hakim, 2016), Informasi yang berkualitas merupakan informasi yang bisa dikatakan memenuhi semua apa yang dibutuhkan oleh para pengguna. Secara umum pengguna membutuhkan sebuah informasi yang lengkap, tepat waktu, selalu ada, dan lain sebagainya. Informasi yang berkualitas memiliki indikator sebagai berikut menurut McLeod (dalam Susanto, 2017): 20

1. Akurat, yang artinya informasi harus menggambarkan keadaan sebenarnya. Akurasi diuji oleh dua orang atau lebih, jika pengujian menghasilkan yang sama maka itu dianggap akurat.
2. Tepat waktu, yang artinya informasi harus ada pada saat informasi itu dibutuhkan.
3. Lengkap, yang artinya informasi yang diberikan harus dalam kondisi lengkap.
4. Relevan, yang artinya informasi yang diberikan harus sesuai dengan apa yang diperlukan oleh seseorang diberbagai kalangan dan organisasi tertentu.

2.3.1 Jenis-jenis Konten

1. *Informative* (Konten Informatif)

Konten informatif merupakan jenis konten yang paling dasar. Biasanya konten jenis ini memuat informasi terkait jenis bisnis, bagaimana cara pemesanan produk, lokasi atau alamat perusahaan, profil perusahaan beserta visi dan misinya.

2. *Educational* (Konten Edukasi)

Jenis ini berfungsi untuk menambah pengetahuan target audiens terkait dengan perusahaan serta pengetahuan yang berkaitan dengan produk suatu perusahaan. Biasanya konten ini berbentuk pengertian, tips, cara dan hal lain yang masih berkaitan dengan tema bisnis milik suatu perusahaan.

3. *Entertainment* (Konten Hiburan)

Anak muda yang aktif bermedia social menjadi penikmat konten jenis ini, mereka lebih senang menerima dan menyebarkan konten ini karena kesannya lebih ringan serta tidak terlalu serius. Hal inilah yang menyebabkan digital marketing agency juga mempublikasikan berbagai konten hiburan dalam bentuk visual seperti infografis, cerita komik dan meme. Selain itu dapat juga dengan menyebarkan konten audio visual seperti video.

4. *Testimonial* (Konten testimonial)

Konten ini berisi pihak ketiga yang berasal dari luar perusahaan seperti pengguna jasa atau produk perusahaan tersebut. Konten testimonial

nantinya akan membantu perusahaan untuk meyakinkan masyarakat bahwa jasa atau produknya layak digunakan.

2.4 Aplikasi Tiktok

Aplikasi tik tok berasal dari China dan diluncurkan pada awal September 2016 oleh seorang pengusaha bernama Zhang Yiming, yang juga pendiri perusahaan teknologi ByteDance. Sebelum aplikasi ini dikenal luas di masyarakat global, aplikasi ini dikenal dengan nama Douyin di negara asalnya. Aplikasi tiktok digunakan untuk membagikan video pendek dengan durasi 15 detik ke pada seluruh pengguna lainnya. Siapa sangka aplikasi ini akan diterima dengan sangat baik oleh pengguna sehingga menjadi salah satu aplikasi terpopuler di negara asalnya. ByteDance merasa telah berhasil meluncurkan di negara asalnya dan akhirnya mencoba memperkenalkan aplikasi tersebut ke komunitas global. Sehingga ByteDance memutuskan untuk mengganti nama Douyin menjadi Tik Tok. Pada tahun 2018, aplikasi tik tok menjadi salah satu aplikasi paling viral di Indonesia. Pasalnya, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) memblokir aplikasi ini pada 3 Juli 2018 karena dianggap tidak memberikan konten yang mendidik. Namun, hanya berselang sebulan, yakni pada Agustus 2018, aplikasi tik tok kembali tersedia untuk diunduh. (dalam Asfuri et al, 2023: 20)

Meskipun narasinya rendah, pengguna tik tok mencapai 30,7 juta di Indonesia saja, sebuah rekor pada Juli 2020. Bahkan, aplikasi tik tok telah diunduh lebih dari 100 juta pengguna di Google Play Store. Memperoleh statusnya sebagai salah satu platform paling populer saat ini tentu bukan hal yang

mudah. Tik tok telah mengalami beberapa hambatan, seperti yang disebutkan di atas. Selain itu, dalam perjalanannya menjadi platform yang sanga populer, tik tok juga menghadapi persaingan dari platform serupa, juga dikenal sebagai Musical.ly. Akhirnya, karena merasa terancam, tik tok mengakuisisi (pemindahan kepemilikan perusahaan atau aset) ke Musical.ly pada November 2017 dengan nilai nominal Rp 13,6 miliar. (dalam Asfuri et all, 2023: 21)

2.4.1 Fitur-Fitur TikTok

Dalam Aji & Setiyadi, 2020: 151 Media sosial Tiktok bisa di bilang merupakan media sosial baru namun seiring berjalannya waktu media sosial ini terus berinovasi pada fitur-fitur menarik yang ada di dalamnya. Secara sederhana, Tiktok adalah aplikasi yang di gunakan untuk merekam, mengedit dan mengunggahnya ke beberapa media sosial lain, sehingga memungkinkan teman lain untuk melihat video yang kita buat. Berikut ini adalah fitur-fitur yang terdapat di media sosial Tiktok.

1. Fitur Pada Halaman Awal (*Home*)

Di halaman awal pengguna di arahkan dan dapat langsung melihat video yang di kirim oleh pengguna lain secara acak. Di halaman awal pengguna di arahkan dan dapat langsung melihat video yang di kirim oleh pengguna lain secara acak. Ada beberapa symbol pada halaman beranda antara lain.

a. Akun profil

Opsi ini akan menuju dan menampilkan profil pemilik akun video yang sedang di tampilkan.

b. Untuk anda

Opsi ini menunjukkan postingan pengguna secara acak atau yang sering muncul di *For You Page* (FYP)

c. Mengikuti

Opsi ini hanya menampilkan postingan pengguna yang kita ikuti

d. Simbol cinta

Opsi ini menunjukkan seberapa banyak video itu disukai oleh pengguna lain.

e. Simbol komentar

Opsi ini menunjukkan berapa banyak akun yang menerima komentar dari pengguna lain dan siapa yang berkomentar.

f. Simbol bagikan

Opsi ini memberitahu apakah video yang di tonton ingin di simpan atau di bagikan

g. Simbol pemutar lagu

Opsi ini menunjukkan lagu apa yang di gunakan sebagai latar dalam video yang tampilkan, dan mengarahkan kita ke pengguna lain yang menggunakan lagu yang sama.

2. Fitur Pencarian

Fitur ini kita bisa mencari akun orang lain berdasarkan nama profilnya atau menggunakan id dari akun tiktok tersebut. Di bawahnya terdapat hastag yang sedang tranding di kalangan pengguna Tiktok.

3. Fitur Merekam Video

Tiktok memungkinkan pengguna merekam video di dalam aplikasi itu sendiri, baik dalam satu pengambilan gambar atau dalam segmen, sehingga memudahkan pembuatan konten dinamis dan multi-bagian.

4. Fitur Penyuntingan Video

Platform ini menyediakan serangkaian alat pengeditan video, seperti pemangkasan, pemotongan penggabungan, dan perulangan.

5. Fitur Filter dan Efek

Tiktok menawarkan beberapa filter dan efek untuk menambahkan sentuhan kreatif lebih lanjut pada video pengguna. Sentuhan pribadi ini mencakup efek seperti filter, kecantikan untuk menyempurnakan tampilan di layar dan efek game play interaktif.

6. Fitur Suara dan Sulih Suara

Pengguna dapat memilih dari perpustakaan music dan efek suara yang luas, atau mereka dapat menggunakan fitur sulih suara untuk menarasikan video mereka.

7. Fitur Streaming Langsung

Fitur steaming langsung Tiktok memungkinkan pengguna menyiarkan diri mereka sendiri secara real time untuk interaksi langsung dengan pengikut.

8. Fitur Duet

Fitur inovatif ini memungkinkan pengguna membuat video berdampingan dengan konten pengguna lain, memfasilitasi kolaborasi dan interpretasi ulang kreatif terhadap konten yang ada.

9. Fitur Jahitan

Mirip dengan duet, Stich memungkinkan pengguna untuk memasukkan adegan dari video pengguna lain ke dalam video mereka sendiri, menambahkan sentuhan unik pada konten mereka.

10. Fitur Balasan Video

Dengan fitur balasan video, pengguna dapat membalas komentar di videonya dengan video bukan balasan teks.

11. Fitur Tantangan Hastag

Tantangan hashtag Tiktok mendorong pengguna untuk membuat konten seputar tema atau tugas tertentu.

12. Postingan Hanya Teks

Meskipun Tiktok sebagian besar merupakan platform yang berpusat pada video Tiktok juga mengizinkan postingan hanya teks sebagai fitur baru, memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran atau memulai diskusi dalam format media social tradisional.

13. Fitur notifikasi (pemberitahuan)

Fitur notifikasi memberitahukan kita tentang segala aktivitas yang terjadi dalam media social tiktok.

14. Fitur Akun Profil

Fitur akun profil memberikan informasi kepada pengguna lain tentang identitas kita di media social Tiktok.

2.4.2 Dampak Aplikasi Tiktok

Penggunaan media sosial pada aplikasi tiktok tentu saja memiliki beberapa dampak bagi para penggunanya, dampak yang diberikan dapat berupa dampak positif maupun dampak negatif. Dampak positif atau negatif yang didapatkan dari media sosial tersebut bergantung pada penggunaan media sosial tersebut. Media sosial sangat digemari dikalangan remaja terutama kalangan pelajar dan juga merupakan kegiatan yang menjadikan para penggunanya menjadi candu. Terkadang mereka sampai lupa waktu saat bermain media sosial. Widiaworo (dalam Amaruddin, Atmaja & Khafid, 2020:43) mengidentifikasi berbagai dampak negatif apabila terlalu berlebihan dalam penggunaan handphone dan media sosial (internet) oleh anak, yang antara lain:

Dampak Positif:

1. Menambah wawasan informasi atau pengetahuan
2. Melatih para pengguna agar dapat mengekspresikan diri, mengeluarkan skill yang di miliki dan meningkatkan kepercayaan diri untuk mengemukakan pendapat.
3. Sebagai media hiburan
4. Menghasilkan uang

Dampak Negatif:

1. Kecanduan terhadap aplikasi
2. Masih banyak video yang hoaks berseliweran di Tiktok

2.5 Teori Uses and Gratification

Teori *Uses and Gratification* awal mula dilahirkan oleh tiga ilmuwan yakni Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch. Fenomena awal lahirnya *teori uses and gratification* yakni karena ketiga ilmuwan tersebut melihat bahwa audiens memiliki hasrat (secara faktor psikologis dan sosial) untuk memilih apa yang mereka inginkan dari adanya terpaan media. Menurut Dainton, Marianne (2018) dikatakan bahwa audiens tidak melihat pada pilihan medium yang digunakan untuk mengirim sebuah pesan namun Teori *Uses and Gratification* cenderung melihat mengapa audiens tersebut memilih medium yang akan digunakan. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan medium untuk seseorang mengirim pesan sehingga muncul preferensi berdasarkan kebutuhan tiap-tiap individu. Oleh karena itu, sudut pandang yang digunakan dalam teori ini lebih melihat kepada alasan mengapa audiens memilih medium tersebut dan pada waktu apa medium tersebut dipilih dan digunakan.

2.6 Terpaan Media

Menurut pendapat Rosengren (1974) dalam Jalaluddin Rakhmat (2004:66) terpaan media diartikan sebagai suatu kondisi dimana audiens diterpa oleh suatu isi pesan di dalam media atau bagaimana media menerpa audiens. Terpaan media adalah banyaknya informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi, dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang digunakan. Maka cara mengukur terpaan media dengan melihat indikator sebagai berikut :

1. Frekuensi yaitu data yang dikumpulkan dari khalayak untuk mengetahui seberapa sering khalayak menonton suatu acara atau program televisi (berapa kali dalam sehari). Frekuensi juga dapat diukur berdasarkan seberapa sering komunikasi dari media melihat, membaca, dan mendengarkan media tersebut, karena semakin tinggi frekuensi maka pesan akan semakin menempel dalam benak konsumen dan menimbulkan perhatian dari audiens.
2. Atensi (Tingkat Perhatian) yaitu suatu proses mental seseorang dalam menyimak pesan di media, seperti melihat, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain. Dalam proses menyimak, unsur audio dan video juga berperan dalam hal ini, karena dapat menentukan ketertarikan dan fokus khalayak ketika menyimak isi pesan dari media.
3. Durasi yaitu menghitung berapa lama waktu khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit), khalayak mengikuti suatu tayangan tersebut.

2.7 Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Menurut Tawaf & Alimin (2012), hal yang mendorong seseorang untuk mencari informasi dalam memenuhi tujuannya atau memenuhi kebutuhan informasinya yaitu ketika pengetahuan seseorang kurang dari yang dibutuhkan. Ada empat pendekatan kebutuhan informasi menurut Guha (1978) dalam (Puspita et al., 2022) yaitu sebagai berikut :

1. *Current Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Terbaru).
Merupakan pendekatan terhadap kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya terbaru. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya.
2. *Everyday Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Setiap Hari),
Merupakan pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.
3. *Exhausti Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam),
Merupakan pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan yang bersifat relevan, spesifik, dan lengkap.
4. *Catching-up Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Ringkas),
yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap yang menjadi gambaran informasi khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.

2.8 Kerangka Pikir

Tiktok merupakan platform media sosial yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi konten video pendek dengan berbagai fitur dan efek menarik (Malimbe et al., 2021). Tiktok yang dimanfaatkan sebagai platform edukasi menunjukkan adanya dampak positif bagi penggunanya. Hal tersebut dikarenakan

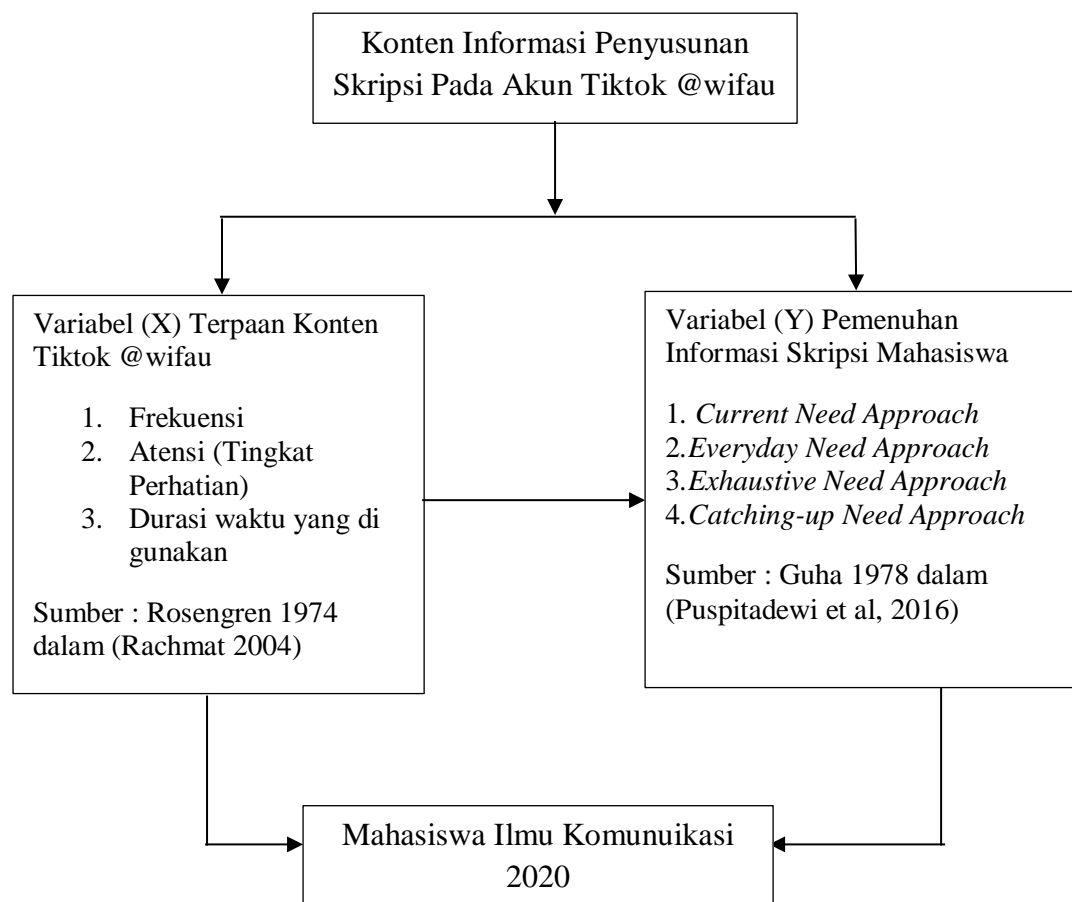
pengguna dapat mengakses berbagai hal edukatif terkait pendidikan dan pengembangan diri melalui penyampain menarik dalam sepotong konten video pendek. Konten sendiri merupakan kumpulan fakta, pengamatan, data, persepsi, klasifikasi, desain, dan solusi terkait sebuah topik yang akan dibagikan (Ortiz dalam 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. 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 @wifau yang banyak membahas seputar penyusunan skripsi.

Indikator variabel x menggunakan teori terpaan media menurut Rosengren (1974) yaitu frekuensi, tingkat akses penonton, tingkat perhatian dan durasi waktu yang digunakan. Frekuensi adalah data yang dikumpulkan dari khalayak untuk mengetahui seberapa sering khalayak menonton suatu acara atau program televisi (berapa kali dalam sehari). Frekuensi juga dapat diukur berdasarkan seberapa sering komunikasi dari media melihat, membaca, dan mendengarkan media tersebut, karena semakin tinggi frekuensi maka pesan akan semakin menempel dalam benak konsumen dan menimbulkan perhatian dari audiens. . Kemudian atensi (Tingkat perhatian) yaitu suatu proses mental seseorang dalam menyimak pesan di media, seperti melihat, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain. Dalam proses menyimak, unsur audio dan video juga berperan dalam hal ini, karena dapat menentukan ketertarikan dan fokus khalayak

ketika menyimak isi pesan dari media. dan yang terakhir adalah durasi waktu yang digunakan yaitu menghitung berapa lama waktu khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit), khalayak mengikuti suatu tayangan tersebut.

Indikator variabel *y* menggunakan teori pemenuhan kebutuhan informasi menurut Guha (1978) yaitu *Current Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Terbaru), yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang bersifat mutakhir atau terbaru. Dengan cara yang umum, pengguna membangun hubungan dengan sistem informasi untuk dapat meningkat pengetahuannya. Pada pendekatan ini memerlukan hubungan yang berkelanjutan antara sistem dan pengguna. Kemudian *Everyday Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Setiap Hari), yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Pendekatan ini menuntut Informasi informasi yang rutin dikonsumsi oleh pengguna. Kemudian *Exhaustive Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam), yaitu pendekatan terhadap kebutuhan akan informasi yang mendalam sehingga pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi akan informasi yang dibutuhkan dan relevan, spesifik, dan lengkap. Dan yang terakhir adalah *Catching-up Need Approach* (Pendekatan Kebutuhan Informasi Ringkas), yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap yang menjadi gambaran informasi khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan dan hal-hal yang sifatnya relevan.

Peneliti memilih responden mahasiswa ilmu komunikasi universitas tadulako angkatan 2020 yang menggunakan aplikasi tiktok. Kemudian penulis akan melihat apakah ada pengaruh variabel X yaitu terpaan konten tiktok @wifau terhadap variabel Y yaitu pemenuhan informasi skripsi mahasiswa.



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

2.7 Hipotesis

Hipotesis atau dugaan sementara dari penelitian adalah sebagai berikut:

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa

Ha.: Adanya pengaruh yang signifikan antara terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe dan Dasar Penelitian

3.1.1 Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif, menurut Priyono (2016:38) penelitian eksplanatif dilakukan untuk menjelaskan tentang mengapa suatu gejala atau kejadian bisa terjadi. Penelitian eksplanatif menjelaskan tentang pengaruh atau hubungan satu variabel dengan variabel lain (Bungin, 2017). Berdasarkan dari pengertian di atas dapat dikatakan bahwa penelitian kuantitatif eksplanatif merupakan penelitian yang dilakukan untuk meneliti populasi atau sampel dengan hasil berupa angka yang dapat digunakan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antar variabel yang diteliti. Kuantitatif eksplanatif digunakan dalam penelitian ini karena menjelaskan pengaruh antara variabel X yaitu terpaan konten tiktok @wifau terhadap variabel Y yaitu pemenuhan informasi skripsi mahasiswa.

3.1.2 Dasar Penelitian

Dasar penelitian ini menggunakan metode survei, Menurut Arifin (Fraenkel dan Wallen (1993) dalam Arifin, 2011: 64) menyebutkan bahwa penelitian survei adalah penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakannya melalui angket atau wawancara untuk menggambarkan berbagai aspek dari populasi. Maka dalam penelitian ini, peneliti membagikan angket atau kuesioner kepada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2020 untuk mendapatkan

data kuantitatif tentang terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut kemudian ditarik kesimpulannya. Menurut Sugiyono (1991: 21), “variabel adalah suatu atribut atau sifat atau aspek dari orang maupun obyek yang mempunyai variasi tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya”.

- a. Variabel bebas atau independen (X) adalah variabel yang menjadi sebab timbulnya variabel dependen, dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen adalah pengaruh terpaan konten tiktok @wifau.
- b. Variabel terikat dependen (Y) adalah variabel dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas, dalam penelitian ini yang menjadi variabel dependen adalah pemenuhan informasi skripsi mahasiswa.

Berikut ini bagan kerangka variabel penelitiannya:

Tabel 3.1 Variabel Penelitian

Variabel independen (X) Terpaan konten tiktok @wifau	Variabel dependen (Y) Pemenuhan informasi skripsi mahasiswa
1. Frekuensi 2. Atensi (Tingkat Perhatian) 3. Durasi waktu yang digunakan	1. <i>Current Need Approach</i> 2. <i>Everyday Need Approach</i> 3. <i>Exhaustive Need Approach</i> 4. <i>Catching-up Need Approach</i>

3.3 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang menunjukkan indikator-indikator yang sesuai dengan gejala-gejala sehingga memudahkan pengukuran definisi operasional juga adalah variabel penting yang ada dalam setiap penelitian agar tidak terjadi kesalahpahaman, penafsiran terhadap istilah-istilah yang ada dalam sebuah penelitian. Adapun definisi operasional yang terdapat dalam penelitian ini adalah:

1. Variabel independen (X) yaitu terpaaan konten tiktok @wifau: Adapun sub variabel atau dimensi yang digunakan yaitu sebagai berikut:
 - a) Frekuensi merupakan tingkat banyaknya pemutaran ulang konten-konten di media. pada pengukuran ini dilihat seberapa sering mahasiswa membaca, menonton dan mendengarkan konten tersebut
 - b) Tingkat perhatian atau atensi adalah suatu proses menyimak pesan di media, seperti melihat, menonton, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain dimana mahasiswa dalam proses menyimak dapat menentukan ketertarikan dan fokus khalayak ketika menyimak isi pesan media.
 - c) Durasi waktu yang digunakan adalah lamanya waktu yang dibutuhkan atau dihabiskan untuk menikmati konten tiktok @wifau
2. Variabel dependen (Y) yaitu pemenuhan informasi skripsi mahasiswa. Adapun sub variabel atau dimensi yang digunakan sebagai berikut:

Dalam kaitannya teori diatas dengan penelitian ini adalah merujuk kepada reaksi atau sikap dan perilaku mahasiswa setelah menerima informasi yang

dibutuhkan. Mengidentifikasi kebutuhan informasi dan sumber informasi yang dibutuhkan merupakan langkah yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi. Indikator yang menjadi tolak ukur dalam pemenuhan kebutuhan informasi dalam penelitian ini sesuai teori kebutuhan informasi yaitu sebagai berikut :

1. *Current Need Approach* (terbaru), yaitu mahasiswa mendapatkan informasi atau berita yang terbaru atau *ter-update* dari akun tiktok @wifau melalui konten-kontennya mengenai skripsi.
2. *Everyday Need Approach* (rutin), yaitu mahasiswa mendapatkan informasi atau berita yang cepat dan jelas serta rutin dari akun tiktok @wifau.
3. *Exhaustive Need Approach* (mendalam), yaitu mahasiswa mendapatkan informasi atau berita yang mendalam. Informasi yang spesifik, detail dan lengkap, serta relevan dengan informasi mengenai skripsi dan menyebabkan ketergantungan mahasiswa akan informasi.
4. *Catching-Up Need Approach* (sekilas), yaitu mahasiswa mendapatkan informasi sekilas dengan ringkas namun tetap jelas.

Berikut table matrix definisi operasional variabel dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 3.2 Matriks Definisi Operasional Variabel

Variabel	Sub-variabel	Indikator Pertanyaan	Skala Pengukuran
Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @wifau (X)	Frekuensi	1. Berapa banyak konten tiktok @wifau yang anda tonton untuk dijadikan referensi skripsi dalam seminggu? 2. Berapa jumlah video konten tiktok @wifau yang anda tonton setiap hari? 3. Berapa banyak jumlah video tiktok @wifau yang anda tonton dalam satu bulan dalam mencari informasi mengenai skripsi?	Skala Likert
	Tingkat Perhatian	1.Saya menonton dan menikmati konten tiktok @wifau dalam 1 tayangan video selama 5 menit pada saat @wifau menjelaskan informasi mengenai skripsi menyimak 2.Saya menyimak informasi dari konten tiktok	Skala Likert

		@wifau dan menerapkannya dalam proses penulisan skripsi saya 3. Bahasa yang digunakan dalam setiap konten tiktok @wifau sangat mudah dimengerti sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan jelas.	
	Durasi waktu yang digunakan	1. Berapa lama waktu yang anda habiskan dalam menonton konten tiktok @wifau dalam sehari? 2. Dalam seminggu terakhir berapa lama waktu yang saya habiskan dalam menonton konten tiktok @wifau?	Skala Likert
Pemenuhan sumber informasi mahasiswa dalam penyusunan skripsi (Y)	<i>Current need approach</i> (Kebutuhan informasi mutakhir) yaitu kebutuhan mahasiswa akan informasi yang terbaru	1. Saya mendapatkan informasi atau berita ter- <i>update</i> tentang penyusunan skripsi dari konten tiktok @wifau.	Skala Likert

		<p>2. Saya melihat setiap konten terbaru dari akun tiktok @wifau selalu mengemas kontennya berbeda dari yang lain dengan menampilkan background visual yang menarik seperti (tips dalam bentuk teks, infografis, dan animasi)</p> <p>3. konten tiktok @wifau selalu mengemas informasi terbaru dengan baik dan dapat dengan mudah di pahami penonton.</p>	
	<p><i>2. Everyday Need Approach</i> (Kebutuhan informasi rutin) yaitu kebutuhan seseorang akan informasi cepat, jelas dan rutin.</p>	<p>1. Setiap hari saya mendapatkan informasi mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau dengan cepat.</p> <p>2. saya melihat akun tiktok @wifau rutin mengupload video tentang tips and trick mengenai skripsi dan sangat membantu</p>	Skala Likert

		<p>mahasiswa</p> <p>3. konten tiktok @wifau yang di upload secara rutin dapat membantu saya meningkatkan pengetahuan atau pemahaman tentang topik mengenai skripsi</p>	
	<p>3. <i>Executive Need Approach</i> (Kebutuhan informasi mendalam) yaitu kebutuhan seseorang akan informasi spesifik, lengkap dan relevan.</p>	<p>1.Saya mendapatkan informasi yang detail lengkap dan relevan mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau..</p> <p>2. Konten-konten yang diberikan oleh akun tiktok @wifau adalah informasi yang benar, akurat dan dapat dipercaya.</p> <p>3. konten tiktok @wifau dapat membantu saya dalam memahami topik yang kompleks mengenai skripsi dengan sangat baik</p>	Skala Likert
	<p>4. <i>Catching-up Need Approach</i> (Kebutuhan informasi sekilas) yaitu</p>	<p>1. Akun tiktok @wifau selalu memberikan informasi atau pesan pada</p>	Skala Likert

	kebutuhan seseorang akan informasi sekilas	postingan yang berupa konten yang bersifat informatif walaupun singkat 2. saya melihat akun tiktok @wifau memuat informasi seputaran skripsi yang disajikan dengan singkat padat dan jelas. 3. konten tiktok ringkas dari @wifau dapat membantu saya tetap update dengan informasi terbaru mengenai skripsi	
--	--------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

3.4 Lokasi dan Obyek Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan di program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako. Fokus penelitian ini yaitu Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2020 yang berjumlah 94 orang, yang mengetahui tentang akun Tiktok @wifau. Obyek penelitian ini yaitu dengan judul “Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @wifau Terhadap Pemenuhan Informasi Skripsi Mahasiswa”.

3.5 Penentuan Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi merupakan tempat penyamarataan yang berdiri atas objek atau subjek yang memiliki kuantitas dan karakter tertentu untuk diaplikasikan penulis untuk dipelajari dan kemudian menarik kesimpulan (Sugiono, 2013:57). Penelitian ini memfokuskan populasi pada mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Tadulako angkatan 2020 yang berjumlah 94 orang.

3.5.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2022:131) sampel adalah bagian besar dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi yang akan diambil oleh peneliti adalah populasi dalam jumlah besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti bisa menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut, tetapi sampel yang diambil dari populasi harus bisa mewakili populasi.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan setiap elemen (anggota) dalam suatu populasi memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Jenis teknik *probability sampling* yang peneliti gunakan adalah *simple random sampling*. *Simple random sampling* adalah pemilihan anggota sampel secara acak dari suatu populasi tanpa memperhatikan strata dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2018:81).

Berdasarkan data populasi yang ada, perhitungan jumlah sampel yang digunakan oleh peneliti yaitu menggunakan Rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan beberapa minimal sampel yang dibutuhkan jika ukuran populasi diketahui (Ardial, 2015: 352). Rumus Slovin sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

keterangan:

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

e = Kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir. Dalam penelitian ini akan menggunakan persentase kelonggaran yaitu 10% atau 0,1.

Berdasarkan rumus di atas maka sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{94}{1 + 94 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{94}{1 + 94 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{94}{1 + 0,94}$$

$$n = \frac{94}{1,94} = 48,45 \text{ Dibulatkan menjadi 48 Responden}$$

Berdasarkan hasil dari perhitungan di atas, maka jumlah sampel pada penelitian ini yaitu sebanyak 48 responden.

3.6 Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data

3.6.1 Jenis Data

Jenis data yang akan digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu sebagai berikut.

1. Data Primer

Data primer adalah data yang dihimpun secara langsung dari sumber dan diolah sendiri oleh pihak peneliti untuk dimanfaatkan (Ruslan, 2004: 138).

Data primer yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuisioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder yang di peroleh dari penelitian ini yaitu dalam bentuk dokumen baik secara tertulis maupun melalui foto, konten video di akun tiktok @wifau, buku-buku tentang penelitian, jurnal ilmiah, artikel, internet, dan lain sebagainya (Kriyantono, 2008: 94).

3.6.2 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuisioner, yaitu alat pengumpulan data yang paling utama. Maka dibutuhkan menyusun daftar pertanyaan yang benar-benar jelas dan penting untuk diberikan kepada responden (Ruslan, 2010:24). Pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan peneliti dengan menyebarkan kuisioner secara personal agar peneliti dapat mengetahui kuisioner tersebut telah sampai di tangan responden penelitian.

3.7 Skala Pengukuran Penelitian

Skala pengumpulan data yang peneliti gunakan dalam kuisioner dalam penelitian ini adalah skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono, 2019:146). Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian dijadikan sebagai titik ukur items berupa pernyataan (Sugiyono, 2019:152). Peneliti mengaplikasikan Skala Likert dengan cara menghubungkan setiap pertanyaan dengan jawaban yang berupa pernyataan sikap, seperti Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), dan Sangat Tidak Setuju (STS). Skala Likert dapat digunakan dengan menghilangkan pilihan jawaban ragu-ragu (undecided). Peneliti memilih empat opsi jawaban yakni sangat setuju, setuju, tidak setuju, dan sangat tidak setuju, Menurut Kriyantono (2002:139) alasannya karena kategori ragu-ragu memiliki makna ganda, yaitu bisa diartikan belum bisa memberikan jawaban, netral, dan ragu-ragu. Hal ini peneliti lakukan untuk memahami kecenderungan responden untuk memilih jawaban setuju atau tidak setuju terhadap pertanyaan/pernyataan yang telah ditetapkan oleh peneliti.

Table 3.3 Skor Jawaban Berdasarkan Skala Likert

No	Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

3.8 Uji Keabsahan Data

3.8.1 Uji Validitas

Validitas ini artinya alat ukur yang digunakan dalam pengukuran, dapat digunakan mengukur apa yang hendak diukur. Validitas dimaksudkan untuk menyatakan sejauh mana instrumen (misalnya kuesioner) akan mengukur apa yang ingin diukur. Artinya alat ukur yang digunakan benar-benar dapat mengukur sifat, objek yang diteliti atau mengukur sifat lain (Kriyantono, 2022, hlm. 278). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan bantuan komputer atau laptop dengan program SPSS (*Statistical package for social science*) Statistics versi 25. Dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi pearson dengan cara melihat perbandingan nilai signifikan sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka *item* dinyatakan valid
- b. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka *item* dinyatakan tidak valid

3.8.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran disebut *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama. Suatu pengukuran yang sama sekali tidak dapat diandalkan berarti tidak mampu mengukur apa pun. Jika suatu pengukuran dilakukan beberapa kali terhadap sejumlah individu dan setiap individu dan setiap individu memberikan jawaban yang berbeda-beda pada setiap kali pengukuran (Morissan, 2015, hlm. 99). Pengujian reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi pengukuran variabel. Pengukuran yang reliabel akan menunjukkan instrumen yang sudah dipercaya dan dapat menghasilkan data

yang dapat dipercaya. Peneliti akan menguji keandalan dengan menghitung dari masing-masing instrumen dalam suatu variabel. Instrumen yang digunakan dalam variabel tersebut dikatakan andal (reliabel) dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6 maka instrumen penelitian atau pertanyaan/ Pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel.
- b. Nilai *Cronbach's Alpha* < 0,6 maka instrumen penelitian atau pertanyaan/ Pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak reliabel.

3.9 Teknik Analisis Data

Berdasarkan skor yang telah didapat pada setiap kuesioner akan dihitung dengan penjabaran sebagai berikut, dengan jumlah skor dari 48 responden yaitu :

1. $48 \times 4 = 192$ (Sangat Setuju – SS)
2. $48 \times 3 = 144$ (Setuju – S)
3. $48 \times 2 = 96$ (Tidak Setuju- TS)
4. $48 \times 1 = 48$ (Sangat Tidak Setuju – STS)

Penentuan persentase tanggapan responden atas setiap indikator dalam penelitian ini digunakan kriteria interpretasi skor tertinggi 4 sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 \text{Skor Interval} &= \frac{\text{Nilai tertinggi} - \text{Nilai terendah}}{\text{Skor Tertinggi}} \\
 &= \frac{192 - 48}{4} \\
 &= \frac{144}{4} \\
 &= 36
 \end{aligned}$$

Selanjutnya untuk memudahkan interpretasi terhadap nilai skor yang diperoleh dari tanggapan responden atas masing-masing indikator, ditentukan masing-masing tanggapan responden berdasarkan interval sebagai berikut :

1. 157 - 192 (adalah sangat setuju)
2. 121 – 156 (adalah setuju)
3. 85 – 120 (adalah tidak setuju)
4. 49 – 84 (adalah sangat tidak setuju)

Adapun rumus yang digunakan dalam menentukan persentase atas tanggapan responden yang kemudian akan dijadikan penentuan posisi kriteria interpretasi nilai suatu pernyataan atau pertanyaan adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 \text{Nilai persentase skor} &= \frac{\text{Skor yang dipilih}}{\text{Skor ideal tertinggi}} \times 100\% \\
 &= \frac{36}{192} \times 100\% \\
 &= 18,7 \%
 \end{aligned}$$

Berdasarkan faktor yang telah ditetapkan dapat dihitung sebagai berikut, jumlah skor rata-rata dengan mengukur besaran dari 48 responden adalah :

1. 81,3% - 100% (adalah sangat setuju)
2. 62,2% - 81,2% (adalah setuju)
3. 43,5% - 62,1% (adalah tidak setuju)
4. 24,8% - 43,4% (adalah sangat tidak setuju)

Berdasarkan yang ditetapkan di atas, maka persentase skor tertinggi adalah 100% sedangkan persentase skor terendah adalah 24,8% dengan jarak persentase 0,187 atau 18,7%.

3.10 Asumsi Klasik

3.10.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah pengujian tentang kenormalan distribusi data. Uji ini merupakan pengujian yang paling banyak dilakukan untuk analisis statistik parametrik. Uji normalitas dilakukan sebagai syarat untuk analisis regresi, berguna untuk melihat apakah data yang telah dikumpulkan mempunyai distribusi normal atau tidak. Analisis regresi yang baik adalah model regresi yang berdistribusi normal. (Latan dan Temalagi 2013: 56)

Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode grafik dengan melihat penyebaran data sumber diagonal pada grafik normal p-p Plot. Adapun pengambilan keputusan uji normalitas sebagai berikut:

- a. Jika titik diagonal mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan data berdistribusi normal.
- b. Jika titik menjauh dan tersebar tidak mengikuti garis diagonal maka dapat dikatakan data tidak berdistribusi normal.

3.10.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah di dalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolinearitas antar variabel bebas. Uji multikolinearitas dalam penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pada suatu model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independent. (Ghozali (2016). Uji multikolinearitas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinearitas. Gejala multikolinearitas adalah gejala korelasi antar variabel independen. Gejala ini ditunjukkan dengan

korelasi yang signifikan antar variabel independen. Jika terjadi gejala multikolinearitas, salah satu langkah untuk memperbaiki model adalah dengan menghilangkan variabel dari model regresi (Nugraha, 2022). Adapun metode untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini melalui nilai *tolerance value* dan *value inflation factor* (VIF). Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:

- a. Jika *tolerance value* $< 0,10$ dan *value inflation factor* (VIF) $> 10,0$ maka dapat dikatakan bahwa terjadi multikolinearitas antara variabel bebas penelitian
- b. Jika *tolerance value* $> 0,10$ dan *value inflation factor* (VIF) $< 10,0$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas penelitian

Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas atau tidak terjadi multikolinearitas (Yasmine, 2020).

3.10.3 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Machali (2021:127-128) uji heteroskedastisitas adalah uji yang menilai apakah ada ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi linear. Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda akan disebut heteroskedastisitas. Dalam penelitian ini uji heteroskedastisitas dapat dilihat dengan gambar *scatterplot* dengan pengambilan sebagai berikut:

- a. Jika titik pada grafik scatterplot menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas maka dapat disimpulkan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.
- b. Jika terdapat pola tertentu pada grafik scatterplot seperti titik membentuk pola yang teratur maka dapat disimpulkan telah terjadi gejala heteroskedastisitas.

3.11 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan yang dilakukan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain telah dikumpulkan. Analisis diartikan sebagai proses atau upaya pengolahan data menjadi sebuah informasi baru agar karakteristik data menjadi mudah untuk dipahami dan digunakan untuk menjawab rumusan dan hipotesis penelitian yang kemudian menjadi dasar untuk membuat kesimpulan (Nurdin: 2019:2003). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif yang diperoleh dari pengisian kuisioner. Kegiatan analisis data kuantitatif meliputi mulai dari pengolahan data dan penyajian data, melakukan perhitungan untuk mendeskripsikan data dan melakukan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji statistik. Uji yang digunakan oleh peneliti diolah dengan uji analisis regresi linear sederhana yaitu uji T.

3.11.1 Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis Regresi Linear Sederhana dalam penelitian ini, bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain, persamaan regresi sederhana dirumuskan sebagai berikut (Sujarweni 2024) :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Nilai prediksi variabel dependen

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel independen

3.11.2 Uji T

Ghozali (2016:171) menyatakan bahwa uji t adalah pengujian signifikansi pengaruh variabel X terhadap Y. Pengujian ini dilakukan dengan syarat sebagai berikut :

- a. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan signifikansi $< 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan
- b. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan signifikansi $> 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Lokasi Penelitian

4.1.1 Sejarah Program Studi Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tadulako Palu, secara resmi terbentuk pada 20 November Tahun 2003 dengan surat keputusan No. 3820/D/T/2003 yang diberikan oleh Departemen Pendidikan Nasional Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi, perihal izin penyelenggara Program Studi Ilmu Komunikasi (S1) pada Universitas Tadulako.

Program Studi Ilmu Komunikasi yang belum lama hadir di Fisip Untad ini saat pertama kali berdiri dan sampai sekarang masih berada dalam lingkup Jurusan Sosiologi. Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Untad pertama berdiri hanya memiliki dua staf pengajar, yaitu Dra. Hj. Astuti, M.Si selaku ketua program studi ilmu komunikasi dan Dra. Hj. Sumarni Zainuddin, M.Si selaku sekretaris program studi ilmu komunikasi.

Ketika Program Studi ini mulai melakukan penerimaan mahasiswa baru melalui jalur Seleksi Penerimaan Mahasiswa Baru (SPMB) lokal, tercatat bahwa jumlah mahasiswa yang diterima pada saat itu terdiri dari 121 orang yang kemudian dibagi dalam 3 (tiga) kelas. Memasuki tahun kedua, Program Studi Ilmu Komunikasi menjelma menjadi salah satu Program Studi yang memiliki mahasiswa yang terbanyak di FISIP, yakni 220 orang. Apalagi banyak dari mahasiswa yang berasal dari Fakultas lain di lingkungan Untad yang bermigrasi ke Program Studi Ilmu Komunikasi.

Program Studi Ilmu Komunikasi pada tahun-tahun berikutnya hingga sekarang mampu bertahan dan memberikan peluang bagi siswa maupun siswa yang lulusan SLTA, SMK, Madrasah Aliyah ataupun sederajat yang ingin melanjutkan kuliah ke jenjang lebih tinggi yaitu Strata 1 (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Tadulako. Program Studi Ilmu Komunikasi memberikan pilihan konsentrasi yaitu Public Relations, Jurnalistik, dan Broadcasting yang dapat dipilih pada semester lima (5). Selain itu, metode perkuliahan yang diterapkan tidak hanya di dalam ruangan, tetapi memanfaatkan tempat di sekitaran program studi Ilmu Komunikasi sebagai tempat belajar diluar ruangan. Sebagai Program Studi termuda tentunya sangat diharapkan Program Studi Ilmu Komunikasi dapat menghasilkan sarjana-sarjana muda yang kreatif dan inovatif, serta mampu bersaing dengan lulusan dari Universitas maupun Perguruan Tinggi lainnya.

Adapun Koordinator Program Studi Ilmu Komunikasi saat ini yaitu Israwaty Suriady, S.Sos.,M.Si.

4.1.2 Visi Misi dan Tujuan Program Studi Ilmu Komunikasi

Visi dari program studi Ilmu Komunikasi yaitu menjadi institusi pendidikan sarjana Ilmu Komunikasi yang profesional, kritis, dinamis dan berdaya saing internasional yang berwawasan lingkungan.

Misi Program Studi Ilmu Komunikasi diarahkan untuk mewujudkan visi tersebut di atas, dengan rumusan sebagai berikut :

1. Menyelenggarakan pendidikan dalam bidang Journalism, Public Relation, dan Broadcasting yang berkualitas, berdayasaing dan aplikatif di level internasional yang berwawasan akademis.
2. Menghasilkan riset yang bereputasi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi di level internasional.
3. Melaksanakan pengabdian pada masyarakat yang berwawasan multikulturalisme sebagai hasil kolaborasi pendidikan dan riset.
4. Membangun relasi dan kerjasama antar dosen, mahasiswa dan *stakeholder* demi mewujudkan pengembangan ilmu komunikasi yang berwawasan akademi di level internasional.
5. Menciptakan ilmuan komunikasi berjiwa *entrepreneurship* yang berwawasan teknokrat dalam mewujudkan *cyber communication*.

Tujuan dari program studi Ilmu Komunikasi sebagai berikut:

1. Menghasilkan tenaga Ilmu Komunikasi yang profesional dan berdaya
2. Menghasilkan sarjana Ilmu Komunikasi yang memiliki kompetensi di Bidang Jurnalistik dan *public relations, dan broadcasting*.
3. Menghasilkan karya berkualitas sebagai produk aplikatif ilmu komunikasi, khususnya di bidang Jurnalistik, *public relations* dan *broadcasting*.
4. Menghasilkan serangkaian kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang berbasis pada sensitivitas sosial dan literasi media.

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Identitas Responden

Identitas responden dalam penelitian ini adalah 94 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 Universitas Tadulako. Adapun identitas responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 4.1 Distribusi responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase %
Laki-laki	19	39,6%
Perempuan	29	60,4%
Total	48	100%

Berdasarkan table 4.1 menunjukkan bahwa responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 19 orang atau 39,6% dan jenis kelamin perempuan sebanyak 29 orang atau 60,4%. Maka responden didominasi perempuan

Adapun distribusi responden berdasarkan usia mahasiswa dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 4.2 Distribusi responden berdasarkan usia

Usia	Jumlah	Persentase
<18 tahun	-	-
18-25 tahun	48	100%
Total	48	100%

Berdasarkan table 4.2 menunjukkan bahwa responden semua berusia di atas 18 tahun.

Tabel 4.3 Distribusi responden berdasarkan pernah menonton konten tiktok @wifau

Jawaban	Jumlah	Persentase
Iya	48	100%
Tidak	-	-
Total	48	100%

Berdasarkan table 4.3 menunjukkan bahwa responden semua pernah menonton tayangan konten tiktok @wifau.

Tabel 4.4 Distribusi responden berdasarkan followers akun tiktok @wifau atau tidak

Jawaban	Jumlah	Persentase
Iya	48	100%
Tidak	-	-
Total	48	100%

Berdasarkan table 4.4 menunjukkan bahwa semua responden mengikuti akun tiktok @wifau.

4.2.2 Variabel Terpaan Konten Tiktok @wifau (X)

A. Indikator Frekuensi

Berdasarkan hasil pengumpulan data yang diperoleh melalui kuisisioner yang disebarkan pada 48 responden terdapat 3 pertanyaan/ Pernyataan, maka diperoleh data skor jawaban sebagai berikut:

Tabel 4.5 Distribusi jawaban responden pada indikator frekuensi

No	Instrumen pertanyaan/pernyataan	Jawaban	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase (%)
1	Berapa banyak jumlah konten tiktok @wifau yang anda tonton untuk dijadikan referensi skripsi dalam seminggu?	SS (29-35 video)	4	8	32	20,8%
		S (15-28 video)	3	19	57	22,9%
		TS (8-14 video)	2	11	22	36,6%
		STS (7 video)	1	10	10	16,7%
Total				48	121	100%
Persentase skor = (121/192) X 100% = 63,02%						
Persentase skor terendah = (10/192) X 100% = 5,20%						
2	Berapa jumlah video konten tiktok @wifau yang anda tonton setiap hari?	SS (5 video)	4	9	36	18,6%
		S (3-4 video)	3	24	72	50,0%
		TS (2 video)	2	8	16	16,7%
		STS (1 video)	1	7	7	14,6%
Total				48	131	100%
Persentase Skor = (131/192) X 100% = 68,22%						
Persentase skor terendah = (7/192) X 100% = 3,64%						
3	Berapa banyak jumlah video tiktok @wifau yang anda tonton dalam satu bulan terakhir dalam	SS (121-150 video)	4	11	44	22,9%

	mencari informasi mengenai skripsi?	S (61-120 video)	3	26	78	54,2%
		TS (31-60 video)	2	5	10	10,4%
		STS (30 video)	1	6	6	12,5%
Total				48	138	100%
Persentase skor = $(138/192) \times 100\% = 71,87\%$						
Persentase skor terendah = $(5/192) \times 100\% = 2,60\%$						

Dari table 4.5 hasil distribusi jawaban responden pada indikator frekuensi pada pertanyaan/pernyataan nomor 1. Jumlah responden yang menjawab dengan sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 8 responden (16,7%) , setuju atau bobot 3 sebanyak 19 responden (39,6%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 11 responden (22,9%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 10 responden (20,8%). Hal ini menunjukkan responden setuju bahwa dalam seminggu mereka menonton video tiktok @wifau untuk dijadikan referensi skripsi sebanyak 15-28 video dalam seminggu. Dan persentase skor terendah yaitu 10 atau (20,8%), ada 10 responden dalam seminggu hanya menonton sebanyak 7 video

Hasil distribusi jawaban di atas pada indikator frekuensi dengan pertanyaan/pernyataan nomor 2. Jumlah responden yang menjawab dengan sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 9 responden (18,8%). Setuju atau bobot 3 sebanyak 24 responden (50,0%). Tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 8 responden (16,7%). Dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 7 responden (14,6%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka sering mengunjungi profil

akun tiktok @wifau untuk menonton dan memutar ulang konten informasi mengenai skripsi setiap hari sebanyak 3-4 video. Dan persentase skor terendah yaitu 7 atau (14,6%), ada 7 responden yang dalam sehari hanya menonton 1 video tiktok @wifau.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator frekuensi dengan pertanyaan/pernyataan nomor 3. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 11 responden (22,9%), setuju atau bobot 3 sebanyak 26 responden (54,2%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 5 responden (10,4%), sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 6 responden (12,5%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju menonton banyak tayangan video dalam sebulan terakhir untuk mencari informasi mengenai skripsi sebanyak 61-120 video. Dan persentase skor terendah yaitu 5 atau (10,4%), ada 5 responden yang dalam sebulan terakhir hanya menonton tayangan video sebanyak 30 video.

B. Indikator Tingkat Perhatian

Tabel 4.6 Distribusi jawaban responden pada indikator tingkat perhatian

No	Instrumen pertanyaan/pernyataan	Jawa ban	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase %
4	Saya menonton dan menikmati konten tiktok @wifau dalam 1 tayangan video selama 5 menit pada saat @wifau menjelaskan informasi mengenai skripsi	SS	4	16	64	33,3%
		S	3	27	81	56,3%
		TS	2	2	4	4,2%
		STS	1	3	3	6,3%
Total				48	152	100%
Persentase skor = $(152/192) \times 100\% = 79,16\%$						
Persentase skor terendah = $(2/192) \times 100\% = 1,04\%$						

5	Saya menyimak informasi dari konten tiktok @wifau dan menerapkannya dalam proses penulisan skripsi saya	SS	4	13	52	27,1%
		S	3	30	90	62,5%
		TS	2	4	8	8,3%
		STS	1	1	1	2,1%
Total				48	151	100%
Persentase skor = $(151/192) \times 100\% = 78,64$						
Persentase skor terendah = $(1/192) \times 100\% = 0,52\%$						
6	Bahasa yang digunakan setiap konten tiktok @wifau sangat mudah dimengerti sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas	SS	4	18	72	37,5%
		S	3	24	72	50,0%
		TS	2	5	10	10,4%
		STS	1	1	1	2,1%
Total				48	155	100%
Persentase skor = $(155/192) \times 100\% = 80,72\%$						
Persentase skor terendah = $(1/192) \times 100\% = 0,52\%$						

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator tingkat perhatian dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 4. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 16 responden (33,3%), setuju atau bobot 3 sebanyak 27 responden (56,3%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 2 responden (4,2%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 3 responden (6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka sangat menikmati konten tiktok @wifau dalam menjelaskan informasi mengenai skripsi dengan durasi tayangan video 3-4 menit. Dan persentase skor terendah yaitu 2 atau (4,2%), ada 2 responden yang menjawab tidak setuju karena tidak menikmati konten tiktok

@wifau dalam menjelaskan informasi mengenai skripsi karena mereka hanya melihat tayangan tersebut tetapi tidak menontonnya.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator tingkat perhatian dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 5. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 13 responden (27,1%), setuju atau bobot 3 sebanyak 30 responden (62,5%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 4 responden (8,3%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 1 responden (2,1%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka menyimak setiap informasi dari konten tiktok @wifau dan menerapkannya dalam proses penulisan skripsi. Dan persentase skor terendah sebanyak 1 responden (2,1%) yang menjawab sangat tidak setuju karena tidak menyimak informasi yang disampaikan oleh akun tiktok @wifau.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator tingkat perhatian dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 6. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 18 responden (37,5%), setuju atau bobot 3 sebanyak 24 responden (50,0%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 5 responden (10,4%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 1 responden (2,1%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa Bahasa yang digunakan dalam setiap konten tiktok @wifau sangat mudah dimengerti sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas. Dan persentase skor terendah sebanyak 1 responden (2,1%) yang menjawab sangat tidak setuju bahwa Bahasa yang digunakan dalam setiap konten tiktok @wifau sangat mudah dimengerti sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas.

C. Indikator Durasi Waktu Yang Digunakan

Tabel 4.7 Distribusi jawaban responden pada indikator durasi waktu yang digunakan

No	Instrumen Pertanyaan/Pernyataan	Jawaban	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase
7	Berapa lama waktu yang anda habiskan dalam menonton konten tiktok @wifau dalam sehari?	SS (11-15 menit)	4	11	44	22,9%
		S (6-10 menit)	3	23	69	47,9%
		TS (3-5 menit)	2	9	18	18,8%
		STS (2 menit)	1	5	5	10,4%
Total				48	136	100%
Persentase skor = $(136/192) \times 100\% = 70,83\%$						
Persentase skor terendah = $(5/192) \times 100\% = 2,60\%$						
8	Dalam seminggu terakhir berapa lama waktu yang anda habiskan dalam menonton konten tiktok @wifau?	SL (31 menit- 1 jam)	4	8	32	16,7%
		L (21-30 menit)	3	18	54	37,5%
		TL (11-20 menit)	2	13	26	27,1%
		STL (1-10 menit)	1	9	9	18,8%
Total				48	121	100%
Persentase skor = $(121/192) \times 100\% = 63,02\%$						
Persentase skor terendah $(9/192) \times 100\% = 4,68\%$						

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator durasi waktu yang digunakan dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 7. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 11 responden (22,9%), setuju atau bobot 3 sebanyak 23 responden (47,9%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 9 responden (18,8%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 5 responden (10,4%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka menghabiskan waktu untuk menonton konten tiktok @wifau dalam sehari selama 6-10 menit. Dan persentase skor terendah sebanyak 5 responden (10,4%) yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka menghabiskan waktu untuk menonton konten tiktok @wifau dalam sehari selama 2 menit.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator durasi waktu yang digunakan dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 8. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 8 responden (16,7%), setuju atau bobot 3 sebanyak 18 responden (37,5%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 13 responden (27,1%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 9 responden (18,8%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa dalam seminggu terakhir mereka menghabiskan waktu untuk menonton konten tiktok @wifau selama 21-30 menit. Dan persentase skor terendah sebanyak 9 responden (18,8%) yang menjawab sangat tidak setuju bahwa dalam seminggu terakhir mereka menghabiskan waktu untuk menonton konten tiktok @wifau selama 1-10 menit.

4.2.3 Variabel Pemenuhan Sumber Informasi (Y)

A. *Current Need Approach* (Kebutuhan Informasi Terbaru)

Tabel 4.8 Distribusi jawaban responden pada indikator *current need approach* (kebutuhan informasi terbaru)

No	Instrumen pertanyaan/pernyataan	Jawaban	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase %
9	Saya selalu mendapatkan informasi atau berita ter update tentang penyusunan skripsi dari konten tiktok @wifau	SS	4	13	52	27,3%
		S	3	30	90	62,5%
		TS	2	2	4	4,2%
		STS	1	3	3	6,3%
Total				48	149	100%
Persentase skor = (149/192) X 100% = 77,60%						
Persentase skor terendah = (2/192) X 100% = 1,04%						
10	Saya melihat setiap konten terbaru dari akun tiktok @wifau selalu mengemas kontennya berbeda dari yang lain dengan menampilkan background visual yang menarik seperti (tips dalam bentuk teks,infografis dan animasi)	SS	4	15	60	31,3%
		S	3	27	81	56,3%
		TS	2	3	6	6,3%
		STS	1	3	3	6,3%
Total				48	150	100%
Total skor = (150/192) X 100% = 78,12%						
Total skor terendah (3/192) X 100% = 1,56%						
11	Saya melihat konten tiktok @wifau selalu mengemas informasi terbaru dengan baik dan dapat dengan mudah dipahami penonton	SS	4	14	56	29,2%
		S	3	29	87	60,4%
		TS	2	2	4	4,2%
		STS	1	3	3	6,3%

Total	48	150	100%
Persentase skor = $(150/192) \times 100\% = 78,12\%$			
Persentase skor terendah = $(2/192) \times 100\% = 1,04\%$			

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *current need approach* (kebutuhan informasi terbaru) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 9. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 13 responden (27,1%), setuju atau bobot 3 sebanyak 30 responden (62,5%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 2 responden (4,2%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 3 responden (6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju mereka selalu mendapatkan informasi terbaru tentang penyusunan skripsi dari konten tiktok @wifau. Dan persentase skor terendah sebanyak 2 responden (4,2%) yang menjawab tidak setuju bahwa responden setuju mereka selalu mendapatkan informasi terbaru tentang penyusunan skripsi dari konten tiktok @wifau.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *current need approach* (kebutuhan informasi terbaru) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 10. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 15 responden (31,3%), setuju atau bobot 3 sebanyak 27 responden (56,3%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 3 responden (6,3%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 3 responden (6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka melihat setiap konten terbaru dari akun tiktok @wifau yang selalu mengemas kontennya berbeda dari yang lain dengan menampilkan background visual yang menarik (tips dalam bentuk teks, infografis dan animasi). Dan

persentase skor terendah sebanyak 3 responden (6,3%) yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju bahwa mereka melihat setiap konten terbaru dari akun tiktok @wifau yang selalu mengemas kontennya berbeda dari yang lain dengan menampilkan background visual yang menarik (tips dalam bentuk teks, infografis dan animasi).

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *current need approach* (kebutuhan informasi terbaru) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 11. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 14 responden (29,2%), setuju atau bobot 3 sebanyak 29 responden (60,4%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 2 responden (4,2%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 3 responden (6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka melihat konten tiktok @wifau mengemas informasi terbaru dengan baik dan dapat dengan mudah dipahami penonton. Dan skor persentase terendah sebanyak 2 responden (4,2%) yang menjawab tidak setuju bahwa mereka melihat konten tiktok @wifau mengemas informasi terbaru dengan baik dan dapat dengan mudah dipahami penonton.

B. Indikator *Everday Need Approach* (Kebutuhan Informasi Rutin)

Tabel 4.9 Distribusi jawaban responden pada indikator *Everyday Need Approach* (Kebutuhan Informasi Rutin)

No	Instrumen Pertanyaan/ Pernyataan	Jawaban	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase%
12	Setiap hari saya mendapatkan informasi mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau dengan	SS	4	13	52	27,1%
		S	3	24	72	50,0%
		TS	2	7	14	14,6%
		STS	1	4	4	8,3%

	cepat					
Total				48	142	100%
Persentase skor = (142/192) X 100% = 73,95%						
Persentase skor terendah = (4/192) X 100% = 2,08%						
13	Saya melihat akun tiktok @wifau rutin mengupload video tentang tips and trik mengenai skripsi dan sangat membantu mahasiswa dalam proses pengerjaan skripsi	SS	4	16	64	33,3%
		S	3	25	75	52,1%
		TS	2	4	8	8,3%
		STS	1	3	3	6,3%
Total				48	150	100%
Persentase skor = (150/192) X 100% = 78,12%						
Persentase skor terendah = (3/192) X 100% = 1,56%						
14	Konten tiktok @wifau yang di upload secara rutin dapat membantu saya meningkatkan pengetahuan atau pemahaman tentang topik mengenai skripsi	SS	4	13	52	27,1%
		S	3	31	93	64,6%
		TS	2	1	2	2,1%
		STS	1	3	3	6,3%
Total				48	150	100%
Persentase skor = (150/192) X 100% = 78,12%						
Persentase skor terendah = (1/192) X 100% = 0,52%						

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *everyday need approach* (kebutuhan informasi rutin) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 12. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 13 responden (27,1%), setuju atau bobot 3 sebanyak 24 responden (50,0%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 7 responden (14,6%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 4 responden (8,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden

setuju bahwa setiap hari mereka mendapatkan informasi mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau dengan cepat. Dan persentase skor terendah sebanyak 4 responden (8,3%) yang menjawab sangat tidak setuju bahwa setiap hari mereka mendapatkan informasi mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau dengan cepat.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *everyday need approach* (kebutuhan informasi rutin) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 13. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 16 responden (33,3%), setuju atau bobot 3 sebanyak 25 responden (52,1%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 4 responden (8,3%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 3 responden (6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka rutin melihat akun tiktok @wifau dalam memposting video tentang tips dan trik mengenai skripsi dan sangat membantu mahasiswa dalam proses pengerjaan skripsi. Dan persentase skor terendah sebanyak 3 responden (6,3%) yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka rutin melihat akun tiktok @wifau dalam memposting video tentang tips dan trik mengenai skripsi dan sangat membantu mahasiswa dalam proses pengerjaan skripsi.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *everyday need approach* (kebutuhan informasi rutin) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 14. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 13 responden (27,1%), setuju atau bobot 3 sebanyak 31 responden (64,6%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 1 responden (2,1%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 3 responden (6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka melihat konten tiktok @wifau yang di upload secara rutin

dapat membantu mereka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang topik mengenai skripsi. Dan skor persentase terendah sebanyak 1 responden (2,1%) yang menjawab tidak setuju bahwa mereka melihat konten tiktok @wifau yang di upload secara rutin dapat membantu mereka meningkatkan pengetahuan dan pemahaman tentang topik mengenai skripsi.

C. Indikator Executive Need Approach (Kebutuhan Informasi Mendalam)

Tabel 4.10 Distribusi jawaban responden pada indikator *executive need approach* (kebutuhan informasi mendalam)

No	Instrumen Pertanyaan/pernyataan	Jawaban	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase%
15	Saya mendapatkan informasi yang detail, lengkap dan relavan mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau	SS	4	14	56	29,2%
		S	3	29	87	60,4%
		TS	2	2	4	4,2%
		STS	1	3	3	6,3%
Total				48	150	100%
Persentase skor = (150/192) X 100% = 78,12%						
Persentase skor terendah = (2/192) X 100% = 1,04%						
16	Konten-konten yang diberikan oleh akun tiktok @wifau adalah informasi yang benar, akurat dan dapat dipercaya	SS	4	14	56	29,2%
		S	3	30	90	62,5%
		TS	2	2	4	4,2%
		STS	1	2	3	4,2%
Total				48	153	100%
Persentase skor = (153/192) X 100% = 79,68%						
Persentase skor terendah = (2/192) X 100% = 1,04%						
18	Konten tiktok @wifau dapat membantu saya dalam memahami topik yang kompleks	SS	4	14	56	29,2%
		S	3	30	90	62,5%
		TS	2	3	6	6,3%
		STS	1	1	1	2,1%

	mengenai skripsi dengan sangat baik					
Total				48	153	100%
Persentase skor = $(153/192) \times 100\% = 79,68\%$						
Persentase skor terendah = $(1/192) \times 100\% = 0,52\%$						

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *executive need approach* (kebutuhan informasi mendalam) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 15. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 14 responden (29,2%), setuju atau bobot 3 sebanyak 29 responden (60,4%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 2 responden (4,2%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 3 responden (6,3%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka mendapatkan informasi yang detail, lengkap dan relevan mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau. Dan persentase skor terendah sebanyak 2 responden (4,2%) yang menjawab tidak setuju bahwa mereka mendapatkan informasi yang detail, lengkap dan relevan mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *executive need approach* (kebutuhan informasi mendalam) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 16. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 14 responden (29,2%), setuju atau bobot 3 sebanyak 30 responden (62,5%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 2 responden (4,2%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 2 responden (4,2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka melihat konten-konten yang diberikan oleh akun tiktok @wifau adalah informasi yang benar, akurat dan dapat dipercaya. Dan persentase

skor terendah sebanyak 2 responden (4,2%) yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju bahwa mereka melihat konten-konten yang diberikan oleh akun tiktok @wifau adalah informasi yang benar, akurat dan dapat dipercaya.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *executive need approach* (kebutuhan informasi mendalam) dengan pertanyaan/ Pernyataan nomor 17. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 14 responden (29,2%), setuju atau bobot 3 sebanyak 30 responden (62,5%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 3 responden (6,3%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 1 responden (2,1%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka melihat konten tiktok @wifau dapat membantu dalam memahami topik yang kompleks mengenai skripsi dengan sangat baik. Dan persentase skor terendah sebanyak 1 responden (2,1%) yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka melihat konten tiktok @wifau dapat membantu dalam memahami topik yang kompleks mengenai skripsi dengan sangat baik.

D. Indikator *Cathing-up Need Approach* (Kebutuhan Informasi Ringkas)

4.11 Distribusi jawaban responden pada indikator *cathing-up need approach* (kebutuhan informasi ringkas)

No	Instrumen Pertanyaan/pernyataan	Jawaban	Bobot	Jumlah	Skor	Persentase%
18	Akun tiktok @wifau selalu memberikan informasi atau pesan pada postingan yang berupa konten yang bersifat informative walaupun singkat	SS	4	17	68	35,4%
		S	3	26	78	54,2%
		TS	2	4	8	8,3%
		STS	1	1	1	2,1%
Total				48	155	100%

Persentase skor = $(155/192) \times 100\% = 80,72\%$						
Persentase skor terendah = $(1/192) \times 100\% = 0,52\%$						
19	Saya pernah melihat story akun tiktok @wifau yang memuat informasi seputaran skripsi yang disajikan dengan singkat, padat dan jelas	SS	4	14	56	29,2%
		S	3	28	84	58,3%
		TS	2	4	8	8,3%
		STS	1	2	2	4,2%
Total				48	150	100%
Persentase skor = $(150/192) \times 100\% = 78,12\%$						
Persentase skor terendah $(2/192) \times 100\% = 1,04\%$						
20	Konten tiktok ringkas dari @ wifau dapat membantu saya tetap update dengan informasi terbaru mengenai skripsi	SS	4	16	64	33,3%
		S	3	28	84	58,3%
		TS	2	3	6	6,3%
		STS	1	2	2	2,1%
Total				48	156	100%
Persentase skor = $(156/192) \times 100\% = 81,25\%$						
Persentase skor terendah = $(2/192) \times 100\% = 1,04\%$						

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indikator *cathing-up need approach* (kebutuhan informasi ringkas) dengan pertanyaan/pernyataan nomor 18. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 17 responden (35,4%), setuju atau bobot 3 sebanyak 26 responden (54,2%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 4 responden (8,3%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 1 responden (2,1%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka melihat akun tiktok @wifau selalu memberikan informasi atau pesan pada postingan yang berupa konten yang bersifat informative walaupun singkat. Dan persentase skor terendah sebanyak 1 responden (2,1) yang

menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka melihat akun tiktok @wifau selalu memberikan informasi atau pesan pada postingan yang berupa konten yang bersifat informative walaupun singkat.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indicator *cathing-up need approach* (kebutuhan informasi ringkas) dengan pertanyaan/pernyataan nomor 19. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 14 responden (29,2%), setuju atau bobot 3 sebanyak 28 responden (58,3%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 4 responden (8,3%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 2 responden (4,2%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka pernah melihat story akun tiktok @wifau yang memuat informasi seputaran skripsi yang disajikan dengan singkat padat dan jelas. Dan persentase skor terendah sebanyak 2 responden (4,2%) yang menjawab sangat tidak setuju bahwa mereka pernah melihat story akun tiktok @wifau yang memuat informasi seputaran skripsi yang disajikan dengan singkat padat dan jelas.

Hasil distribusi jawaban di atas berdasarkan indicator *cathing-up need approach* (kebutuhan informasi ringkas) dengan pertanyaan/pernyataan nomor 20. Jumlah responden dengan menjawab sangat setuju atau bobot 4 sebanyak 16 responden (33,3%), setuju atau bobot 3 sebanyak 28 responden (58,3%), tidak setuju atau bobot 2 sebanyak 3 responden (6,3%), dan sangat tidak setuju atau bobot 1 sebanyak 1 responden (2,1%). Hal ini menunjukkan bahwa responden setuju bahwa mereka melihat konten tiktok @wifau yang ringkas dapat membantu mereka tetap update dengan informasi terbaru mengenai skripsi. Dan persentase skor terendah sebanyak 1 responden (2,2%) yang menjawab sangat tidak setuju

bahwa mereka melihat konten tiktok @wifau yang ringkas dapat membantu mereka tetap update dengan informasi terbaru mengenai skripsi.

4.3 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil uji instrumen pada penelitian ini, peneliti melakukan uji kepada 48 responden dengan menggunakan program SPSS (Statistical package for social science) Statistics versi 25. Uji instrumen yang digunakan adalah uji validitas dan uji reliabilitas, penjabaran hasil uji instrumen sebagai berikut.

4.3.1 Uji Validitas

Tabel 4.12 Hasil uji validitas

Variabel	Instrumen Pertanyaan/ Pernyataan	Nilai signifikan	Standar Signifikan	Keter angan
Terpaan konten tiktok @wifau (X)	Pertanyaan/ pernyataan 1	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 2	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 3	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 4	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 5	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 6	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 7	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 8	0,000	0,05	Valid
Pemenuhan sumber informasi (Y)	Pertanyaan/ pernyataan 9	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 10	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 11	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 12	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 13	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 14	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 15	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/ pernyataan 16	0,000	0,05	Valid

	Pertanyaan/pernyataan 17	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/pernyataan 18	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/pernyataan 19	0,000	0,05	Valid
	Pertanyaan/pernyataan 20	0,000	0,05	Valid

Pada tabel 4.12 di atas uji validitas ini dilakukan dengan menggunakan uji korelasi person dengan perbandingan nilai signifikan jika nilai signifikan $<0,05$ maka instrument pertanyaan/pernyataan dinyatakan valid dan jika nilai signifikan $>0,05$ maka instrument pertanyaan/pernyataan di anggap tidak valid.

4.3.2 Uji Realibilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh dari responden reliabel. uji ini membandingkan nilai Cronbach's Alpha, jika nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$ maka instrumen pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner dinyatakan reliabel dan jika nilai Cronbach's Alpha $< 0,6$ maka instrumen pertanyaan/pernyataan dalam kuesioner dinyatakan tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas terhadap instrumen pertanyaan/pernyataan dapat pada tabel berikut:

Tabel 4.13 Hasil uji realibilitas variabel X

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>
0,952	8

Tabel 4.14 Hasil uji realibilitas variabel Y

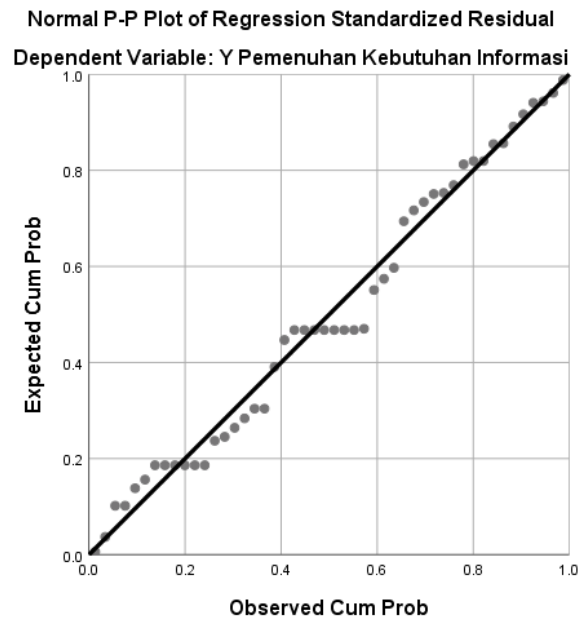
<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of items</i>
0,971	12

Berdasarkan tabel 4.13 dan 4.14 di atas hasil uji reliabilitas yang diperoleh bahwa nilai Cronbach's Alpha pada variabel X yaitu 0,952 maka dapat dinyatakan reliabel karena hasil nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari pada 0,6. Dan nilai Cronbach's Alpha pada variabel Y yaitu 0,971 maka dapat dinyatakan reliabel karena hasil nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari pada 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa semua instrumen pertanyaan/ Pernyataan pada variabel X dan Y dalam penelitian ini dinyatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengukur apakah data kita memiliki distribusi normal sehingga dapat dipakai dalam statistik parametrik, jika data tidak berdistribusi normal dapat dipakai statistik non parametrik. Uji ini dapat dilakukan dengan melihat grafik normal p-p plot regresi. Adapun grafik hasil uji normalitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas pada Grafik P-P Plot Regresi

Berdasarkan gambar 4.1 di atas menunjukkan bahwa hasil uji normalitas pada grafik p-p plot regresi dapat dikatakan terdistribusi normal apabila grafiknya menunjukkan titik diagonal mengikuti garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi korelasi antara variabel-variabel bebasnya (independen). Uji ini dilakukan untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas dalam penelitian ini melihat melalui nilai tolerance value dan value inflation factor (VIF), tolerance value $< 0,10$ dan value inflation factor (VIF) $> 10,0$ maka dapat dikatakan bahwa terjadi multikolinearitas, dan tolerance value $> 0,10$ dan value inflation factor (VIF) $< 10,0$ maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas. Adapun hasil uji multikolinearitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

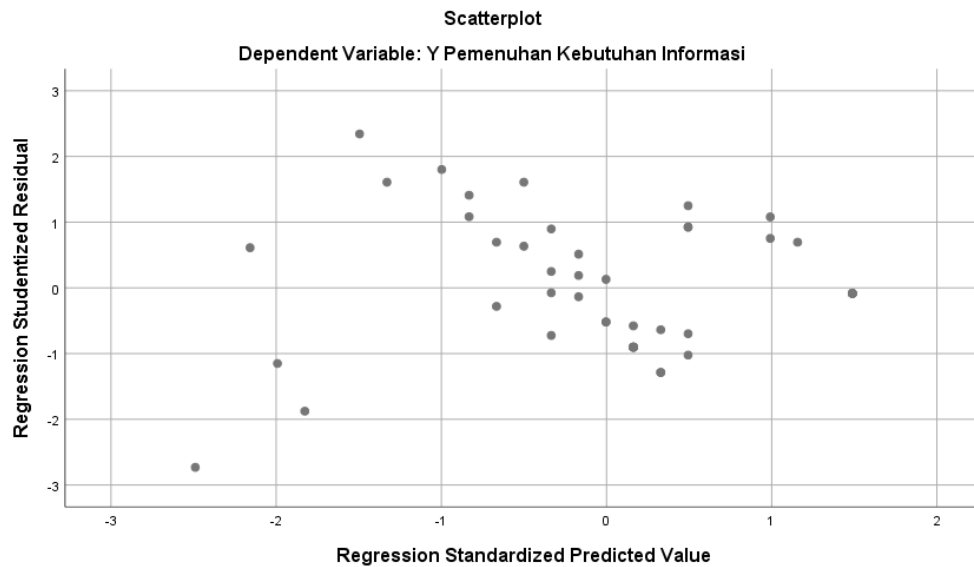
Tabel 4.15 Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance Value	Value Inflation factor (VIF)
Terpaan Konten tiktok @wifau (X)	1,000	1,000

Berdasarkan tabel 4.15 di atas menunjukkan bahwa hasil uji multikolinearitas pada nilai tolerance value lebih besar dari 0,10 dan value inflation factor (VIF) lebih kecil dari 10,0. Nilai tolerance value variabel X 1,000 > 0,10 dan value inflation factor (VIF) variabel X 1,000 < 10,0. Dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas antara variabel bebas pada penelitian ini.

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya terjadi ketidaksamaan varian variabel dari residual pada pengamatan model regresi dan Uji ini diperlukan untuk menguji ada tidaknya gejala heteroskedastisitas, uji ini menggunakan grafik dengan keputusan jika titik pada grafik scatterplot, menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas maka dapat dikatakan tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Adapun hasil uji heteroskedastisitas dalam penelitian ini dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar 4.2 di atas menunjukkan bahwa hasil uji heteroskedastisitas pada grafik scatterplot tidak mengalami heteroskedastisitas karena titik-titik data tidak menunjukkan pola yang jelas. Maka dapat dilihat bahwa titik-titik data dalam penelitian ini tersebar, dan dapat disimpulkan bahwa penelitian ini tidak mengalami heteroskedastisitas.

4.5 Analisis Data

4.5.1 Analisi Regresi Linear Sederhana

Uji analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini, bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel satu dengan variabel lain Adapun hasil uji regresi linier sederhana dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.16 Hasil uji analisis regresi linear sederhana

Model	Unstandardized coefficients	
	B	Std error
(Constant)	10,374	17,94

Terpaan konten tiktok @wifau (X)	1,184	0,75
----------------------------------	-------	------

a. Dependen variabel pemenuhan kebutuhan informasi (Y)

Berdasarkan tabel 4.16 bahwa persamaan yang digunakan dalam uji regresi berganda dalam penelitian ini yaitu:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10,374 + 1,184X$$

Hasil analisis regresi linier sederhana di atas diperoleh bahwa variabel terpaan konten tiktok @wifau (X) berpengaruh terhadap pemenuhan informasi skripsi pada mahasiswa (Y). Nilai konstanta (a) sebesar 10,374, sehingga jika pengaruh terpaan konten tiktok @wifau (X) naik satu satuan maka pemenuhan informasi skripsi pada mahasiswa akan naik 1,184. Nilai R square adalah 0,843 hal ini menunjukkan bahwa kontribusi pengaruh terpaan konten tiktok @wifau (X) sebesar 84,3% dan sisanya 15,7% dipengaruhi oleh variabel lain.

4.5.2 Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh signifikan pada variabel independen terhadap variabel dependen. Uji ini digunakan untuk mengkaji apakah variabel independen memberikan kontribusi terhadap variabel dependen.

Tabel 4.17 Hasil uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.374	1.794		5.784	.000
	X Terpaan Konten	1.184	.075	.918	15.695	.000
a. Dependent Variable: Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi						

a. Merumuskan hipotesis

- H_0 : Terpaan konten tiktok @wifau tidak berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan informasi skripsi pada mahasiswa.
- H_a : Terpaan konten tiktok @wifau berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan informasi skripsi pada mahasiswa.

b. Menentukan t-hitung dan nilai signifikansi

Dari output diperoleh t-hitung sebesar 15,695 dan signifikansi 0,000

c. Menentukan t-tabel

t-tabel dapat dilihat pada tabel statistik pada signifikansi 0,000 dengan derajat kebebasan $df = n-k$ atau $48-2= 46$ hasil diperoleh untuk t-tabel sebesar 1.30023

d. Kriteria pengujian

- Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ dan $\text{signifikansi} < 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan maka H_0 ditolak

- Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ dan $\text{signifikansi} > 0,005$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen secara signifikan maka H_0 diterima

e. Kesimpulan

- Dari hasil data output diketahui bahwa $t \text{ hitung} = 15,695$ sementara $t \text{ tabel} = 1,300$ ($t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$) sementara nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 ($\text{Sig} < 0,05$) H_0 ditolak jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi pada mahasiswa .

4.6 Pembahasan

Berdasarkan dari data hasil penyebaran kuesioner kepada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2020 yang berjumlah 48 mahasiswa yang menggunakan aplikasi tiktok serta melihat dan menikmati konten tiktok @wifau. jumlah pertanyaan/ Pernyataan variabel X sebanyak 8 item yang terdiri dari 3 indikator pertanyaan/ Pernyataan, pertanyaan/ Pernyataan pada indikator frekuensi sebanyak 3. Pada indikator tingkat perhatian sebanyak 3 pertanyaan/ Pernyataan dan 2 pertanyaan/ Pernyataan lainnya dari indikator durasi waktu yang digunakan. Jumlah pertanyaan/ Pernyataan variabel Y sebanyak 12 item yang terdiri dari 4 indikator pertanyaan/ Pernyataan. Pertanyaan/ Pernyataan pada indikator *current need approach* (kebutuhan informasi terbaru) sebanyak 3. Pada indikator *everyday need approach* (kebutuhan informasi rutin) sebanyak 3

pertanyaan/ Pernyataan. Pada indikator *executive need approach* (kebutuhan informasi mendalam) sebanyak 3 pertanyaan/ pernyataan dan pada indikator *cathing-up need approach* (kebutuhan informs ringkas) sebanyak 3 pertanyaan/ pernyataan. Maka peneliti akan menjelaskan keadaan dan kondisi yang sesuai dengan data yang diperoleh.

Terpaan media menurut Rosengreen (1974) adalah suatu perilaku seseorang (audiens) dalam menggunakan media. Maksudnya bahwa seseorang dinyatakan terpa oleh suatu media (khususnya tiktok) karena sering mengakses tiktok dan menonton setiap tayangan konten, jumlah waktu yang digunakan dalam menonton konten dan tingkat perhatian audiense pada saat terpa oleh isi pesan media yang dikonsumsi melekat pada pengguna media tersebut. (Rahkmat, 2004 : 66). Berdasarkan hasil penelitian ini terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa, dari seluruh indikator yang meliputi frekuensi, tingkat perhatian (atensi) dan durasi waktu yang digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan pada variabel terpaan konten tiktok @wifau (X) pada indikator frekuensi, pada bagian berapa banyak video tiktok @wifau yang ditonton dalam satu bulan terakhir dalam mencari informasi mengenai skripsi mendapatkan hasil sebanyak 61-120 video tiktok @wifau yang ditonton oleh mahasiswa dalam mencari informasi mengenai skripsi. Tontonan video yang cukup tinggi mengidentifikasi bahwa konten tiktok @wifau mampu memberikan kontribusi terhadap mahasiswa lewat video-video konten yang memuat informasi mengenai skripsi. hal ini terjadi karena konten-konten tiktok @wifau memberikan informasi dan manfaat kepada penonton dalam menambah wawasan terkait skripsi

untuk dijadikan sebagai referensi dalam proses penyusunan skripsi. Selanjutnya pada indikator tingkat perhatian, pada bagian menyimak informasi dari konten tiktok @wifau dan menerapkannya dalam proses penulisan skripsi mendapatkan hasil yang tinggi bahwa setiap tayangan konten tiktok @wifau menjelaskan informasi mengenai skripsi itu sangat menarik perhatian penonton dan informasi yang @wifau sampaikan sangat bermanfaat untuk diterapkan dalam proses penyusunan skripsi. Selanjutnya pada indikator durasi waktu yang digunakan, pada bagian lama waktu yang dihabiskan dalam menonton konten tiktok @wifau dalam sehari mendapatkan hasil yang tinggi dengan durasi waktu 6-10 menit dalam menonton konten tiktok @wifau, hal ini menandakan durasi penggunaan yang cukup tinggi mengidentifikasi bahwa konten tiktok @wifau mampu memberikan informasi dan kepuasan yang cukup bagi mahasiswa dalam mencari informasi mengenai skripsi.

Teori New Media yang dijelaskan Gane Nicholas dan Beer (2008), memperkuat penjelasan diatas, dimana salah satu konsepnya adalah Informasi yang mengindikasikan bahwa media bertindak sebagai penyedia informasi bagi para konsumennya, entah mereka adalah pembaca, pendengar, atau pemirsa. Berbagai jenis informasi disajikan sesuai dengan kebutuhan dan minat dari audiens media yang bersangkutan. Media bertanggung jawab untuk menyediakan informasi yang relevan dan bermanfaat bagi pembacanya, pendengarnya, atau pemirsanya, yang disesuaikan dengan kepentingan dan kebutuhan masing-masing individu

Pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi dimana pada penelitian ini memiliki 4 indikator diantaranya yaitu *Current Need Approach*, *Everyday Need Approach*, *Exhaustic Need Approach* dan *Catching up Need Approach*. Teori pemenuhan kebutuhan informasi menurut Guha (1974) dalam Puspita et al (2022), teori ini merujuk kepada reaksi atau sikap dan perilaku setelah menerima informasi yang dibutuhkan. Mengidentifikasi kebutuhan informasi dan sumber informasi yang dibutuhkan merupakan langkah yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Berdasarkan hasil penelitian Pada indikator *Current Need Approach*, dapat disimpulkan bahwa akun tiktok @wifau sudah sangat baik dalam memberikan informasi mengenai skripsi dengan menampilkan informasi terbaru kepada mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan informasi yang diinginkan. Selanjutnya pada dimensi *Everyday Need Approach* dapat disimpulkan bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa akun tiktok @wifau sudah sangat baik dalam memberikan informasi seputaran skripsi setiap harinya. Akun tiktok @wifau membagikan informasi mengenai skripsi secara rutin untuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa. Postingan konten yang diunggah akun tiktok @wifau setiap hari secara cepat memberikan informasi kepada mahasiswa sehingga berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai skripsi. Pada dimensi *Exhaustic Need Approach*, dapat disimpulkan bahwa akun tiktok @wifau sudah sangat baik dalam memberikan informasi yang mendalam kepada mahasiswa mengenai informasi seputaran skripsi. sehingga membuat pengguna informasi ketergantungan terhadap konten tiktok @wifau. Selanjutnya pada indikator

Catching-Up Need Approach akun tiktok @wifau sudah sangat baik dalam memberikan informasi secara singkat, padat, dan sesuai kebutuhan mahasiswa. Informasi yang diberikan oleh akun tiktok @wifau juga disajikan secara ringkas namun tetap memberikan caption lengkap pada postingan yang diunggah. sehingga konten dalam akun tiktok @wifau berpengaruh dalam memenuhi kebutuhan informasi mengenai skripsi pada mahasiswa.

Penjelasan di atas diperkuat dengan teori *uses and gratification* yang dijelaskan Dainton, Marianne (2018). dikatakan bahwa audiens tidak melihat pada pilihan medium yang digunakan untuk mengirim sebuah pesan namun Teori *Uses and Gratification* cenderung melihat mengapa audiens tersebut memilih medium yang akan digunakan. Hal tersebut dikarenakan banyaknya pilihan medium untuk seseorang mengirim pesan sehingga muncul preferensi berdasarkan kebutuhan tiap-tiap individu. Oleh karena itu, sudut pandang yang digunakan dalam teori ini lebih melihat kepada alasan mengapa audiens memilih medium tersebut dan pada waktu apa medium tersebut dipilih dan digunakan

Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi pada mahasiswa, dimana diketahui nilai t hitung = 15,695 sementara t tabel = 1,300 (t hitung $>$ t tabel) sementara nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 (Sig $<$ 0,05) H_0 ditolak.

Hal di atas sejalan dengan teori *uses and gratification* yang mengemukakan bahwa seseorang yang menggunakan media karena mereka menginginkan tujuan dan manfaat atau informasi dari suatu media. (Oktaviani et al., 2022)

Penelitian yang dilakukan Nurfauzan dan sutarso (2024) menunjukkan hasil yang sama, dimana terdapat pengaruh Terpaan Media terhadap pemenuhan film. Dalam penelitian ini, followers pada akun Instagram @breakdown.universe secara sadar dan tanpa paksaan memilih akun ini sebagai media untuk mendapatkan pemenuhan kepuasan informasi film. Penelitian lain yang juga sejalan dilakukan oleh Muhammad dan Eko (2023) menunjukkan bahwa terpaan akun Instagram @animolife berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pada followers.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian serta pembahasan yang telah diuraikan, maka hasil penelitian pada variabel x terpaan konten tiktok @wifau dari seluruh indikator yang meliputi frekuensi, tingkat perhatian (atensi) dan durasi waktu yang digunakan berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa dengan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Indikator frekuensi mendapatkan hasil bahwa tontonan video yang cukup tinggi mengidentifikasi bahwa konten tiktok @wifau mampu memberikan kontribusi terhadap mahasiswa lewat video-video konten yang memuat informasi mengenai skripsi. hal ini terjadi karena konten-konten tiktok @wifau memberikan informasi dan manfaat kepada penonton dalam menambah wawasan terkait skripsi untuk dijadikan sebagai referensi dalam proses penyusunan skripsi.
2. Indikator tingkat perhatian mendapatkan hasil bahwa setiap tayangan konten tiktok @wifau menjelaskan informasi mengenai skripsi itu sangat menarik perhatian mahasiswa dan informasi yang @wifau sampaikan sangat bermanfaat untuk diterapkan dalam proses penyusunan skripsi.
3. Durasi waktu yang digunakan mendapatkan hasil bahwa durasi penggunaan yang cukup tinggi mengidentifikasi bahwa konten tiktok @wifau mampu memberikan informasi dan kepuasan yang cukup bagi mahasiswa dalam mencari informasi mengenai skripsi.

Kesimpulan pada penelitian ini terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel terpaan konten tiktok @wifau terhadap pemenuhan informasi skripsi mahasiswa dengan nilai t hitung = 15,695 sementara t tabel = 1,300 (t hitung > t tabel) sementara nilai signifikansi yang didapat sebesar 0,000 (Sig < 0,05) H_0 ditolak.

5.2 Saran

Dari hasil kesimpulan maka dapat dirangkum beberapa saran yang bisa dijadikan pegangan untuk melakukan perbaikan terhadap hal-hal yang di analisis pada penelitian ini. Adapun saran yang dapat diberikan :

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian berikutnya sehingga tidak hanya terpaan konten dari media tiktok saja yang diteliti tetapi bias dari media lain.
2. Diharapkan akun tiktok @wifau dapat mempertahankan dan meningkatkan pemenuhan kebutuhan informasi serta memberikan informasi yang detail, lengkap dan relevan mengenai skripsi sehingga terjadi peningkatan wawasan dan pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa.

DAFTAR PUSTAKA

A. BUKU TEKS

- Basuki, Sulistyono. (2015). *Metode Penelitian*. Jakarta : Wedatama Widya Sastra
- Bungin, Burhan. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta Kencana Prenada Media Group
- Castells, Manuel, 2004, "*Informationalism, Networks, and the Networks Society: A Theoretical Blueprint*. "In *The Network Society: A Cross-Cultural Perspective*, 3. Edward Elgar Publishing Limited.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Midiasarana Indonesia
- Dian Prajarini, S. T., & Eng, M. (2020). *Media Sosial Periklanan-Instagram*. Yogyakarta:CV. Budi Utama.eepublish.
- Dainton, Marianne. (2018). *Applying Communication Theory for Professional Life. 4th Edition*. California: SAGE Publication.
- Gane, Nicholas dan Beer, David. 2008. *New Media: The Key Concepts*. New York: Berg, Oxford Publisher Ltd.
- Gardner, Howard. 1983, "*Multiple Intelligences* (Kecerdasan Majemuk Teori dalam Praktek).
- Guha, 1978. *Documentation and Information*. Calcutta: The World Press Private Limited.
- Janie, Dyah Nirmala Arum. *Statistik Deskriptif & Regresi Linear Berganda dengan SPSS*. Semarang: Semarang University Press. 2012
- Husein Umar. (2013). *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers
- Humaizi (2008) *Uses and Gratification Theory*. USU Press
- Kaplan, A. & Haenlein, M. (2010). *User of the world, unite! the challenge! and opportunities of social media*. Prancis: Business Horizons.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Utilization of Mass Communication by the Individual*. In J. G. Blumler, & E. Katz (Eds.). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, 19–32. <https://doi.org/10.1086/268109>
- Kingsnorth, Simon. (2016). *Digital marketing strategy: An integrated approach to online marketing*. London: Kogan Page Limited
- Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Katz, E., Blumler, J. H. & Gurevitch, M. (1974). *Uses and gratifications research*. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.

- Kerlinger, F. N. (1973). *Founding Of Behavior Research*, Holt. Rinchart and Winston Inc. New York.
- Lister. M. et al. (2009). *New Media: A Critical Introduction 2nd Edition*. New York: Routledge.
- Morissan, (2015). *Teori Pengantar Individu Hingga Massa*, Jakarta: Prenada Media Group
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nasrullah, Rulli, 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Puntoadi, Danis. 2011. *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: PT. alex Komputindo.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2004. *Psikologi Komunikasi*. Cetakan kedua puluh satu. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Rosengren, K. E. (1974). Media Use: An Overview. Dalam J. Blumler & K. E. Rosengren (Eds.), *The Uses of the Mass Media: Advances in Communication Research* (Vol. 1, pp. 1-29). Sage Publications.
- Santoso, Singgih. (2017). *Menguasai statistik dengan SPSS 24*. Jakarta: PT. Elexmedia
- Sulianta, f, (2015). *Keajaiban social media*. In f. Sulianta, *Keajaiban Social Media* (pp. 5-6). Jakarta: PT Alex Media Komputindo
- Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali
- Wiryanto. *Teori Komunikasi Massa*. 2000. Jakarta: Gramedia Midiasarana Indonesia

B. BUKU METODOLOGI

- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Aglis Andhita Hatmawan, dan Slamet Riyanto. 2020. *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*, Sleman: CV Budi Utama.
- Arifin, Zainal. 2011. *Penelitian Pendidikan Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada
- Bungin, Burhan. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Aktualisasi Metodologi ke Arah Ragam Varian Kontemporer*. Depok: PT RajaGrafindo Persada.

- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. 2019. *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif: Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Ruslan, Rosady. 2004. *Metode penelitian public relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS (Pertama)*. Kencana.
- Sujarweni, V. W. (2019). *Metode Penelitian- Bisnis & Ekonomi*. Pustaka baru press.
- Sugiyono. (1991). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, P.D., 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, dr prof. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif. Kualitatif dan R&D* (D.Sutopo (ed); 2nd ed.). alfabeta.

C.SUMBER LAIN

- Muttaqin, R Asfuri, B., Meisari, I., Yuni Ambarsari, R., Faridhoh Sasmito, L., & Harbono. (2023). Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Perilaku Siswa Kelas Tinggi Sd Negeri 03 Banjarharjo Kebakkramat Karanganyar. *Jurnal Ilmiah Mitra Swara Ganesha*, 10(1), 16–17. (diakses pada 20 maret 2024)
- <https://ejournal.utp.ac.id/index.php/JMSG/article/view/2478> (diakses pada 25 mei 2024)
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/> (diakses pada 25 mei 2024)
- Binus Unniversity. 2022 “Media Baru dan Digital” <https://binus.ac.id/malang/communication/2022/06/20/apa-itu-media-baru-dan-digital/> (diakses pada 25 mei 2024)
- Erika, 2011. “Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media)” *Jurnal The Messenger*, Volume 3 (2): 8 .<https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/270/0> (diakses pada 15 oktober 2024)

- Kemp, Simon. 2021. "Digital 2021: Indonesia" Datareportal. Retieved (diakses pada 25 mei 2024)
- Kartika, Endo Wijaya dan Thomas S. Kaihatu. 2010. *Analisis Pengaruh Motivasi Kerja Terhadap Kepuasan Kerja (Studi Kasus pada Karyawan Restoran di Pakuwon Food Festival Surabaya)*. Jurnal. Surabaya: Fakultas Ekonomi, Universitas Kristen Petra. Vol.12, No. 1, hal 100-112. (diakses pada 27 mei 2024)
- ([https://datareportal.com/reports /digital- 2021-indonesia](https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia)).we are sosial 2024
<https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia> (diakses pada 25 mei 2024)
- Nurhaditio & Hartanto (2023). Pengaruh Terpaan dan Kualitas Informasi Pada Akun Instagram @animolife Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers,61.file:///C:/Users/ASUS/Downloads/6.+Jurnal+JUKIM+Muhamad+Duky+Nurhaditio%20(1).pdf (diakses pada 8 november 2024)
- Novita, D., Herwanto, A., Mayndarto, E. C., Maulana, M. A., & Hanifah. 2023. Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. Jurnal Minfo Polgan, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>. (diakses pada 2 januari 2025)
- Puspita, N. A., & Samatan, N. (2022). Efektivitas Media Sosial Akun Instagram @detikcom dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi. 4(2), 112–117. (diakses pada 2 januari 2025)
- Putri, P. S., & Hanifa, F. H. (2021). Analisis dan Pengembangan Konten Sosial Media Marketing pada Instagram Telkom Sto Dago Tahun 2021. eProceeding of Applid Science : Vol.7, No.4, 5. (diakses pada 18 juni 2024)
- Ringgo Eldapi Yozani, Tika Isma Hamida, Evawani Elysa Lubis, 2022. “Efektivitas Komunikasi Akun Tiktok @buiramira Sebagai Media Edukasi Akademik Mahasiswa Universitas Riau” *Jurnal Ilmu Komunikasi dan Bisnis* Volume8(1)70<http://www.journal.starki.id/index.php/JIK/article/view/856/pdf> (diakses pada 6 mei 2024)
- Simarmata, J. (2011). Rekayasa Web. Yogyakarta: C.V Andi Offset. (diakses pada 22 april 2024)
- Wardrip –Fruin, Noah, and Nick Monfort. 2003. The New Media Reader.pdf.ed. Noah Wardrip-Fruin. London,England: The MIT Press. <https://arek.its.ac.id/hmsi/2021/09/08/tiktok-aplikasi-yang-mengubah-dunia-sosial-media/> (diakses pada 25 mei 2024)
- Nurfauza, MR.& Sutarso, J (2024). Pengaruh Terpaan Konten Akun Instagram @Breakdown Universe Terhadap Followers Dalam Pemenuhan Informasi Film,10.<https://scholar.google.com> (diakses pada 12 desember 2024)

LAMPIRAN
KUISIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK @WIFAU TERHADAP

PEMENUHAN INFORMASI SKRIPSI MAHASIAWA

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Lisa Isdayanti, mahasiswa program studi S1 Ilmu Komunikasi, Universitas Tadulako. Saat ini saya sedang melakukan penelitian skripsi dengan judul “Pengaruh Terpaan Konten Tiktok @wifau Terhadap Pemenuhan Informasi Mahasiswa Dalam Penyusunan Skripsi” Untuk itu saya meminta kesediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Atas perhatian dan waktu yang telah diberikan, saya ucapkan banyak terima kasih Partisipasi anda akan sangat bermanfaat untuk saya dalam menyelesaikan penelitian ini.

1. Identitas Responden

1) Nama Lengkap :

2) *Username* Tiktok :

3) Jenis Kelamin

☐ Laki-laki

☐ Perempuan

4) Usia/Umur

☐ < 18 tahun

☐ 18-25 tahun

5) Alamat Sekarang :

6) Apakah anda pernah menonton konten @wifau di media sosial tiktok?

☐ Iya

☐ Tidak

7) Apakah anda followers akun tiktok @wifau?

☐ Iya

☐ Tidak

2. Terpaan Konten Tiktok @wifau

A. Frekuensi

1. Berapa jumlah konten tiktok @wifau yang anda tonton untuk dijadikan referensi skripsi dalam seminggu?

☐ 29-35 video (Sangat Setuju)

☐ 15-28 video (Setuju)

☐ 8-14 video (Tidak Setuju)

☐ 7 video (Sangat Tidak Setuju)

2. Berapa jumlah video konten tiktok @wifau yang anda tonton setiap hari?

☐ 5 video (Sangat Setuju)

☐ 3-4 video (Setuju)

☐ 2 video (Tidak Setuju)

☐ 1 video (Sangat Tidak Setuju)

3. Berapa banyak jumlah video tiktok @wifau yang anda tonton selama satu bulan dalam mencari informasi mengenai skripsi?

☐ 121-150 video (Sangat Setuju)

☐ 61-120 video (Setuju)

- ☐ 31-60 video (Tidak Setuju)
- ☐ 30 video (Sangat Tidak Setuju)

B. Tingkat Perhatian

1. Saya menonton dan menikmati konten tiktok @wifau dalam 1 tayangan video selama 5 menit pada saat @wifau menjelaskan informasi mengenai skripsi

- ☐ (Menonton tayangan video 5 menit) Sangat Setuju
- ☐ (Menonton tayangan video 3-4 menit) Setuju
- ☐ (Menonton tayangan video 1-2 menit) Tidak Setuju
- ☐ (Hanya melihat headline video) Sangat Tidak Setuju

2. Saya menyimak informasi dari konten tiktok @wifau dan menerapkannya dalam proses penulisan skripsi saya

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

3. Bahasa yang digunakan dalam setiap konten tiktok @wifau sangat mudah dimengerti sehingga informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan jelas.

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

C. Durasi Waktu Yang Digunakan

1. Berapa lama waktu yang anda habiskan dalam melihat konten tiktok @wifau dalam sehari?
 - ☐ 11-15 menit (Sangat Lama)
 - ☐ 6-10 menit (Lama)
 - ☐ 3-5 menit (Tidak Lama)
 - ☐ 2 menit (Sangat Tidak Lama)
2. Dalam seminggu terakhir berapa lama waktu yang saya habiskan dalam menonton konten tiktok @wifau?
 - ☐ 31 menit -1 jam (Sangat Lama)
 - ☐ 21-30 menit (Lama)
 - ☐ 11-20 menit (Tidak Lama)
 - ☐ 1- 10 menit (Sangat Tidak Lama)

1. Pemenuhan Sumber Informasi Mahasiswa Dalam Penyusunan Skripsi

A. *Current Need Approach* (Kebutuhan Informasi Mutakhir/Terbaru)

1. Saya selalu mendapatkan informasi atau berita ter-update tentang penyusunan skripsi dari konten tiktok @wifau
 - ☐ Sangat Setuju
 - ☐ Setuju
 - ☐ Tidak setuju
 - ☐ Sangat Tidak Setuju
2. Saya melihat setiap konten terbaru dari akun tiktok @wifau selalu mengemas kontennya berbeda dari yang lain dengan menampilkan

background visual yang menarik seperti (tips dalam bentuk teks, infografis dan animasi)

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

3. Saya melihat konten tiktok @wifau selalu mengemas informasi terbaru dengan baik dan dapat dengan mudah dipahami penonton

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

B. *Everyday Need Approach* (Kebutuhan Informasi Rutin)

1. Setiap hari saya mendapatkan informasi mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau dengan cepat.

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

2. Saya melihat akun tiktok @wifau rutin mengupload video tentang tips dan trick mengenai skripsi dan sangat membantu mahasiswa dalam proses pengerjaan skripsi

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

3. Konten tiktok @wifau yang di upload secara rutin dapat membantu saya meningkatkan pengetahuan atau pemahaman tentang topik mengenai skripsi

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

C. Executive Need Approach (Kebutuhan Informasi Mendalam)

1. Saya mendapatkan informasi yang detail, lengkap dan relevan mengenai skripsi dari konten tiktok @wifau

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

2. Konten-konten yang diberikan oleh akun tiktok @wifau adalah informasi yang benar, akurat dan dapat dipercaya

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

3. Konten tiktok @wifau dapat membantu saya dalam memahami topik yang kompleks mengenai skripsi dengan sangat baik

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

D. *Cathing-up Need Approach* (Kebutuhan Informasi Ringkas)

1. Akun tiktok @wifau selalu memberikan informasi atau pesan pada postingan yang berupa konten yang bersifat informative walaupun singkat

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

2. Saya pernah melihat story akun tiktok @wifau yang memuat informasi seputaran skripsi yang disajikan dengan singkat padat dan jelas

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

3. Konten tiktok ringkas dari @wifau dapat membantu saya tetap update dengan informasi terbaru mengenai skripsi

- ☐ Sangat Setuju
- ☐ Setuju
- ☐ Tidak Setuju
- ☐ Sangat Tidak Setuju

LAMPIRAN
REKAPITULASI JAWABAN RESPONDEN

Responden	Terpaan Konten Tiktok @wifau (X)								Total (X)
	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	
1	2	3	3	3	3	3	3	3	23
2	3	3	3	3	4	4	3	3	26
3	2	3	3	3	3	4	3	2	23
4	3	3	3	4	3	4	3	2	25
5	3	4	3	4	4	4	4	3	29
6	2	2	3	3	3	3	3	3	22
7	1	1	1	2	2	2	1	1	11
8	3	3	3	3	3	3	4	3	25
9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
10	3	3	2	4	3	4	4	3	26
11	3	2	3	4	4	4	3	3	26
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	2	3	3	3	3	3	2	2	21
14	4	4	4	3	4	4	3	3	29
15	4	4	4	4	4	4	4	4	32
16	4	4	4	4	4	4	4	4	32
17	3	3	3	3	3	3	2	2	22
18	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	3	3	3	3	3	3	3	3	24
21	3	3	3	4	4	3	3	3	26
22	3	3	3	3	3	3	3	3	24
23	1	2	3	3	3	2	3	2	19
24	3	3	3	3	3	3	3	3	24
25	3	3	4	4	4	4	4	4	30
26	3	3	3	4	3	3	3	3	25
27	2	3	3	3	3	4	3	2	23
28	2	3	3	3	3	3	2	2	21
29	2	3	3	3	3	3	2	1	20
30	3	3	3	3	3	3	3	3	24
31	1	1	1	1	3	3	1	1	12

32	2	2	3	3	3	3	3	3	22
33	1	2	2	2	2	3	2	1	15
34	1	1	1	3	3	3	3	2	17
35	1	1	1	1	1	1	1	1	8
36	3	3	3	3	3	3	3	3	24
37	3	3	4	3	3	4	3	3	26
38	1	2	3	3	2	3	3	2	19
39	3	3	4	4	3	3	2	2	24
40	3	3	2	3	3	2	2	2	20
41	3	3	3	3	3	3	3	3	24
42	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	1	1	1	1	2	2	1	1	10
44	2	2	3	3	3	3	3	2	21
45	2	2	3	3	3	2	2	1	18
46	2	1	2	4	3	3	2	1	18
47	1	1	1	3	3	3	1	1	14
48	1	3	2	3	3	4	3	2	21

Responden	Pemenuhan Informasi Mahasiswa (Y)												Total (Y)
	P.1	P.2	P.3	P.4	P.5	P.6	P.7	P.8	P.9	P.10	P.11	P.12	
1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
2	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	38
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
7	1	1	1	1	1	1	1	3	2	3	2	3	20
8	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
10	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	39
11	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	45

12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	3	3	38
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
21	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	44
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
23	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	35
24	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
27	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
28	3	3	4	2	4	3	3	4	3	3	3	3	38
29	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
31	1	1	1	1	1	1	1	1	2	3	4	2	19
32	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
33	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	33
34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
35	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
37	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	44
38	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	32
39	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	37
40	3	4	3	3	4	3	4	3	3	2	3	4	39
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
43	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	24
44	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	35

45	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	1	4	35
46	3	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	36
47	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	34
48	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	4	33

LAMPIRAN
HASIL PENGUJIAN INSTRUMEN
(Uji Validitas dan Uji Realibilitas)

Uji Validitas X

Correlations

		XP1	XP2	XP3	XP4	XP5	XP6	XP7	XP8	XTotal
XP1	Pearson Correlation	1	.847**	.786**	.697**	.754**	.591**	.700**	.830**	.902**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48
XP2	Pearson Correlation	.847**	1	.827**	.643**	.691**	.658**	.745**	.773**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48
XP3	Pearson Correlation	.786**	.827**	1	.686**	.674**	.593**	.719**	.756**	.876**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48
XP4	Pearson Correlation	.697**	.643**	.686**	1	.745**	.648**	.731**	.656**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48
XP5	Pearson Correlation	.754**	.691**	.674**	.745**	1	.741**	.690**	.738**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48
XP6	Pearson Correlation	.591**	.658**	.593**	.648**	.741**	1	.710**	.634**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48
XP7	Pearson Correlation	.700**	.745**	.719**	.731**	.690**	.710**	1	.881**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48
XP8	Pearson Correlation	.830**	.773**	.756**	.656**	.738**	.634**	.881**	1	.911**

YP 6	Pearson Correlation	.943**	.856**	.924**	.805**	.828**	1	.924**	.794**	.809**	.614**	.604**	.731**	.941**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
YP 7	Pearson Correlation	.907**	.894**	.890**	.775**	.797**	.924**	1	.764**	.823**	.591**	.619**	.746**	.931**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
YP 8	Pearson Correlation	.823**	.738**	.805**	.678**	.751**	.794**	.764**	1	.836**	.672**	.543**	.797**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
YP 9	Pearson Correlation	.843**	.794**	.779**	.774**	.768**	.809**	.823**	.836**	1	.765**	.628**	.751**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
YP 10	Pearson Correlation	.650**	.648**	.631**	.474**	.590**	.614**	.591**	.672**	.765**	1	.614**	.628**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
YP 11	Pearson Correlation	.672**	.598**	.581**	.672**	.400**	.604**	.619**	.543**	.628**	.614**	1	.511**	.710**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.005	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
YP 12	Pearson Correlation	.810**	.720**	.746**	.644**	.697**	.731**	.746**	.797**	.751**	.628**	.511**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48
YT total	Pearson Correlation	.965**	.919**	.931**	.852**	.863**	.941**	.931**	.874**	.910**	.744**	.710**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48	48

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Realibilitas X

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	48	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	48	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.952	8

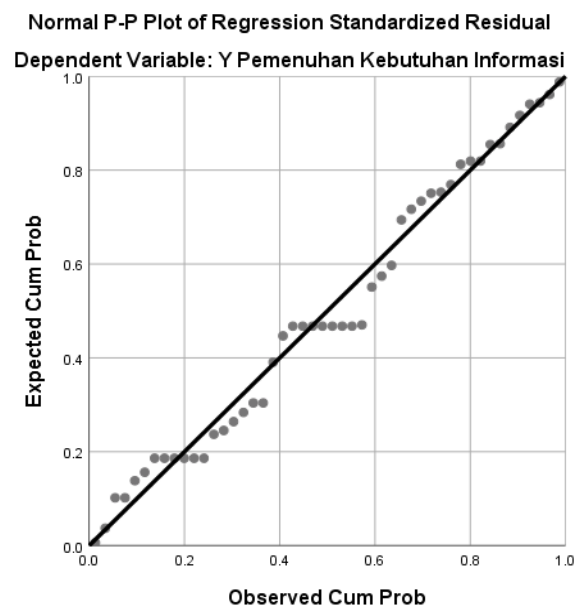
Uji Realibilitas Y

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	48	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	48	100.0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.971	12

LAMPIRAN
HASIL UJI ASUMSI KLASIK
(Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas dan Uji
Heteroskedastisitas)

Uji Normalitas

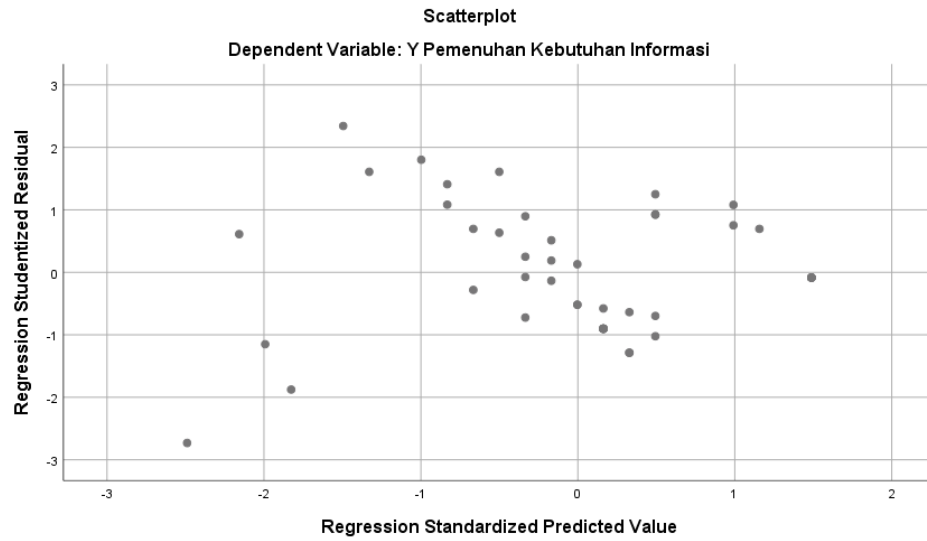


Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.374	1.794		5.784	.000		
	X Terpaan Konten	1.184	.075	.918	15.695	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Uji Heteroskedastisitas



LAMPIRAN
HASIL UJI ANALISIS REGRESI LINEAR
SEDERHADA DAN UJI T

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.374	1.794		5.784	.000		
	X Terpaan Konten	1.184	.075	.918	15.695	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.918 ^a	.843	.839	3.120

a. Predictors: (Constant), X Terpaan Konten

b. Dependent Variable: Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	10.374	1.794		5.784	.000		
	X Terpaan Konten	1.184	.075	.918	15.695	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y Pemenuhan Kebutuhan Informasi

LAMPIRAN
TABEL t

Tabel t

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

**LAMPIRAN KOMENTAR FOLLOWERS
PADA KONTEN TIKTOK @WIFAU**



Cari: kerangka berpikir kuantitatif contoh

211 komentar

- anandaamaliyah_
Masya Allah kak ini berguna banget,
maasih yaaa 😊😊
2022-03-29 Balas 42
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · Pencipta
Yuhuuww sama2, alhamdulillah 😊
2022-03-29 Balas 9
- dd.daily
Huhu gomawo kak wiwi 😊
2022-04-05 Balas 1
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · Pencipta
Yuhuw samaw2 😊
2022-04-05 Balas 1

Tambahkan ko... 📎 😊 @ 📁



323 komentar

- chl
waaaa makasih banyak kak, aku ambil
jawaban yg kedua soalnya sesuai sama
punyaku 😊
2023-09-29 Balas 3
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · Pencipta
alhamdulillah 😊
2023-09-30 Balas 1
- haechan gf
kak maksih bngttttt 😊
2023-09-17 Balas 1
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · Pencipta
😊😊😊
2023-09-30 Balas 1

Tambahkan ko... 📎 😊 @ 📁



Cari: kerangka berpikir kuantitatif contoh

211 komentar

- anandaamaliyah_
Masya Allah kak ini berguna banget,
maasih yaaa 😊😊
2022-03-29 Balas 42
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · Pencipta
Yuhuuww sama2, alhamdulillah 😊
2022-03-29 Balas 9
- dd.daily
Huhu gomawo kak wiwi 😊
2022-04-05 Balas 1
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · Pencipta
Yuhuw samaw2 😊
2022-04-05 Balas 1

Tambahkan ko... 📎 😊 @ 📁



Cari: kerangka berpikir kuantitatif contoh

211 komentar

- Deden
Makasih bgt kak
2022-03-29 Balas
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · **Pencipta**
Yuhuuww sama2
2022-03-29 Balas
- Lihat 1 balasan
- Hidaydance
Terimakaish banyak kakkkkkk
2022-03-29 Balas
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · **Pencipta**
Sama2 semangatt yaaww
2022-03-29 Balas

Tambahkan ko...



Cari: cara menjelaskan kerangka berpikir

264 komentar

- KAA TOLONG CARA BUAT KERANGKA TEORI NYA GIMANA PLISS KASI TAUU
2022-03-07 Balas
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · **Pencipta**
Kamu kerangka teori itu yg bagan bukan ?
2022-03-07 Balas
- Lihat 1 balasan
- Mari Hiling Hilih Bersamaku
hmmm tidak berlaku bagi yg skripsinya kualitatif&dosen penguji yg teliti+kritis
2022-03-06 Balas
- Lihat 2 balasan

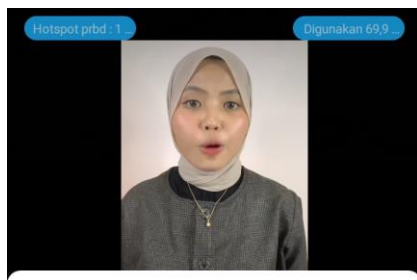
Tambahkan koment...



644 komentar

- zahiraa
kak spiill cara ngeriview jurnal
2022-03-20 Balas
- Wiwi Fauziah| Kuliah & Karir · **Pencipta**
Waahh boleh nih, noted
2022-03-21 Balas
- Lihat 5 balasan
- Cancergirls
kak kalo tujuan sm rumusan masalah cuman nyebutin 2 boleh gasih?
2022-03-20 Balas
- Lihat 4 balasan
- User26089610
Kita ada latihan dlu gasi sma dosen atau siapa GTU sebelum sidang skripsi? Serious nanyaaaa

Tambahkan ko...



Cari: cara menjelaskan kerangka berpikir

279 komentar

-  justme
jelasin semuanya kakkk dari awal sampe akhirrr
2022-03-06 Balas 53
-  Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
Okee ditunggu yaww
2022-03-06 Balas 12
- Lihat 10 balasan —
-  Rosma
jelasin ka
2022-03-06 Balas 1
-  Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
Nitip di pin comment yah
2022-03-06 Balas 1
- Tambahkan koment...   



Cari: kerangka berpikir kuantitatif contoh

211 komentar

-  alhamdulillah yg ditunggu2
2022-03-29 Balas
-  Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
Alhamdulillah, semangatt
2022-03-29 Balas
-  Salsabila
kualitatif kak
2023-01-22 Balas 5
-  Bubbubu
Thankyou kak!!
2022-03-29 Balas
-  Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
Yuhuw samaw2
- Tambahkan ko...    



11 komentar



Nian Febrianty · Teman

Terimakasih Kak, Sarannya Sangat Membantu 🙏

6 h Balas



vrnsleesuna · Teman

wahh terimakasih kak

1 m Balas



putt · Teman

terima kasih kak sarannya

1 m Balas



femyliaa · Teman

bermanfaat bgttt nih sarannya

1 m Balas



_jjaaan · Teman

terimakasih kak atas sarannya



Tambahkan ko...



Cari: urutan latar belakang kualitatif^Q



18 komentar



putt · Teman

terima kasih kak atas informasinya

1 m Balas



femyliaa · Teman

nahhhh suka bgttt penjelasan soalnya lagi nyusun skripsi juga 🙏

1 m Balas



_jjaaan · Teman

makasih kak. jujur bingung nyusun latar belakang 😞

1 m Balas



Wiwi · Teman

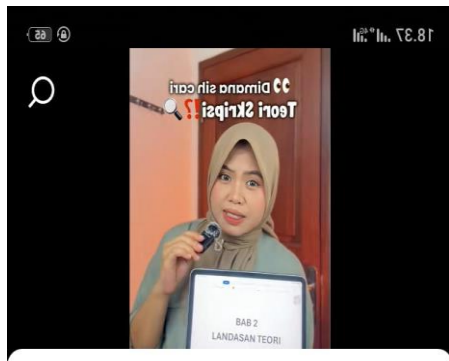
Terimakasih kak untuk informasinya 🙏

1 m Balas



Tambahkan ko...





Cari: cari teori bab 2 di mana

21 komentar

- Nian Febrianty · Teman
Terimakasih Kak Untuk Saran Dan Informasi Nya 🙏🙏
Berminat Untuk Mahasiswa Akhir
👍👍
6 h Balas
- vrnsleesuna · Teman
👍👍
1 m Balas
- femyliaa · Teman
makasih kak berminat bgttt
👍👍
1 m Balas
- _ijaaan · Teman
terimakasih kak info nya 🙏
👍👍
1 m Balas
- Wiwi 🙏 · Teman
Manteb kak terimakasih
👍👍
1 m Balas
- Purwo Online Shop



11 komentar

- Nian Febrianty · Teman
Terimakasih Kak Untuk Saran Dan Informasi Nya 🙏🙏
6 h Balas
- vrnsleesuna · Teman
makasih ya kak, ini ngebantu bgttt
1 m Balas
- femyliaa · Teman
ih membantu banget kak 🙏
1 m Balas
- _ijaaan · Teman
terimakasih kak atas sarannya
1 m Balas
- Wiwi 🙏 · Teman
Makasih kak atas saran dan informasinya
🙏

Tambahkan ko... 🖼️ 😊 @ 📺



10 komentar



Nian Febrianty · Teman

Terimakasih Kak Untuk Saran Dan Informasi Nya 🙏😊

6 h Balas



vrnsleesuna · Teman

makasiih ya kak, ini ngebantu bgttt

1 m Balas



femyliaa · Teman

ih membantu banget kak 🙏

1 m Balas



_ijaaan · Teman

terimakasih kak atas sarannya

1 m Balas



Wiwi 🍷💤 · Teman

Makasiiii kak atas saran dan informasinya 😊

1 m Balas



Cancergirl

kak kalau dalam penelitian kita judulnya pengaruh terus punya 1 variabel x, 1 variabel y, dan 1 variabel moderator, untuk teknik analisis datanya pake apa yah kak?

2024-12-14 Balas



Lihat 1 balasan ▾



posentiaa



02-06 Balas



🌸🌸🌸 Riri 🌸🌸

@bahadunnnnn @sheeee

2024-12-14 Balas



**TIPS LATAR BELAKANG
SKRIPSI GAK KENA REVISI**



Untuk Penelitian
Kuantitatif & Kualitatif

Cari: urutan latar belakang kualitatif



18 komentar



Nian Febrianty - Teman

Penjelasan Nya Sangat Bermanfaat Kak,
Thank You 🙏

6 h Balas



vrnsleesuna - Teman

👍👍👍

1 m Balas



putt - Teman

terima kasih kak atas informasinya

1 m Balas



femyliaa - Teman

nahhhh suka bgtt penjelasan soalnya lagi
nyusun skripsi juga 🙏

1 m Balas



_jjaaan - Teman

makasih kak. jujur bingung nyusun latar
belakang 😞

1 m Balas



Wiwi - Teman

Terimakasih kak untuk informasinya 🙏

1 m Balas



Meo

kk kamu buka bimbingan proposal skripsi
ga 🙏 tapi mulai dari judul 🙏

05-03 Balas



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir - [Pencipta](#)

Buka di [@Ngatasi.id](#) | Bimbingan
Skripsi yaaa

05-06 Balas



Pinuee

kak kalo pengolahan data sem pls itu
dipermasalah in ga klo data indikator nya
valid semua atau harus ada yang ga valid?
mohon bantu saran 🙏

Komentar pertama

05-03 Balas



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir - [Pencipta](#)

Kalau ini tergantung sama masalah yg
km angkat & hasil interpretasi yg
ditulis. Valid/gk, selagi data sesuai,
interpretasi masuk akal dgn masalah,
dosen gk terlalu permasalahanin

05-06 Balas





beyourfavs 🍷 📖
akan akuuu cobaaa

Komentar pertama

03-16 Balas

🍷 3



— Lihat 1 balasan ▾



EVA Sitorus 🍷
kak prompt ai buat bab 2 metode kualitatif

03-17 Balas

🍷 2



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
Replying to @EVA Sitorus 🍷 Prompt
AI untuk BAB 2 Skripsi kamu! Mudah
dan detail karena pakai Blackbox AI.
Meskipun free hasilnya gak kalah
sama yg berbayar 🙌
#SerunyaBelajar #Bl... selengkapnya



03-25



— Lihat 4 balasan ▾



mpit
ini udah pake yang piramida terbalik kan
kak?

03-17 Balas



🍷 7



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
Eh sorry, aku salah input prompt 🙄
nanti bisa diganti yaa pakai yg
deduktif. Ada di gambar yg aku insert
di video 🙌

03-17 Balas

🍷 3



xxvierllytz
kakk makasii banyakk, aku stress banget
di latar belakang ga maju-majuu 🍷 🙄

03-16 Balas

🍷 42





223 komentar



d_

mampir sini mau bikin latar belakang 😊

05-12 Balas

19



Lihat 7 balasan



zaaa

aku pernah pake blackbox ai, dikasih referensi fiksi, aku cari manual di scholar gaada, padahal di prompt nya udah aku ketik "tambahkan referensi dari jurnal-jurnal terpercaya" 😂

03-18 Balas

83



Lihat 4 balasan



Farhan

Perlu di parafrase ga kak

03-16 Balas

1



Lihat 1 balasan



acoyy

pakai teknik piramuda terbalik 😊👍

03-17 Balas

1



Lihat 1 balasan



Dedess

ka aku bingung masalah judul blm di acc acc dosen pembimbing aku trs 😞 ada solusi ga buat judul manajemen pemasaran dengan variabel nya tuh x1, x2, dan y

03-17 Balas

6



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)

Bisa tanya ke Balckbox AI nih ✨👍

03-18 Balas

1



Lihat 2 balasan



Cari: [template ppt sempro gratis downlo...](#) 🔍 ✕

741 komentar



nisa
thank u templatanya kak 🥺 barakallah

2023-09-04 Balas

👍 29 💬



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
My pleasure 🥰

2023-09-05 Balas

👍 16 💬

— Lihat 8 balasan ▾



Owner Saber.150cc
Mingdep sempro, doain 😁

03-14 Balas

👍 17 💬

— Lihat 3 balasan ▾



nisanaylaazzahra
kak jelasin tentang teori di skripsi

2023-09-05 Balas

👍 35 💬



Tambahkan ko...





Cari: [template ppt sempro gratis downlo...](#) 🔍 ✕

741 komentar



spongebob.vz

Wah pas banget, mksih kk doain aku
sempro bulan dpan psikologi uin malang



2023-10-25

Balas



🤍 60



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)

Aamiin semoga lancar yaaa 🤞

2023-10-26

Balas

🤍 14



— Lihat 1 balasan ▾



Kak sintaaa

Aku kemarin malah lebih tapi
Alhamdulillah penguji ku no comment,
nilaiku juga aman aman aja 😊

2023-09-04

Balas

🤍 6



Tambahkan ko...





323 komentar



chi 🎧

waaaa makasih banyak kak, aku ambil jawaban yg kedua soalnya sesuai sama punya ku 🥰

2023-09-29 Balas



3



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
alhamdulillah 🥰

2023-09-30 Balas



1



haechan gf
kak maksih bngtttt 🙏

2023-09-17 Balas



1



Wiwi Fauziah | Kuliah & Karir · [Pencipta](#)
🥰🥰🥰

2023-09-30 Balas



1



makessii kak infenya sangat bermanfaat



Tambahkan ko...



LAMPIRAN
DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : Lisa Isdayanti
Tempat, Tanggal Lahir : Dampelas, 10 Maret 2003
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Alamat Email : lisa.isdayanti.b50120092@gmail.com
Instagram : lisaisdynti_
Tiktok : @icaa.aaaa_
No. Hp : 085340475547

Orang Tua Penulis

1. Ayah : Mujahidin
Pekerjaan : Nelayan
2. Ibu : Rosneni
Pekerjaan : Mengurus Rumah Tangga

Riwayat Pendidikan Penulis

1. Tamat SD Negeri 5 Dampelas 2014
2. Tamat SMP Negeri 3 Dampelas 2017
3. Tamat SMA Negeri 2 Dampelas 2020
4. Universitas Tadulako

