



Pengaruh Penyebaran Informasi Melalui Media Sosial TikTok Terhadap Perubahan Perilaku Mahasiswa

Riska Ramdani

riska.ramdani@gmail.com

Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun

Annisa Sidqi

Annisa.Sidqi14@gmail.com

Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta
Jl Pemuda I Kav 97 Rawamangun, Jakarta 13320

Abstrak

Ditengah perkembangan media sosial khususnya TikTok pastinya akan membuka mata kita terhadap dunia bahwa lahirnya interaksi baru dapat melahirkan sisi positif maupun sisi negatif. TikTok merupakan contoh media sosial serta laman video musik. Masyarakat menggunakan Tiktok untuk mempublikasikan beragam kegiatan serta kreatifitas dari pengguna. Sebagai sebuah aplikasi, TikTok memiliki dampak positif dan negatif atas perubahan tingkah laku penggunanya. Studi kuantitatif tersebut mempunyai tujuan guna mengidentifikasi seberapa besar pengaruh pemanfaatan aplikasi TikTok atas perubahan tingkah laku khususnya Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta. penelitian ini menggunakan metode penyebaran kuesioner guna memperoleh informasi yang valid serta menyeluruh tentang persoalan dalam studi ini. Strategi penulisan yakni *purposive sampling*, oleh sebab itu penulisan melaksanakan kriteria sedari awal guna menetapkan sample. Hasil studi ini menunjukkan bahwasanya pengguna aplikasi TikTok khususnya Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta cukup berpengaruh. Pemanfaatan aplikasi TikTok selaku media guna memperoleh hiburan dan ada dampak akan perubahan tingkah laku seorang mahasiswa ditinjau dari berbagai tingkah laku diantaranya: Sosial, pengetahuan dan gaya hidup.

Kesimpulannya adalah segala perkembangan media sosial mempunyai dampak yang baik atau buruk yang dipengaruhi oleh cara penggunaannya. Tingkah laku dan pola pikir seorang mahasiswa bisa berubah atau tidak tergantung dari seorang mahasiswa itu sendiri.

Keywords: Informasi;Perubahan Perilaku;Media Sosial

Pendahuluan

Komunikasi adalah kunci dalam interaksi manusia, terlebih di era digital saat ini. Individu bisa memahami tujuan dari individu lainnya lewat tahap komunikasi yang dilaksanakan orang terkait. Jika sebuah kegiatan komunikasi berlangsung efektif serta lancar maka tidak memperkecil probabilitas terdapat rasa kebersamaan maupun kedekatan, karena informasi sangatlah penting sebagai bahan dasar dalam membuat keputusan. Hingga mulailah era society 5.0 dalam konsepnya didefinisikan sebagai kehidupan yang bersumber dari individu serta kolaborasi dengan teknologi guna menuntaskan persoalan sosial yang tergabung di lingkup dunia nyata maupun maya. Pada zaman ini, platform media sosial berfungsi sebagai alat utama untuk memperoleh maupun menghimpun berbagai informasi. Mengakibatkan semua individu mempunyai media sosial guna berbagi informasi, gambar maupun video pada periode yang singkat. Perkembangan teknologi perlahan mampu mengubah karakter, sifat, tingkah laku, hingga perspektif interaksi sosial seiring dengan perkembangan teknologi (Bimantoro Arya et al., 2021). Kenyataan yang ada sekarang menunjukkan kemajuan informasi yang tersebar dengan cepat untuk khlayak umum. Persebaran informasi yang masif tersebut dialami sebab terdapat ragam media informasi yang bisa dibuka oleh siapapun secara daring. Tetapi, persoalannya yakni kebenaran dari informasi terkait.

Media sosial adalah pertumbuhan modern yang terlahir dari kemajuan web berbasis daring yang mempermudah seseorang untuk melakukan komunikasi, partisipasi berbagi, maupun membentuk suatu jaringan daring. Media sosial bisa digunakan sebagai alat komunikasi penghubung seseorang dengan orang lainnya tanpa terbatas waktu maupun ruang sebab media sosial sudah menghilangkan batas-batas komunikasi yang membuat seseorang bisa melakukan komunikasi dimanapun maupun kapanpun. Melalui karya yang diterbitkan pada tahun 2010, B.K Lewis menyebutkan media sosial selaku label yang merujuk pada kemajuan digital yang berpotensi menyebabkan individu saling terkoneksi dimana koneksi tersebut mempermudah seseorang untuk membuat dan mengirim pesan

maupun interaksi lainnya. Jaman dahulu kita hanya memanfaatkan radio, televisi, maupun surat kabar dan sekarang melalui keberadaan internet serta media sosial kita bisa mendapatkan banyak informasi. Makin banyak individu memanfaatkan media sosial, makin banyak juga yang menyadari bahwa media sosial adalah instrumen komunikasi tercepat untuk mengetahui berbagai macam peristiwa.

Kehidupan manusia dewasa ini tidak terlepas dari kegiatan di sosial media bahwa merupakan suatu keharusan setiap saat ketika *browsing* di internet. Media mempunyai peranan krusial pada tahap pemenuhan kebutuhan informasi, Akses akan media merupakan contoh keperluan primer yang wajib senantiasa dipenuhi saat ini. Terlebih lagi perkembangan informasi yang begitu cepat berdampak atas seluruh unsur hidup. Melalui perkembangan teknologi, tingkatan keperluan informasi tiap orang juga makin bertambah. Pertumbuhan teknologi turut memberikan dampak untuk konten serta media di dalamnya. Maka dari itu diperlukan sumberinformasi yang mendukung serta sejalan dengan permintaan informasi tiap pengguna.

Sampai akhirnya muncul kehadiran media sosial seperti TikTok yang bisa menjadi jembatan untuk menghubungkan masyarakat luas, sehingga masyarakat bisa dengan mudah memberi dan menerima informasi. Media sosial merupakan suatu media daring dimana para pengguna bisa ikut serta dengan mudah. Berpartisipasi pada pengertian seseorang bisa mudah membagikan informasi, membuat konten maupun isi yang ingin dibertahukan kepada individu lainnya (Prahastiwi, 2011). Semua bisa dilaksanakan tanpa batas serta dengan cepat

Awal mula aplikasi TikTok muncul hanyalah berisikan video durasi pendek dengan konten joget atau dance, namun seiring berjalannya waktu konten di TikTok semakin beragam karena tiap pengguna mempunyai kebebasan melakukan segala sesuatu di Tiktok. Platform TikTok adalah sebuah media digital yang menyediakan fitur efek khusus dengan daya tarik tersendiri dan keunikan luar biasa, yang dapat diakses oleh pengguna secara praktis dan tanpa kesulitan pada pembuatan video pendek dengan hasil yang menarik untuk bisa

ditunjukkan kepada teman-temannya (susilowati, 2018).

TikTok menyediakan bermacam fitur yang mencakup stiker, lagu, film, dll yang memberikan kemudahan bagi pengguna berkompetisi dengan individu biasa maupun artis yang hendak menggugah video hasil karya kreativitasnya. Dan begitu mudahnya penyebaran informasi melalui media sosial TikTok. Sudah hampir semua golongan usia menggunakan aplikasi TikTok ini sebagai wadah penyampaian informasi. Lewat media sosial TikTok khalayak luas dapat dengan mudah mendapatkan informasi dengan cara memfollow akun media berita apa yang kita cari.

TikTok dijadikan jalan pintas untuk mencari ketenaran serta menggunakan dengan kreatif supaya bisa menarik atensi orang lain, tetapi banyak yang bisa menilai mana yang pantas maupun tidak bahkan rela memperlihatkan keseksian tubuh dengan tidak memperdulikan hal yang ditampilkan itu buruk atau baik bagi komunikasi ataupun komunikator. Meskipun TikTok tergolong aplikasi baru, TikTok bisa tergolong pada 10 besar daftar sosial dengan pengguna paling banyak secara global. Berdasarkan informasi dari Business of Apps, TikTok berhasil menarik perhatian hingga 1,39 miliar pengguna dalam Kuartal 1-2022 dan 1,6 miliar pengguna pada akhir 2022 serta diestimasikan bisa menyentuh 1,8 miliar pada akhir 2023. Adapun grafik data perkembangan pengguna aktif tiktok dari 2018 sampai awal 2023.

Makin dikenal serta dipakai oleh pengguna saat wabah virus corona melanda pada permulaan tahun 2020. Maraknya pengguna Tiktok disebabkan karena Perangkat ini menyuguhkan rangsangan utama yang begitu memikat bagi manusia berupa kombinasi suara dan gambar. Dari segi komunikasi, audiovisual ini memberi banyak keuntungan dari sisi komunikasi maupun komunikator dimana komunikasi bisa mengerti serta ingat pesan yang disampaikan lewat cara yang menyenangkan sementara komunikator bisa lebih leluasa menyampaikan informasi. Melalui tiktok, komunikator memanfaatkan video dengan musik atau di edit seunik mungkin atau bisa juga melalui rekaman suara selaku media untuk mengeluarkan ekspresi

maupun penyampaian pesan mereka. Dari segi komunikasi/penonton, bisa menikmati tontonan yang disuguhkan oleh komunikator hingga memberi tanggapan tertulis kolom komentar akan konten yang sudah ditonton maupun bereaksi melalui format yang identik dengan komunikator yakni lewat video atau biasa disebut dengan meng stitch video, yaitu alat kreasi yang memungkinkan komunikasi menggabungkan video lain di TikTok dengan video yang dibuat oleh komunikator.

Sebagai salah satu platform media sosial yang beragam, TikTok muncul untuk memfasilitasi komunikasi yang tidak hanya terfokus pada interaksi individu secara audio atau visual saja, tetapi menggabungkan kedua elemen tersebut (audio-visual). Hal ini menjadikan aplikasi ini semakin diminati oleh berbagai lapisan masyarakat serta sejumlah institusi atau entitas tertentu. Dengan memanfaatkan TikTok dan sejumlah media sosial lainnya, tingkat keberhasilan dalam berkomunikasi dapat terus meningkat asalkan para pengguna dapat menggunakan platform-platform tersebut dengan penuh tanggung jawab. Peran sosial media TikTok pun menambah pergaulan dengan orang baru, membuka peluang mahasiswa belajar menjadi content creator yang akhirnya menjadikan itu sebuah pekerjaan sehingga mengurangi pengangguran serta dapat membangun personal branding seseorang. Namun ditengah perkembangan media sosial khususnya TikTok pastinya akan membuka mata kita terhadap dunia bahwalahirnya interaksi baru dapat melahirkan sisi positif maupun sisi negatif.

Melihat dari apa yang terjadi saat ini bagi umat manusia merupakan sebuah permasalahan, karena informasi adalah makanan. Maka jika setiap harinya seseorang menerima makanan yang tidak sehat tentunya akan berdampak buruk pada tubuh, akan tetapi jika makanan sehat yang masuk dalam tubuh, maka kita pun pastinya akan sehat. Begitu juga dengan konsumsi informasi. Yang mana diawal kita menggunakan media sosial hanya digunakan untuk melihat profile dan restore yang diunggah oleh teman di sosial media namun saat ini malah menjadi kecenderungan rasa iri dan keinginan untuk mengejar kepuasan dalam diri, yang pada akhirnya media sosial mendorong seseorang untuk berperilaku konsumtif sehingga media sosial merubah seseorang untuk

menggunakan media sosial tersebut menjadi ajang pamer bagi kebanyakan orang.

Mediasosial TikTok juga bisa mempengaruhi pemikiran seseorang menjadi buruk ataupun baik. Contohnya ketika teman, sahabat ataupun orang lain yang memposting kesuksesan dirinya membuat kita seringkali berfikir bahwa kita tidak ada perkembangan atau membuat diri kita menjadi down karena merasa sudah tertinggal. Dengan hal itu akan merubah seseorang kedalam hal apapun seperti mudah menjadi emosi, selalu menyendiri karena malu yang merasa belum sukses dan juga membuat stress anak muda sehingga mempunyai pikiran akan mengakhiri hidupnya. Namun jika informasi di media sosial TikTok memberikan manfaat yang baik seperti nasehat bahwa kesuksesan setiap orang mempunyai jalan yang berbeda-beda dan pemikiran kitapun akan sehat dan melihat kesuksesan seseorang menjadi motivasi kita agar bekerja keras dan terus berinovasi.

Keberadaan media sosial adalah bentuk era manusia mudahnya mendapatkan dan menginformasikan tentang apapun itu, Walau demikian, diperlukan aturan-aturan yang selaras dengan peran serta sasaran yang memberikan manfaat. Para Mahasiswa wajib untuk menjaga nilai-nilai positif dalam penggunaannya agar mencerminkan perilaku yang baik dalam bersosial media. Semua bergantung pada masing-masing individu dalam memahami dinamika perkembangan media masa kini serta mengelola fungsi media sosial agar sejalan dengan kondisi dan ketentuan yang berlaku. Pengaruh yang diberikan oleh sosial media mungkin akan terlihat sepele namun dengan tidak sadarnya kita bahwa hal itu akan berpengaruh panjang pada kehidupan sosial manusia kedepannya.

Adapun penelitian terdahulu yaitu penelitian yang dilakukan oleh Novia Wijaya, Lusya Savitri, Setyo Utami (2021) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Penyampaian Informasi Pada Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z". Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa cara penyampaian informasi memiliki dampak yang berarti terhadap kecenderungan perilaku konsumtif pada kalangan generasi Z. Penelitian ini dibatasi pada pengaruh dalam pemenuhan penyebaran informasi melalui

media sosial TikTok terhadap perubahan perilaku di lingkungan para mahasiswa pada Fakultas Komunikasi di Universitas Ibnu Chaldun yang berlokasi di Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dampak penyebaran informasi melalui platform media sosial TikTok terhadap perubahan sikap dan perilaku di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta.

Kerangka Teori Informasi

Informasi merupakan hal yang dapat memengaruhi atau mengubah kondisi pemikiran, yang disampaikan melalui berbagai saluran seperti teks, dokumen, atau media lainnya. Informasi merupakan kumpulan data yang telah diproses sedemikian rupa sehingga menjadi sesuatu yang memiliki makna dan berguna bagi yang menerima. (Pendit, 1992) Menyebutkan bahwa terdapat tiga unsur utama yang tampak dalam tahap penerimaan informasi oleh individu. Menurut Wersig dan Belkin, kebutuhan informasi adalah suatu kebutuhan yang timbul untuk mengisi kekosongan dalam diri seseorang, yang berhubungan dengan keadaan pengetahuan yang dimilikinya (dan dengan demikian juga mencakup kondisi mentalnya). Kedua, informasi adalah sesuatu yang berada di antara sumber luar dan "ruang kosong" dalam pikiran manusia. Ketiga, dengan demikian, informasi muncul ketika seseorang memindahkan data dari sumber luar ke dalam pikirannya, bukan lagi berada pada sumber eksternal tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan informasi manusia sejatinya tidak bergantung pada sumber luar, melainkan pada kemampuan dan kebutuhan setiap individu itu sendiri. Namun jika individu menerima informasi Ketidadaan keterampilan dalam menyaring informasi serta rendahnya kemampuan literasi digital dapat menyebabkan terjadinya berbagai masalah. Salah satu hal yang kini kerap terjadi adalah beredarnya informasi yang salah atau bahkan kabar bohong (*hoax*). Sebaran ini akan lebih cepat meluas jika jumlah penggunaanya terus meningkat dan tersebar di berbagai daerah. Selain itu, adanya dukungan teknologi yang terus berkembang memperbarui berbagai fitur di TikTok, seperti unggahan video yang tidak relevan dengan informasi yang disampaikan atau kenyataan yang ada, yang kemudian membuat video tersebut menjadi fokus penyebaran berita palsu (*hoax*). Apabila hal ini

terus berlanjut, bukan tidak mungkin akan mempengaruhi cara berpikir para penggunanya yang masih kurang familiar dengan penggunaan TikTok.

Akan tetapi jika individu bisa memanfaatkan dengan baik, maka penyebaran informasi bisa dimanfaatkan. Salah satu contohnya Melakukan pemasaran digital dengan menyebarkan informasi menggunakan video yang menarik, sehingga produk yang dipromosikan dapat menjadi viral. Hal ini memberikan keuntungan besar bagi seorang pelajar yang berencana memulai usaha namun mempunyai pribadi yang introferti atau tidak ingin dirinya menjadi pusat perhatian. Karena informasi disampaikan hanya dengan menyebarkan lewat video di aplikasi TikTok dan berinteraksi hanya lewat media sosial saja. Nyatanya mudahnya penyebaran informasi keuntungan dari media sosial akan tercapai apabila masyarakat mampu memanfaatkan kemudahan dalam menyebarkan informasi. Membangun masyarakat yang memiliki kemampuan untuk memilih informasi secara bijak merupakan langkah penting menuju kecerdasan kolektif, sebab efek baik atau buruk dari media sosial sangat bergantung pada cara masyarakat memanfaatkannya.



Figure 1. Kerangka Berpikir Penelitian

Perubahan Perilaku

Dilansir dari (Purwasih, 2014), perubahan sosial adalah bentuk variasi dalam pola hidup yang telah diterima oleh masyarakat, yang dapat disebabkan oleh perubahan dalam faktor geografis, kebudayaan, struktur demografis, ideologi, maupun hasil penemuan baru dalam kehidupan sosial. Yang artinya perilaku manusia merupakan reaksi individu atau makhluk hidup terhadap stimulus yang berasal dari luar dirinya. Teori Stimulus Organisme Response S-O-R. Teori ini berlandaskan pada anggapan bahwa faktor yang memicu perubahan perilaku

bergantung pada stimulus yang berinteraksi dengan organisme. (Hovland, 1953) mengungkapkan bahwa perubahan perilaku serupa dengan sebuah proses pembelajaran yang dimulai dengan adanya stimulus atau rangsangan yang diberikan kepada makhluk hidup, yang dapat diterima atau ditanggapi dengan penolakan. Jika stimulus tidak diterima atau ditolak, maka stimulus tersebut dianggap tidak berpengaruh, namun apabila stimulus diterima, itu menunjukkan adanya respons dari individu, yang mengindikasikan bahwa stimulus tersebut efektif. Akan terjadi perubahan pengetahuan/*knowledge*. Selanjutnya, jika stimulus diterima, individu akan memahami stimulus tersebut dan proses berikutnya adalah organisme akan memprosesnya menjadi kesiapan untuk bertindak (sikap). Akhirnya, yang ketiga, dengan adanya fasilitas yang memadai dan dorongan dari lingkungan sekitar, rangsangan tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap perilaku individu tersebut. Terjadilah perubahan perilaku. Perubahan perilaku individu dapat diartikan sebagai hasil dari paksaan, peniruan, atau pemahaman mendalam. Selain itu, perubahan ini juga bisa terjadi akibat faktor alamiah, rencana yang disengaja, atau kemauan untuk mengalami perubahan.

Salah satu contohnya adalah ketika media sosial masuk yang kemudian mengubah perilaku seorang individu atau kelompok. Karena platform sosial memotivasi kaum muda untuk lebih memahami dunia di luar diri mereka, meskipun mereka memiliki sifat introvert. Dalam konteks ini, kepribadian introvert merujuk pada seseorang yang cenderung tenang, lebih memilih kesendirian, dan merasa nyaman ketika menghabiskan waktu sendirian. Secara umum, individu dengan kepribadian introvert cenderung menghindari sorotan atau perhatian dari orang lain. Namun, dengan munculnya media sosial, individu yang sebelumnya cenderung tertutup kini memiliki kesempatan untuk berkomunikasi dengan lingkungan luar dengan cara yang lebih terbuka (Widiantari, 2013). Dengan demikian, pengaruh media sosial telah berhasil mendorong individu untuk keluar dari kenyamanan yang biasa mereka rasakan dan mengubah perilaku mereka.

Metodologi

Metode penelitian yang digunakan adalah metode Kuantitatif, yaitu jenis data berupa informasi yang dinyatakan dengan bilangan. Menurut (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, 2018) Teknik pengumpulan data merupakan langkah utama dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data, jika peneliti tidak mengetahui Teknik pengumpulan data maka peneliti tidak akan mendapat data yang memenuhi standar. Untuk memperoleh data maka dalam penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data Angket (*Questioner*), Angket merupakan pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi kesempatan pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket ini merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden (Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, 2018). Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Ibnu Chaldun Jakarta jurusan Fakultas Ilmu Komunikasi.

Populasi penelitian adalah Mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta, karena seorang mahasiswa harus bisa menekankan komunikasinya, seperti bagaimana bisa memahami dan mencerna sebuah pesan yang diterima dengan efektif dan bagaimana pesan yang telah diterima itu bisa bermanfaat. Karena mahasiswa mempunyai kalangan akademis tersendiri di dalam masyarakat. Sebab potensi, kelebihan, dan kemampuan yang lebih unggul karena terus di asah dalam masa pendidikan atau melanjutkan ke dunia Universitas. Maka dari itu mahasiswa harus bisa berkontribusi lebih terhadap kehidupan berbangsa dan bernegara untuk kehidupan yang lebih baik lagi. Penelitian ini menggunakan teknik Purposive Sampling. Populasi penelitian sebanyak 400 mahasiswa. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif fakultas Ilmu Komunikasi yang menggunakan aplikasi TikTok dan bersedia menjadi informan dalam penelitian sehingga terkumpul sebanyak 80 mahasiswa. Waktu penelitian pada bulan November 2023 sampai April 2024 untuk penelitian BAB 1 sampai BAB 3, pada bulan Mei 2024 sampai dengan Juli 2024 menyelesaikan BAB 4 sampai Penutup. Tujuan penelitian untuk

mengetahui bagaimana pengaruhnya penyebaran informasi melalui media sosial TikTok terhadap perubahan perilaku di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta. Penelitian ini menggunakan angket/kuesioner untuk pengumpulan data, kemudian diisi oleh mahasiswa yang termasuk dalam kriteria khusus penelitian. Lalu dilakukan uji validitas dan uji realibilitas untuk mengetahui besarnya efek penyebaran informasi melalui media sosial TikTok terhadap perubahan perilaku dapat diketahui dengan pasti. Instrumen yang diberikan berupa pertanyaan seputar sosial, pengetahuan dan gaya hidup. Setelah melewati uji validitas dan uji realibilitas dilanjutkan dengan melakukan uji normalitas, uji linearitas dan uji t (secara parsial). Perhitungan memakai SPSS ver 25.

Result and Discussion

Dalam penelitian ini untuk mengetahui apakah ada pengaruh antara variabel X atau Variabel Bebas (*Independent Variable*), yaitu variabel yang menjadi sebab terjadinya atau terpengaruhnya variabel terikat, dalam penelitian ini adalah penyebaran informasi dan Variabel Terikat (*Dependent Variable*), variabel yang menjadi akibat atau yang lainnya dipengaruhi oleh variabel bebas, dalam penelitian ini adalah perubahan perilaku (Y). Peneliti melakukan analisis dengan menggunakan bantuan SPSS 25 for Windows. Peneliti melakukan beberapa uji. Yang pertama uji instrumen terdiri dari uji validitas adalah suatu alat ukur untuk menguji benar atau tidaknya indikator yang menunjukkan tingkat kevalidan suatu instrument. dan uji reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur yang dapat dipercaya atau diandalkan untuk digunakan dua kali untuk mengukur gejala yang sama. Dalam penelitian, reliabel menggambarkan sejauh mana yang pengukuran tetap konsisten setelah dilakukan berulang-ulang terhadap subjek dan dalam kondisi yang sama. Yang kedua uji asumsi klasik meliputi uji normalitas untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak dan uji linearitas untuk mengetahui hubungan variabel bebas dengan variabel terikat linier atau tidak. Dan terakhir uji

Hipotesis yaitu uji t untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas/independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS, 2018).

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah Analisis Regresi sederhana digunakan untuk memprediksikan seberapa jauh hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Analisis regresi linier sederhana

juga dapat menunjukkan arah hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Regresi linier sederhana digunakan untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel tak bebas tunggal dengan variabel bebas tunggal. Regresi linier sederhana hanya memiliki satu perubahan yang dihubungkan dengan satu perubah tidak bebas. Setelah dilakukan maka diperoleh output pada Table 1.

Table 1. Uji Hipotesis (Model Summary)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.606 ^a	.367	.359	2.88530

a. Predictors: (Constant), Informasi

Table 2. Hasil uji t (uji Hipotesis secara parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.753	5.763		.998	.321
	Informasi	1.063	.158	.606	6.724	.000

a. Dependent Variable: Perubahan
Sumber: SPSS Versi 25

Dari hasil perhitungan SPSS pada tabel 1 diperoleh R = 0,606, dengan R² = 0,367. Nilai R merupakan hubungan antara penyebaran informasi dan perubahan perilaku. Sedangkan untuk mengetahui seberapa besar kualitas model regresi linier yang terbentuk, maka diperhatikan nilai koefisien determinasi R Square = 0,367. Nilai tersebut menunjukkan informasi bahwa 36,7% nilai dari besarnya penyebaran informasi telah dapat dijelaskan oleh data perubahan perilaku. Sedangkan sisanya 63,3% informasi mengenai perubahan perilaku belum dapat dijelaskan oleh variabel-variabel bebas tersebut.

Berdasarkan pada table 2, digunakan untuk melihat uji koefisien diketahui bahwa nilai dari hasil t hitung 6,724 > t tabel sebesar 1,990. Dengan rumus mencari t tabel yaitu :

$$= (a/2 ; n - k - 1)$$

$$= (0,05/2 ; 80 - 1 - 1)$$

$$= (0,025 ; 78)$$

Adapun bentuk persamaan regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + Bx$$

$$Y = 5.753 + 1.063$$

Nilai konstanta memiliki arti bertanda positif karena menunjukkan pengaruh yang searah antara variabel independen pada dependen. Setiap penambahan 1% penyebaran informasi pada aplikasi TikTok maka terjadi peningkatan nilai pada perubahan perilaku sebesar 1.063.

Yang berarti penyebaran informasi memiliki pengaruh terhadap perubahan perilaku. Taraf kesalahan sebesar 5% atau 0,05, maka dilakukan uji hipotesis

H_0 : Ada pengaruh penyebaran informasi terhadap perubahan perilaku mahasiswa FIKOM UIC Jakarta.

H_a : Tidak ada pengaruh penyebaran informasi terhadap perubahan perilaku mahasiswa FIKOM UIC Jakarta.

Dari nilai persamaan yang dihasilkan oleh regresi diperoleh persamaan adalah pertama penyebaran informasi = 6,724 + 1,063. Kemudian nilai konstanta sebesar 6,724 menyatakan jika tidak ada variabel bebas, maka perubahan perilaku sebesar 6,724. Sehingga nilai koefisien sebesar 1,063 menunjukkan bahwa meningkatnya penyebaran informasi sebesar 1,063.

Nilai uji t menunjukkan tingkat signifikansi konstanta dan variabel independent. Signifikansi variabel konstanta; sig = 0,000 < 0,05 ini menunjukkan bahwa konstanta mempengaruhi secara signifikansi dalam regresi linear sederhana. Dengan demikian pengujian statistik dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan penyebaran informasi melalui media sosial TikTok terhadap perubahan perilaku mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta yang ditunjukkan dengan angka signifikansi alpha 0,00 < 0,05 ada pada tabel model summary. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada table 1, maka hipotesis yang di ajukan sebelumnya dapat diterima.

Dari hasil penyebaran angket responden terbagi dalam lima kategori yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Mahasiswa Fakultas

Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta dalam mendapatkan informasi melalui media sosial TikTok ini sudah terbiasa dengan kehidupan yang serba teknologi. Mahasiswa bisa mendapatkan atau memberikan informasi melalui media sosialnya. Mengenai mahasiswa yang menguasai sarana teknologi informasi dan komunikasi didapati bahwa kini kehidupan mahasiswa dekat dengan dunia media sosial. Di media sosial kita bisa melakukan berbagai macam kegiatan yang ingin dilakukan diantaranya berupa penyebaran informasi antara sesama pengguna.

Dari hasil pengujian hipotesis penelitian terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara penyebaran informasi terhadap perubahan perilaku mahasiswa Fikom UIC Jakarta. Artinya dengan menerima dan menyebarkan atau aktif dalam media sosial TikTok maka semakin terpengaruhnya perubahan diri seorang mahasiswa Fikom UIC Jakarta. hal ini dibuktikan dengan nilai pada hasil uji T yang menunjukkan bahwa t_{hitung} 6,724 > t_{tabel} 1,990 dan sig. 0,000 < α 0,05. Sehingga dapat dinyatakan hipotesis H1 yang menyatakan “pengaruh penyebaran informasi melalui media sosial TikTok terhadap Perubahan perilaku mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta” diterima berdasarkan asumsi hipotesis sebelumnya.

Kesimpulan

Setelah mengumpulkan data dariberbagai informan, maka dapat di simpulkan Setiap penambahan 1% penyebaran informasi pada aplikasi TikTok maka terjadi peningkatan nilai pada perubahan perilaku sebesar 1.063. Nilai konstanta memiliki arti bertanda positif karena menunjukan pengaruh yang searah antara variabel independen pada dependen, yang berarti penyebaran informasi memiliki pengaruh terhadap perubahan perilaku. Pengaruh signifikan penyebaran informasi melalui media sosial TikTok terhadap perubahan perilaku mahasiswa FIKOM UIC Jakarta yang ditunjukkan dengan angka signifikansi alpha 0,00 < 0,05 ada pada tabel model summary. Maka para Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Ibnu Chaldun Jakarta menunjukan bahwa dampak aplikasi TikTok pada mahasiswa cukup berdampak yaitu dengan berubahnya perilaku

dalam berinteraksi sosial, berubahnya pola pikir bahkan sampai mempengaruhi pemikiran seorang mahasiswa untuk melihat jalan kesuksesan sebagai arena perlombaan sehingga seorang mahasiswa mempunyai tekanan pribadi. Tetapi dari dampak negatif yang ditimbulkan adapun dampak positif yang didapatkan dari pengguna aplikasi TikTok yaitu mahasiswa dengan mudah mendapatkan informasi yang sedang ramai dibahas di kalangan publik membuat mahasiswa selalu update terlebih lagi itu hal yang penting bagi seorang Mahasiswa FIKOM, dapat juga sebagai media penghibur di waktu senggang, bisa berinteraksi dengan orang lain untuk menambah relasi dan memunculkan ide-ide yang menarik serta kreatif.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada pihak-pihak yang telah mendukung terlaksanakannya penelitian ini, Universitas Ibnu Chaldun Jakarta serta para mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini.

Referensi

- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bimantoro Arya et al. (2021). *Paradoks Etika Pemanfaatan Teknologi Informasi di era 5.0*. Jurnal Teknologi Informasi, 60.
- Febrianto, M. d. (2022). Gerakan Sosial Berbasis Media Sosial Dalam Perspektif Moral Sosial. *Jurnal Teologi* , 33-52.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gulo, A. (2023). Revitalisasi Budaya Di Era Digital dan Eksplorasi Dampak Media Sosial Terhadap Dinamika Sosial-Budaya Di Tengah Masyarakat . *Pendidikan dan Kebudayaan* , 803.
- Irwan. (2017). *Etika dan Perilaku Kesehatan*. Yogyakarta: Media Absolut.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Oktavia, Y. (2014). Usaha Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kreativitas Guru dalam Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Administrasi Pendidikan* , 808-831
- Purwasih, J. H. (2014). *Eksiklopedia Sosiologi Perubahan Sosial*. Yogyakarta: Cempaka Putih.
- Puspita, Y. (2015). Pemanfaatan New Media dalam memudahkan komunikasi dan transaksi pelacur Gay. *Jurnal Pekommas*, 203-212.
- Rafiq, A. (2020). Dampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* , 18-29.
- Rahardjo, M. (2017). *Studi Kasus Dalam Penelitian Kualitatif : Konsep dan Prosedurnya*. Malang : Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang Program Pascasarjana.
- Revia Tri Pamungkas, D. D. (2019). PERLINDUNGAN HUKUM PEMEGANG HAK CIPTA ATAS LAGU YANG DIUNGGAH PADA APLIKASI TIKTOK. *Simposium Hukum Indonesia* , 1.
- Ruslan, R. (2016). *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Depok: Rajawali Pers.
- Siregar, A. Z. (2019). *Strategi dan Teknik Penulisan Karya Tulis Ilmiah dan Publikasi*. Sleman: Deepublish.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta : Bandung.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif,*

Kombinasi dan R & D. Bandung:
Alfabeta.

Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian*

Kuantitatif. Bandung: Alfabeta

Susilowati. (2018). *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding di Instagram.* Jurnal Komunikasi, 9 No