

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK AKUN @CLAHAYES SEBAGAI SARANA EDUKASI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN DIET PARA FOLLOWERS

Lala Apriyana¹, Ivanina Zuhdi Pane²

^{1,2}Universitas Esa Unggul, Jakarta

lalaapriyana33@student.esaunggul.ac.id

Abstrak

Saat ini Tiktok menjadi salah satu media sosial yang terus berkembang dan digemari oleh banyak khalayak luas. Tidak hanya sekedar mengunggah video tarian seperti pada saat awal kemunculannya, Tiktok kini juga memudahkan penggunanya untuk memberikan dan menyebarkan informasi. Salah satu akun yang memanfaatkan media sosial tiktok sebagai media penyebaran informasi kesehatan adalah akun @clahayes. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui intensitas penggunaan tiktok akun @clahayes, untuk mengetahui pemenuhan kebutuhan informasi, dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan tiktok akun @clahayes sebagai sarana edukasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan diet followers. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *uses and gratifications*, dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survey yang disebar kepada 100 followers Tiktok @clahayes menggunakan rumus slovin. Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu Teknik *purposive sampling*. Hasil distribusi frekuensi pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) termasuk dalam kategori tinggi yaitu sebesar 55%, sedangkan hasil distribusi frekuensi pada variabel Kebutuhan Informasi (Y) termasuk dalam kategori tinggi sebesar 100%. Dapat disimpulkan semakin tinggi intensitas penggunaan tiktok maka semakin tinggi pula pemenuhan kebutuhan informasi. Hasil uji regresi linear sederhana pada penelitian ini memiliki nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_0 ditolak dan H_a diterima. Pengaruh yang ada pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) memiliki persentase pengaruh sebesar 35,4% terhadap kebutuhan Informasi (Y)

Kata Kunci: Intensitas Penggunaan Media Sosial, Kebutuhan Informasi, Tiktok

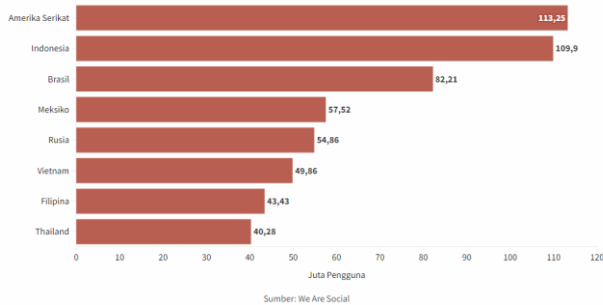
Abstract

Currently, Tiktok is one of the social media that continues to grow and is loved by a large audience. Not only uploading dance videos like when they first appeared, Tiktok now also makes it easier for users to provide and disseminate information. One of the accounts that utilizes the social media tiktok as a medium for disseminating health information is the @clahayes account. The purpose of this study was to determine the intensity of using the tiktok account @clahayes, to find out the fulfillment of information needs, and to find out how much influence the intensity of using the tiktok account @clahayes has as a means of education on fulfilling the health information needs of diet followers. The theory used in this study is the *uses and gratifications* theory, with a quantitative approach using a survey method distributed to 100 Tiktok @clahayes followers using the slovin formula. In this study the sampling technique used was *purposive sampling* technique. The results of the frequency distribution on the variable Intensity of Use of Tiktok (X) are included in the high category, which is equal to 55%, while the results of the frequency distribution on the Information Needs variable (Y) are included in the high category, which is 100%. It can be concluded that the higher the intensity of using tiktok, the higher the fulfillment of information needs. The results of the simple linear regression test in this study had a significance value of $0.000 < 0.05$. Thus, H_0 is rejected and H_a is accepted. The effect on the variable Intensity of Use of Tiktok (X) has a percentage of influence of 35.4% on information needs (Y).

Keywords: Intensity of Social Media Use, Information Needs, Tiktok

Latar Belakang

Saat ini media sosial di Indonesia sudah sangat berkembang pesat, Media sosial menjadi salah satu media *online* yang banyak digemari khalayak luas. Salah satu bagian dari teknologi informasi dan komunikasi yang semakin banyak digunakan saat ini adalah media sosial Tiktok.



Gambar 1. Jumlah Pengguna Tiktok

(Sumber: We Are Social)

Menurut *We Are Social dan Hootsuite* Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna TikTok terbesar kedua di dunia pada Januari 2023. Saat ini tiktok dijadikan salah satu media yang terus berkembang dan memperbanyak fitur-fitur aplikasi yang bisa dimanfaatkan. Tidak hanya sekedar mengunggah video tarian seperti pada saat awal kemunculannya. Bahkan saat ini, dengan adanya situs jejaring sosial ini memudahkan penggunaannya untuk memberikan dan menyebarkan informasi.

Pada platform Tik-Tok banyak sekali informasi yang bisa kita temui yaitu konten-konten yang dibuat oleh para *creator* dengan tema yang bermacam-macam, seperti konten *dance*, memasak, tutorial make up, edukasi, challenge dan masih banyak lagi konten lainnya. Salah satu konten edukatif yaitu mengenai edukasi diet sehat pada wanita. Banyak sekali permasalahan dalam merawat tubuh yang ideal dan menjaga metabolisme tubuh pada wanita, Bagian tubuh memang merupakan kebanggaan bagi wanita saat memasuki masa dewasa awal. Penampilan dan kecantikan menjadi modal utama bagi seorang wanita (Dewi, dkk, 2014) (dalam A Muzayyanah).

Fitriani, 2011 (dalam A Muzayyanah) berpendapat bahwa dalam memenuhi kebutuhannya, banyak wanita melakukan perawatan fisik, salah satunya melakukan perilaku diet.

Perilaku diet yang baik akan sangat penting dalam kehidupan seseorang karena dengan diet individu terutama wanita tidak akan menyakiti dirinya sendiri karena salah dalam mengrtikan perilaku diet itu sendiri, sehingga tidak ada lagi individu yang kekurangan protein, lemak hewani, dan semacamnya (Yulianti dan Indriati, 2015).

Menurut survey Horm dan Anderson (Grogan, 2008) (dalam A Muzayyanah) menunjukkan bahwa 40 % perempuan melakukan pengurangan berat badan secara tidak sehat. Banyak pakar kesehatan yang menyalahkan program diet yang akhir-akhir ini mengakibatkan peningkatan terjadinya anoreksia atau kegagalan makan yang kronis, yang mengakibatkan setengah kelaparan, dan terjadinya bulimia, dengan usaha memuntahkan kembali, berpuasa, atau penyalahgunaan obat pencahar berlebihan. Berdasarkan kasus tersebut, maka dapat disimpulkan terkait pentingnya edukasi atau peningkatan pemahaman mengenai hal tersebut.

Seiring dengan kemajuan teknologi saat ini, sudah banyak dokter ataupun seseorang yang sudah ahli di bidang kesehatan memanfaatkan platform digital untuk memberikan edukasi seputar dunia kesehatan. Untuk memberikan edukasi tersebut tidak perlu dilakukan secara tatap muka, melainkan dapat dilakukan dari berbagai macam platform digital, salah satunya yaitu melalui Tiktok. Dengan hadirnya Tiktok masyarakat dapat dengan mudah untuk mencari tahu dari berbagai macam informasi mengenai menjaga dan merawat kesehatan tubuh.

Salah satu dokter yang memanfaatkan platform digital Tiktok sebagai media penyebaran informasi yaitu Dr. Clarin Hayes atau biasa dikenal dengan akun Tiktok nya yaitu @clahayes. Dr. Clarin hayes dengan nama akun tiktoknya @clahayes ini merupakan *conten creator* yang sedang populer dikalangan pengguna Tiktok. Dimana Dr. Clarin Hayes memberikan edukasi secara spesifik mengenai informasi tentang merawat tubuh yang ideal serta cara menurunkan

berat badan yang baik dan benar. Tiktok @clahayes sering membagikan tips kesehatan, masalah kesehatan di kehidupan sehari-hari, hingga membahas seputar kecantikan dan permasalahannya dilihat dari sisi medis. Dengan banyaknya jumlah pengikut akun @clahayes sebanyak 254.900 followers, berdasarkan data per 25 Maret 2023 menunjukkan bahwa akun tersebut bisa dijadikan sebagai sumber informasi mengenai kesehatan. Berdasarkan pemaparan penulis, maka peneliti tertarik untuk melihat apakah intensitas penggunaan Tiktok akun @clahayes berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan diet banyak khalayak.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian adalah, apakah terdapat pengaruh intensitas penggunaan tiktok akun @clahayes sebagai sarana edukasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan diet followers.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka terdapat tujuan penelitian untuk memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian yaitu :

1. Ingin mengetahui Intensitas Penggunaan Tiktok Akun @clahayes
2. Ingin mengetahui Pemenuhan Kebutuhan Informasi
3. Ingin mengetahui seberapa besar pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Akun @clahayes terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi kesehatan diet followers.

Tinjauan Pustaka

Ahmad Fahri Ramadhan dkk mengkaji tentang Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z Menggunakan metode penelitian dengan pendekatan kuantitatif dengan survei eksplanatori menggunakan teori *uses effect*. Teknik pengumpulan data kuesioner. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa pengaruh intensitas terhadap informasi seks edukasi sebesar 6,75%, pengaruh isi pesan infografis terhadap informasi seks 33,26%, dan pengaruh daya Tarik terhadap informasi seks sebesar 15,02%.

Dila Arneta Mengkaji tentang Pengaruh konten tiktok Dr. Richard Lee Terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Metode yang digunakan ialah *uses and gratifications*. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa Variabel X dengan indikator atensi mempunyai pengaruh kuat 60% dan variabel Y dengan indikator Exhaustive Need Approach mempunyai pengaruh kuat 54%.

Arshinta Eka Putri mengkaji tentang Pengaruh Konten Akun Instagram @Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers (Survei Terhadap Followers Akun Instagram @Jkinfo) Menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan teknik *random sampling*. Penelitian ini memakai teori *uses and gratifications*. Berdasarkan hasil penelitian diketahui sebesar 49,2% kebutuhan informasi lalu lintas followers (variabel Y) dipengaruhi oleh konten akun instagram @jkinfo (variabel X) dan sisanya sebanyak 51,8% dipengaruhi oleh faktor lain.

Dalam ketiga penelitian terdahulu memiliki beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti pada penelitian saat ini. ketiga penelitian terdahulu tersebut sama-sama bersinggungan dengan pembahasan pemenuhan kebutuhan informasi maupun pengaruh penggunaan konten tiktok.

Teori Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* merupakan teori yang diperkenalkan oleh Herber Blumer dan Elihu Krtz pada tahun 1974, teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan suatu media. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya. Artinya teori uses and gratification mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhan (Nurdin, 2009).

Media disini berperan untuk menarik para pengguna media agar menggunakan medianya sebagai alat pemuas kebutuhan. Pengguna media juga harus berperan aktif dalam menyeleksi informasi yang disebarkan oleh media, tidak langsung menerima informasi begitu saja. Media harus dapat menjaga kepercayaan yang telah diberikan pengguna media, maka pengguna media disini memiliki peranan yang sangat penting..

Public Relations

Howard Bonham (dalam Soemirat & Ardianto, 2017) menyatakan bahwa Public Relations adalah seni menciptakan pengertian publik yang lebih baik sehingga dapat memperbesar kepercayaan publik terhadap seseorang atau organisasi. Kepercayaan publik adalah aset berharga karena kepercayaan yang tinggi ikut mengukuhkan citra seseorang atau organisasi menjadi baik pula.

Tujuan PR menurut Widjaja dalam (Putri Fauziyah Kurnia Akbar, 2018), melakukan kegiatan pendekatan dengan publiknya baik secara internal maupun eksternal, dengan melalui pendekatan yang bersifat informatif, edukatif, persuasif. Pendekatan dalam hal ini merupakan cara dalam penyampaian informasi bagi PR agar pesan dapat diterima dengan maksimal oleh publik.

Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Wulandari (dalam Tarigan, 2018) Intensitas mengacu pada penggunaan waktu untuk melakukan aktivitas tertentu (durasi) disertai dengan jumlah pengulangan tertentu dalam jangka waktu tertentu, intensitas tersebut berkaitan dengan penggunaan atas suatu objek dalam keseharian seseorang.

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) menyatakan intensitas penggunaan media sosial aspek-aspeknya yaitu :

1. Perhatian, diartikan sebagai ketertarikan individu terhadap suatu objek tertentu dan dianggap sebagai target dari sebuah perilaku.
2. Penghayatan, diartikan sebagai suatu pemahaman serta penyerapan terhadap sebuah informasi yang dianggap sebagai pengetahuan baru.
3. Durasi, diartikan sebagai waktu yang dibutuhkan oleh seseorang dalam melakukan sebuah perilaku atau kegiatan tertentu.
4. Frekuensi, diartikan sebagai banyaknya pengulangan atas sebuah perilaku yang dilakukan oleh seseorang. Menurut Juditha (2011) frekuensi mengakses media sosial dikatakan paling tinggi apabila mengakses lebih dari 4 kali sehari, dengan jumlah paling rendah 1 kali akses dalam satu hari.

Kebutuhan Informasi

Menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016), Terdapat empat pendekatan yang menjelaskan kebutuhan informasi pengguna media sosial, yaitu:

1. Pendekatan kebutuhan informasi mutakhir (*Current need approach*) Merupakan pendekatan terhadap pengguna media sebagai sarana mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuan. Pendekatan ini mendorong para media untuk selalu aktif mendapatkan informasi terbaru.
2. Pendekatan kebutuhan informasi harian (*Everyday need approach*) Merupakan pendekatan terhadap kebutuhan pengguna dalam mendapatkan informasi secara cepat dan spesifik
3. Pendekatan kebutuhan informasi mendalam (*Exhaust need approach*) Merupakan pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung dengan informasi yang diperlukan.
4. Pendekatan kebutuhan informasi singkat (*Catching-up need approach*) Merupakan pendekatan terhadap pengguna media dalam mencari perkembangan terbaru suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhan. Informasi disini bersifat sekilas namun memberikan gambaran lengkap mengenai suatu informasi.

Media Sosial

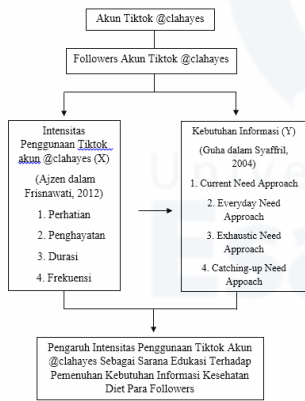
Pemakaian media sosial mengacu pada penggunaan teknologi berbasis web dan seluler sebagai transmisi komunikasi menjadi dialog interaktif.

Tiktok

Tiktok merupakan platform media sosial yang memberikan para penggunanya untuk dapat membuat video pendek dengan durasi hingga 3 menit.

Kerangka pemikiran

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2. Kerangka Berpikir (Sumber: Peneliti)

Hipotesis

H0 = Tidak ada pengaruh intensitas penggunaan Tiktok akun @clahayes sebagai sarana edukasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan diet para followers

Ha = Ada pengaruh intensitas penggunaan Tiktok akun @clahayes sebagai sarana edukasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan diet para followers

Hipotesis Penelitian = Semakin tinggi Intensitas Penggunaan Tiktok Akun @clahayes (X), maka semakin tinggi Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei dengan pendekatan kuantitatif deskriptif, serta paradigma positivisme. Menurut (Sugiyono, 2015) pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dan pengambilan sampel secara random dengan pengumpulan data menggunakan instrument, analisis data bersifat statistik.

Populasi dan Sampel

Menurut (Sugiyono, 2015) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pada penelitian ini populasinya adalah followers akun Tiktok @clahayes dengan jumlah 254.900 followers.

Sampel pada penelitian ini dihitung menggunakan rumus Slovin

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{(1 + (N \times e^2))} \\
 &= \frac{254.900}{(1 + (254.900 \times 0,1^2))} \\
 &= \frac{254.900}{(1 + (2.549))} \\
 &= \frac{254.900}{2.550} \\
 &= 99,96 \text{ dibulatkan menjadi } 100
 \end{aligned}$$

Sehingga jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini yaitu 100 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti berupa kuesioner yang akan disebar menggunakan google form. Link kuisisioner akan disebar pada followers akun Tiktok @clahayes.

Responden akan menjawab menggunakan skala likert, yang dibagi menjadi 4 poin untuk mengurangi kemungkinan eror,

Keterangan	Skor Nilai Pernyataan
Sangat Tidak Setuju (STS)	1
Tidak Setuju (TS)	2
Setuju (S)	3
Sangat Setuju (SS)	4

Tabel 1. Skala Likert

Validitas dan Reliabilitas

Dalam mengukur validitas pada penelitian ini diukur menggunakan rumus Pearson Product Moment dengan SPSS 26.0 menggunakan rumus berikut:

Rumus Pearson Product Moment

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Dalam pengujian reabilitas ini menggunakan rumus Alpha Cronbach karena instrumen penelitian ini menggunakan data angket dan skala bertingkat, dengan rumus berikut. Semakin kecil koefisien reliabilitas yang dihasilkan, maka semakin besar kesalahan pengukuran yang berdampak pada semakin tidak reliabelnya alat ukur yang digunakan (Azwar, 2013).

Rumus Alpha Cronbach

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_i^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Hasil Uji Validitas Variabel X

No Item	r hitung	Keterangan
1.	0,756	Valid
2.	0,721	Valid
3.	0,597	Valid
4.	0,578	Valid
5.	0,636	Valid
6.	0,487	Valid
7.	0,688	Valid
8.	0,738	Valid
9.	0,561	Valid
10.	0,676	Valid
11.	0,593	Valid
12.	0,400	Valid
13.	0,394	Valid
14.	0,614	Valid
15.	0,630	Valid
16.	0,493	Valid

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel X (Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Masing-masing pernyataan pada variabel X dinyatakan valid.

Hasil Uji Validitas Variabel Y

No Item	r hitung	Keterangan
1.	0,754	Valid
2.	0,526	Valid
3.	0,715	Valid
4.	0,721	Valid
5.	0,599	Valid
6.	0,790	Valid
7.	0,718	Valid
8.	0,619	Valid
9.	0,727	Valid
10.	0,810	Valid
11.	0,460	Valid
12.	0,690	Valid
13.	0,759	Valid
14.	0,799	Valid
15.	0,737	Valid
16.	0,707	Valid

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Y (Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Masing-masing pernyataan pada variabel Y dinyatakan valid.

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.939	32

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas (Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Variable X dan Y mendapatkan nilai 0.939 maka dinyatakan hasil yang didapatkan adalah sangat reliabel.

Objek Penelitian

Akun Tik-Tok @clahayes memanfaatkan platform digital Tiktok sebagai akun yang menyebarkan informasi kesehatan. Akun ini sering membagikan tips kesehatan, masalah kesehatan di kehidupan sehari-hari, hingga membahas seputar kecantikan dan permasalahannya dilihat dari sisi medis. Dalam kontennya tersebut, Clarin menggunakan bahasa yang santai, sehingga muda dipahami oleh orang

awam. Konten Clarin Hayes dinilai sangat informatif dan disajikan dengan menyenangkan. Selain itu, ia juga membahas seputar mitos yang beredar di masyarakat. Ia memberikan fakta beserta penjelasan yang mematahkan mitos yang dipercaya masyarakat.

Hasil Penelitian

Jenis Kelamin Responden

(n=100)

No	Jenis Kelamin	Jumlah (n)	Persentase
1	Perempuan	100	100%
2	Laki-laki	0	0%
Jumlah		100	100%

Gambar 3. Jenis Kelamin Responden (Sumber: Hasil Kuisioner Responden)

Semua responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan sesuai dengan kriteria peneliti.

(n=100)

Rentang Usia Responden

No	Usia	Jumlah (n)	Persentase
1.	<17 Tahun	0	0%
2.	17-25 Tahun	66	66%
3.	25-30 Tahun	30	30%
4.	>30 Tahun	4	4%
Jumlah		100	100%

Gambar 4. Rentang Usia Responden (Sumber: Hasil Kuisioner Responden)

Dari 100 responden, sebagian besar memiliki rentang usia 17-25 tahun dengan persentase 66%, diikuti dengan rentang usia 25-30 tahun dengan persentase 30%, lalu usia >30 tahun memiliki persentase sebesar 4%.

Hasil Distribusi Frekuensi X

Data Interval	Frekuensi	Persentase	
Rendah	16 – 31	0	0%
Sedang	32 – 48	45	45%
Tinggi	49 – 64	55	55%

Gambar 5. Distribusi Frekuensi (Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi Variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) memiliki hasil data interval tinggi sebesar 55%. lalu terdapat data interval sedang sebesar 45%. Dapat diartikan bahwa intensitas penggunaan tiktok termasuk kedalam kategori tinggi.

Hasil Distribusi Frekuensi Y

Data Interval	Frekuensi	Persentase	
Rendah	16 – 31	0	0%
Sedang	32 – 48	0	0%
Tinggi	49 – 64	100	100%

Gambar 6. Distribusi Frekuensi
(Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi Variabel Kebutuhan Informasi (Y) memiliki hasil data interval tinggi sebesar 100%. Dapat diartikan bahwa Pemenuhan Kebutuhan Informasi termasuk kedalam kategori tinggi.

Hasil Uji Normalitas

Menurut Danang Suntoyo (2016:92) akan menguji data variabel bebas (X) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan

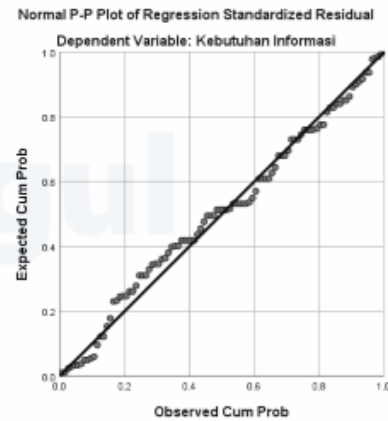
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06812113
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.070
	Positive	.054
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Gambar 7. Hasil Uji Normalitas
(Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Berdasarkan hasil uji normalitas diatas, ditunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,200 > 0,05. Sehingga bisa disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

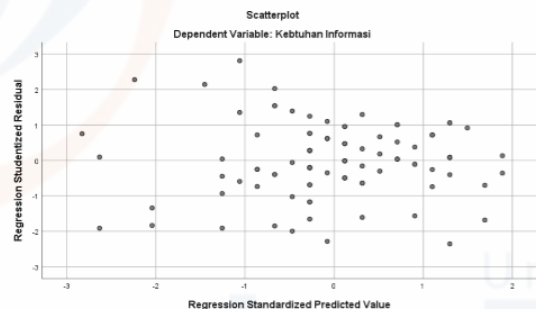
Hasil Uji P P-Plot



Gambar 8. Hasil Uji P P-Plot
(Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Dapat disimpulkan bahwa uji normal dengan probability atau uji P-P-Plot menunjukkan bahwa pola titik-titik atau data berada di dekat atau mengikuti garis diagonalnya maka dapat dikatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Gambar 9. Hasil Uji Heteroskedastisitas
(Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Berdasarkan hasil *output scatterplot* terlihat letak titik – titik menyebar dan tidak membentuk pola yang beraturan maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah bebas dari gejala heteroskedastisitas.

Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a			Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Unstandardized Coefficients			
1	(Constant)	41.982	2.038		20.598	.000
	Intensitas Penggunaan Tiktok	.301	.041	.595	7.328	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar10. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Terdapat nilai konstanta (a) sebesar 41,982, serta terdapat nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,301, maka dapat disusun persamaan dari model regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = 41,982 + 0,301 X$$

Berdasarkan hasil dari persamaan regresi linear sederhana diatas, maka dapat diartikan bahwa nilai konsisten variabel Y yaitu Kebutuhan Informasi sebesar 41,982. Lalu koefisien regresi X sebesar 0,301 yang berarti setiap meningkatnya 1% nilai koefisien dari variabel X yaitu Intensitas Penggunaan Tiktok regresi maka nilai Intensitas Penggunaan Tiktok mengalami kenaikan sebesar 0,301. Sehingga pengaruh variabel X terhadap variabel Y dinyatakan positif karena koefisien regresi bernilai positif.

Suatu variabel dinyatakan saling berpengaruh secara signifikan jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar $0,000 < 0,05$ maka dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu Ada pengaruh intensitas penggunaan tiktok akun @clahayes sebagai sarana edukasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan diet para followers.

berdasarkan tabel diatas, menunjukkan interval koefisien sebesar 0,595 yang menunjukkan bahwa korelasi antar variabel bersifat “sedang”.

Koefisien Determinasi

Model	Model Summary ^b			
	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.595 ^a	.354	.347	2.079

a. Predictors: (Constant), Intensitas Penggunaan Tiktok

b. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

(Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan nilai R Square sebesar 0,354. yang menggambarkan kontribusi pengaruh variabel independen yaitu Intensitas Penggunaan Tiktok (X) terhadap variabel dependen yaitu Kebutuhan Informasi (Y). untuk mengetahui hasil kontribusi variabel X terhadap Y dapat ditentukan dengan rumus koefisien determinasi, dengan nilai R square x 100%.

Dengan demikian nilai 35,4% menunjukkan bahwa variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) berkontribusi pengaruh terhadap variabel Kebutuhan Informasi (Y) sebesar 35,4%. Sisanya 64,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuji pada bab sebelumnya dan dibuktikan dengan data yang didapat melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden followers akun Tiktok @clahayes. Peneliti telah mendapatkan jawaban yang sesuai dengan harapan peneliti.

Hasil kuesioner peneliti mendapatkan klasifikasi data responden dengan rentang usia terbanyak pada 17-25 tahun sebanyak 66 responden atau sebesar 66%, dengan mayoritas pelajar/mahasiswa sebanyak 46 orang atau sebesar 46%, serta semua responden berjenis kelamin perempuan karena sesuai kriteria dalam pengambilan sampel penelitian ini.

Intensitas Penggunaan Tiktok (X)

Pada intensitas penggunaan tiktok terdiri dari perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Unsur pertama yaitu perhatian, Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengatakan perhatian adalah ketertarikan individu terhadap suatu objek tertentu. berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak yaitu pada pernyataan “saya memperhatikan setiap unggahan video tiktok akun @clahayes mengenai diet sehat yang baik” dengan besar persentase 53%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden memiliki ketertarikan terhadap konten tiktok yang diunggah oleh akun @clahayes dengan menunjukkan konsentrasi tinggi pada saat menonton.

Selanjutnya dimensi penghayatan, Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengatakan penghayatan adalah suatu pemahaman serta penyerapan terhadap sebuah informasi yang dianggap sebagai

pengetahuan baru. Berdasarkan jawaban tertinggi responden dengan pernyataan “Saya selalu memahami informasi yang disampaikan akun tiktok @clahayes” dengan persentase sangat setuju 58%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden memahami dan menyerap informasi yang diunggah pada tiktok @clahayes yang dianggap sebagai pengetahuan baru.

Pada dimensi durasi, Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengatakan durasi sebagai lamanya waktu yang dibutuhkan oleh seseorang dalam melakukan kegiatan tertentu. Berdasarkan dimensi durasi diperoleh hasil bahwa 50% responden menghabiskan waktu untuk mengakses tiktok @clahayes dalam sehari selama 21-30 menit. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden dikategorikan sering dalam mengakses tiktok @clahayes.

Terakhir dimensi frekuensi, Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengatakan frekuensi sebagai banyaknya pengulangan atas sebuah perilaku yang dilakukan oleh seseorang. Berdasarkan dimensi frekuensi diperoleh hasil bahwa responden menonton konten seputar kesehatan diet di akun tiktok @clahayes sebanyak 5-6 kali dalam seminggu dengan persentase sebesar 46%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden termasuk kategori sering dalam menonton konten diet di tiktok @clahayes.

Dapat disimpulkan bahwa akun tiktok @clahayes sudah baik dalam mengemas pesan yang disampaikan serta menggunakan bahasa yang mudah dipahami khalayak. Terlihat dari jawaban responden yang positif menjadikan akun tiktok @clahayes dijadikan sebagai platform media penyebaran informasi yang baik. lalu dilihat dari persentase yang diberikan oleh responden dengan persentase jawaban sangat setuju tertinggi ada pada dimensi penghayatan yaitu sebesar 58%.

Menurut Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengatakan penghayatan adalah suatu pemahaman serta penyerapan terhadap sebuah informasi yang dianggap sebagai pengetahuan baru.

Dari teori tersebut dapat dilihat bahwa responden atau followers akun tiktok @clahayes dapat memahami dan menyerap informasi yang di

sampaikan oleh akun tiktok @clahayes. Dapat disimpulkan tiktok @clahayes sudah baik dan efektif dalam menyampaikan informasi sehingga pesan dapat diterima dengan baik oleh followersnya.

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) menunjukkan hasil data interval tinggi sebesar 55%. Dapat diartikan bahwa intensitas penggunaan tiktok termasuk kedalam kategori tinggi atau intens dalam penggunaan tiktok.

Kebutuhan Informasi (Y)

Dalam penelitian ini, mengukur pemenuhan kebutuhan informasi dalam Empat dimensi yang menjelaskan kebutuhan informasi pengguna media sosial. Menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) yaitu secara mutakhir (Current need approach), rutin ((Everyday need approach), mendalam (Exhaust need approach), dan singkat (Catching-up need approach).

Pertama, Dimensi pemenuhan kebutuhan informasi mutakhir (Current need approach) Menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) (Current need approach) merupakan pendekatan terhadap pengguna media sebagai sarana mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuan. Pendekatan ini sifatnya terbaru. Berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak yaitu pada pernyataan “saya mendapatkan informasi terbaru perihal cara diet yang sehat dan menjaga metabolisme tubuh ketika menonton video Tiktok Dr. Clarin Hayes (@clahayes)” dengan besar persentase 73%. Hal ini menunjukkan sebagian besar responden menyadari akun tiktok @clahayes merupakan sumber informasi untuk mendapatkan informasi seputar kesehatan diet dan mendapatkan informasi terbaru.

Kedua, dimensi pemenuhan kebutuhan informasi rutin (Everyday need approach) Menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) (Everyday need approach) merupakan pendekatan terhadap pengguna media dengan ciri sifatnya yang cepat, terataur, dan spesifik. Informasi yang dibutuhkan merupakan sebuah informasi rutin dihadapi oleh pengguna. Berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak yaitu pada pernyataan

“Tiktok Dr.Clarin Hayes (@clahayes) memberikan informasi seputar kesehatan diet secara rutin” dengan besar persentase 59%.

Hal ini menunjukkan sebagian besar responden merasa puas karena mendapatkan informasi secara rutin dan cepat untuk kebutuhan sehari-hari mengenai informasi kesehatan diet, dan akun tiktok @clahayes sudah cukup baik dalam memberikan informasi setiap harinya sehingga terpenuhi kebutuhan informasi sehari-hari para responden atau followers.

Ketiga, dimensi pemenuhan kebutuhan informasi mendalam (Exhaust need approach). Menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) (Exhaust need approach) merupakan pendekatan terhadap pengguna media akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi terhadap informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak yaitu pada pernyataan “Konten video tiktok Dr. Clarin Hayes memberikan edukasi cara diet sehat yang aman secara detail dan rinci” Dengan besar persentase 65%.

Hal ini menunjukkan bahwa akun tiktok @clahayes sudah cukup baik dalam memberikan informasi yang detail dan spesifik, sehingga menimbulkan ketergantungan dalam diri responden atau followers akan akun tiktok @clahayes mengenai kesehatan diet.

Keempat, dimensi pemenuhan kebutuhan informasi singkat (Catching-up need approach). Menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) Catching-up need approach merupakan pendekatan terhadap pengguna media yang membutuhkan informasi ringkas dan singkat, namun informasinya tetap jelas. Berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak yaitu pada pernyataan “saya mendapatkan informasi kesehatan diet yang ringkas di akun tiktok @clahayes” dengan besar persentase 70%. Hal ini menunjukkan bahwa akun tiktok @clahayes sudah sangat baik dalam menyampaikan informasi yang ringkas dan lengkap.

Dapat disimpulkan bahwa kebutuhan Informasi kesehatan diet dengan unsur current need approach, everyday need approach, exhaustic need approach, dan catching-up need approach memiliki hasil yang positif karena jawaban dari responden tersebut memberikan jawaban secara responsive. Dengan adanya akun Tiktok @clahayes ini membuat responden atau followers mengetahui informasi dari @clahayes. Jawaban sangat setuju tertinggi ada pada unsur kebutuhan informasi mutakhir (current need approach) dengan besar persentase 73% pada indikator responden mendapatkan informasi terbaru perihal cara diet yang sehat dan menjaga metabolisme tubuh ketika menonton video tiktok Dr. Clarin Hayes (@clahayes).

Menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) kebutuhan informasi mutakhir (current need approach) Merupakan pendekatan terhadap pengguna media sebagai sarana mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuan. Pendekatan ini mendorong para media untuk selalu aktif mendapatkan informasi terbaru. Akun tiktok @clahayes ini diperkuat dari unggulnya dalam memberikan informasi yang terbaru kepada responden atau followers. Atas jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju tertinggi yaitu 73% bisa dijelaskan bahwa kebutuhan current need approach cukup dominan sehingga kebutuhan informasi terbaru followers terpenuhi.

Berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada variabel Kebutuhan Informasi (Y) menunjukkan hasil data interval tinggi sebesar 100%. Dapat diartikan bahwa Pemenuhan Kebutuhan Informasi termasuk kedalam kategori tinggi.

Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok (X) terhadap Kebutuhan Informasi (Y)

Hasil Distribusi Frekuensi variabel X menunjukkan hasil sebesar 55% yang berarti variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) tergolong dalam kategori tinggi. Menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Tiktok maka semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasinya.

Begitupun pada Hasil Distribusi Frekuensi variabel Y yang memiliki nilai sebesar 100% yang juga menjadikan variabel pemenuhan kebutuhan

informasi tergolong dalam kategori tinggi. Hasil positif responden yang sangat tinggi mengindikasikan bahwa followers atau responden mendapatkan informasi terbaru perihal cara diet yang sehat dan menjaga metabolisme tubuh ketika menonton video tiktok Dr. Clarin Hayes dan responden merasa kebutuhan informasi akan kesehatan diet telah terpenuhi.

Pada hasil uji normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi sebesar 0,200. Hasil tersebut menunjukkan data berdistribusi normal karena nilai signifikansi melebihi batas minimal dari 0,05 yaitu sebesar 0,200

Lalu pada hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot yaitu titik – titik menyebar yang diartikan bahwa model regresi telah bebas dari gejala heteroskedastisitas yang dimana tidak terbentuk pola yang beraturan.

Pada hasil uji regresi linear sederhana, mendapatkan hasil bahwa variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) berpengaruh positif terhadap kebutuhan informasi (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil pengaruh yang signifikan $0,00 < 0,05$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ada pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

Berdasarkan hasil koefisien Pearson Correlations 0,595 yang dimana memiliki arti Intensitas Penggunaan Tiktok (X) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) memiliki korelasi yang sedang, berdasarkan acuan dari tabel tingkat hubungan menurut Sugiyono.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,354 yang memiliki arti bahwa pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi sebesar 35,4%. Maka dapat disimpulkan bahwa hubungan variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) adalah 35,4% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan *grand theory* yang digunakan yaitu *Uses and Gratifications* yang dimana teori ini mengatakan bahwa Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha untuk memenuhi kebutuhannya.

Dari keempat dimensi yang ada pada variabel intensitas penggunaan tiktok yakni perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi menunjukkan bahwa jika followers semakin intens menggunakan media sosial maka kebutuhan informasinya juga akan terpenuhi. Hal ini sesuai dengan hasil koefisien determinasi dari pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi memiliki presentase sebesar 35,4% dan sisanya sebesar 64,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Sesuai dengan hasil studi yang sudah dilakukan pada bab sebelumnya, kesimpulan yang dapat diambil untuk melihat apakah terdapat pengaruh dan seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan tiktok akun @clahayes

sebagai sarana edukasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan diet followers sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil Distribusi Frekuensi pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) menunjukkan hasil data interval tinggi sebesar 55%. Dapat diartikan bahwa intensitas penggunaan tiktok termasuk kedalam kategori tinggi atau intens dalam penggunaan tiktok. Sedangkan berdasarkan hasil distribusi frekuensi pada variabel Kebutuhan Informasi (Y) menunjukkan hasil data interval tinggi sebesar 100%. Dapat diartikan pemenuhan kebutuhan informasi termasuk kedalam kategori tinggi. Dapat disimpulkan semakin tinggi Intensitas Penggunaan Tiktok, Semakin tinggi Pemenuhan Kebutuhan Informasi.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y), terlihat dari signifikansi Intensitas Penggunaan Tiktok (X) dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima yaitu ada pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi.

3. Pengaruh yang ada pada variabel Intensitas Penggunaan Tiktok (X) memiliki persentase pengaruh sebesar 35,4% terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y). Selebihnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, F. N., & Aprianti, A. (2015). Efektivitas akun instagram@ filmnasional dalam pemenuhan kebutuhan informasi followers. *eProceedings of Management*, 2(3).
- Azwar, S. (2013). *Reliabilitas dan validitas* (Edisi4). Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Frisnawati, A. (2012). Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecendrungan Perilaku Prososial pada Remaja. *Empathy*, Vol.1, No.1.
- Muzayyanah, A. I. (2020). Hubungan Antara Body Dissatisfaction dengan Perilaku Diet Tidak Sehat pada Wanita di Sanggar Senam Bellina Yogyakarta (Doctoral dissertation, Universitas Mercu Buana Yogyakarta).
- Nurudin, 2017. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Nurudin, M.Si. (2009). *Pengantar komunikasi massa*. Jakarta: PT. Raja Grafiindo Persada.
- Perdana, Cepti Rachman Gilang, Edwin Rizal dan Ute Lies Siti Khadijah. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi Followers. *Program Studi Ilmu Informasi dan Perpustakaan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran*.
- Permana, I. P. H., & Sutedja, I. D. M. (2021). Analisis Perilaku Pengguna Akun Kedua di Media Sosial Instagram. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(4), 1195-1204.
- Putra, D. K., & Hirzi, A. T. (2022). Hubungan Pemberitaan di Media Online dengan Pembentukan Opini pada Mahasiswa Universitas Islam Bandung. *Jurnal Riset Jurnalistik dan Media Digital*, 37-42.
- Putri, A. E. (2020). Pengaruh Konten Akun Instagram@ Jkinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers. *Ikon--Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(2), 129-141.
- Putri Fauziyah Kurnia Akbar. (2018). *Jurnal Ilmu Hubungan Masyarakat*. 3(November), 79–96.
- Ramadhan, A. F., Ramdhani, M., & Utamidewi, W. (2022). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z. *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(1).
- Soemirat, S., & Ardianto, E. (2017). *Dasar-Dasar Public Relations*. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Yulianti, T. S., & Indriati, R. (2015). HUBUNGAN ANTARA BODY IMAGE DENGAN PERILAKU DIET PADA REMAJA KELAS XI IPA 3 DAN 4 SMA N 1 POLANHARJO KLATEN. *Intan Husada: Jurnal Ilmiah Keperawatan*, 1(1).
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/03/jumlah-pengguna-internet-global-tembus-516-miliar-orang-pada-januari-2023> pada 25 Maret 2023 pukul 15.00 WIB
- <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia-pada-awal-2023> pada 25 Maret 2023 pukul 16.00
- <https://lifestyle.okezone.com/read/2022/11/08/194/2703201/6-potret-dokter-cantik-alexandra-clarin-hayes-idola-para-netizen-nih> pada 27 Maret 2023 pukul 22.00 WIB
- <https://health.detik.com/berita-detikhealth/d-5767986/pesona-clarin-hayes-dokter-cantik-lulusan-cumlaude-yang-aktif-ngonten-di-medsos> pada 11 Juli 2023 pukul 18.05