

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi semakin banyak platform aplikasi yang bermunculan memberikan sarana untuk melakukan pembuatan video dengan fitur yang menarik minat publik. Di era digital banyak dijumpai oleh pelajar menggunakan aplikasi terbaru salah satunya TikTok. Aplikasi TikTok tidak hanya untuk hiburan tetapi juga untuk mencari informasi dan pengetahuan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh efektivitas penyampaian pesan edukasi terhadap sikap sosial followers akun TikTok @ditjen.dikti. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuisioner yang diedarkan kepada 97 orang followers akun TikTok @ditjen.dikti dengan Teknik random sampling. Analisis data dilakukan melalui skala likert dengan 1- 4 option. Hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh efektivitas penyampaian pesan edukasi terhadap sikap sosial followers akun TikTok @ditjen.dikti, dan variabel Pengaruh efektivitas memberikan kontribusi sebesar 14% terhadap variabel Sikap sosial Followers. Sedangkan sisanya sebesar 86% di sebabkan oleh faktor lain yang tidak di teliti oleh peneliti. Faktor lainnya seperti adanya platform Instagram dan youtube.

Kata Kunci: efektivitas penyampaian pesan, sikap sosial, TikTok@ditjen.dikti

ABSTRACT

As technology develops and more and more application platforms have sprung up which provide the means to make videos with features that interest the public. In the digital era, students often find themselves using the latest applications, one of which is TikTok. The TikTok application is not only for entertainment but also for seeking information and knowledge. This study aims to analyze the effect of the effectiveness of delivering educational messages on the social attitudes of followers of the TikTok account @ditjen.dikti. The research method used is a quantitative approach with descriptive methods to examine the hypothesized relationships between variables. The data collection technique used a questionnaire which was distributed to 97 followers of the TikTok @ditjen.dikti account with a random sampling technique. Data analysis was carried out using a Likert scale with 4 options. The results showed that there was an influence on the effectiveness of delivering educational messages on the social attitudes of the followers of the TikTok @ditjen.dikti account, and the variable effect of effectiveness contributed 14% to the social attitude variable of followers. While the remaining 86% is caused by other factors that are not examined by the author. Other factors such as the existence of other platforms such as Instagram and YouTube.

Keywords: message delivery effectiveness, social attitudes, TikTok @ditjen.dikti