



JURNAL PUSTAKA ILMIAH

p-ISSN 2477-2070 | e-ISSN 2685-8363



Universitas Sebelas Maret
(UNS) Library,
Jl. Ir. Sutami 36 A Kentingan,
Jebres, Surakarta 57126

<https://jurnal.uns.ac.id/jurnalpustakailmiah>

Diajukan : 26-06-2023

Diterima : 01-02-2024

Diterbitkan : 30-06-2024



Jurnal Pustaka Ilmiah is licensed under
a [Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Literasi Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin

Nor Latifah*¹, Widya Norjannah², Marcelina²

¹ Universitas Borneo Lestari Banjarbaru, Kalimantan Selatan,
Indonesia

² Universitas Islam Negeri Antasari Banjarmasin, Kalimantan
Selatan, Indonesia

*Korespondensi: latifahnorlatifah76@gmail.com

ABSTRACT

Indonesia is the second most active user of the TikTok application in the first quarter of 2022 because it spends an average of 23.1 hours per month on TikTok. The use of time by the user should not be wasted and can produce benefits in the form of information according to the facts. This research uses participatory media culture theory which explains the ways in which new media culture offers audiences to jointly take on the role of media consumers and media producers at the same time. The media in this research is the TikTok application. The research method is a quantitative research method which aims to show the relationship between the influence of the use of the TikTok application as variable. This research includes quantitative data collection, analysis, and statistical testing. With a population of 326 people, a sample of 77 people was taken using the Slovin formula. Data was obtained by distributing closed questionnaires using a Likert scale. The results of the research show that there is an influence of the use of the TikTok application on student information literacy, namely 54.0%, meaning that the influence of the independent variable, namely the use of the TikTok application, on student information literacy is 54.0% while the remainder is (100% - 54.0%) is 46% influenced by other variables outside this research. The R-Square value of 54% is included in the moderate category, meaning that the influence of using the TikTok application on student information literacy depends on the individual user's use of the application.

Keywords: information literacy; applications; software

ABSTRAK

Indonesia adalah pengguna aplikasi TikTok paling aktif kedua pada kuartal pertama tahun 2022 karena menghabiskan rata-rata 23,1 jam per bulan di TikTok. Penggunaan waktu oleh pengguna tersebut hendaknya tidak terbuang sia-sia dan dapat menghasilkan manfaat berupa informasi sesuai dengan fakta. Penelitian ini menggunakan teori *participatory media culture* yang menjelaskan cara-cara budaya media baru memberikan tawaran

kepada khalayak untuk bersama-sama mengambil peran sebagai konsumen media dan produsen media sekaligus. Media dalam penelitian ini yaitu aplikasi TikTok. Metode penelitian yaitu metode penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk memperlihatkan keterkaitan pengaruh antara penggunaan aplikasi TikTok sebagai variabel X dan literasi informasi mahasiswa sebagai variabel Y pada mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Antasari Banjarmasin. Penelitian ini meliputi pengumpulan data kuantitatif, analisis, dan pengujian statistik. Dengan populasi sebanyak 326 orang, responden diambil sampel sebanyak 77 orang dengan menggunakan rumus Slovin. Data diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang bersifat tertutup dengan menggunakan skala Likert. Hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa yaitu sebesar 54,0 % artinya bahwa pengaruh variabel bebas yaitu penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa adalah sebesar 54,0 % sedangkan sisanya (100 % - 54,0 %) adalah 46% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Nilai R-Square 50% termasuk kedalam kategori moderat (sedang), berarti bahwa pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa tergantung dari pengguna masing-masing dalam memanfaatkan aplikasi tersebut.

Kata Kunci: literasi informasi; aplikasi; software

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi semakin meningkat secara berkala. dengan mengikuti arus perkembangan zaman, keberadaan sosial media menjadi sebuah kebutuhan bagi manusia. Media sosial merupakan media komunikasi dimana para pengguna dapat terus berinteraksi kapan pun dan dimana pun tanpa adanya batas ruang dan waktu (Nimba, 2012). Kemunculan aplikasi *TikTok* menjadi salah satu bentuk porsi baru yang memberikan inovasi dengan fitur-fitur pencarian informasi sehingga lebih banyak diminati. Di Indonesia TikTok menjadi platform media sosial yang terkenal saat ini. Banyak kesalahpahaman tentang penggunaan aplikasi TikTok akibat fenomena ini. aplikasi TikTok tersedia untuk diunduh dari *App Store* atau *Google Play Store* (Nimba, 2012).

TikTok adalah sebuah *platform* video musik dan jejaring sosial dari Tiongkok yang diluncurkan oleh Zhang Yiming, pendiri Toutiao, pada September 2016 (Mahardika, 2021). Pengguna dapat membuat sendiri video pendek mereka dengan musik yang mereka inginkan menggunakan aplikasi tersebut. Meningkatnya penggunaan aplikasi TikTok oleh publik telah menjadikannya platform media sosial yang dicintai dan semakin populer (Zulkifli, 2021). Aplikasi TikTok menggunakan fitur-fitur yang menarik untuk membuat video atau berbagi konten dalam waktu 15 detik. Pada bulan September 2016, developer asal Cina meluncurkan program ini. *Byte Dance Inc.* meluncurkan jejaring sosial berupa aplikasi video musik bernama TikTok sebagai bagian dari ekspansinya ke Indonesia. TikTok merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh sepanjang kuartal pertama 2018 (Q1) yaitu sebanyak 45,8 juta unduhan (Handy & Wijaya, 2020).

Menurut laporan *We Are Social*, sampai kuartal pertama 2020, TikTok saat mempunyai pengguna aktif sebanyak 1,4 miliar setiap bulannya (*monthly active users/MAU*) di seluruh dunia, semuanya berusia di atas 18 tahun. Jika dibandingkan dengan kuartal sebelumnya yang jumlah penggunanya mencapai 1,2 miliar, angka ini naik 15,34 persen. Ada sekitar 99,1 juta pengguna TikTok dari Indonesia yang berusia 18 tahun ke atas pada kuartal pertama tahun 2022 sehingga menjadikan Indonesia sebagai pengguna paling aktif kedua dengan menghabiskan rata-rata 23,1 jam per bulan di TikTok ([Alfiyyah, 2022](#)).

Menurut Muhajang (2019) bahwa TikTok sendiri berbeda dengan aplikasi lainnya ditambah dengan penawaran daya tarik tersendiri dengan menyediakan fitur-fitur disertai dengan kreativitas para kreator dalam membuat konten-konten yang bervariasi dan masih banyak lagi kelebihan serta karakteristik TikTok yang membuatnya sangat populer di kalangan penggunanya. Salah satu hal menarik dan bersifat positif dari aplikasi TikTok adalah menyediakan informasi yang *update*, dikelola dalam bentuk video, sehingga pengguna lebih tertarik untuk mengetahuinya.

Menurut Fauziah (2021), media sosial sudah tumbuh begitu pesat, sehingga sebagai media *public relations* (kehumasan) baru dalam publik serta mengganti bermacam perihal. Media sosial jadi perlengkapan pendorong yang sanggup mengganti banyak perihal untuk publik. Komunikasi lewat media sosial bisa menaikkan maupun mengkonsolidasikan reputasi serta keyakinan, baik bagi pribadi ataupun suatu institusi. Hal tersebut didukung dengan pernyataan Nurhidaya (2020) bahwa uraian terhadap pemakaian media sosial ini secara efisien telah jadi tuntutan era agar bisa bekerja secara efisien serta bertukar pengaruh antara pemberi informasi serta penerima informasi dalam publik.

Subjek budaya populer mencakup banyak hal. Istilah "budaya populer" biasanya mengacu pada konteks budaya yang dinikmati masyarakat umum, tetapi ada beberapa perbedaan antara budaya populer dan bentuk dari budaya lain. Menurut Christensen (2004) bahwa budaya populer sebagai sesuatu yang disukai banyak orang. Teks budaya yang terkenal dan lumrah dalam masyarakat populer (terkenal) dikenal sebagai budaya populer. Berdasarkan pendapat Rohmawatin (2018), makna dan praktik sangat dipengaruhi oleh upaya pembaca yang rajin untuk berpartisipasi. Konsekuensinya, perdebatan politik tentang signifikansi kandidat budaya, khususnya mereka yang berada dalam posisi kekuasaan berdasarkan budaya, telah bergeser ke budaya populer.

Budaya, menurut Storey (2004), adalah perkembangan intelektual, spiritual, dan estetika; pemikiran tertentu yang ada dalam masyarakat, era, atau kelompok tertentu, serta karya dan penerapan intelektual, khususnya upaya artistik.

Budaya media baru mendorong pemirsa untuk bersama-sama berperan sebagai konsumen dan produsen media (Jenkins, 2006). Jenkins melakukan observasi bahwa dalam budaya media partisipatif, individu dapat secara kreatif merespon konten media dengan memproduksi produk budayanya sendiri dalam upaya mendeskripsikan dan mengkonstruksi makna dari sebuah produk media dan pesannya. Warga negara dapat menanggapi dan berbagi kontribusi dan pesan dengan media dengan lebih mudah dalam budaya media partisipatif.

Berdasarkan Linked in. (2020) menyebutkan budaya partisipatif tetap memotivasi dan mendorong produksi dan kreasi konten oleh anggota di dalamnya. Pernyataan di atas didukung dengan argumen oleh Jenkins (2006) bahwa agar budaya *online* dianggap partisipatif setidaknya harus memenuhi kriteria yaitu (1) Hambatan untuk keterlibatan (baik artistik maupun sipil) harus rendah; (2) Dalam komunitas, harus ada dukungan kuat untuk membuat dan membagikan kreasi tersebut kepada orang lain; (3) Perlu ada perasaan bahwa semua kontribusi peserta bernilai; (4) Harus ada rasa bimbingan di mana mereka yang lebih berpengalaman dan berpengetahuan membantu mendidik mereka yang mungkin dianggap pemula; (5) Sementara semua anggota masyarakat tidak harus berkontribusi, mereka harus merasa bahwa mereka bebas untuk berkontribusi kapan saja.

Dalam pengertian teori budaya partisipatif, selalu ditekankan mengenai pembagian dan pembuatan konten. Argumen lain yang menyertainya adalah berbagi ide dan informasi, yang tetap relevan dengan hampir semua studi tentang budaya partisipatif dan jejaring sosial. Di dunia saat ini, banyak yang telah mengalami masa di mana budaya partisipatif semakin populer karena evolusi cara komunikasi baru dan kemajuan teknologi *online* (Castells, 2004).

Menurut [Alfiyyah](#) (2020) bahwa TikTok merupakan salah satu aplikasi yang terpopuler dan banyak diminati di dunia, TikTok memungkinkan penggunaannya untuk membuat video berdurasi 15 detik dan disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya tidak hanya melihat dan menirukan, mereka juga dapat membuat video sendiri dengan cara mereka masing-masing.

1. Fitur Kreatif

Menurut Handy (2020) dengan adanya keberagaman fitur kreatif yang ada di TikTok maka pengguna tertarik untuk menggunakannya, baik itu hanya mencoba atau menjadi

konsumsi sehari-hari untuk keperluan masing-masing. Adapun beberapa fitur tersebut, seperti: (1) Menambahkan musik. TikTok adalah platform untuk video musik, seperti yang disebutkan. Artinya, memasukkan musik adalah fitur utama aplikasi. Dapat menambahkan berbagai jenis musik ke dalam konten video yang dibuat. Selain itu, bebas menggunakan musik karena semuanya dilisensikan oleh pemiliknya dan tidak melanggar hak cipta apa pun. (2) Fitur Filter. Video dapat diubah nadanya oleh pengguna dengan menambahkan filter. Nada juga dapat diubah agar sesuai dengan objek video. Ada beragam fitur filter, seperti menghapus komentar dan memblokir pengguna secara massal, filter mempercantik, filter pengubah suara, filter teks otomatis, dan filter efek video.

2. Melihat Video

Kebanyakan pengguna memakai media sosial ketika mereka memiliki waktu santai atau sering kita sebut waktu luang. Berdasarkan Celebties.id. (2022) menyebutkan bahwa Indonesia menjadi pengguna paling aktif kedua, menghabiskan rata-rata 23,1 jam per bulan di TikTok. Penggunaan TikTok cukup intens dan biasa dilakukan pengguna yaitu melihat video FYP. FYP adalah singkatan *For You Page* dan mengacu pada halaman TikTok yang menampilkan rekomendasi video untuk setiap akun. Istilah ini sering disalahartikan sebagai tanda konten yang sangat populer. Arti harfiah dari FYP adalah kemunculan konten tersebut di halaman FYP orang lain. Aplikasi TikTok bisa membuat seseorang lupa waktu karena hanya fokus melihat konten yang tersedia di beranda. Lebih baik membatasi waktu saat istirahat atau se usai tugas agar dapat melakukan aktivitas lainnya. Manfaat menonton video adalah menambah informasi, wawasan baru, menghilangkan stres, dan meningkatkan kesadaran sosial.

3. Membuat Video

Membuat video atau konten TikTok sendiri tidak susah, TikTok menyediakan fitur pembuatan video baik secara langsung ataupun menggunakan teks tertulis. TikTok dibantu dengan penggunaan aplikasi tambahan untuk pengeditan agar hasil yang ditampilkan lebih menarik dan berkesan. Adapun pendapat Mumtaz (2021) bahwa ada banyak kreator TikTok di Indonesia pada saat ini yang membuat konten karena keinginan sendiri, mengikuti *trend* yang sedang berkembang, atau mengikuti perasaan mereka serta ingin mengungkapkan perasaan para penonton, dan masih banyak lagi keanekaragaman dan kreativitas dari para kreator yang dituangkan dalam pembuatan video di TikTok.

Sulistyo-Basuki (2007) menggunakan istilah *information competency* untuk istilah *information literacy*. Sebenarnya, literasi adalah sebuah konsep sebelum Paul Zurkowski dan Ernest Roe mulai berbicara tentang literasi informasi. Kemampuan membaca dan menulis bahasa latin bukanlah satu- satunya syarat untuk melek huruf. Ini juga mencakup kemampuan untuk menandatangani nama seseorang serta kemampuan membaca dan menulis dengan cara yang sederhana atau rumit. Pada abad pertengahan, belajar berbicara, membaca, dan menulis dalam bahasa ibu dan bahasa latin menjadi mata pelajaran utama pendidikan. Adapun menurut Paul Zurkowski (1974) bahwa yang ide literasi informasi dikenalkan untuk pertama kalinya pada tahun 1974 di Amerika Serikat. (*President of Information Industries Association*)

Sebuah proposal yang diajukan ke *The National Commission Libraries and Information Science* (NCLIS) USA menggabungkan gagasan literasi informasi (Paul Zurkowski, 1974). Orang disebut “melek informasi” ketika mereka diajarkan bagaimana menggunakan berbagai sumber informasi untuk menyelesaikan tugas mereka. Istilah ini memiliki arti khusus. Sedangkan menurut Eisenberg (2004), mereka berpengalaman dalam berbagai strategi dan pemecahan masalah.

Library of Conggres Subject Heading (LCSH) menyatakan pengertian literasi informasi adalah kemampuan guna mengenali kapan informasi diperlukan dan untuk mencari, mengevaluasi, serta menggunakan informasi yang dibutuhkan secara efektif (Septiyanto, 2014). Konsep ini menampilkan kapan seseorang memerlukan informasi, kapan mencari, mengevaluasi, serta memakainya cocok dengan kebutuhannya. Konsep ini memperjelas penafsiran literasi informasi. Berdasarkan pendapat Muhajang (2018) bahwa konsep yang ditunjukkan terus menjadi operasional ataupun terus memusatkan keahlian untuk mengidentifikasi kapan informasi yang dibutuhkan dan mempunyai keahlian menciptakan, mengevaluasi, serta memakai secara efisien informasi yang diperlukan. Literasi informasi jadi suatu keahlian yang berarti buat masyarakat guna belajar seumur hidup serta meningkatkan produktivitas bersumber pada informasi yang telah dimiliki. Berdasarkan pemaparan Septiyanto (2014) bahwa pernyataan LCSH (*Library of Conggres Subject Heading*) tentang literasi informasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Mengenali Kapan Informasi dibutuhkan

Adapun pendapat Purnama (2021) menjelaskan bahwa informasi yang didapat seseorang tentu sesuai dengan apa yang dicarinya atau informasi tersebut dapat muncul sesuai situasi yang ada atau biasa kita sebut dengan informasi yang *update*.

2. Mencari Informasi

Mencari informasi memerlukan kemampuan dalam menelusur informasi yang dibutuhkan. Informasi bisa didapat melalui berbagai hal, yaitu dari buku, koran, majalah, dan berbagai media lainnya. Dahulu orang mendapatkan informasi dari mulut ke mulut, saat ini dengan berkembangnya teknologi yang canggih maka informasi dapat diperoleh melalui internet. Penggunaan internet memerlukan media, seperti *search engine*/mesin pencari (Google, Yahoo, Chrome), aplikasi di media sosial (TikTok, Instagram, Facebook), dan *e-commerce* (Shopee, Lazada, Tokopedia).

3. Mengevaluasi Informasi

Mengevaluasi informasi berarti mampu memahami, menilai dan menyaring informasi yang didapat, sehingga informasi tersebut sesuai dengan fakta yang ada dan tidak menyebabkan *hoaks*.

4. Menggunakan Informasi

Setelah mengevaluasi informasi, selanjutnya informasi tersebut dapat digunakan sesuai keperluan dengan menyebarkan kepada mereka yang memerlukan informasi sehingga mereka pun dapat menggunakannya secara efektif.

Banyak peneliti yang telah menggunakan aplikasi media sosial untuk media (alat) pembelajaran. Hal ini relevan dengan penelitian sebelumnya. Charlis Sangap Martahan Hutajulu et al. (2022) dalam penelitiannya membahas mengenai peran aplikasi TikTok terhadap minat belajar. Pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif dengan mengumpulkan data melalui kuesioner terhadap siswa kelas 12 yang menggunakan aplikasi TikTok. Nilai korelasi pada penelitian ini berada pada interval koefisien antara 0,660 dan 0,799 dan menunjukkan bahwa ada korelasi yang signifikan antara aplikasi TikTok dengan variabel tumbuh minat belajar, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,6435. Berdasarkan hasil temuan, aplikasi TikTok memiliki pengaruh sebesar 40,4% terhadap minat belajar siswa SMA Swasta RK Timur Pematangsintar.

Penelitian juga dilakukan oleh Sunggiale Vina Mahardika et al. (2021) dengan menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu dengan menyebarkan kuesioner melalui Google formulir kepada 52 responden yang menggunakan aplikasi TikTok. Hasilnya adalah terdapat 3 (tiga) faktor yang menyebabkan responden tertarik pada aplikasi TikTok dan sampai saat ini masih terus bertambah jumlah peminatnya. Berdasarkan penelitian-penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk menyelidiki pengaruh aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode ini bertujuan untuk memperlihatkan keterkaitan pengaruh antara penggunaan aplikasi *Tik Tok* sebagai variabel X dan literasi informasi mahasiswa sebagai variabel Y, pada mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin. Penelitian ini bersifat objektif yang meliputi pengumpulan data kuantitatif, analisis, dan pengujian statistik.

Ada dua jenis pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

a. Kuesioner

Kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yang meminta responden untuk memilih satu alternatif jawaban untuk setiap pernyataan digunakan dalam penelitian ini (Morissan, 2012). Kuesioner berisi pernyataan-pernyataan untuk responden guna memperoleh data tentang pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa. Skala yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini adalah Skala *Likert* untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2009). Skala *Likert* memiliki tingkatan dari positif sampai negatif.

Tabel 1. Skala *Likert*

No	Keterangan	Skor
1	SS (Sangat Setuju)	4
2	S (Setuju)	3
3	TS (Tidak Setuju)	2
4	STS (Sangat Tidak Setuju)	1

Sumber: Sugiyono (2009)

b. Observasi

Observasi adalah pengamatan di lapangan yang dilakukan secara langsung dengan mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin

2. Data Sekunder

Data sekunder berupa dokumen-dokumen pendukung dalam penelitian ini, seperti data mahasiswa, buku-buku, jurnal, artikel ilmiah dan karya ilmiah lainnya yang berhubungan dan menunjang penelitian ini.

Populasi dan teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa aktif Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin terdiri dari angkatan 2017 sampai dengan 2022 berjumlah 326 mahasiswa. Pada tahun 2017 terdapat 19 mahasiswa, angkatan 2018 terdapat 52 mahasiswa, angkatan 2019 terdapat 65 mahasiswa, angkatan 2020 terdapat 56 mahasiswa, angkatan 2021 terdapat 71 mahasiswa, dan angkatan 2022 terdapat 63 mahasiswa. Jumlah populasi ini dapat dilihat dalam tabel 2.

Tabel 2. Jumlah Populasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin Angkatan 2017 – 2022

Angkatan	Banyak
2017	19
2018	52
2019	65
2020	56
2021	71
2022	63
Total	326

Sumber : Olah Data (2023)

Sampel dianggap mampu mewakili seluruh populasi karena merupakan bagian dari populasi yang karakteristiknya menjadi subjek penyelidikan (jumlahnya lebih kecil dari total populasi). Penelitian ini mengambil sampel berdasarkan pendapat Suharsimi Arikunto (2013) yaitu bahwa penelitian sebaiknya dilakukan sebagai penelitian populasi apabila jumlah subjek kurang dari 100 orang. Jika jumlah subjeknya besar, dapat diambil antara 10-15 % atau 20-25% atau lebih. Selain itu juga berdasarkan kemampuan peneliti dalam hal waktu, tenaga, dan sumber daya.

Dalam penelitian ini, metode sampel acak sederhana digunakan untuk pengambilan sampel. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan sampel dalam penelitian ini karena perhitungannya tidak memerlukan tabel dan pengambilan sampel memerlukan jumlah yang representatif agar temuan dapat digeneralisasikan. Rumus Slovin dapat digunakan untuk menentukan jumlah sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned}
 n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\
 &= \frac{326}{1 + 326(0,1)^2} \\
 &= \frac{326}{1 + 326(0,01)}
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= \frac{326}{1 + 3,26} \\
 &= \frac{326}{4,26} \\
 &= 76,52
 \end{aligned}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel

N : Ukuran Populasi

e : Nilai kritis sebesar 10%

Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 77 orang dari populasi 326 orang.

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier dan langsung digunakan untuk memprediksi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen dalam analisis data kuantitatif (Nanang Martono, 2012).

Variabel penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah variabel independen berupa penggunaan aplikasi TikTok (variabel X) dan variabel dependen adalah literasi informasi mahasiswa (variabel Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 3. Hubungan Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	No Kuesioner
Penggunaan Aplikasi Tiktok (X)	Fitur Kreatif	Keberagaman	1
		Menarik Pengguna	2
		Waktu Santai	3
	Melihat Video	Eyp. (For Your Page)	4
		Beranda	5
		Intensitas	6
		Informasi	7
		Keinginan Sendiri	8
		Trend	9
		Perasaan	10
Literasi Informasi Mahasiswa (Y)	Mengenali Kapan Informasi Dibutuhkan	Update	11
	Mencari Informasi	Memakai Aplikasi	12
		kemampuan	13
	Mengevaluasi Informasi	Menyaring	14
		Memahami	15
	Menggunakan Informasi	Menilai	16
		efektif	17
		Keperluan	18

Sumber: Olah Data (2023)

Dalam penelitian ini akan dilaksanakan beberapa uji untuk membuktikan bahwa data yang telah didapat teruji secara ilmiah, dengan menggunakan bantuan *software* IBM SPSS Statistics 21, sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji validitas untuk mengetahui layak atau tidaknya kuesioner yang dibuat oleh peneliti, sehingga dapat melakukan tahap selanjutnya. Hasil penyebaran kuesioner dapat dikatakan valid dengan cara membandingkan r hitung dengan r tabel. Hasil dari uji kelayakan data dapat dinyatakan valid jika r hitung $>$ r tabel, sedangkan dinyatakan tidak valid jika r hitung $<$ r tabel.

Tabel 4. Uji Validitas Penggunaan Aplikasi TikTok

No Item	r_{xy}	$R_{tabel} (5\% : 77)$	Keterangan
1	0,400	0,221	Valid
2	0,320	0,221	Valid
3	0,256	0,221	Valid
4	0,534	0,221	Valid
5	0,400	0,221	Valid
6	0,297	0,221	Valid
7	0,457	0,221	Valid
8	0,391	0,221	Valid
9	0,242	0,221	Valid

Sumber: Olah Data (2023)

Data pada tabel 4 menjelaskan bahwa hasil dari uji validitas penggunaan aplikasi TikTok menyatakan bahwa r hitung $>$ r tabel dengan nilai 0,221. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semua pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam bentuk kuesioner kepada responden dapat dikatakan valid.

Tabel 5. Uji Validitas Literasi Informasi

No Item	r_{xy}	$R_{tabel} (5\% : 77)$	Keterangan
10	0,302	0,221	Valid
11	0,256	0,221	Valid
12	0,534	0,221	Valid
13	0,400	0,221	Valid
14	0,297	0,221	Valid
15	0,457	0,221	Valid
16	0,406	0,221	Valid
17	0,385	0,221	Valid
18	0,534	0,221	Valid

Sumber: Olah Data (2023)

Data pada tabel 5 dapat diketahui bahwa uji validitas penggunaan aplikasi TikTok menyatakan bahwa r hitung $>$ r tabel dengan nilai 0,221. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semua pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam bentuk kuesioner kepada responden dapat dikatakan valid.

Uji Realibilitas

Uji realibilitas dilakukan untuk mendapatkan instrumen kuesioner kedua variabel sebagai tingkat keandalan dari alat ukur yang baik atau dengan kata lain secara keseluruhan kuesioner adalah reliabel. Dengan cara uji *Cronbach's Alpha* maka Ghozali (2016) menyatakan suatu instrumen penelitian dapat diandalkan (reliable) apabila nilai *Cronbach's Alpha* $>$ 0,6.

Tabel 6. Uji Realibilitas

Variabel	r_{xy}	r_{tabel} (5% ; 77)	Keterangan
Penggunaan Aplikasi Tik Tok	0,695	0,6	Reliabel
Literasi Informasi	0,957	0,6	Reliabel

Sumber: Olah Data (2023)

Data pada tabel 6 menjelaskan bahwa hasil dari uji reliabilitas penggunaan aplikasi TikTok dan literasi informasi mahasiswa menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $>$ *Critical Value*. Hal ini dapat dijelaskan bahwa semua pernyataan-pernyataan yang diberikan dalam bentuk kuesioner kepada responden dapat dikatakan *reliable*.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data yang akan dianalisis selanjutnya berdistribusi normal atau tidak. Dengan menggunakan nilai signifikansi tersebut, dapat ditarik kesimpulan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Data berdistribusi normal jika nilai signifikansi $>$ 0,05 sedangkan data tidak berdistribusi normal jika nilai signifikansi $<$ 0,05. Dalam penelitian ini digunakan uji *one sample kolmogrov smirnov test*.

Tabel 7. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.80907769
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.072
	Negative	-.092
Kolmogorov-Smirnov Z		.811
Asymp. Sig. (2-tailed)		.526
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Olah Data (2023)

Data pada tabel 7 menjelaskan bahwa signifikansi (*Asymp. Sig. (2-tailed)*) sebesar 0,526 sehingga $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Dalam penelitian ini uji linieritas digunakan untuk mengetahui hubungan kedua variabel linier atau tidak. Jika signifikansi dua variabel $> 0,05$ uji ini sebagai prasyarat untuk analisis regresi linier atau korelasi. Penelitian ini memakai uji *test for linearity*.

Tabel 8. Uji Linearitas

ANOVA			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
			467.948	17	27.526	2.3	.008
(Combined)						56	
Literasi	Between Groups	Linearity	240.555	1	240.55	20.	.000
Informasi						5	591
Mahasiswa*		Deviation from	227.393	16	14.212	1.2	.283
Penggunaan		Linearity				17	
Aplikasi	Within Groups		689.273	59	11.683		
Tik Tok	Total		1157.221	76			

Olah Data(2023)

Data pada tabel 8 menjelaskan bahwa nilai signifikan sebesar 0,162 sehingga $> 0,05$ maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antara variabel penggunaan aplikasi TikTok dan literasi informasi mahasiswa adalah linear.

Analisis Hasil Uji Hipotesis

Tujuan dilakukannya uji hipotesis untuk mengetahui apakah literasi informasi siswa yang menjadi variabel dependen penelitian dipengaruhi oleh penggunaan aplikasi TikTok yang menjadi variabel independen penelitian. Pengujian ini menggunakan uji *koefisien determinasi* (r^2) menggunakan teknik korelasi produk momen.

Tabel 9. Uji Hipotesis

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.673 ^a	.540	.550	5.486

Sumber: Olah Data (2023)

- a. *Predictors (Constant)*: Penggunaan Aplikasi TikTok
- b. *Dependent Variabel*: Literasi Informasi Mahasiswa

Dari tabel diatas menunjukkan pengaruh yang diberikan penggunaan TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa ditunjukkan oleh R-Square yaitu sebesar 54,0 % artinya bahwa pengaruh variabel bebas penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa adalah sebesar 54,0 % sedangkan sisanya (100 % - 54,0 %) adalah 46% % dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Maka menurut Chin (1988) nilai R-Square 54% termasuk kedalam kategori moderat (sedang).

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan bahwa hasil penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap literasi informasi mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin. Pengaruh penggunaan TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa ditunjukkan oleh R-Square sebesar 54,0 % artinya bahwa pengaruh variabel bebas penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa sebesar 54,0 % sedangkan sisanya (100 %-54,0 %) adalah 46 % dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Menurut Chin (1988) nilai R-Square 54% termasuk kedalam kategori moderat (sedang) sehingga pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa termasuk sedang. Penggunaan aplikasi TikTok tergantung dari pengguna dalam memanfaatkan aplikasi tersebut. Peneliti menyarankan untuk mengambil cakupan ranah yang lebih luas seperti menggunakan variabel-variabel baru,

lokasi penelitian yang berbeda, jumlah responden yang lebih besar, maupun paradigma penelitian baru dalam menentukan hubungan antar variabel dengan metode analisis yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D.P. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2). <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Alfiyyah, R. A. (2022). TikTok Jadi Alat Bantu Politisi PDKT dengan Gen Z, Seberapa Besar Peluang Mereka? *Query date: 27-01-2024 13:04 WITA* <https://www.liputan6.com/citizen6/read/5135870/tiktok-jadi-alat-baru-politisi-pdkt-dengan-gen-z-seberapa-besar-peluang-mereka>
- Castells, M. (2004). *Informationalism, Networks, and the Network Society: a Theoretical Blueprint*. Edward Elgar.
- Celebrities.id. (2022). Deretan Negara Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Termasuk? *Query date: 17-12-2022 11:05 Wita*.
- Fauziah, H.T. (2021). Pengaruh Online Shop di Instagram Terhadap Perilaku Konsumtif Siswa SMA Mutiara 1 Jakarta. *Jurnal Promedia*, 7(1).
- Handy, M. & Wijaya, D. (2020). Konsumsi Media Sosial bagi Kalangan Pelajar (Studi Pada Hyperrealitas TikTok). *Jurnal Agama Sosiasal dan Budaya*, 3(2).
- Hutajulu, C.S.M. et al. (2022). Peran Aplikasi Tiktok terhadap Minat Belajar Siswa SMA. *Jurnal Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan* 4(2). <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i2.2546>
- Jenkins, H. et al. (2006). *Confronting The Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. MIT Press.
- Linked in. (2020). Henry Jenkins's Theory of Participatory Culture and Social Media. *Query date: 28-12-2022 09:19 Wita*. <https://www.linkedin.com/pulse/henry-jenkinss-theory-participatory-culture-social-media->
- Mahardika, S.V. (2021). Faktor-faktor Penyebab Tingginya Minat Generasi Post-Millennial Indonesia Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik-Tok. *SOSEARCH: Social Science Educational Research*, 2(1). <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/sosearch>
- Mirna, Riska. (2019). *Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik Di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah*/Mirna Riska. [Sarjana, Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung].
- Morissan et al. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Ghalia Indonesia.
- Muhajang, Tatang, & Monica D. P. (2018). Pengaruh Literasi Informasi terhadap Efektivitas Belajar Siswa. *Pedagonal Jurnal Ilmiah Pendidikan*, 2(2).
- Mumtaz Z.S.S. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen*, 13(2). Journal.Feb.Unmul.Ac.Id/Index.Php/Jurnalmanajemen
- Nimba, (2012). Apa Itu Sosial Media. *Query date: 22-08-2023 08:00 Wita*. <https://www.unpas.ac.id/apa-itu-sosial-media/>.
- Nurhidayah, A.A. (2020). Media Sosial dan Tantangan Masa Depan Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi Avant Garde*, 8(2).
- Purnama, R. (2021). Model Perilaku Pencarian Informasi (Analisis Teori Perilaku Pencarian Informasi Menurut David Ellis). *Jurnal Pustaka Karya: Jurnal Ilmiah Ilmu Perpustakaan dan Informasi*, 9(1). <http://dx.doi.org/10.18592/pk.v9i1.5158>

- Rohmawatin, S. (2018). Budaya Partisipasi (Participatory Culture): Studi Tentang Budaya Partisipasi. *Jurnal Komunitas Virtual Penggemar Anime*.
https://repository.unair.ac.id/72501/3/JURNAL_Fis.IIP.104
- Septiyantono, T. (2014). Modul 1 Konsep Dasar Literasi Informasi.
<http://repository.ut.ac.id/4198/1/PUST4314-M1.pdf>
- Storey, J. (2004). *Teori Budaya dan Budaya Pop Memetakan Lanskap Konseptual Cultural Studies*. Qalam.
- Sugiyono, (2011). *Metode Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Sulistyo-Basuki. (2007). *Kemelekan Informasi*. Seminar dan Pelatihan Kemelekan Informasi UI Model.
- Zulkifli, A. (2021). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Nasib Kebudayaan Nasional. *Jurnal Dialektika, Sosial, dan Budaya*, 2(2).
<http://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/adrbs>
- Zurkowski, P.G. (1974). *The Information Service Environment Relationship and Priorities*. National Commission on Libraries and Information Science.