

## EFEKTIVITAS AKUN TIKTOK DALAM MENYAJIKAN PEMBERITAAN MEDIA MASSA DI KALANGAN REMAJA DESA BANDAR LAMA KABUPATEN LABUHANBATU UTARA

Devi Rasiani<sup>1</sup>, Indira Fatra Deni<sup>2</sup>, Fakhrrur Rozi<sup>3</sup>

Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: devirasianisiagian@gmail.com<sup>1</sup>, indirafatra@uinsu.ac.id<sup>2</sup>, fakhrrurozi@uinsu.ac.id<sup>3</sup>

### Abstract

*The purpose of this study was to determine the effectiveness of the TikTok account in presenting mass media coverage among adolescents in Bandar Lama Village, North Labuhanbatu Regency. The method used in this research is quantitative by using a questionnaire as a means of collecting data obtained from respondents. Data analysis used descriptive statistical analysis and simple linear regression analysis. The theory used in this study is the Uses and Gratification Theory which focuses on the uses of media to obtain gratification of one's needs. The study population was all adolescents in Bandar Lama Village, North Labuhanbatu Regency, totaling 479 people aged 12-20 years with a sample size of 48 respondents determined by the Arikunto formula. The data processing is done with the help of SPSS Version 17.0 software. Based on the results of the hypothesis testing research, the results of the t test are  $t_{count} > t_{table}$  or  $2.945 > 2.013$  with a significance level below 0.05, namely 0.005. Thus, it is concluded that  $H_0$  is rejected, and  $H_a$  is accepted, meaning that there is a positive and significant influence between the effectiveness of the TikTok account variable on mass media coverage. Based on the results of the coefficient of determination (R) shows an R value of  $0.159 = 15/9\%$ . this shows that the percentage effectiveness of the TikTok account in presenting mass media coverage among adolescents in Bandar Lama Village, North Labuhanbatu Regency is 15.9% and the remaining 84.1% is influenced by other independent variables that are not discussed in this study.*

**Keywords:** TikTok Account, Mass Media Coverage, North Labuhan Batu

### Abstrak

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui efektivitas akun TikTok menyajikan pemberitaan media massa dikalangan remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data yang diperoleh dari responden. Analisis data yang digunakan analisis statistik deskriptif dan analisis regresi linear sederhana. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah Uses and Gratification Theory yang memusatkan perhatian pada penggunaan (uses) media untuk mendapatkan kepuasan (gratification) atas kebutuhan seseorang. Populasi penelitian adalah seluruh remaja di Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara sebanyak 479 jiwa pada umur 12 – 20 tahun dengan jumlah sampel 48 responden yang ditentukan dengan rumus Arikunto. Untuk pengolahan datanya dilakukan dengan bantuan software SPSS Versi 17.0. Berdasarkan hasil penelitian uji hipotesis, hasil uji t adalah  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2,945 > 2,013$  dengan tingkat signifikansi dibawah 0,05 yaitu 0,005. Dengan demikian diambil kesimpulan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, artinya terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel efektivitas akun TikTok terhadap Pemberitaan media massa. Berdasarkan hasil nilai koefisien determinasi (R) menunjukkan nilai R sebesar  $0.159 = 15/9\%$ . hal ini menunjukkan bahwa presentase efektivitas akun TikTok menyajikan pemberitaan Media massa di kalangan remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara sebesar 15,9% dan sisanya 84,1% dipengaruhi oleh variabel independent lainnya yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Akun TikTok, Pemberitaan Media Massa, Labuhan Batu Utara

## **PENDAHULUAN**

Salah satu Media Sosial yang banyak digemari anak muda sekarang ini adalah media sosial TikTok. Meski kehadirannya di Indonesia baru tiga tahun, TikTok mampu mencuri perhatian masyarakat khususnya kalangan anak muda. Terutama remaja yang berada Didesa Bandar lama saat ini. Hampir seluruh remaja didesa bandar lama saat ini mempunyai akun TikTok. Bisa dikatakan, TikTok bagi mereka bukan hanya sebagai media hiburan joget-joget, melainkan media untuk memenuhi kebutuhan secara cepat dan update seperti akun media pemberitaan yang membagikan informasi disetiap kejadian baik indonesia ataupun luar negeri.

Antusias dan rutin remaja didesa ini dalam menggunakan media sosial TikTok, terlihat saat mereka bisa menghabiskan waktu berlama- lama dengan berkumpul didepan rumah sambil menggenggam ponsel. Remaja millennial saat ini lebih betah melihat pemberitaan di TikTok dibanding membaca koran ataupun menonton Televisi. Sebab jika mereka membaca koran menurut remaja didesa ini itu hal bosan, apalagi menonton ditelvisi harus sesuai jam tayang, sedangkan diTikTok berita lebih dikemas secara menarik, mempunyai efek sound, dan terlebih lagi dapat diakses kapan pun, tanpa harus ketinggalan jam tayangnya. Untuk itu perlunya agar media elektronik dan media cetak membuat inovasi baru. Karena terkadang dimedia sosial semua orang dapat menyebarkan informasi secara cepat dan luas, tetapi tak jarang berita yang disebarkan dimedia sosial kadang banyak berita bohong (hoaks). Untuk itu kita sebagai remaja harus pandai memilih berita.

Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial video musik tiongkok yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini mengizinkan penggunaanya untuk membuat rekaman musik dalam rentang waktu yang singkat. TikTok mengukuhkan dirinya sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh dengan 45,8 kali. Di TikTok banyak sekali konten-konten yang dibuat oleh para konten kreator tentu saja bermacam-macam, seperti dance, memasak, tutorial kosmetik, menyebarkan informasi, challenge dan berbagai konten lainnya. Hal ini membuat Tiktok tidak sama dengan aplikasi lain, sehingga menjadi daya tarik yang luar biasa. Aplikasi TikTok juga memberikan data atau berita yang lebih cepat dari TV, dimana aplikasi TikTok ini semua orang dapat mengupload peristiwa yang terjadi di lingkungan sekitar kapanpun dan dimanapun. Jadi jangan heran jika peristiwa yang dibagikan di TikTok dapat beredar di internet. Karena masyarakat zaman sekarang lebih sering mengakses media sosial daripada menonton Televisi.

TikTok dapat dimanfaatkan sebagai salah satu media untuk melakukan jurnalisme online. Perkembangan tren dalam aplikasi tersebut dapat menyebar dengan luas dan cepat. Pada aplikasi TikTok terdapat halaman For Your Page yang langsung muncul saat membuka aplikasi TikTok. Berbeda dengan Instagram yang langsung ke feeds following. Hal tersebut membuat TikTok menjadi menarik karena satu video dapat memiliki views lebih dari Followers. Baik media online ataupun media konvensional saat ini masing – masing sudah memiliki akun TikTok. Dalam akun TikTok para media mengunggah pemberitaan dengan menampilkan video- video pemberitaan dengan gaya khas masing – masing. Dimulai dari

video darurat hingga video berita ringan, mereka sajikan secara singkat di TikTok. Video pemberitaan yang diunggah oleh akun-akun media konvensional ini memiliki ciri khas masing-masing.

Atas dasar kemudahan-kemudahan yang ada di dalamnya, media social khususnya TikTok menjadi salah satu opsi utama para pengguna internet untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Hal itu dikarenakan pada media sosial TikTok seseorang akan menerima informasi-informasi yang memang mereka tertarik untuk mengonsumsinya saja sesuai akun-akun yang mereka follow. Sehingga media sosial TikTok dianggap sebagai media yang efektif untuk mendapatkan informasi-informasi yang para penggunanya cari dan butuhkan.

Berdasarkan data yang diperoleh tersebut, maka peneliti merasa tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Efektivitas aplikasi TikTok. Dalam penelitian ini, peneliti memilih remaja Desa Bandar Lama sebagai objek penelitian. Selain itu, remaja merupakan generasi penerus bangsa yang nantinya akan mewakili kelompok masyarakat intelektual yang berperan sebagai agent of change yang diharapkan mampu membawa perubahan yang baik kedepannya, salah satunya mempunyai kemampuan dalam menggunakan perkembangan teknologi yakni new media dengan baik. Saat melakukan observasi, peneliti melihat bahwa remaja Desa Bandar lama cukup aktif dalam menggunakan media baru, seperti untuk memenuhi kebutuhan informasi maupun untuk hiburan. Penelitian sejenis juga belum pernah dilakukan di lokasi ini dengan objek penelitian remaja Desa Bandar Lama. Selain itu, lokasi ini dapat dijangkau oleh peneliti sehingga dapat memudahkan peneliti selama proses penelitian.

Dengan demikian, peneliti merasa tertarik mengadakan penelitian dan mengangkat permasalahan mengenai: 1.) Bagaimana Efektivitas Akun TikTok menyajikan pemberitaan Media Massa Di kalangan remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara? 2.) Apakah TikTok memberi pengaruh terhadap pemberitaan media massa bagi kalangan remaja Desa Bandar lama Kabupaten labuhanbatu Utara? 3.) Apakah Pemberitaan Media Massa berperan aktif dalam memenuhi kebutuhan informasi Remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara?

## KAJIAN PUSTAKA

Kalangan pakar jurnalistik mengakui bahwa membuat definisi berita itu sangatlah sulit. Belum ada batasan yang begitu memuaskan yang dapat mencakup seluruh segi, sifat, karakteristik, ciri, dan jenis – jenisnya. Mungkin karena terlalu sulit itulah seorang direktur sebuah institut jurnalistik di london, Torn Clarke, mengatakan bahwa pada mulanya menurut suatu kisah yang diakui tidak dapat diuji kebenarannya, kata news (berita) berasal dari suatu singkatan north, east, west, dan south. Dengan singkatan tersebut Clarke ingin menggambarkan betapa berita sebagai suatu hal yang dapat memenuhi kebutuhan naluri keingintahuan manusia dengan memberi kabar dari segala penjuru dunia.

Media berasal dari kata latin *medius* yang dalam arti sebenarnya berarti “pusat”, tengah, atau penyajian. Media adalah cara untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada penerima pesan. Media adalah struktur yang digunakan untuk menyampaikan data. Dari definisi ini tersebut dapat disimpulkan bahwa media adalah sesuatu yang mengkomunikasikan pesan dan dapat membangkitkan pengalaman pendidikan dalam diri. Media sosial sebuah media Hiburan berbasis web, dengan setiap individunya mudah dengan dapat berbagi, dan buat konten secara efektif seperti blog, jaring media sosial, wiki, dan alam virtual. Situs web, komunitas informal, dan wiki adalah jenis media virtual paling terkenal yang digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia.

Media sosial adalah situs di mana setiap orang dapat membuat web pribadi, kemudian berinteraksi dengan teman untuk berbagi data dan berbagi informasi. Media sosial terbesar antara lain: Facebook, Myspace, dan Twitter dan Instagram. Jika media konvensional menggunakan media cetak dan media penyiaran, media sosial memanfaatkan web. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk menggunakan dengan memberi kontribusi dan umpan balik secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu cepat dan tak terbatas.

Penggunaan media disebabkan oleh adanya kebutuhan yang timbul dari lingkungan sosial dan psikologis dan khalayak menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan. Adapun penyebab atau dorongan tersebut disebut motif. Motif penggunaan media oleh individu dapat di bagi dalam empat kelompok yakni:

Motif Informasi (*Information Seeking*). Motif informasi berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk mengetahui atau mencari informasi-informasi yang bersifat umum.

Motif Identitas Pribadi (*Personal Identity*). Motif identitas pribadi berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi melalui nilai-nilai lain dalam media serta meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.

Motif Integrasi dan Integrasi Sosial (*Social Integration and Integration*). Motif integrasi dan interaksi sosial berkaitan dengan motif dalam penggunaan media untuk memperkuat hubungan dan interaksi sosial.

Motif Hiburan (*Entertainment*). Motif hiburan berkaitan dengan motif dalam menggunakan media untuk mendapatkan hiburan.

Remaja merupakan masa peralihan atau masa transisi dari anak-anak menuju dewasa. Rentang usia remaja menurut WHO adalah 12 sampai 24 tahun. Sedangkan menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 Tahun 2014, remaja adalah penduduk dalam rentang usia 10 sampai 18 tahun dan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana Nasional (BKKBN), rentang usia remaja adalah 10 hingga 24 tahun serta belum menikah. Sosiolog Mannheim dalam esainya yang berjudul “The Problem of Generation,” menyebutkan bahwa remaja yang berusia 11 sampai dengan 24 tahun, diklasifikasikan sebagai generasi Z.

Berdasarkan klasifikasi yang dikemukakan oleh Ali dan Purwandi (2017: 13) generasi milenial ialah mereka generasi yang lahir dengan rentang tahun 1980 hingga awal 2000an.

Generasi mileneal saat ini adalah mereka yang tumbuh, hidup dan berkembang pada iklim komunikasi dengan karakteristik media baru. Pemanfaatan media baru oleh generasi milenial digunakan untuk menunjang berbagai kebutuhan. Pengaruh teknologi komunikasi pada era media baru yang mewujudkan berbagai kemudahan untuk mengakses apa saja yang ikut membentuk karakter remaja menjadi ingin tahu. Hal tersebut menjadi penyebab generasi milenial lebih cenderung mempertanyakan sesuatu (Iswandi, 2019:47). Hal tersebut menunjukkan betapa dekatnya remaja sebagai generasi milenial dengan teknologi seperti new media.

Dalam teori uses and gratification, khalayak dilihat sebagai individu aktif dan memiliki tujuan, khalayak bertanggung jawab dalam pemilihan media yang akan mereka gunakan untuk memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan teori ini, individu sadar akan kebutuhannya dan bagaimana cara memenuhinya. Media hanya menjadi salah satu sarana atau cara dalam memenuhi kebutuhan. Teori uses juga mengarahkan bahwa penggunaan media diarahkan oleh suatu motif tertentu. Uses and Gratifications mengasumsikan khalayak sebagai individu yang “cerdas” dimana mereka hanya akan mengkonsumsi media yang mampu memenuhi kepentingan mereka. Teori ini melihat “bagaimana dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan khalayak” bukan bagaimana dan seberapa besar suatu media dapat mempengaruhi khalayak. Sehingga sasarannya merupakan khalayak yang aktif dan memang menggunakan media untuk tujuan khusus. Berbeda dengan teori efek media lainnya yang menitikberatkan pada “apa yang dilakukan media terhadap khalayak” dan menganggap pengguna media bersifat homogen, Teori Uses and Gratification lebih memberikan perhatian pada “apa yang dilakukan khalayak terhadap media” sebagai bentuk perilaku individu sebagai khalayak aktif.

Asumsi dasar pendekatan teori ini adalah bahwa pengguna media bersifat aktif. Mereka menggunakan media karena memiliki tujuan tertentu. Karena memiliki sumber-sumber lain untuk memenuhi kebutuhannya, mereka berinisiatif mengaitkan kebutuhan dan pilihan media. Konsumsi media dapat memenuhi berbagai kebutuhan meskipun isi media tidak dapat digunakan untuk memprediksi pola gratifikasi secara tepat. Keaktifan khalayak ditandai dengan pilihan-pilihan yang dibuat khalayak yang dilatarbelakangi oleh alasan-alasan yang berbeda.

Dalam perkembangannya, terdapat beberapa asumsi yang mendasari teori uses and gratification, salah satunya ialah Elihu Katz, Jay G. Blumner dan Michael Gurevitch. Adapun asumsi tersebut yakni: 1.) Khalayak memiliki peran aktif Khalayak bukanlah penerima (audiens) yang pasif atas apapun yang media siarkan. Khalayak memiliki peran dalam memilih dan menentukan isi program media. 2.) Khalayak bebas memilih media Pada prinsipnya, khalayak secara bebas menyeleksi media dan program-programnya yang terbaik agar bisa mereka gunakan untuk memuaskan kebutuhannya. Khalayak mengambil inisiatif dalam penggunaan media. Kita dapat memilih menonton acara berita yang ada di televisi jika membutuhkan informasi begitu juga sebaliknya, kita akan memilih tayangan komedi apabila sedang membutuhkan hiburan. 3.) Media bukan satu-satunya sumber pemuas Media

bukanlah satu-satunya alat yang dapat memuaskan kebutuhan khalyak. Media bersaing dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya dalam hal pilihan, kegunaan dan perhatian untuk memenuhi kebutuhan khalayak tanpa media semisanya pergi berlibur, olahraga dan lainnya. 4.) Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak atau audiens Individu dianggap cukup paham untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi tertentu. Audiens melakukan pilihan secara sadar mengenai penggunaan media yang digunakannya. 5.) Pencegahan signifikasi nilai kultural Pertimbangan nilai tentang signifikasi kultural dari media massa harus dicegah. Program atau muatan media harus bersifat global karena akan dikonsumsi oleh khalayak yang beragam dan dari kultur yang beragam pula.

## **METODE**

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif ini menekankan pada analisis berupa angka (nilai numerik) yang diolah dengan menggunakan metode statistik. Dalam hal ini peneliti ingin mengetahui bagaimana Efektivitas Akun TikTok Menyajikan Pemberitaan Media Massa Dikalangan Remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara.

Penelitian ini berlokasi di Desa Bandar lama, Kabupaten Labuhanbatu Utara. Peneliti memilih lokasi ini sebagai tempat penelitian karena ingin mengetahui seberapa besar efektivitas akun Tiktok Menyajikan pemberitaan media Massa Di Kalangan Remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara. Waktu penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2022 sampai dengan selesai.

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah remaja Desa bandar lama Kabupaten Labuhanbatu Utara yang berusia dua belas (12) hingga sembilan belas (20) tahun, yang berjumlah 479 orang. Penelitian ini menggunakan teknik probability sampling, dimana probability sampling merupakan teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik sampling dalam penelitian ini yaitu teknik simple random sampling. Untuk mengetahui sampel dari penelitian ini, peneliti menggunakan teori menurut (Arikunto, 2012) jika jumlah populasinya kurang dari 100 orang, maka jumlah sampelnya diambil secara keseluruhan, tetapi jika populasinya lebih dari 100 orang, maka bisa diambil 10-15% atau 20-25% dari jumlah populasinya. Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti mengambil 20% dari jumlah populasi yang ada di Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara yaitu sebanyak 48 responden untuk dijadikan sampel dalam penelitian ini.

Instrumen pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah angket. Angket terdiri atas pertanyaan yang memuat indikator-indikator yang dapat menjelaskan setiap variabel. Adapun dalam penelitian ini jawaban yang diharapkan responden secara keseluruhan nantinya diberi skor atau nilai pada masing-masing kategori. Pengukuran variabel dilakukan dengan menggunakan satuan ukur skala likert. Skala likert digunakan untuk menyatakan

sikap atau persepsi seseorang terhadap objek penelitian. Skala likert menggunakan 4 poin skala, yaitu:

Sangat Setuju (SS) : 4

Setuju (S) : 3

Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif dengan menggunakan statistik deskriptif, yaitu untuk menggambarkan tentang data-data peneliti seperti mean, standar deviasi, modus, dan lain-lain. Untuk menguji variabel independent dengan variabel dependent, apakah positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependent apabila variabel independent mengalami kenaikan atau malah sebaliknya digunakan analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan alat bantu SPSS (Statistical Package For Social Science) versi 17.0, dengan rumus regresi linear sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel Dependen (pemberitaan media massa)

X = Variabel Independen (efektivitas Akun TikTok)

b = Koefisien regresi

a = Konstanta

Untuk mengetahui pengaruh efektivitas akun TikTok terhadap pemberitaan media massa dilakukan pengujian secara parsial. Pengujian secara parsial dilakukan dengan uji-t. Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak dilakukan uji-t yaitu dengan membandingkan nilai t hitung pada tingkat kepercayaan  $\alpha=0,05$ .

Apabila  $H_0$  diterima jika t hitung < t tabel pada  $\alpha = 0,05$  artinya secara parsial dimensi efektivitas akun TikTok tidak berpengaruh signifikan terhadap pemberitaan media massa. Sedangkan  $H_a$  diterima jika t hitung > t tabel pada  $\alpha = 0,05$  artinya secara parsial dimensi efektivitas akun TikTok berpengaruh signifikan terhadap pemberitaan Media Massa.

Menurut (Noor, 2015) uji validitas meliputi hal-hal pokok yaitu sebagai berikut:

1. Uji ini sebenarnya untuk melihat kelayakan butir-butir pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mendefinisikan suatu variabel.
2. Daftar pertanyaan pada umumnya untuk mendukung suatu kelompok variabel tertentu.
3. Uji validitas dilakukan setiap butir soal. Hasilnya dibandingkan dengan r tabel | degree of freedom (df) = n-2 dengan tingkat kesalahan 5%.
4. Jika r tabel < r hitung, maka butir soal tersebut valid.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara yang bertujuan untuk mengetahui seberapa besar efektivitas akun TikTok menyajikan pemberitaan media massa di kalangan remaja desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu

Utara. Populasi dalam penelitian ini seluruh remaja didesa Bandar Lama sebanyak 479 jiwa pada umur 12 – 20 tahun dengan jumlah sampel 48 responden yang ditentukan dengan rumus Arikunto. Sebelum menyebarkan angket, peneliti terlebih dahulu uji validitas dan reliabilitas kepada 10 orang responden. Setelah dinyatakan valid dan reliabel, kemudian angket disebarakan kepada 48 orang responden, yang diambil dengan menggunakan teknik sampling simple random sampling, dimana sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi. Peneliti sendiri menggunakan Software SPSS (Statistical Package For Social Science versi 17.0). Responden yang paling banyak mengisi angket yaitu umur 17 tahun (20,9%) dengan jenis kelamin laki- laki dan perempuan seimbang (50%).

Penyebaran angket menggunakan skala likert yang memiliki 4 point skala jawaban yaitu, sangat setuju dengan skor 4, setuju dengan skor 3, kurang setuju dengan skor 2, tidak setuju dengan skor 1. Data penelitian memiliki dua variabel yaitu efektivitas akun TikTok (X) Menyajikan Pemberitaan Media Massa di kalangan remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara (Y). Pada variabel X terdiri dari 6 indikator yang terbagi menjadi 10 pertanyaan, sedangkan pada variabel Y terdiri dari 5 indikator yang terbagi menjadi 9 pertanyaan. Data yang telah diperoleh, kemudian dimasukkan kedalam Microsoft Excel 2010 kemudian data dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 17.0/

Berdasarkan hasil pengolahan data untuk variabel Efektivitas akun Tiktok menyajikan pemberitaan media massa yang terkait dengan dengan waktu menggunakan Tiktok, konten Tiktok, perhatian dari orang tua, dampak Tiktok mendapatkan hasil rata-rata 27 yang terletak pada interval 26,6 – 30,7 (Cukup Tinggi). Sementara pada variabel Pemberitaan Media Massa yang terkait dengan waktu membaca Berita, motivasi membaca berita, berita kesukaan, dan ketertarikan terhadap berita mendapatkan hasil rata- rata 26 yang terletak pada interval 23,4 –26,5 (Kurang).

Dari hasil uji hipotesis berdasarkan tabel 25 diatas, dapat dilihat bahwa nilai t hitung sebesar 2,945 pada tingkat signifikansi 0,005. Sedangkan t tabel pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ) sebesar 2,013 karena nilai t hitung  $>$  t tabel atau  $2,945 > 2,013$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jadi berdasarkan hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa efektivitas akun Tiktok menyajikan Pemberitaan Media Massa di kalangan remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara. Sedangkan untuk hubungan antara variabel X dan variabel Y yang ditunjukkan oleh nilai R Square sebesar 0,159. Nilai ini mengandung arti bahwa Akun Tiktok(X) Pemberitaan Media Massa (Y) adalah 15,9%, sedangkan sisanya sebesar 84,1% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel yang diteliti. Adapun faktor lain yang mempengaruhinya yaitu faktor lingkungan keluarga, apabila orang tua memiliki kebiasaan bermain gadget, kebiasaan tersebut dapat menular ke anak karena anak mengamati adanya kenikmatan saat orang tua menggunakan gadget. Kemudian lingkungan masyarakat, dalam kehidupan bermasyarakat dikenal bermacam-macam pergaulan dimulai dari pergaulan biasa-biasa sampai pergaulan yang membahayakan dari sisi norma, etika bahkan agama. Apabila seseorang berada dilingkungan pergaulan yang tidak suka

menggunakan gadget, maka lambat ataupun cepat akan ikut terpengaruh lingkungan pergaulannya tersebut.

Penelitian ini sejalan ini teori uses and gratifications yang melihat khalayak sebagai individu yang aktif dan memiliki tujuan sesuai dengan kebutuhan mereka dengan berbagai macam motif penggunaan dan teori ini melihat “bagaimana dan seberapa besar media dapat memenuhi kebutuhan khalayak” yang dalam penelitian ini meneliti kebutuhan informasi bagi kalangan remaja di desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara. Kemudian penelitian ini juga dilakukan oleh Siti Nurbaya Fauziyyah (2020) dengan judul “Efektivitas Akun Instagram @infobandungraya Terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Followers”. Uji hipotesis menggunakan analisis koefisien determinasi dan uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh dari efektivitas akun instagram @infobandungraya terhadap pemenuhan kebutuhan informasi follower.

Dari hasil penelitian ini didapatkan bahwa terdapat pengaruh efektivitas akun TikTok menyajikan Pemberitaan Media Massa di kalangan remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan “Efektivitas Akun TikTok Menyajikan Pemberitaan Media Massa Dikalangan Remaja Desa Bandar Lama Kabupaten Labuhanbatu Utara” dengan melalui penyebaran kuesioner/angket kepada Remaja Desa Bandar lama Kabupaten Labuhanbatu Utara, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Efektivitas Akun TikTok Menyajikan pemberitaan media massa di kalangan remaja Desa bandar lama Kabupaten Labuhanbatu Utara yaitu pada rata-rata 27 yang terletak pada interval 26,6 – 30,7 (Cukup Tinggi). Motif penggunaan aplikasi TikTok yakni untuk memenuhi kebutuhan kognitif, afektif, integrasi individu, integrasi sosial serta untuk memenuhi kebutuhan escapism (pelepasan).
2. TikTok memberi pengaruh terhadap pemberitaan Media Massa bagi kalangan remaja Desa Bandar lama Kabupaten labuhanbatu Utara yaitu pada rata-rata 26 yang terletak pada interval 23,4 –26,5 (Kurang). Media sosial TikTok memenuhi kebutuhan informasi bagi remaja tergolong kurang, terkait dengan kebutuhan informasi berita, kebutuhan informasi menemukan bimbingan, kebutuhan informasi memuaskan minat umum, kebutuhan informasi edukasi, dan kebutuhan informasi hiburan.
3. Pemberitaan Media Massa Berperan Aktif TikTok mempunyai pengaruh positif dan signifikan dalam memenuhi kebutuhan informasi Remaja dengan nilai t hitung > t tabel atau  $2,945 > 2,013$  pada tingkat kepercayaan 95% ( $\alpha = 0,05$ ).

## DAFTAR PUSTAKA

Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo\_allpennliebe). Jurnal Komunikasi, 9(2), 176–185.

Syafril, Muhammad. 2004. Perilaku Pencarian Informasi Melalui Koleksi Surat Kabar untuk Memenuhi Kebutuhan Informasi. UNISBA: Bandung.

Octarina, N. F. 2017. Pertanggung jawaban Pidana Wartawan Atas Pemberitaan di Media Sosial (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).

Watie, E. D. S. 2016. Komunikasi dan Media Sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 67-74.

Wibowo, T., & Yudi, Y. (2021, September). Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam. In *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)* (Vol. 1, No. 1, pp. 662-669).

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&B*. Bandung: Alfabeta.

Siregar, Syofian. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta : Kencana.

Septiawan Santana K. 2005. *Jurnalisme Kontemporer*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.

Nurvitas Sari, Dian. (2020). Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting. *Communication Journal*, Vol 3(1).23-36.

Nurudin. 2007. "Pengantar Komunikasi Massa". (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada). hlm 194.

Nia Lea & Loisa Rirs. (2019). Pengaruh New Media Terhadap Pemenuhan Kebutuhan (Studi Tentang Media Sosial Facebook Dalam Pemenuhan Informasi di Kalangan Ibu Rumah Tangga. *Prologia*. Vol.3(2). 489-497

Musfiah & Christiani Lydia. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Anuva*. Volume 4 (Edisi 4). 429-439

Indriyani Mesi, Bambang A.A & Tri Hapsari Dian. 2020. Efektivitas Penggunaan Media Online Tirto.id terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Berita Libi Zheng. *Jurnal Studi Jurnalistik*. Volume 2 (Edisi 2).157-167

Cangara Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.

Bungin, Burhan. 2005. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Prenadamedia.