

**PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK MELALUI HASHTAG
#SAMASAMABELAJAR TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI
PADA MASYARAKAT DI JAWA BARAT**

***THE USE OF SOCIAL MEDIA THROUGH THE HASHTAG #SAMASAMABELAJAR
TOWARDS FULFILLMENT THE INFORMATION NEEDS OF PEOPLE IN WEST JAVA***

Ellana Triyanda Hardadi¹, Nurvita Trianasari²

^{1,2} Universitas Telkom, Bandung

ellanatriyandah@student.telkomuniversity.ac.id¹, nurvitatrianasari@telkomuniversity.ac.id²

Abstrak

Kemajuan teknologi hingga saat ini sudah tidak dapat di hindari karena seiring dengan perkembangan waktu maka teknologi pun semakin berkembang. Sehingga pada saat ini segala hal mampu menjadi lebih cepat dan efisien terutama dalam kegiatan manusia sehari harinya. Sudah banyak sekali hal inovasi-inovasi teknologi yang lahir akibat kemajuan teknologi pada zaman sekarang, salah satunya adalah yang saat ini sedang pesat berkembang adalah sosial media. Masyarakat pada zaman sekarang yang semakin berkembang menjadi modern sangat bergantung pada teknologi sehingga perlahan mulai perlahan mulai beralih menggunakan new media.

TikTok dapat membantu semua orang untuk memperoleh pengetahuan agar mencapai pembangunan berkelanjutan. Oleh karena itu, mereka dapat memainkan peran besar dalam komunikasi perubahan perilaku. Kampanye TikTok terkait pencemaran lingkungan, perubahan iklim, kekerasan terhadap perempuan, penyalahgunaan zat, pekerja anak, pernikahan dini dan paksa, kesetaraan *gender*, dll. Dapat membantu meningkatkan kesadaran dan mengubah pola pikir.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan analisis deskriptif. Teknik pengambilan data dengan menyebarkan kuesioner kepada tiga ratus delapan puluh lima responden dan pengumpulan data primer dengan teknik sampling. Responden yang terlibat yaitu pengguna aplikasi TikTok yang mengetahui hashtag #samasamabelajar.

Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa Penggunaan media sosial tiktok melalui *hashtag* #samasamabelajar dapat memenuhi kebutuhan informasi pada masyarakat di Jawa Barat.

Kata kunci: Media Sosial, Hashtag, Kebutuhan Informasi.

Abstract

Improvement in technology are unavoidable because along with the time, technology is also growing. At this time everything is able to become faster and more efficient, especially in daily human activities. There have been a lot of technological innovations that were born due to technological advances in today's era, one of which is currently being rapidly developed is social media. Today's society, which is increasingly developing into a modern era, is very dependent on technology, so it is slowly starting to shift to using new media.

TikTok can help everyone to gain knowledge to achieve sustainable development. Therefore, TikTok can play a big role in behavior change communication. TikTok campaigns on environmental pollution, climate change, violence against women, substance abuse, child labour, early and forced marriage, gender equality, etc. It can help increase awareness and change mindsets.

This study uses quantitative methods with descriptive analysis. The technique of collecting data is by distributing questionnaires to three hundred and eighty-five respondents and collecting primary data by using a sampling technique. The respondents involved were users of the TikTok application who knew the hashtag #samasambelajar.

The results of this study indicate that the use of social media tiktok through the hashtag #samasambelajar can fulfill information needs people in West Java.

Keywords : Social Media, Hashtag, Information Needs.

1. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemajuan teknologi hingga saat ini sudah tidak dapat di hindari karena seiring dengan perkembangan waktu maka teknologi pun semakin berkembang. Sehingga pada saat ini segala hal mampu menjadi lebih cepat dan efisien terutama dalam kegiatan manusia sehari harinya. Sudah banyak sekali hal inovasi-inovasi teknologi yang lahir akibat kemajuan teknologi pada zaman sekarang, salah satunya adalah yang saat ini sedang pesat berkembang adalah sosial media. Masyarakat pada zaman sekarang yang semakin berkembang menjadi modern sangat bergantung pada teknologi sehingga perlahan mulai perlahan mulai beralih menggunakan new media. Menurut Dewanti (dalam Fauziyyah 2019:1) Salah satu bagian dari new media adalah internet, dimana internet memberikan kemudahan akses konten apapun bisa dimanapun dan kapanpun. Internet sendiri menjadi salah satu hal penting dalam penggunaan new media untuk mendapatkan komunikasi dan informasi. Seperti halnya data yang dilansir melalui (<https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/>). bahwa hasil survei pengguna internet 2018-2020 yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menyatakan bahwa Indonesia naik sebanyak 8,9% dari 171,2 juta pengguna internet di tahun 2018 menjadi 196,71 juta di tahun 2020. Dimana pengguna internet di Indonesia terhitung dari 64,8% tahun 2018 menjadi 73,7% terhadap total populasi 266.91 juta masyarakat di Indonesia.

Melihat semakin meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa sebagian banyak orang menggunakan teknologi untuk kemudahannya dalam aktifitas dan memudahkan untuk mendapatkan informasi dengan lebih efisien. Menurut Haag dan Keen (dalam Fauziyyah 2019:1) menjelaskan bahwa teknologi informasi merupakan seperangkat alat yang memudahkan setiap penggunanya dalam menyelesaikan segala pekerjaannya yang memiliki kaitan dengan pengolahan informasi. Dilansir melalui katadata.com pengguna internet di Indonesia menggunakan internet untuk mengakses beberapa kebutuhan seperti mengakses media sosial, hiburan atau bahkan mengakses informasi. Dilansir melalui antaranews.com media sosial yang sedang populer dan sedang mendapatkan unduhan tinggi di tahun 2020 hingga saat ini adalah Tiktok, Facebook, Instagram, Snapchat dan Likee.

Dari hasil pra riset yang dilakukan peneliti bahwa sebanyak 85,7% responden memiliki akun aplikasi Tiktok hal itu sesuai dengan data yang dilansir oleh antaranews.com bahwa tiktok termasuk kedalam salah satu media sosial populer di Indonesia pada tahun 2020 dengan unduhan aplikasi yang selalu meningkat. Media sosial Tiktok memang sedang mengalami perkembangan pesat hingga menjadi budaya populer di Indonesia adalah aplikasi Tik Tok. Namun sebenarnya aplikasi Tik Tok bukanlah sosial media yang baru di Indonesia, karena pada beberapa tahun

belakangan di tahun 2018 hingga 2019 Tik Tok sudah mulai dikenal di Indonesia, akan tetapi pada saat itu TikTok kadang menjadi aplikasi digital berbasis video yang mengeluarkan output yang sifatnya membodohkan. Bahkan, fenomena internet mengamini itu saat pengguna mengetik ‘aplikasi negatif’ pada kolom alamat yang kosong. Puncaknya dari itu semua adalah saat Tik Tok diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika, dengan alasan Tik Tok memproduksi konten negatif, terutama bagi kalangan anak-anak.

(Sumber: <https://kominfo.go.id/content/detail/kominfo>).

Mengingat media sosial tiktok pernah dianggap sebagai media sosial yang berisikan konten negative sehingga disaat sekarang tiktok sudah menjadi populer maka tiktok menggelar hashtag #samasabelajar dengan bertujuan untuk menunjukkan bahwa tiktok mampu menjadi media yang berguna untuk menambah informasi juga edukasi tidak hanya sebagai hiburan saja. Dengan adanya usia Hashtag #samasabelajar diluncurkan di tiktok pada tanggal 2 Mei 2020 dimana hal tersebut bertepatan pada peringatan Hari Pendidikan Nasional (Hardiknas) dan program tersebut mendapatkan respon yang cukup positif dari masyarakat. <https://teknologi.id.com> (diakses pada tanggal 12 April 2021 21.34 WIB). Program #samasabelajar mampu mendukung tenaga pengajar mampu membantu tenaga pendidik, tenaga ahli profesional, dan nirlaba yang memiliki keahlian untuk mampu menyebarkan informasi edukasi dan materi yang berguna dalam format pembelajaran jarak jauh dan dikemas menjadi lebih menarik sehingga mudah difahami. Penyampaian edukasi melalui program #samasabelajar dikemas dengan semenarik mungkin seperti hiburan namun berisikan informasi edukasi yang mampu menambah pengetahuan dan informasi masyarakat, sehingga media tiktok mampu dimanfaatkan untuk media pembelajaran dalam hal yang positif dan informasi langsung dari tenaga ahlinya.

Sehingga dengan adanya pemaparan fenomena diatas, peneliti ingin mengetahui apakah penggunaan media tiktok melalui program hashtag #samasabelajar mampu memberikan tambahan kebutuhan informasi pengguna media tiktok dan peneliti pun akan mengangkat judul penelitian “Penggunaan Media Sosial Tiktok Melalui Program Hashtag #samasabelajar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat di Jawa Barat”

1.2 Rumusan Masalah

- a. Bagaimana gambaran yang mampu mendeskripsikan mengenai penggunaan media sosial *TikTok* melalui program #samasabelajar terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada masyarakat di Jawa Barat?
- b. Bagaimana penggunaan media sosial *TikTok* melalui hashtag #samasabelajar terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada masyarakat di Jawa Barat?

2. TINJAUAN PUSTAKA PENELITIAN

2.1 Media Sosial

Menurut Van dijk (dalam Nasrullah 2015:11) media sosial merupakan sebuah platform yang memfokuskan pada keberadaan pengguna yang bertujuan untuk memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium online yang menguatkan hubungan antara pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Sedangkan Menurut boyd (dalam Nasrullah,2015:11) menjelaskan bahwa media sosial merupakan sebuah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi bahkan dalam kasus tertentu saling bekerjasama. Media sosial memiliki

kekuatan pada user-generated content (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna bukan oleh editor.

2.2 Penggunaan Media Sosial

Menurut Zaenal (dalam Nur, 2017:26) menjelaskan bahwa “manfaat yang di peroleh dari penggunaan media sosial yaitu, dapat berinteraksi atau berkomunikasi dengan orang lain, sebagai media informasi, sebagai media berbagi, tempat promosi usaha, dan hiburan”. Selain itu, Menurut Juju dan Sulianta (dalam Nur, 2017:26). Menurut McQuail (1989:72) mengatakan “Motif Penggunaan media sosial yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial, hiburan”. Selain memberikan manfaat media sosial juga dapat memberikan dampak buruk bagi penggunanya seperti : kurang bergaul dengan lingkungan sekitarnya, lupa waktu, kecanduan, menemukan sesuatu berbau pornografi dan seks. Chris Heuer dalam Putra (2015: 17-18) memaparkan bahwa adanya 4C di dalam penggunaan media sosial diantaranya yaitu: (1) Context: adalah bagaimana kita meringkaskan sebuah cerita (2) Communication: sebuah proses menyampaikan cerita atau informasi yang meliputi cara mendengarkan dan merespon. Kemudian dikemas sebaik mungkin agar pesan mampu tersampaikan dan dapat difahami. (3) Collaboration: Bekerja bersama-sama antara pemberi pesan dan penerima pesan agar komunikasi yang dihasilkan lebih baik, efisien dan efektif. (4) Connections: menjaga hubungan yang sudah terbina, dengan cara melakukan sesuatu yang berkelanjutan hingga pengguna merasa lebih dekat dengan sebuah akun atau bidang usaha yang menggunakan media sosial.

2.3 Kebutuhan Informasi

Kebutuhan terhadap informasi menurut Syaffril dalam Perdana (2012: 5) adalah:

1. *Current need approach*, yaitu pendekatan kepada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.
2. *Everyday need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna yang sifatnya spesifik dan cepat. Informasi yang dibutuhkan pengguna merupakan informasi yang rutin dihadapi oleh pengguna.
3. *Exhaustic need approach*, yaitu pendekatan terhadap kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam, pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi pada informasi yang dibutuhkan yang bersifat relevan, spesifik, dan lengkap.
4. *Catching-up need approach*, yaitu pendekatan terhadap pengguna akan informasi yang ringkas, tetapi juga lengkap khususnya mengenai perkembangan terakhir suatu subyek yang diperlukan.

2.4 Kerangka Pemikiran



3. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan jenis penelitian deskriptif karena penelitian ini mendeskripsikan hasil penelitian. Metode penelitian yang digunakan adalah metode pendekatan kuantitatif. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *non probability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling*. Populasi penelitian ini masyarakat Jawa Barat yang memiliki akun Tiktok dan mengetahui #samasamabelajar di Tiktok Usia Remaja hingga 25 tahun. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif.

4. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Analisis Deskriptif

Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Media Sosial

Tabel 4.1

Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Media Sosial

No.Item	Dimensi	Skor Total	Presentase	Kategori
1 s/d 5	<i>Context</i>	7868	81,74%	Tinggi
6 s/d 11	<i>Communication</i>	11058	82 %	Tinggi
12 s/d 17	<i>Collaboration</i>	7867	81,7%	Tinggi
18 s/d 21	<i>Connection</i>	6308	81,9%	Tinggi
Jumlah Skor Total		33101		
Presentase Skor		81, 8%		

Sumber : Data Primer Olahan Penulis, 2021

Berdasarkan hasil analisis deskriptif penggunaan media sosial yang meliputi dimensi *context, communication, collaboration* dan *connection* menunjukkan bahwa secara keseluruhan sudah dalam kategori tinggi dengan persentase sebesar 81,8%. Maka dengan nilai tersebut, dapat di simpulkan penggunaan media sosial melalui program #samasamabelajar pada masyarakat Jawa Barat termasuk tinggi.

Tanggapan Responden Mengenai Kebutuhan Informasi

Tabel 4.2
Tanggapan Responden Mengenai Kemampuan Kebutuhan Informasi

Sumber : Data Primer Olahan Penulis, 2021

No.Item	Dimensi	Skor Total	Persentase	Kategori
22 s/d 23	Kebutuhan Informasi berupa <i>current need approach</i>	3204	83,1%	Tinggi
24 s/d 25	Kebutuhan Informasi berupa <i>everyday need approach</i>	3125	80,9%	Tinggi
26	Kebutuhan Informasi berupa <i>exhaustic need approach</i>	1602	83,2%	Tinggi
26 s/d 31	Kebutuhan Informasi berupa <i>catching-up need approach</i>	7955	82,6%	Tinggi
Jumlah Skor Total		15886		
Persentase Skor		82,4%		

Maka dengan nilai tersebut, dapat di simpulkan bahwa kebutuhan informasi dapat terpenuhi melalui program #samasamabelajar pada masyarakat Jawa Barat.

5. KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai “Penggunaan Media Sosial Tiktok Melalui Penggunaan Hashtag #samasamabelajar Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Masyarakat di Jawa Barat”, maka diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

- a. Penggunaan media sosial *TikTok* melalui program #samasamabelajar terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi sudah termasuk dalam kategori persentase tinggi garis kontinum, hal ini menunjukkan bahwa *influencer* pada aplikasi *TikTok* memberikan pesan yang informatif dan menarik untuk dapat diterima oleh masyarakat selain itu fitur yang ada di *TikTok* lebih menarik

dibandingkan dengan media sosial lainnya dan adanya aplikasi *TikTok* menjadi motivasi untuk membuat video yang menarik serta bermanfaat untuk banyak orang.

b. Berdasarkan hasil penelitian ini *Exhaustic need approach* adalah bagian dari kebutuhan informasi yang paling dibutuhkan oleh suatu pengguna aplikasi media sosial karena dengan adanya pendekatan dengan kebutuhan pengguna akan informasi yang mendalam dan relevan, pengguna informasi akan mempunyai ketergantungan yang tinggi pada suatu aplikasi media sosial dan berdasarkan presentase garis kontinum dan pernyataan yang memperoleh nilai tertinggi Penggunaan media sosial *TikTok* melalui program *#samamabelajar* bermanfaat bagi Pemenuhan Kebutuhan Informasi pada masyarakat di Jawa Barat.

5.2 Saran

Berikut ini adalah beberapa saran yang diajukan penulis terhadap baik pengguna aplikasi, peneliti selanjutnya ataupun perusahaan pada objek yang di teliti yang diharapkan dapat menjadi beberapa masukan dan bahan pertimbangan untuk waktu yang akan datang, dan berikut adalah sarannya:

a. Pada variabel penggunaan media sosial (X_2) dengan dimensi *communication* pada pernyataan “Saya merasa program *#samamabelajar* didukung dengan baik oleh aplikasi *TikTok*” memperoleh nilai terendah, maka saran yang coba penulis berikan adalah bagi pihak *TikTok* yaitu agar perusahaan konsisten dalam menjalankan program “sama-sama belajar” tersebut. Konsisten yang bermakna bahwa program tersebut harus didukung oleh perusahaan dengan bentuk implementasi seperti, program “sama - sama belajar” akan selalu dihadirkan oleh *TikTok* pada *highlight* utama aplikasi, sehingga ketika pengguna pertama kali membuka aplikasi, mereka akan mengetahui program tersebut, kemudian implementasi lain yang dapat dilakukan agar perusahaan mendukung penuh program “sama - sama belajar” ini adalah dengan memberikan notifikasi kepada setiap pengguna aplikasi *TikTok* baik melalui iklan atau *direct message* untuk mengikuti atau membuka program atau konten “sama-sama belajar melalui hashtag yang disampaikan, sehingga tidak hanya konten video hiburan saja yang akhirnya mengapa orang mau menggunakan aplikasi *TikTok*, tetapi dengan dukungan langsung dari pihak perusahaan tersebut, mampu membuat program tersebut menjadi pilihan utama para pengguna aplikasi *TikTok*.

b. Pada variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y_1) dengan dimensi *everyday need approach* pada pernyataan “Saya merasa program *#samamabelajar* membuat saya selalu ingin membuka aplikasi *TikTok* untuk menambah informasi” memperoleh nilai terendah, maka masukan atau saran yang penulis hendak berikan bagi pengguna aplikasi adalah dengan mencari konten yang dapat menarik atau yang pengguna sukai, karena seseorang akan tertarik dengan apa yang dia sukai. Adapun bagi pihak *TikTok*, agar konten atau program “sama-sama belajar” selalu menarik bagi pengguna aplikasi *TikTok* adalah dengan memberikan sentuhan sentuhan animasi, atau dengan menampilkan *influencer* yang dapat menarik pengguna aplikasi *TikTok* tertarik untuk menonton program atau konten “sama-sama belajar” tersebut. Bagi perusahaan aplikasi media sosial sejenis agar dapat menciptakan program yang ditayangkan melalui aplikasi agar bermanfaat bagi masyarakat yang menggunakan aplikasi tersebut.

Referensi

- [1] Fauziyyah, A. (2019). *Pengaruh Media Quizizz Terhadap Motivasi Belajar Peserta Didik Dalam Pembelajaran Pkn*. Skripsi pada Universitas Pasundan Bandung.

- [2] Putra, Yoga Maulana. (2015). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @TA-FEB). Skripsi pada Universitas Telkom Bandung.*
- [3] Kominfo.go.id. (2020). Survei Penetrasi Pengguna Internet di Bagian Penting dari transformasi digital [online]. Tersedia: <https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/>[12 april 2021].
- [4]Kominfo.go.id. (2020). Ini Penyebab Kominfo Blokir Tiktok [online]. Tersedia: https://kominfo.go.id/content/inipenyebab-kominfo-putuskan-blokir-tiktok/0/sorotan_media [12 april 2021].
- [5] Perdana, Cepti Rahman Gilang. (2012). Hubungan Twitter Jatinangorku dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Daerah Jatinangor bagi followers. Universitas Padjadjaran.
- [6] Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi.* Bandung.
- [7] Nur, Atmadiyah. (2017). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Facebook Terhadap Perilaku Berpacaran Remaja Pada Siswa Kelas VIII SMP Negeri 1 Sungai Raya.* Skripsi Fkip Untan Pontianak : tidak diterbitkan.
- [8] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung : Alfabeta, CV.
- [9] Teknologi.id. (2020). #SamaSamaBelajar ala TikTok, Donny: Bukan Cuma Joget-joget, tapi Ada Ilmunya [online]. Tersedia <https://teknologi.id/aplikasi/samasamabelajar-ala-tiktok-donny-bukan-cuma-joget-joget-tapi-ada-ilmunya> [12 april 2021]..