

**Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Akun @Clahayes Sebagai Sarana Edukasi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Diet Para Followers**

**Lala Apriyana**

Universitas Esa Unggul, Jakarta

[lalaapriyana33@student.esaunggul.ac.id](mailto:lalaapriyana33@student.esaunggul.ac.id)

**Ivanina Zuhdi Pane**

Universitas Esa Unggul, Jakarta

[ivanina.zuhdi@esaunggul.ac.id](mailto:ivanina.zuhdi@esaunggul.ac.id)

**Halomoan Harahap**

Universitas Esa Unggul, Jakarta

**Dani Vardiansyah<sup>4</sup>**

Universitas Esa Unggul, Jakarta

**Abstract**

*Currently, Tiktok is one of the social media that continues to grow and is favoured by 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 fulfilment of information needs, and to find out how much influence from the intensity of using the Tiktok account @clahayes. The account has served as a communicator who releases messages of education on fulfilment of the health information needs of diet followers (communicant). The theory used in this study is Uses and Gratifications, with a quantitative approach using a survey method. Questionnaire as a data collection method was distributed to Tiktok @clahayes followers who are in total 100 after calculated using Slovin formula. This study uses purposive sampling technique. The results indicate that 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 fulfilment 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

**Abstrak**

Saat ini Tiktok menjadi salah satu media sosial yang terus berkembang dan digemari oleh khalayak ramai. 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 survei yang menggunakan kuesioner

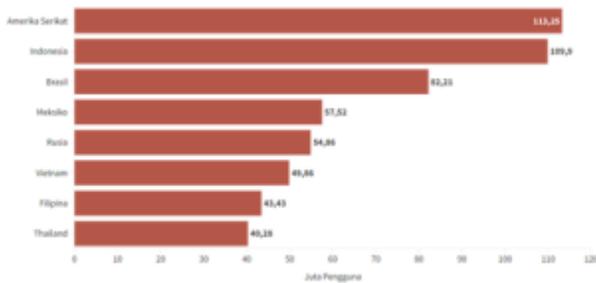
yang disebar kepada 100 followers akun Tiktok @clahayes hasil hitungan dengan rumus Slovin. Pada penelitian ini teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling. Hasil distribusi frekuensi pada variabel intensitas penggunaan media sosialTiktok (X) termasuk dalam kategori tinggi yaitu sebesar 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 pada variabel intensitas penggunaan Tiktok (X) memiliki persentase sebesar 35,4% terhadap kebutuhan informasi (Y).

**Kata kunci :** Green Campus, Advokasi, Evaluasi

#### 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.

(Sumber: We Are Social)



*Gambar 1. Jumlah Pengguna Tiktok*

Menurut We Are Social dan Hootsuite Indonesia tercatat sebagai negara dengan pengguna Tiktok terbesar kedua di dunia pada Januari 2023. Saat ini Tiktok dijadikan sebagai 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 melalui perilaku diet. Fitriani (dalam Muzayyanah, 2011) berpendapat bahwa dalam memenuhi kebutuhannya, banyak wanita melakukan perawatan fisik, salah satunya membiasakan diet. Perilaku diet yang baik yang 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 edukasisecara 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 akun Tiktok @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 kuantitaif 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 survei dengan pendekatan kuantitatif yang menggunakan teknik purposive sampling. Teori utama yang digunakan adalah 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.

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 Katz 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 di sini berperan untuk menarik para pengguna media agar menggunakan medianya sebagai alat pemuas kebutuhan. Pengguna media juga harus berperan aktif dalam 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 Fauziah 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 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 atau suatu 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 mengakses dalam sehari.

### **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**

Pemaknaan 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:



**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 deskriptif tipe survei, dengan pendekatan kuantitatif serta paradigma positivisme. Menurut Sugiyono (2015), penelitian dengan pendekatan kuantitatif merupakan penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme 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.

Mengikuti hitungan rumus Slovin maka sampel yang ditarik dalam penelitian ini berjumlah 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.

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

**Validitas dan Reliabilitas**

Dalam mengukur validitas pada penelitian ini, digunakan rumus Pearson Product Moment dengan

SPSS versi 26.0 dengan hitungan sebagai 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 AlphaCronbach 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.	0,736	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)

**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

Gambar 3. Jenis Kelamin Responden  
Tabel 3. Hasil Uji Validitas Variabel Y  
(Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

**Hasil Uji Reliabilitas**

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

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

Dari hasil uji reliabilitas, 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 topik seputar kecantikan dan permasalahannya dari sisi medis.

Dalam kontennya tersebut, Clarin mudah dipahami oleh khalayak yang melihatnya.

Konten akun ini sangat informatif dan disajikan dengan menyenangkan. Selain itu, ia juga membahas tema seputar mitos yang beredar di Masyarakat. Ia memberikan fakta beserta penjelasan yang mampu mematahkan mitos yang terlanjur dipercaya oleh masyarakat.

**Hasil Penelitian**

**Jenis Kelamin Responden (n=100)**

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

(Sumber: Hasil Kuesioner Responden)

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

**Rentang Usia Responden (n=100)**

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%
<b>Jumlah</b>		<b>100</b>	<b>100%</b>

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

**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 Intensitas Penggunaan Tiktok  
(Sumber: Hasil Olah Data SPSS)

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

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

### Hasil Distribusi Frekuensi Y

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

Berdasarkan tabel distribusi variabel kebutuhan informasi (Y) hasil data interval tinggi sebesar 100%. Dapat diartikan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi termasuk ke dalam kategori tinggi.

### Hasil Uji Normalitas

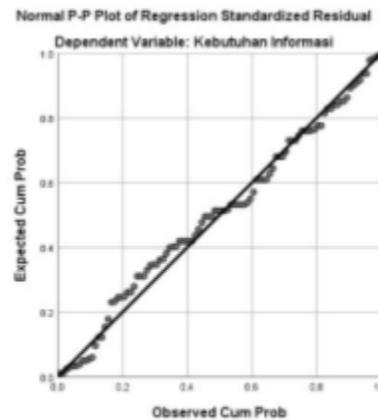
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06812113
	Most Extreme Differences	
	Absolute	.070
	Positive	.054
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- 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 di atas, terlihat bahwa signifikansi  $0.200 > 0.05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersebut berdistribusi normal.

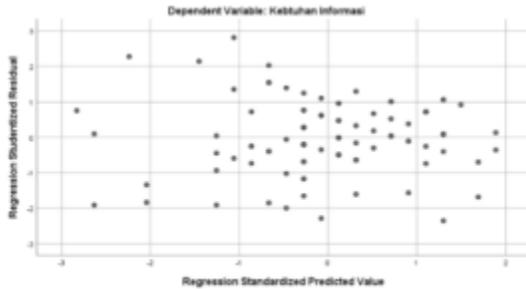
### Hasil Uji P P-Plot



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.

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

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. Nilai dalam temuan pada Tabel 10 adalah  $0,000 < 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa hasil tersebut signifikan. Artinya,  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, ada pengaruh variabel X, Intensitas Penggunaan Tiktok akun @clahayes terhadap variabel Y, Kebutuhan Informasi diet para followers.

Dari tabel di bawah ini, terlihat bahwa korelasi antar variabel adalah 0,595 yang artinya tergolong “sedang”.

### Koefisien Determinasi

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.595 <sup>a</sup>	.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)

penelitian ini.

### HASIL DAN PEMBAHASAN

### Uji Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	Unstandardized Coefficients	Std. Error				
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:

Berdasarkan hasil tersebut nilai R Square sebesar 0,354 menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel independen (X) yaitu intensitas penggunaan Tiktok adalah sebesar 0,354 dikalikan 100% atau 35,4% terhadap variabel dependen (Y) kebutuhan informasi. Sedangkan sisanya dapat dihitung, sebesar 64,6% kontribusi terhadap variabel dependen (Y) berasal dari variabel lain yang tidak diteliti pada

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 terdapat klasifikasi data responden dengan rentang usia terbanyak pada 17-25 tahun sebanyak 66 responden atau sebesar 66%, dengan mayoritas pelajar / mahasiswa yang seluruhnya adalah perempuan, sesuai dengan tujuan penelitian.

### **Intensitas Penggunaan Tiktok (X)**

Variabel independen (X) intensitas penggunaan Tiktok terdiri dari dimensi perhatian, penghayatan, durasi serta frekuensi.

#### **Perhatian**

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) menyatakan bahwa perhatian adalah ketertarikan individu terhadap suatu objek tertentu berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak pada pertanyaan "Saya memperhatikan setiap unggahan video Tiktok akun @clahayes mengenai diet sehat yang baik" sebesar 53%. Temuan ini menunjukkan sebagian besar responden memiliki ketertarikan terhadap konten Tiktok yang diunggah oleh akun @clahayes dengan menunjukkan konsentrasi tinggi pada saat menonton.

#### **Penghayatan**

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengatakan bahwa 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 terbanyak, yaitu 58%. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden memahami dan menyerap informasi yang diunggah pada akun Tiktok @clahayes yang dianggap sebagai pengetahuan baru.

#### **Durasi**

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) menjelaskan durasi sebagai lamanya waktu yang dibutuhkan oleh seseorang dalam melakukan kegiatan tertentu. Hasil terbanyak, 50% ada pada mereka yang menghabiskan waktu mengakses akun Tiktok @clahayes selama 21- 30 menit sehari. Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dikategorikan dalam kategori sering dalam mengakses akun tersebut.

#### **Frekuensi**

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) menyatakan frekuensi sebagai banyaknya pengulangan atau 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 terbesar, 46%. Temuan ini menunjukkan responden termasuk dalam kategori sering dalam menonton konten di akun tersebut.

Dari hasil-hasil tersebut di atas, terbukti bahwa akun Tiktok @clahayes berhasil dalam menyebarkan informasi diet sehat kepada responden. Followers akun Tiktok @clahayes dapat memahami dan menyerap informasi yang disampaikan di akun tersebut. Besarnya persentase tertinggi yaitu 58% (jawaban sangat setuju) pada dimensi penghayatan menunjukkan isi unggahan akun tersebut dipahami dan diserap, seerta

dianggap sebagai pengetahuan baru. Dapat disimpulkan bahwa akun Tiktok @clahayes tergolong baik dan efektif dalam menyampaikan informasi tentang diet sehat.

Berdasarkan hasil keseluruhan distribusi frekuensi yang membentuk variabel independen yaitu intensitas penggunaan Tiktok (X) diperoleh hasil data interval tinggi sebesar 55% yang artinya, intensitas penggunaan Tiktok termasuk dalam kategori tinggi atau intens.

### **Kebutuhan Informasi (Y)**

Dalam penelitian ini pemenuhan kebutuhan diukur melalui empat dimensi yang menjelaskan mengenai kebutuhan informasi pengguna media sosial. Menurut Guha dalam Syafril (2004: 18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) yaitu kebutuhan informasi mutakhir (current need approach), rutin (everyday need approach), mendalam (exhaust need approach), dan singkat (catching-up need approach).

### **Kebutuhan informasi mutakhir (current need approach)**

Didefinisikan oleh Guha dalam Syafril (2004: 18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) pemenuhan kebutuhan informasi mutakhir (current need approach) adalah pendekatan terhadap pengguna media sebagai sarana mencari informasi untuk menambah atau memperluas ilmu pengetahuan. Pendekatan ini menjelaskan bahwa informasi yang dicari adalah yang terbaru. Berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban terbanyak sangat setuju, 73%, ditemukan pada pernyataan "Saya mendapatkan informasi terbaru perihal cara diet yang sehat dan menjaga metabolisme tubuh ketika menonton video Tiktok Dr. Clarin Hayes @clahayes". Temuan ini menunjukkan bahwa responden menyadari akun Tiktok @clahayes merupakan sumber terbaru dalam mendapatkan informasi seputar kesehatan diet.

### **Kebutuhan informasi rutin (everyday need approach)**

Didefinisikan oleh Guha dalam Syafril (2004: 18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) pemenuhan kebutuhan informasi mutakhir (everyday need approach) adalah pendekatan terhadap pengguna media dengan ciri sifatnya yang cepat, teratur, dan spesifik. Informasi yang dibutuhkan merupakan informasi rutin yang dihadapi oleh pengguna media. Berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak ditemukan pada pernyataan "Tiktok Dr. Clarin Hayes (@clahayes) memberikan informasi seputar kesehatan diet secara rutin" dengan persentase sebesar 59%.

Temuan ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden merasa puas karena mendapatkan informasi secara rutin dan cepat bagi kebutuhan sehari-hari mengenai informasi kesehatan diet, dan akun Tiktok @clahayes sudah cukup baik dalam menyampaikan informasi sehingga terpenuhi kebutuhan informasi sehari-hari para followers.

### **Kebutuhan informasi mendalam (exhaust need approach)**

Didefinisikan oleh Guha dalam Syafril (2004: 18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) pemenuhan kebutuhan informasi mendalam (exhaust need approach) adalah pendekatan terhadap pengguna media akan informasi yang mendalam, dimana pengguna informasi mempunyai ketergantungan yang tinggi terhadap informasi yang dibutuhkan. Berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak ditemukan pada pernyataan "Konten video Tiktok Dr Clarin Hayes memberikan edukasi cara diet sehat yang aman secara detail dan rinci" sebesar 65%. Temuan ini menunjukkan bahwa akun Tiktok @clahayes sudah cukup baik dalam memberikan informasi yang detail dan spesifik, sehingga menimbulkan ketergantungan dalam diri followers akun Tiktok @clahayes mengenai kesehatan diet.

### **Kebutuhan informasi singkat (catching-up need approach)**

Didefinisikan oleh Guha dalam Syaffril (2004: 18-19) (dalam Perdana, Rizal dan Khadijah, 2016) pemenuhan kebutuhan informasi singkat (catching-up need approach) adalah pendekatan terhadap pengguna media yang membutuhkan informasi yang ringkas dan singkat, namun tetap jelas. Berdasarkan jawaban responden dengan persentase jawaban sangat setuju terbanyak, 70%, ditemukan pada pernyataan "Saya mendapatkan informasi kesehatan diet yang ringkas di akun Tiktok @clahayes". Temuan ini menunjukkan bahwa akun Tiktok @clahayes sudah sangat baik dalam menyampaikan informasi yang ringkas dan lengkap.

Berdasarkan hasil keseluruhan keempat variabel yang membentuk variabel dependen yaitu pendekatan kebutuhan informasi mutakhir, rutin, mendalam dan singkat (Y) semua diperoleh hasil positif. Khusus pada dimensi kebutuhan informasi mutakhir, persentase jawaban terbanyak 73% yang dominan, menunjukkan sebagian besar responden menyadari akun Tiktok @Clahayes merupakan sumber informasi seputar kesehatan diet dan sumber informasi yang disampaikan adalah yang terbaru.

Berdasarkan distribusi frekuensi pada variabel kebutuhan informasi (Y) diperoleh hasil data dan interval tinggi sebesar (100%). Dapat disimpulkan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi termasuk tinggi.

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

Dari distribusi frekuensi variabel X menunjukkan hasil sebesar 55% yang berarti variabel intensitas penggunaan Tiktok (X) termasuk dalam kategori tinggi, maka semakin tinggi intensitas penggunaan Tiktok semakin tinggi pemenuhan kebutuhan informasinya.

Begitu juga pada hasil distribusi frekuensi variabel Y yang memiliki nilai sebesar 100% yang juga menjelaskan variabel pemenuhan kebutuhan informasi yang tergolong tinggi. Temuan ini mengindikasikan bahwa followers mendapat informasi terbaru perihal cara diet yang sehat dan menjaga metabolisme tubuh ketika menonton video Tiktok Dr Clarin Hayes dan mereka merasa kebutuhan informasi akan kesehatan diet telah terpenuhi.

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

Lalu pada hasil uji heteroskedastisitas menggunakan scatterplot, titik-titik terlihat menyebar tak beraturan, menandakan bahwa model regresi telah bebas dari heteroskedastisitas.

Pada hasil uji regresi linear sederhana, diperoleh hasil variabel intensitas penggunaan Tiktok (X) yang berpengaruh positif terhadap pemenuhan kebutuhan informasi (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil pengaruh yang signifikan  $0,00 < 0,05$  dengan hasil ini maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, yaitu ada pengaruh intensitas penggunaan Tiktok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Berdasarkan hasil koefisien determinasi sebesar 0,354, maka kekuatan pengaruh intensitas penggunaan Tiktok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi adalah 35,4%. Dengan demikian, sisanya sebesar 64,6% pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi berasal dari variabel-variabel lain yang tidak diteliti di dalam penelitian ini.

Berdasarkan grand theory yang digunakan yaitu Uses and Gratification yang menyatakan bahwa pengguna media berusaha untuk mencari sumber informasi yang paling baik dalam upaya memenuhi kebutuhannya.

Dari keempat dimensi yang ada pada variabel intensitas penggunaan Tiktok yakni perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi dapat diketahui bahwa jika followers semakin intens menggunakan media sosial untuk kebutuhan informasinya juga akan terpenuhi. Hal ini sesuai dengan hasil koefisien determinasi dari pengaruh intensitas penggunaan Tiktok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi memiliki persentase sebesar 35,4%.

## **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, 64,6% dipengaruhi oleh variabel-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. Emphaty, 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 Grafindo 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@ Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Lalu Lintas Followers. *Ikon - Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 24(2).

Putri Fauziah 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). *DasarDasar 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-didunia-pada-awal-2023> pada 25 Maret 2023 pukul 16.00 WIB

<https://lifestyle.okezone.com/read/2022/11/08/194/2703201/6-potret-dokter-cantikalexandra-clarin-hayes-idola-para-netizennih> pada 27 Maret 2023 pukul 22.00 WIB

<https://health.detik.com/beritadetikhealth/d-5767986/pesona-clarinhayes-dokter-cantik-lulusan-cumlaudeyang-aktif-ngonten-dimedsos> pada 11 Juli 2023 pukul 18.00 WIB