

Analisis Efektivitas, Motif, Intensitas Penggunaan Media Terhadap Penyebaran Informasi *TikTok* @Rupbasandps

Ni Komang Ari Pridayanti¹⁾, I Gusti Ayu Desi Saryanti²⁾, I Gusti Ngurah Satria³⁾

Bisnis Digital^{1),3)}, Sistem Informasi²⁾

Institut Teknologi dan Bisnis STIKOM Bali

Denpasar, Indonesia

e-mail: aripridayanti@gmail.com¹⁾, desi@stikom-bali.ac.id²⁾, ngurah_satria@stikom-bali.ac.id³⁾

Abstrak

Sejak didirikan pada tahun 2001 sampai saat ini, masih banyak masyarakat yang belum mengetahui dan mengenal Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar. Untuk itu dioperasikanlah media sosial yang berguna sebagai media publikasi instansi dengan jangkauan yang lebih luas serta media edukasi bagi masyarakat salah satunya TikTok. Konten-konten yang dihadirkan pada akun TikTok Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar mulai menghadirkan berbagai respon dari masyarakat. Dimana terdapat beberapa konten yang memiliki interaksi yang tinggi maupun konten yang memiliki tingkat interaksi yang rendah. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas, motif, dan intensitas penggunaan media dalam konteks penyebaran informasi melalui akun TikTok @Rupbasandps di Bali. Dengan melibatkan 174 responden, penelitian ini mengeksplorasi variabel yang berpengaruh signifikan terhadap proses penyebaran informasi melalui platform media sosial ini. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik analisis regresi linier berganda. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar kepada responden yang merupakan pengguna aktif akun TikTok @Rupbasandps di Bali. Analisis statistik seperti regresi linear dan uji signifikansi digunakan untuk menilai hubungan antara efektivitas, motif, intensitas penggunaan media, dan penyebaran informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan signifikan antara efektivitas penggunaan media, motif penggunaan, dan intensitas penggunaan media terhadap penyebaran informasi pada akun TikTok @Rupbasandps. Implikasi dari temuan ini dapat memberikan wawasan penting bagi Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar yang berkepentingan dalam mengoptimalkan strategi penggunaan media sosial, khususnya di platform TikTok, untuk meningkatkan efektivitas dan efisiensi dalam penyebaran informasi di wilayah Bali

Kata kunci: Media Sosial, TikTok, Informasi, RUPBASAN

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi saat ini semakin berkembang dengan pesat dan cepat. Keleluasaan internet dalam teknologi membuat semakin banyak aplikasi berbasis internet yang turut meramaikan hal tersebut. Salah satunya adalah aplikasi media sosial[1]. Hal tersebut didukung dengan banyak muncul dan berkembangnya penyediaan infrastruktur jaringan internet yang ada di Indonesia. Menurut laporan We Are Social, ada 167 juta pengguna aktif jejaring sosial di Indonesia pada Januari 2023. Angka ini setara dengan 60,4 persen populasi negara[2]. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Media sosial dapat diklasifikasikan dalam beberapa jenis yaitu layanan blog, layanan jejaring sosial layanan blog mikro, layanan berbagi media, layanan kolaborasi, layanan forum. Jejaring sosial merupakan yang paling populer, media ini merupakan sarana yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, publikasi dan penyebaran informasi. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah jaringan setiap pengguna membentuk pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (offline) maupun membentuk jaringan pertemanan baru. Jejaring sosial yang marak digunakan diantaranya adalah Facebook, Youtube, Instagram, Twitter dan yang terbaru adalah *TikTok*[3]. *TikTok* adalah aplikasi media sosial yang diproduksi oleh perusahaan teknologi raksasa China, ByteDance. Aplikasi *TikTok* sendiri merupakan aplikasi berbasis media sosial audio visual yang dilengkapi dengan fitur pengeditan seperti menambahkan musik terbaru, filter wajah unik, menambahkan teks, dan merekam audio[4]. Perkembangan *TikTok* di Indonesia sangat menarik minat masyarakat karena banyaknya konten yang disediakan oleh kreator *TikTok*, sehingga pengguna bebas

memilih konten yang diinginkan. Menurut laporan 'Digital 2023 Indonesia' yang dikeluarkan firma riset We Are Social *TikTok* memiliki 109,9 juta pengguna di Indonesia hingga awal 2023[5]. Peningkatan jumlah pengguna *TikTok* di Indonesia saat ini mengakibatkan banyak sektor memanfaatkannya sebagai media komunikasi serta penyebaran informasi. Pemerintah Indonesia telah mulai menggunakan media sosial sebagai sarana berkomunikasi dengan publik. Menurut penelitian sebelumnya, instansi pemerintah menggunakan media sosial untuk memberikan dan meningkatkan pelayanannya kepada masyarakat. Sebagai salah satu lembaga pemerintahan, Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar memanfaatkan sosial media sebagai sarana publikasi dan penyebaran informasi instansinya[1].

Setelah dioperasikan kurang dari 3 bulan lamanya, konten-konten yang dihadirkan pada akun *TikTok* Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar mulai menghadirkan berbagai respon dari masyarakat. Dimana terdapat beberapa konten yang memiliki interaksi yang tinggi maupun konten yang memiliki tingkat interaksi yang rendah. Tingkat interaksi dapat dilihat dari jumlah likes dan comment pada setiap konten yang dihadirkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh efektivitas media, motif penggunaan media, serta intensitas penggunaan media terhadap penyebaran informasi pada akun *TikTok* Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara dengan tujuan mengoptimalkan kehadiran akun *TikTok* @Rupbasandps sebagai salah satu sumber informasi utama bagi masyarakat penerima layanan Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar.

2. Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif deskriptif melakukan pendekatan untuk menguji teori objektif dengan menguji hubungan antar variabel. Variabel ini dapat diukur dengan menggunakan instrumen, sehingga data jumlah dapat dianalisis dengan menggunakan prosedur statistik.

Tabel 1. Identitas Responden

NO	Variabel	Klasifikasi	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Jenis Kelamin	Laki-laki	79	45,4
		Perempuan	95	54,6
		Jumlah	170	100
2	Usia	17-24	41	23,6
		25-35	49	28,2
		36-45	25	14,4
		46-55	32	18,4
		>55	27	15,9
Jumlah			174	100
3	Domisili	Kota Denpasar	23	13,5
		Kabupaten Badung	7	4,0
		Kabupaten Gianyar	9	5,2
		Kabupaten Karangasem	26	14,9
		Kabupaten Bangli	17	9,8
		Kabupaten Klungkung	26	14,9
		Kabupaten Buleleng	17	9,8
		Kabupaten Negare	26	14,9
		Kabupaten Tabanan	23	13,2
		Jumlah		

Penelitian ini memilih populasi yaitu para masyarakat wilayah layanan Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar pada tahun 2019-2023. Mengingat ukuran populasi tidak dapat diketahui maka metode yang digunakan untuk penentuan sampel adalah *nonprobability sampling*, yaitu suatu metode penentuan sampel yang tidak memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur untuk dipilih menjadi sampel. Salah satu metode dalam *nonprobability sampling* yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu menentukan sampel dengan kriteria tertentu Ukuran sampel penelitian ini ditetapkan sebesar jumlah maksimal yaitu 174 responden.

Variabel pada penelitian ini terdiri dari 3 variabel independen yaitu X1 (Efektivitas Penggunaan Media), X2 (Motif Penggunaan Media) X3 (Intensitas Penggunaan Media) serta 1 variabel dependen yaitu Y (Penyebaran informasi). Pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada responden.[6].

Model analisis yang digunakan yaitu Analisis Regresi Linier Berganda. Pada tahapan analisis regresi dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen dan mengetahui bagaimana pengaruh variabel independen masing-masing terhadap variabel dependen. Jika menguji hubungan atau pengaruh dua atau lebih variabel bebas terhadap variabel tidak bebas, maka model regresi yang digunakan adalah model regresi linier berganda (*multiple linear regression model*) [7].

Uji normalitas sangat penting karena berkaitan dengan uji persyaratan teknik analisis data. Alat uji yang digunakan untuk melakukan uji normalitas dalam penelitian ini adalah Kolmogorof Smirnov Test dengan menggunakan SPSS versi 23 [8].

Multikolinieritas adalah suatu kondisi di mana dua atau lebih variabel independen dalam model regresi memiliki hubungan linier yang kuat satu sama lain [9]. Uji multikolinieritas bertujuan untuk mendeteksi adanya masalah ini. Salah satu metode umum yang digunakan untuk menguji multikolinieritas adalah *Variance Inflation Factor (VIF)*.

Heteroskedastisitas adalah suatu kondisi di mana variabilitas dari kesalahan acak dalam model regresi tidak konstan sepanjang rentang nilai variabel independen. Uji heteroskedastisitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Penelitian ini menggunakan uji glejser yaitu uji yang mengusulkan untuk meregres nilai absolut residual terhadap variabel independen dengan persamaan regresi [10].

Setelah melakukan uji asumsi klasik dalam model regresi, langkah selanjutnya yaitu melakukan uji hipotesis dengan uji-t. Tujuan utama dari uji hipotesis adalah untuk menentukan apakah terdapat cukup bukti statistik yang mendukung atau menolak suatu klaim atau pernyataan (hipotesis) yang diajukan tentang populasi. Dalam penelitian pengujian hipotesis menggunakan uji t. Uji t ini bertujuan untuk menguji seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel variabel independen lainnya konstan. Selanjutnya adalah melakukan Uji-f, Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen memiliki pengaruh secara keseluruhan terhadap variabel dependen. Dan yang terakhir adalah Koefisien determinasi (R^2) Uji koefisien determinasi adalah suatu prosedur statistik yang digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi linear dapat menjelaskan variasi dalam data [8].

3. Hasil dan Pembahasan

Bagian ini membahas hasil dari penelitian dan pada waktu yang sama juga memberikan pembahasan dan yang komprehensif. Hasil penelitian dapat disajikan menggunakan gambar, grafik, tabel, dan lainnya yang membuat pembaca dapat memahami hasil penelitian dengan mudah. Pembahasan dapat dibuat dengan menggunakan beberapa sub-bab.

3.1. Uji Validitas Instrumen

Tabel 2. Uji Validitas Instrumen

Variabel	Instrumen	Pearson Corelation/r Hitung	r Tabel	Keterangan
X1	X1.1	0,708	0,148	Valid
	X1.2	0,594	0,148	Valid
	X1.3	0,665	0,148	Valid
	X1.4	0,629	0,148	Valid
	X1.5	0,627	0,148	Valid
X2	X2.1	0,688	0,148	Valid
	X2.2	0,669	0,148	Valid
	X2.3	0,690	0,148	Valid
	X2.4	0,683	0,148	Valid

	X3.1	0,752	0,148	Valid
	X3.2	0,725	0,148	Valid
X3	X3.3	0,751	0,148	Valid
	X3.4	0,757	0,148	Valid
	Y.1	0,722	0,148	Valid
	Y.2	0,600	0,148	Valid
Y	Y.3	0,690	0,148	Valid
	Y.4	0,731	0,148	Valid

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya instrumen dengan membandingkan r hitung dan r tabelnya. Berdasarkan hasil uji validitas instrumen pada tabel 2 menyatakan bahwa seluruh instrumen memiliki nilai *pearson correlation* > r tabel, maka bisa disimpulkan bahwa seluruh item pertanyaan pada kuesioner dinyatakan valid.

3.2 Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Cronbach Alpha	Cut-Off	Keterangan
Efektivitas Penggunaan Media (X1)	0,648	0,600	Reliabel
Motif Penggunaan Media (X2)	0,616	0,600	Reliabel
Intensitas Penggunaan Media (X3)	0,734	0,600	Reliabel
Penyebaran Informasi (Y)	0,623	0,600	Reliabel

Hasil uji reliabilitas instrumen disajikan tabel 3 yang menunjukkan bahwa ketiga instrumen penelitian yaitu Efektivitas penggunaan media, motif penggunaan media, dan intensitas penggunaan media memiliki koefisien *cronbach's alpha* yang lebih besar dari angka 0,60 sehingga pernyataan pada kuesioner tersebut dapat dikatakan reliabel.

3.3 Uji Normalitas

Tabel 4. Uji Normalitas

N	174
Asymp. Sig. (2-tailed)	0.200

Pada tabel 4 uji normalitas menggunakan one sample kolmogorov didapatkan nilai signifikansi (Asymp. Sign) adalah 0.200 artinya nilai tersebut lebih dari nilai Alpha ($\alpha = 5\%$ atau 0,05). Sehingga dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal

3.4 Uji Multikolinieritas

Tabel 5. Uji Multikolinieritas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.547	1.509		4.340	.000		
X1	.192	.068	.222	2.845	.005	.711	1.406
X2	.278	.063	.308	4.428	.000	.895	1.117
X3	.131	.062	.159	2.113	.036	.763	1.311

Berdasarkan tabel 5 menunjukkan bahwa nilai tolerance dari ketiga variabel yaitu Efektivitas Penggunaan Media (X1) bernilai 0,711, Motif Penggunaan Media (X2) bernilai 0,895 serta Intensitas Penggunaan Media (X3) bernilai 0,763 yang berarti ketiga variabel memiliki nilai tolerance $\geq 0,10$. Dapat dilihat pula pada nilai variance inflation factor (VIF) dari ketiga variabel yaitu, Efektivitas Penggunaan Media (X1) bernilai 1,406, Motif Penggunaan Media (X2) bernilai 1,117 serta Intensitas Penggunaan Media

(X3) bernilai 1,311 yang menunjukkan nilai VIF ketiga variabel ≤ 10 . Dapat disimpulkan bahwa ketiga variabel independent tidak menunjukkan adanya hubungan korelasi yang tinggi maka data dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinieritas

3.5 Uji Heteroskedastisitas

Tabel 6. Uji Heteroskedastisitas

Unstandardized Coefficients	Coefficients ^a		t	Sig.
	B	Std. Error		
2.120	.952		2.228	.027
-.012	.043	-.024	-.270	.788
-.024	.040	-.049	-.604	.547
-.029	.039	-.064	-.736	.463

Berdasarkan tabel 6 menunjukkan bahwa ketiga variabel bebas mempunyai nilai probabilitas signifikansi lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

3.6 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.547	1.509		4.340	.000
	X1	.192	.068	.222	2.845	.005
	X2	.278	.063	.308	4.428	.000
	X3	.131	.062	.159	2.113	.036

Berdasarkan hasil yang diperoleh dari koefisien regresi pada tabel 7 diatas maka, dapat dihasilkan persamaan regresi yaitu Nilai a sebesar 6.547 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel Penyebaran informasi belum dipengaruhi oleh variabel lainnya. Nilai koefisien regresi X1 sebesar 0,192, menunjukkan bahwa variabel Efektivitas (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap penyebaran informasi (Y) yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel motif maka akan mempengaruhi penyebaran informasi sebesar 0,192, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai koefisien regresi X2 sebesar 0,278, menunjukkan bahwa variabel motif (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap penyebaran informasi yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel motif maka akan mempengaruhi penyebaran informasi (Y) sebesar 0,278, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini. Nilai koefisien regresi X3 sebesar 0,131, menunjukkan bahwa variabel Intensitas (X3) mempunyai pengaruh yang positif terhadap penyebaran informasi yang berarti setiap kenaikan 1 satuan variabel intensitas maka akan mempengaruhi penyebaran informasi (Y) sebesar 0,131, dengan asumsi variabel lain tidak diteliti dalam penelitian ini

3.7 Uji-t

Tabel 8. Uji-t

	Coefficients ^a		Beta	t	Sig
	B	Std. Error			
(Constant)	6.547	1.509		4.340	.000
X1	.192	.068	.222	2.845	.005
X2	.278	.063	.308	4.428	.000
X3	.131	.062	.159	2.113	.036

Uji-t dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen secara partial. Pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka dinyatakan bahwa variabel Efektivitas Penggunaan Media (X1), Motif Penggunaan Media (X2) serta Intensitas Penggunaan Media (X3) secara parsial mempengaruhi variabel Penyebaran Informasi (Y).

3.8 Uji F

Tabel 9. Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	88.519	3	29.506	20.534	.000 ^b
Residual	244.286	170	1.437		
Total	332.805	173			

Uji-F dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel independent terhadap variabel dependen secara simultan. Pada Tabel 9 menunjukkan bahwa nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka dinyatakan bahwa variabel Efektivitas Penggunaan Media (X1), Motif Penggunaan Media (X2) serta Intensitas Penggunaan Media (X3) secara bersamaan mempengaruhi variabel Penyebaran Informasi (Y).

3.9 Uji Koefisien Determinasi

Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.516 ^a	.266	.253	1.199

Berdasarkan tabel 10 menunjukkan nilai R Square sebesar 0,266 yang berarti ketiga variabel yaitu Efektivitas Penggunaan Media (X1), Motif Penggunaan Media (X2), dan Intensitas Penggunaan Media (X3) secara bersamaan memiliki pengaruh sebesar 26,6% terhadap Penyebaran Informasi (Y). Sedangkan sisanya sebesar 73,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa, ketiga variabel independent yaitu Efektivitas penggunaan media *TikTok* (X1), Motif penggunaan media *TikTok* (X2) Intensitas penggunaan media *TikTok*(X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap penyebaran informasi(Y). Dimana, semakin tinggi tingkat Efektivitas penggunaan media *TikTok*, Motif penggunaan media *TikTok*, serta Intensitas penggunaan media *TikTok* maka semakin tinggi pula tingkat Penyebaran informasi mengenai Rumah Penyimpanan Benda Sitaan Negara Kelas I Denpasar Kepada Masyarakat.

Daftar Pustaka

- [1] B. Suryadharna And T. D. Susanto, "Faktor Penerimaan Media Sosial Instansi Pemerintah Di Indonesia," *Integer J. Inf. Technol.*, Vol. 2, No. 2, Pp. 1–10, 2017, Doi: 10.31284/J.Integer.2017.V2i2.174.
- [2] S. Widi, "Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023," *DataIndonesia.Id*, 2023. <https://DataIndonesia.Id/Digital/Detail/Pengguna-Media-Sosial-Di-Indonesia-Sebanyak-167-Juta-Pada-2023> (Accessed Apr. 14, 2023).
- [3] H. Siregar, "Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila," *Pancasila J. Keindonesiaan*, No. 1, Pp. 71–82, 2022, Doi: 10.52738/Pjk.V2i1.102.
- [4] M. S. Pardiandi And V. Valiant, "Pengelolaan Konten *TikTok* Sebagai Media Informasi," *Fikom Upi Yai*, Vol. Xxvii, No. September, Pp. 1–19, 2022.
- [5] Simon Kemp, "Digital 2023 : Indonesia," *Datareportal.Com*, 2023. <https://Datareportal.Com/Reports/Digital-2023-Indonesia> (Accessed Apr. 26, 2023).
- [6] T. N. Padilah And R. I. Adam, "Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang," *Fibonacci J. Pendidik. Mat. Dan Mat.*, Vol. 5, No. 2, P. 117, 2019, Doi: 10.24853/Fbc.5.2.117-128.
- [7] I. M. Yuliara, "Modul Regresi Linier Berganda," *Univ. Udayana*, 2016.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta, 2016.
- [9] J. W. Creswell, *Penelitian Kualitatif & Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2014.
- [10] V. E. Maharani And A. Djuwita, "Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Dan Informasi Pemerintah Kota Semarang," *J. E-Proceeding Manag.*, Vol. 7, No. 2, Pp. 4566–4574, 2020, [Online]. Available: <https://Openlibrarypublications.Telkomuniversity.Ac.Id/Index.Php/Management/Article/View/13573/13098>