

PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP MINAT MENGERJAKAN SKRIPSI (Studi pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Angkatan Tahun 2019 Universitas Mulawarman)

Rafianur Ramadhani¹, Johantan Alfando W.S²

Abstrak

Penggunaan TikTok di Indonesia semakin meningkat setiap tahunnya. Alasannya karena TikTok berisi konten-konten lucu yang menghibur, seperti meme, video lucu, vlog, dance challenge, dan sejenisnya. Dengan adanya konten hiburan di TikTok, dapat menghibur penggunanya, baik saat senggang maupun saat memiliki masalah. Permasalahan pada mahasiswa salah satunya adalah skripsi. Maka dari itu, mahasiswa menggunakan TikTok untuk menghibur diri dan sebagai pelarian dari skripsi. Dikhawatirkan, dengan penggunaan TikTok terus menerus, dapat menurunkan minat mahasiswa dalam mengerjakan skripsi sehingga waktu studi yang ditempuh akan semakin lama.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response) oleh Hovland.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatif. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik purposive sampling dan dengan rumus Slovin sehingga mendapatkan sampel sebanyak 87 mahasiswa. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang disebar melalui Google Form.

Hasil penelitian ini menyatakan nilai t hitung $> t$ tabel yaitu $10,042 > 1,666$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ dan nilai koefisien determinasi sebesar $0,543$. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi sebesar $54,3\%$. Minat mahasiswa dalam mengerjakan skripsi mengalami peningkatan setelah selesai menonton konten hiburan di TikTok. Namun, minat ini dapat berkurang jika mahasiswa terlalu fokus dalam menonton konten-konten hiburan yang ada pada media sosial TikTok.

Kata Kunci : *Terpaan Media Sosial, TikTok, Konten Hiburan, Minat, Skripsi*

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: rafianur.ramadhani8@email.com

² Dosen Pembimbing dan Staf Pengajar Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

Pendahuluan

Di Indonesia, TikTok mengalami peningkatan pengguna. Data dari *We Are Social* menyebutkan bahwa pada Januari 2023, TikTok berada di urutan ke-4 sebagai media sosial yang paling sering digunakan masyarakat Indonesia, yaitu sebanyak 109,9 juta pengguna. Jumlah pengguna TikTok mengalami peningkatan sebanyak 19,4% atau sebanyak 18 juta dibanding awal tahun 2022.

Alasan peningkatan pengguna TikTok karena berisi konten-konten lucu yang menghibur. Penelitian yang dilakukan Liu (2022) menghasilkan data bahwa 59% partisipan menyukai TikTok karena berisi konten-konten lucu. Sejak saat itu, TikTok identik dengan media sosial yang berisi konten-konten lucu. Konten yang menghibur di media sosial terdiri dari beberapa jenis. Menurut Nealschaffer.com, konten hiburan di media sosial yaitu *puzzle*, konten tentang liburan yang menyenangkan yang dapat dilihat dalam akun TikTok @jadiginimi, *meme* yang dapat dilihat pada akun TikTok @whichis.sebenarnya, video-video viral, *jokes* (konten lelucon) yang dapat dilihat dalam akun TikTok @iniganta, komik, kontes atau *giveaway*, dan konten tentang nostalgia.

Salah satu kewajiban mahasiswa dan dianggap menjadi salah satu beban adalah skripsi. Faktor-faktornya adalah kesulitan menemukan permasalahan, menentukan judul skripsi, kesulitan dalam menulis skripsi, mencari referensi dan literatur pendukung skripsi, terhambat pekerjaan, takut atau malu bimbingan, serta rasa malas dalam menyelesaikan studi (Putra dalam Melvina, 2022).

Berdasarkan hasil wawancara singkat peneliti dengan 8 mahasiswa perwakilan 8 program studi yang ada di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman angkatan tahun 2019, yaitu program studi Ilmu Komunikasi, Hubungan Internasional (HI), Administrasi Bisnis (AB), Administrasi Publik/Negara, Ilmu Pemerintahan (IP), Psikologi, dan Pembangunan Sosial, didapatkan hasil bahwa terdapat beberapa alasan yang menyebabkan sulitnya mengerjakan skripsi. Alasan-alasan tersebut yaitu: 1) Malas; 2) bingung menentukan judul skripsi; 3) distraksi lingkungan; 4) pencarian data yang sulit; 5) dosen pembimbing yang sulit ditemui; dan 6) sibuk dengan organisasi kampus maupun organisasi luar kampus.

Berbagai kesulitan selama mengerjakan skripsi dapat membuat mahasiswa stres, frustrasi, cemas, serta kehilangan motivasi untuk mengerjakan skripsi sehingga mahasiswa memilih untuk menunda (prokrastinasi) dalam mengerjakan skripsi dan lebih memilih untuk bermain *smartphone* untuk mengakses media sosial. Penelitian yang dilakukan Mujjana (2022) terhadap 118 mahasiswa Fakultas Psikologi UNTAG Surabaya menyebutkan bahwa terdapat hubungan negatif yang kuat antara manajemen waktu dan prokrastinasi akademik. Mahasiswa yang tidak dapat mengatur waktu dan lebih banyak mengakses media sosial daripada mengerjakan skripsi dapat menyebabkan prokrastinasi akademik, sehingga waktu menyelesaikan skripsi menjadi lebih lama.

Bagi mahasiswa, TikTok berfungsi sebagai media hiburan. Penelitian oleh Fadhilah (2021) pada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang,

mengatakan bahwa mahasiswa menggunakan TikTok sebagai media untuk mencari hiburan. Mahasiswa mengakses TikTok saat bosan, memiliki waktu luang, maupun sebagai pelarian sejenak dari berbagai masalah yang dialami. Masalah yang dialami salah satunya adalah masalah mengenai pengerjaan skripsi.

Salah satu alasan keterlambatan mahasiswa dalam menyelesaikan skripsi karena mengakses media sosial, khususnya TikTok. Secara tidak sadar mahasiswa sering menghabiskan waktunya mengakses TikTok dengan jangka waktu yang lama untuk melihat konten-konten yang menghibur diri dari permasalahan skripsi dan permasalahan lainnya.

Salah satu kepentingan yang seharusnya dikerjakan mahasiswa adalah mengerjakan skripsi. Dengan tingginya terpaan yang diterima mahasiswa dalam mengakses TikTok, dikhawatirkan dapat menurunkan minat mengerjakan skripsi. Hal ini dapat mengakibatkan kemajuan skripsi yang tertunda dan waktu menempuh studi menjadi semakin lama.

Kerangka Dasar Teori

Teori Stimulus-Organism-Response (S-O-R)

Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) pertama kali dikembangkan oleh Hovland pada tahun 1953 (Abidin, 2022:49). Awalnya, teori ini berasal dari psikologi, namun digunakan pula dalam kajian komunikasi karena objek yang sama, yaitu manusia yang memiliki sikap, pendapat, perilaku, wawasan, emosi, dan kemauan. Unsur-unsur dalam teori ini adalah pesan (*stimulus*), komunikan (*organism*), dan efek (*response*) (Effendy, 2003:254).

Berdasarkan teori ini, komunikator dapat memberikan reaksi khusus terhadap suatu stimulan, sehingga pesan dan reaksi komunikan dapat diperhitungkan dan sesuai dengan harapan komunikator. Asumsi yang mendasari teori ini adalah media massa memberikan efek yang terarah dan cepat diterima juga dirasakan oleh komunikan (Kusuma, 2022:31).

Teori S-O-R menunjukkan bahwa komunikasi, baik verbal maupun non-verbal dapat menjadi rangsangan kepada orang lain sehingga menimbulkan respons tertentu. Teori ini dapat menimbulkan reaksi positif atau negatif tergantung respons yang diberikan (Yasir dalam Abidin, 2022:49).

Psikologi Komunikasi

Miller (dalam Rakhmat, 2019) mendefinisikan psikologi sebagai sebuah ilmu yang berusaha untuk menggambarkan, meramalkan, dan mengatur mental dan sikap. Sedangkan komunikasi menurut Effendi (dalam Naim, 2016:18) diartikan sebagai sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. Dapat disimpulkan bahwa psikologi komunikasi merupakan sebuah ilmu yang berkaitan dengan mental dan sikap seseorang dalam proses pertukaran informasi.

Terpaan Media (Media Exposure)

Terpaan media merupakan proses mendengarkan, melihat, dan membaca pesan dalam media massa atau memiliki pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada individu maupun kelompok (Ardianto dalam Rahmadhani, 2022:7). Menurut Elvinaro & Erdinaya (dalam Emira, 2021:23), terpaan media dapat didefinisikan sebagai proses pengumpulan data terkait penggunaan media, seperti jenis media, frekuensi dan durasi penggunaan, serta atensi masyarakat kepada program tertentu. Dari berbagai definisi di atas, kesimpulan mengenai definisi terpaan media yaitu proses menganalisis pesan dalam media yang berhubungan dengan frekuensi, durasi, dan atensi penggunaan media sehingga menghasilkan suatu pemahaman yang terjadi pada individu maupun kelompok.

Aspek Terpaan Media

Besarnya pengaruh terpaan media terhadap diri seseorang dapat diukur menggunakan beberapa faktor. Menurut Elvinaro (dalam Kusuma, 2022:14), faktor yang digunakan untuk mengukur terpaan media adalah berikut.

1. Durasi

Durasi adalah banyaknya waktu dalam mengakses dan mengonsumsi isi pesan media. Durasi diukur dengan satuan jam atau menit baik dalam satu hari, satu minggu, maupun satu bulan. Pada penelitian ini, peraturan yang digunakan untuk mengukur durasi menggunakan kategorisasi dari Juditha (dalam Siregar, 2021), yaitu sebagai berikut.

- a. Tinggi : ≥ 3 jam sehari
- b. Rendah : 1-3 jam sehari

2. Frekuensi

Frekuensi yaitu berapa kali kegiatan mengakses dan mengonsumsi media dilakukan. Semakin sering seseorang mengakses dan mengonsumsi media sosial, maka pesan yang diterima semakin diingat sehingga menimbulkan atensi. Untuk mengukur frekuensi, digunakan kategorisasi dari Juditha (dalam Siregar, 2021), yaitu sebagai berikut.

- a. Tinggi : ≥ 4 kali sehari
- b. Rendah : 1-4 kali sehari

3. Atensi

Atensi yaitu perhatian pengguna dalam mengakses dan mengonsumsi media. Konten yang menarik seperti konten foto, video, atau tulisan dapat menjadi daya tarik pengguna sehingga menimbulkan atensi.

Media Sosial

Menurut Boyd (dalam Ratnamulyani dan Maksudi, 2018:156), media sosial merupakan sebuah perangkat lunak yang digunakan individu maupun kelompok untuk berkomunikasi, berbagi, bertemu, bahkan bekerja dan bermain satu sama lain, serta membuat konten. Menurut Kartini dkk. (2022:137), media

sosial merupakan sebuah lingkungan digital yang menciptakan kenyataan sosial sendiri serta dapat berinteraksi antarpengguna di ruang dan waktu mana pun. Menurut Van Dijk (dalam Kusuma, 2022:15), media sosial merupakan wadah atau fasilitas berbasis internet untuk berkomunikasi, aktivitas online, maupun kolaborasi yang dapat memperkuat tali komunikasi antarpenggunanya.

Dari beberapa definisi di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial merupakan sebuah perangkat lunak berbasis internet yang memuat konten dari penggunanya serta berfungsi sebagai media komunikasi, berbagi, bertemu, bahkan bekerja dan bermain antarpengguna tanpa terbatas ruang dan waktu.

TikTok

TikTok adalah sebuah *platform* media sosial asal Tiongkok, ByteDance yang memungkinkan penggunanya berbagi dan membuat video menggunakan berbagai musik, filter, serta fitur kreatif lainnya yang telah disediakan dengan durasi mulai dari 15 detik hingga 10 menit. TikTok dapat diakses melalui website Tiktok.com dan lewat aplikasi TikTok yang diunduh melalui *Google Play Store* (Android) atau *Apps Store* (iPhone). TikTok diluncurkan ke publik pada September 2017 (Aji dalam Rahmawati, 2022:24). Sejak saat itu, TikTok berkembang pesat menjadi salah satu aplikasi media sosial yang digunakan masyarakat. Data dari *Business of Apps*, jumlah pengguna aktif TikTok pada kuartal III tahun 2022 sebanyak 1,53 miliar di seluruh dunia (DataIndonesia.id).

Minat

Menurut Saleh (dalam Machruf, 2018:33), minat adalah perasaan senang ketika memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut. Menurut Slameto (dalam Masruroh, 2017:14), minat adalah perasaan suka dan tertarik pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Menurut Susanto (dalam Masruroh, 2017:15), minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu obyek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya.

Aspek Minat

Hurlock (2004:116) menjelaskan aspek-aspek untuk mengetahui minat seseorang, yaitu sebagai berikut.

1. Aspek Kognitif

Menurut KBBI, kognisi merupakan kegiatan atau proses memperoleh pengetahuan (termasuk kesadaran, perasaan, dan sebagainya) atau usaha mengenali sesuatu melalui pengalaman sendiri. Dalam memperoleh pengetahuan, dibutuhkan informasi mengenai suatu objek yang ingin diketahui.

2. Aspek Afektif

Afeksi yaitu suatu perasaan atau emosi tertentu yang dirasakan seseorang, seperti senang, sedih, suka, tertarik, dan puas (Delviyana, 2021:30).

Hipotesis

H₀ : Tidak terdapat pengaruh antara terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi.

H_a : Terdapat pengaruh antara terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi.

Metode Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif eksplanatif, yaitu jenis penelitian mengenai hubungan sebab-akibat antara dua variabel atau lebih yang menghasilkan data berupa angka dan dianalisis menggunakan statistik.

Populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Angkatan 2019 Universitas Mulawarman (kecuali program studi Pemerintahan Integratif) yang berjumlah 666 mahasiswa. Pada penelitian ini, program studi Pemerintahan Integratif (PIN) dikecualikan dari populasi karena mahasiswa diharuskan tinggal di asrama sehingga tidak menggunakan TikTok selama masa pembelajaran.

Pada penelitian ini, teknik sampling yang digunakan adalah *purposive sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel dengan menentukan kriteria-kriteria tertentu berdasarkan tujuan riset (Kriyantono, 2008:156). Berdasarkan ketentuan tersebut, kriteria yang ditentukan untuk sampel penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Mahasiswa S1 aktif Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Angkatan Tahun 2019 Universitas Mulawarman.
2. Menggunakan media sosial TikTok setiap hari.
3. Sedang mengerjakan skripsi/sudah memenuhi syarat mengerjakan skripsi (menempuh 110 SKS, IPK $\geq 2,00$, dan tanpa nilai E).

Tidak semua populasi dapat dijadikan sampel, maka diperlukan rumus untuk menentukan jumlah sampel yang dapat digunakan dalam penelitian ini. Rumus yang digunakan adalah rumus Slovin sebagai berikut.

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n = \frac{666}{1 + 666(0.1)^2} = 86.9 = 87$$

Berdasarkan perhitungan dengan *error sampling* sebesar 10%, maka sampel yang dibutuhkan pada penelitian ini sebanyak 87 responden.

Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data melalui pertanyaan maupun pernyataan

tertulis yang diberikan peneliti kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2021:199). Pada penelitian ini, kuesioner dibagikan kepada responden secara *online* melalui *Google Form*. Adapun skala yang digunakan adalah skala likert dengan ketentuan berikut.

Tabel 1 Skala Likert

Jawaban	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Sumber: Olahan Peneliti (2023)

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

Tabel 2 Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-laki	20 Responden
Perempuan	67 Responden
Total	87 Responden

Dari tabel 2 di atas, dapat disimpulkan bahwa responden didominasi oleh jenis kelamin perempuan, yaitu 67 responden dibanding responden laki-laki sebanyak 20 responden.

Program Studi

Tabel 3 Program Studi Responden

Program Studi	Jumlah
Administrasi Bisnis	15 Responden
Administrasi Publik	9 Responden
Hubungan Internasional	11 Responden
Ilmu Komunikasi	17 Responden
Ilmu Pemerintahan	10 Responden
Pembangunan Sosial	13 Responden
Psikologi	12 Responden
Total	87 Responden

Dari tabel 3 di atas, responden paling banyak berasal dari Program Studi Ilmu Komunikasi, dan paling sedikit berasal dari Program Studi Administrasi Publik. Pada penelitian ini, program studi Pemerintahan Integratif (PIN) dikecualikan karena para mahasiswa diwajibkan untuk tinggal di asrama dan tidak bebas menggunakan *smartphone*, sehingga jarang menggunakan TikTok dalam kehidupan sehari-hari.

Hasil Penelitian*Uji Normalitas***Tabel 4 Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov**

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	2.33936462
Most Extreme Differences	Absolute	0.064
	Positive	0.061
	Negative	-0.064
Test Statistic		0.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.200 ^{c,d}

Sumber: Data Olahan Peneliti dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil uji normalitas antara variabel X (Terpaan Media Sosial TikTok) terhadap variabel Y (Minat Mengerjakan Skripsi), nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka data terdistribusi normal.

*Uji Linearitas***Tabel 5 Hasil Uji Linearitas ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Minat Mengerjakan Skripsi* Terpan Media Sosial TikTok	Between Group	(Combined)	649.831	18	36.102	6.473	0.000
		Linearity	558.412	1	558.412	100.130	0.000
		Deviation from Linearity	91.420	17	5.378	0.964	0.507
	Within Group		379.226	68	5.577		
	Total		1029.057	86			

Sumber: Data Olahan Peneliti dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan hasil uji linearitas di atas, nilai *Sig. deviation from linearity* adalah 0,507. Nilai tersebut lebih besar dari 0,05, maka terdapat hubungan yang linear antara variabel X dan variabel Y.

*Uji Hipotesis**Analisis Regresi Linear Sederhana***Tabel 6 Tabel Analisis Regresi**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	10.450	1.751		5.968	0.000
	Terpaan Media Sosial TikTok	0.547	0.054	0.737	10.042	0.000

Sumber: Data Olahan Penelitian dengan SPSS 25, 2023

Berdasarkan tabel di atas, nilai α (konstanta) adalah 10,450 dan nilai β (koefisien regresi) adalah 0,547. Dari data tersebut, dirumuskan persamaan regresi linier adalah sebagai berikut.

$$\hat{Y} = \alpha + \beta X$$

$$\hat{Y} = 10,450 + 0,547X$$

Dari persamaan regresi linier di atas, dapat diterjemahkan sebagai berikut.

1. Nilai konstanta (α) sebesar 10,450, dapat diartikan jika nilai terpaan media sosial TikTok 0, maka nilai minat mengerjakan skripsi adalah 10,450.
2. Koefisien regresi (β) sebesar 0,547 dapat diartikan bahwa setiap penambahan 1 nilai terpaan media sosial TikTok, maka nilai minat mengerjakan skripsi bertambah 0,547.

Uji t

Uji t dilakukan untuk mengetahui apakah terpaan media sosial TikTok berpengaruh secara signifikan terhadap minat mengerjakan skripsi. Berdasarkan Tabel 4, nilai Sig. 0,000 < 0,05, serta nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 10,042 > 1,666. Dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya terdapat pengaruh signifikan antara terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi.

Koefisien Determinasi

Tabel 7 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.737 ^a	0.543	0.537	2.353

Sumber: Data Olahan Peneliti dengan SPSS 25, 2023

Dari tabel di atas, nilai r^2 adalah 0,543. Dapat disimpulkan bahwa terpaan media sosial TikTok berpengaruh sebesar 54,3% terhadap minat mengerjakan skripsi, sedangkan 45,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Pembahasan

Media sosial sebagai *new media* menambah keragaman media komunikasi yang ada di masyarakat. Kemajuan teknologi komunikasi membuat mahasiswa dapat dengan mudah mengakses media sosial di mana pun dan kapan pun. *Smartphone* dan internet sudah menjadi kebutuhan pokok masyarakat, sehingga hampir setiap orang memiliki *smartphone* yang dapat terkoneksi dengan internet. Kemudahan tersebut membuat media sosial memiliki berbagai kegunaan yang dapat dimanfaatkan mahasiswa dalam kehidupan sehari-hari.

Salah satu kegunaan media sosial adalah untuk melihat berbagai konten yang disajikan. Menurut Safko & Brake (dalam Nafsyah, *et al*, 2022:5), terdapat 4 konten pilar yang dapat ditemui dalam media sosial, yaitu konten hiburan, kolaborasi, edukasi, dan informasi. Dari beberapa jenis konten di atas, 72,4% mahasiswa lebih senang menonton konten-konten hiburan daripada konten lainnya di TikTok, antara lain *meme*, *dance challenge*, *daily life video blog (vlog)*, konten perjalanan, konten parodi, dan sebagainya.

Seiring dengan penggunaan media sosial, mahasiswa dapat mengalami terpaan media sosial. Ketika mahasiswa menggunakan media sosial, mereka melihat dan mendapat berbagai informasi baru, baik disengaja maupun tanpa disengaja. Informasi-informasi tersebut kemudian mereka pahami dan cermati sehingga menimbulkan pemahaman baru bagi mahasiswa. Proses-proses ini merupakan alur terpaan media sosial. Untuk mengukur terpaan media sosial pada mahasiswa, Elvinaro (dalam Kusuma, 2022:14) mengemukakan 3 faktor, yaitu durasi, frekuensi, dan atensi.

Durasi merupakan jangka waktu yang seseorang habiskan dalam mengakses media sosial, biasanya diukur menggunakan satuan menit, jam, dan sebagainya. Juditha (dalam Siregar, 2021) mengemukakan penggunaan media sosial yang tinggi apabila seseorang mengakses media sosial dengan durasi lebih dari 3 jam sehari. Dari hasil penelitian, didapatkan data bahwa 75,9% mahasiswa menggunakan media sosial TikTok lebih dari 3 jam sehari. Hal ini disebabkan karena mahasiswa yang setia menonton konten-konten hiburan tanpa mempercepatnya, baik berdurasi cepat maupun lama. Perlu diketahui, bahwa pada Maret 2022, TikTok membuat kebijakan baru untuk menambah durasi konten menjadi 10 menit. Dengan durasi selama itu, mahasiswa tetap menonton konten hiburan dari awal sampai akhir tanpa mempercepatnya. Hal ini yang menyebabkan mahasiswa menggunakan TikTok dengan durasi yang lama.

Frekuensi merupakan tingkat keseringan seseorang dalam mengakses media sosial. Juditha (dalam Siregar, 2021) mengatakan bahwa seseorang mengalami frekuensi media sosial yang tinggi apabila mengakses media sosial lebih dari 4 kali sehari. Dari hasil penelitian, diketahui bahwa 86,2% mahasiswa mengakses media sosial TikTok lebih dari 4 kali sehari. Dapat disimpulkan bahwa mahasiswa FISIP angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman mengakses TikTok dengan frekuensi yang tinggi.

Atensi merupakan perhatian yang timbul saat mengakses media sosial. Atensi timbul dari proses pengamatan seseorang terhadap suatu pesan atau informasi yang ada di media sosial. Pengamatan ini menghasilkan pemahaman terhadap masyarakat mengenai suatu konten yang ada di media sosial. Dari hasil penelitian, 95,4% mahasiswa selalu memperhatikan informasi yang ada pada konten-konten di TikTok. Informasi tersebut berupa konten TikTok, *caption*, maupun komentar pada konten tersebut. Karena mahasiswa selalu memperhatikan informasi pada konten TikTok, 97,7% mahasiswa memahami pesan yang terkandung dalam konten-konten hiburan di TikTok.

Dalam kajian psikologi komunikasi, dengan tingginya durasi dan frekuensi yang mahasiswa habiskan dalam mengakses konten-konten hiburan di TikTok sehari-hari dapat mengakibatkan kecanduan internet. Ivan Goldberg maupun Kimberly Young (dalam Rakhmat, 2018:437) mengemukakan bahwa gejala kecanduan internet sama dengan orang yang mengalami kecanduan napza, yaitu *salience*, *tolerance*, *mood modification*, *loss of control*, *withdrawal*, dan *denial and concealment*.

Mahasiswa yang mengalami kecanduan internet dan media sosial membuatnya menjadikan kegiatan bermedia sosial sebagai kegiatan yang utama dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dinamakan *salience* atau kegiatan yang dijadikan pusat perhatian dan tidak dapat dikendalikan. Sebanyak 78,1% mahasiswa FISIP Universitas Mulawarman angkatan tahun 2019 mengaku sering menghabiskan waktu yang lama untuk mengakses TikTok. Mahasiswa menggunakan TikTok untuk mengakses konten-konten hiburan dengan durasi dan frekuensi yang lama. Kebiasaan tersebut dapat membuat mahasiswa semakin tergantung dengan TikTok sehingga sering mengakses TikTok di mana saja, kapan saja, dan selama apapun.

Gejala lainnya dalam kecanduan internet dan media sosial adalah *mood modification* atau biasa dikenal sebagai *coping mechanism*. Setiap orang pasti memiliki masalah dalam hidupnya, termasuk juga mahasiswa. Untuk mengatasi masalah tersebut, maka mahasiswa melakukan kegiatan lain yang dapat membuatnya lupa sejenak mengenai permasalahan tersebut. Permasalahan yang dihadapi mahasiswa salah satunya adalah skripsi. Media sosial TikTok dianggap sebagai salah satu sarana hiburan untuk melupakan sejenak permasalahan skripsi. Dari hasil penelitian, 75,8% mahasiswa FISIP Universitas Mulawarman angkatan tahun 2019 senang menonton konten hiburan di TikTok saat sedang mengerjakan skripsi. Mereka biasanya mengakses TikTok saat sedang merasa tidak termotivasi, mengantuk, ataupun bosan saat proses pengerjaan skripsi. Maka dari itu, 87,3% mahasiswa merasa konten TikTok dapat menyegarkan pikiran mereka dalam mengerjakan skripsi.

Mahasiswa yang mengalami kecanduan internet dan media sosial dapat dilihat dari gejala *lack of control*, yaitu susah mengendalikan diri dalam mengakses internet dan media sosial, salah satu alasannya dikarenakan mengakses media sosial dengan durasi dan frekuensi yang lama. Dari hasil penelitian, 75,9% mahasiswa menggunakan media sosial TikTok lebih dari 3 jam sehari dan 86,2% mahasiswa mengakses media sosial TikTok lebih dari 4 kali sehari. Dengan persentase yang tinggi tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa mengakses TikTok dengan durasi dan frekuensi yang tinggi. Jika kebiasaan ini terus terjadi, maka mahasiswa akan semakin sulit untuk mengontrol diri dalam mengakses media sosial TikTok.

Jika mahasiswa tidak mengakses internet dan media sosial, maka akan menimbulkan perasaan *withdrawal* atau perasaan yang sangat tidak enak jika suatu kebiasaan tersebut tidak dilakukan. Perasaan tersebut berupa perasaan

gelisah, kehilangan minat untuk melakukan apapun, bahkan depresi. Dari hasil penelitian, 66,6% mahasiswa FISIP 2019 Universitas Mulawarman tidak dapat melewatkan hari tanpa menonton konten hiburan di TikTok. Jika mahasiswa tidak mengakses TikTok dalam sehari, maka akan timbul perasaan tidak nyaman karena tidak melakukan suatu kebiasaan tersebut.

Terpaan media sosial TikTok yang tinggi juga berdampak pada minat mahasiswa dalam mengerjakan skripsi. Karena terpaan TikTok yang tinggi, 75,8% mahasiswa senang mengakses dan menonton konten hiburan bahkan saat sedang mengerjakan skripsi. Tidak dapat dipungkiri bahwa selama mengerjakan skripsi, pikiran dipaksa untuk melakukan kerja yang berat untuk menelaah dan mengartikan setiap informasi yang akan digunakan untuk skripsi. Maka dari itu, alasan menonton konten hiburan di TikTok saat sedang mengerjakan skripsi karena dapat menyegarkan pikiran. Setelah menonton konten hiburan di TikTok, 62,1% mahasiswa merasa semakin bersemangat dalam mengerjakan skripsi. Namun, jika mahasiswa terlalu fokus dalam menonton konten hiburan, mereka juga dapat lalai sehingga lupa untuk mengerjakan skripsi. Maka, kontrol diri dalam mengakses dan menonton konten hiburan di TikTok menjadi sangat penting agar kemajuan skripsi dapat terus berjalan.

Pada penelitian ini, teori yang digunakan adalah Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*), yaitu salah satu teori komunikasi yang menitikberatkan pada pesan (stimulus) dalam proses komunikasi. Pada penelitian ini, stimulus atau pesan yang diteliti ialah konten-konten hiburan di TikTok yang diakses oleh mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman sebagai *organism* atau komunikan. Respons yang diharapkan adalah mahasiswa dapat terhibur dengan stimulus yang diberikan sehingga dapat berdampak kepada kemajuan penulisan skripsi.

Dari hasil penelitian, diketahui bahwa mahasiswa S1 FISIP angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman menerima stimulus berupa konten-konten hiburan di TikTok. Hal ini didasarkannya pada alasan mereka menggunakan TikTok karena berisi konten-konten yang menghibur. Konten-konten tersebut antara lain konten *meme*, konten-konten lucu, *video blog* keseharian *conten creator*, *dance challenge*, dan sejenisnya. Mereka juga mengakui lebih senang menonton konten-konten hiburan di TikTok dibanding konten lainnya, seperti konten edukasi, berita, dan sejenisnya.

Ketika stimulus diterima, maka selanjutnya stimulus diolah dan dapat menghasilkan suatu respons. Dengan menonton konten hiburan di TikTok, mahasiswa merasa terhibur sehingga muncul perasaan senang. Konten-konten tersebut diakui dapat menyegarkan pikiran mahasiswa selama mengerjakan skripsi. Setelah menonton konten tersebut, perasaan senang pada mahasiswa dapat meningkatkan semangat mereka dalam mengerjakan skripsi. Namun, perasaan senang ini juga dapat membuat mereka lalai dalam mengerjakan skripsi karena terlalu fokus dalam menonton konten-konten hiburan di TikTok.

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang telah dihitung sebelumnya, terdapat pengaruh antara terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi. Kesimpulan tersebut dapat dilihat pada tabel 4.27, nilai signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 dan nilai t_{hitung} sebesar 10,042 yang lebih besar dari nilai t_{tabel} 1,666. Dari hasil tersebut, dinyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi.

Hasil uji koefisien determinasi menunjukkan r^2 sebesar 0,543 yang menyatakan bahwa terpaan media sosial TikTok berpengaruh sebesar 54,3% terhadap minat mengerjakan skripsi, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Artinya, jika mahasiswa terpapar konten-konten hiburan di TikTok, maka minat mengerjakan skripsi akan semakin meningkat. Namun, mahasiswa juga kadang terlalu fokus menonton konten hiburan di TikTok sehingga kemajuan skripsi tertunda.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 87 mahasiswa S1 FISIP angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman tentang pengaruh terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

1. Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Sosial dan Politik angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman mengalami terpaan media sosial yang tinggi, dilihat dari persentase mahasiswa yang menggunakan TikTok lebih dari 3 jam sehari sebesar 75,9% dan lebih dari 4 kali sehari sebesar 86,2%.
1. Berdasarkan hasil uji t, nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $10,042 > 1,666$ dengan taraf signifikansi $0,000 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara terpaan media sosial TikTok terhadap minat mengerjakan skripsi pada mahasiswa S1 FISIP angkatan tahun 2019 Universitas Mulawarman.
2. Berdasarkan hasil uji korelasi determinasi, nilai r^2 yaitu 0,543 yang berarti terpaan media sosial TikTok berpengaruh terhadap minat mengerjakan skripsi sebesar 54,3%, sedangkan 45,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, saran yang dapat diberikan peneliti adalah sebagai berikut.

1. Pemanfaatan penggunaan TikTok sebagai salah satu sumber pembelajaran. Selain konten hiburan, TikTok juga berisi konten-konten edukasi mengenai skripsi yang dapat dimanfaatkan mahasiswa dalam pengerjaan skripsi, sehingga kemajuan skripsi dapat terus berjalan walaupun sedang mengakses TikTok.

2. Penelitian lanjutan menggunakan objek serta subjek yang berbeda. Objek pada penelitian ini adalah konten hiburan di TikTok dan subjeknya adalah mahasiswa S1 FISIP Universitas Mulawarman angkatan tahun 2019. Diharapkan pada penelitian selanjutnya dapat menggunakan objek yang berbeda seperti konten edukasi, serta subjek yang berbeda seperti mahasiswa fakultas lain bahkan semua mahasiswa Universitas Mulawarman dengan angkatan yang lebih mendekati masa Drop Out (DO) atau mahasiswa angkatan lainnya.

Daftar Pustaka

- Abidin, M. (2022). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (SOR) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 3(1), 47-59.
- Delviyana, K. (2021). *PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @netflixid TERHADAP MINAT UNTUK MENONTON FILM DI NETFLIX (Studi Pada Followers Instagram @netflixid)*. Skripsi. Bandar Lampung: Universitas Lampung.
- Effendy, O.U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Emira, V. R. *Pengaruh Terpaan Media Online Mengenai Pemberitaan Covid-19 terhadap Kepanikan Pembelian Barang di E-Commerce*. Skripsi. Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Fadhilah, N. (2021). Fungsi Sosial Penggunaan Aplikasi Tik Tok bagi Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Padang. *Jurnal Perspektif: Jurnal Kajian Sosiologi dan Pendidikan*, 4(3), 320-332.
- Hurlock, E.B. (2004). *Psikologi Perkembangan (Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan)*. Alih Bahasa oleh Istiwidayati & Zarkasih. Jakarta: Erlangga.
- Kartini, K., Harahap, I. A., Arwana, N. Y., & Rambe, S. W. T. B. (2022) Teori dalam Penelitian Media. *JURNAL EDUKASI NONFORMAL*, 3(2), 136-140.
- Liu, Y. (2023). TikTok's Influence on Education. *Journal of Education, Humanities and Social Sciences*. 8, 277-280.
- Kriyantono, R. (2008). *Teknis Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Kusuma, V.A. (2022). *Pengaruh Terpaan Konten Instagram @Folkative terhadap Minat Literasi bagi Followers*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Melvina, T.H.P. (2022). *Gambaran Grit pada Mahasiswa yang Sedang Mengerjakan Skripsi di Program Studi Psikologi Universitas Andalas*. Skripsi. Padang: Universitas Andalas.

- Machruf, B. (2018). Peran Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Berkunjung Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman di Wisata Ladang Budaya Tenggarong. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 27-41.
- Masruroh, A. (2017). *Pengaruh Minat Belajar dan Motivasi Belajar Siswa Terhadap Keaktifan Belajar Siswa Kelas XI IPA Pada Mata Pelajaran PAI Di SMAN 1 Purwoasri Tahun Ajaran 2016/2017*. Skripsi. Kediri: IAIN Kediri.
- Mujiana, Eva. (2022). *Hubungan Manajemen Waktu dengan Prokrastinasi Akademik dan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Mahasiswa yang Mengerjakan Skripsi*. Skripsi. Surabaya: Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Nafsyah, A.S., Maulidiyah, S.R., Nurlia, A.S., & Putri, W. (2022). ANALISIS KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM BY.U SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI & KOMUNIKASI. *MASSIVE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2), 1-11.
- Naim, N. (2016). *Dasar-dasar Komunikasi Pendidikan*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Rahmadhani, A.R. (2022). *PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL AKUN TRAVELLING TERHADAP MINAT BERKUNJUNG NETIZEN KE DESTINASI WISATA RELIGI (Studi pada Netizen Instagram di Daerah Semarang)*. Skripsi. Salatiga: IAIN Salatiga.
- Rahmawati, E. (2022). *HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN AKUN TIKTOK DENGAN RELIGIUSITAS SISWA MAN 02 KOTA BENGKULU*. Skripsi. Bengkulu: UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu.
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi: Edisi Revisi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ratnamulyani, I.A., & Maksudi, B.I. (2018). Peran Media Sosial Dalam Peningkatan Partisipasi Pemilih Pemula Dikalangan Pelajar Di Kabupaten Bogor. *Sosiohumaniora*, 20(2), 154-161.
- Siregar, N.I. (2021). *Pengaruh Aktualisasi Diri, Fear of Missing Out (Fomo), dan Regulasi Diri terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok pada Remaja*. Skripsi. Surabaya: UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Internet

- DataIndonesia.id. (2022, 16 November). Pengguna TikTok Dunia Capai 1,53 Miliar pada Kuartal III/2022. (Diakses pada 19 Februari 2022 dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-tiktok-dunia-capai-153-miliar-pada-kuartal-iii2022>)