

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP TINGKAT LITERASI DIGITAL PADA IBU RUMAH TANGGA

Putri Sabina Azzahra ¹ Johantan Alfando Wikandana Sucipta ²

Abstrak

Media sosial yang paling banyak digunakan belakangan ini adalah platform media sosial TikTok. Seiring dengan penggunaan TikTok yang intensif, perlu diimbangi dengan tingkat literasi digital yang baik pula, khususnya pada Ibu Rumah Tangga yang menjadi bagian dari pilar dalam kehidupan masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap tingkat literasi digital pada Ibu Rumah Tangga di Kota Samarinda. Pendekatan teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori *Uses and Gratifications*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif kausal, guna melihat hubungan sebab-akibat, yaitu pengaruh pada variabel, dengan bantuan software SmartPLS Versi 3. Populasi dalam penelitian ini dihitung dengan rumus Lemeshow, dan didapat bahwa sampel yang digunakan berjumlah 100. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner dalam bentuk Google Form. Penelitian dilakukan dengan analisis outer model, inner model, dan uji hipotesis. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara positif dari intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat literasi digital pada Ibu Rumah Tangga.

Kata Kunci: Intensitas Penggunaan, TikTok, Literasi Digital, Ibu Rumah Tangga

Pendahuluan

Teknologi hadir untuk membantu manusia dalam melakukan bermacam hal dalam kehidupan, dimanapun dan kapanpun. Seperti media sosial yang membantu manusia dalam penyebaran informasi. Dengan perkembangan sosialnya yang sangat tinggi, media sosial menjadi wadah yang tepat untuk komunikasi terbuka secara luas kepada orang-orang dengan berbagai macam latar belakang dan kepentingan (Rahadi, 2017). Dengan perkembangannya yang pesat, media sosial juga semakin beragam. Media sosial hadir dengan menyesuaikan keperluan dan kepentingan masyarakat. Pemanfaatan media sosial pun beragam, dari menunjukkan *lifestyle*, fotografi, video kreatif, hiburan, hingga penyampaian

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: sabinawoo27@gmail.com

² Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: johanalfandows@gmail.com

berita atau informasi terbaru dari seluruh dunia. Kemudahannya yang menarik penggunanya untuk bergantung pada media sosial dan internet.

Salah satu media sosial yang paling banyak digunakan belakangan ini adalah platform media sosial TikTok. TikTok menjadi platform media sosial dengan perkembangan yang sangat cepat. Saat ini, TikTok masih berada di posisi keempat dalam peringkat platform media sosial yang paling banyak digunakan, dimana peringkat di atasnya diduduki oleh WhatsApp, Instagram, dan Facebook. Meskipun begitu, TikTok menduduki peringkat pertama dalam penggunaan platform dengan waktu yang paling banyak dihabiskan, dengan rata-rata penggunaan dalam per bulannya berdurasi 38 jam 26 menit, berdasarkan riset wearesocial.com. Pengguna aplikasi TikTok pun semakin memuncak, terutama di masa pandemi COVID-19, dimana seluruh aktivitas sosial kebanyakan harus dilakukan di rumah saja secara *online*. Perlonjakan pengguna pun terus meningkat tiap tahunnya, bahkan hingga pandemi selesai. Berdasarkan Sari (2023), yang dilansir pada Katadata.co.id, TikTok menjadi salah satu aplikasi terpopuler di dunia. Pertumbuhan penggunanya pun kian meningkat dalam satu tahun terakhir, yaitu sekitar 18,8%. Pengguna terbanyaknya berasal dari Amerika Serikat, hingga menyentuh angka 113,25 juta pengguna per Januari 2023. Indonesia menduduki peringkat kedua pengguna terbanyak TikTok dengan angka 109,9 juta pengguna (Datadoks, 2023).

Dengan video berdurasi minimal 15 detik dan maksimal 3 menit, penggunanya sudah dapat menyampaikan dan menerima informasi melalui sentuhan jari. Fitur-fiturnya juga beragam, dari filter-filter mempercantik diri dan yang unik, stiker, hingga musik. Namun, dibalik video singkat yang menarik, tentu terdapat sisi negatifnya. Dengan kemudahan yang ada, banyak pula pengguna yang tidak bijak dan justru menjerumuskan orang lain dengan informasi yang tidak benar atau konten negatif.

Pengetahuan dan literasi digital telah menjadi satu hal yang penting dalam kehidupan di masa sekarang ini yang terus bersentuhan dengan informasi media sosial. Salah satu kalangan yang sangat penting untuk memiliki dua hal tersebut adalah kalangan ibu rumah tangga. Mereka juga memiliki pengaruh besar dalam keluarga, sehingga akan berpengaruh pula pada kehidupan sosial yang lebih luas bagi anggota keluarganya dan orang lain. Berdasarkan riset oleh wearesocial.com (Kemp, 2024), rata-rata waktu penggunaan media sosial harian orang Indonesia adalah 3 jam 11 menit, yang menjadikan Indonesia masuk dalam negara Top 10 dari riset tersebut per Januari 2024. Dilansir oleh *website* yang sama, sekitar 20,4% pengguna media sosial di Indonesia adalah wanita dan dari persentase tersebut, sebanyak 65% penggunanya adalah ibu rumah tangga dengan rata-rata umur 30-an, yang termasuk dalam generasi milenial.

Dengan konten video TikTok yang singkat, maka semakin besar pula terpaan informasi terhadap ibu rumah tangga. Dilihat dari bagaimana ibu rumah tangga telah disibukkan dengan pekerjaan domestik, sehingga tidak adanya banyak waktu untuk melakukan verifikasi terhadap setiap informasi yang

diterimanya. Untuk itu, seperti yang telah disampaikan sebelumnya, penting bagi para ibu rumah tangga untuk memiliki pengetahuan dan pemahaman, serta literasi digital yang tinggi.

Literasi digital sendiri merupakan keterampilan individu untuk dapat memahami dan memanfaatkan informasi yang didapat dalam format digital apapun (Gilster, 1997). Dengan literasi digital yang tinggi, maka seseorang akan lebih bijak dalam memanfaatkan media digital dan menerima informasi dengan baik. Selain itu, orang tersebut juga akan memanfaatkan informasi tersebut dengan efektif sesuai dengan kepentingan dan keperluan mereka. Kemudian, mereka juga akan dapat berpikir lebih mendalam ketika bermedia sosial, seperti berkomentar dengan bijak, mengunggah dengan lebih berhati-hati, membuat konten yang bermanfaat, mengkritisi informasi yang diterima, serta menyebarkan informasi yang berdasarkan fakta, bukan opini.

Pernyataan di atas, kemudian, menjadi pendorong bagi penulis untuk melakukan sebuah penelitian terkait, dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Tingkat Literasi Digital pada Ibu Rumah Tangga”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui lebih dalam seberapa berpengaruhnya penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat literasi digital ibu rumah tangga, yang kebanyakan menghabiskan waktu luangnya dengan menggunakan aplikasi tersebut.

Kerangka Dasar Teori

Teori Uses and Gratifications

Teori *uses and gratifications* pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini menyatakan bahwa pengguna media memiliki peran aktif dalam memilih dan menggunakan media. Dapat dikatakan bahwa pengguna media tersebut merupakan pihak aktif dalam proses komunikasi dan pemilihan informasi, serta media mana yang paling sesuai demi pemenuhan kebutuhan mereka. Dengan begitu, maka teori *uses and gratifications* ini mengasumsikan bahwa pengguna media mengetahui kebutuhannya dan bertanggung jawab atas pemilihan media yang digunakannya.

McQuail (1972) menjelaskan motif-motif yang mendasari dalam penggunaan media, yaitu:

1. Pengamatan (*Surveillance*), yaitu mencari informasi mengenai peristiwa dan kejadian yang ada di sekitar maupun di belahan dunia lainnya, mengumpulkan pendapat demi penentuan pilihan, rasa ingin tahu dan minat secara umum, serta memenuhi rasa puas dengan belajar dan menambah pengetahuan.
2. Identitas Personal, yaitu demi memperkuat dan mencari nilai-nilai dirinya.
3. Hubungan Sosial, yaitu memperoleh informasi mengenai orang lain, melakukan interaksi sosial dan mencari topik pembicaraan, sebagai pengganti teman di kehidupan sehari-hari, serta menjadi sarana bagi seseorang untuk dapat berinteraksi dengan orang lain.

4. Pengalihan (*Diversion*), yaitu menjadi pengalihan dari kehidupan sehari-hari dan permasalahan yang ada, hiburan, mendapatkan ketenangan jiwa, mengisi waktu luang, dan penyaluran emosi

TikTok

TikTok awalnya bernama Douyin, yang berarti bergoyang. Aplikasi ini dirilis pada tahun 2016 dan hanya dapat diakses di China oleh sebuah perusahaan bernama ByteDance. Popularitasnya meningkat sangat cepat, sehingga ByteDance memutuskan untuk menjajaki pasar dunia dengan mengakuisisi aplikasi Musical.ly dan merilis aplikasi TikTok di tahun 2017. Penamaan aplikasi ini berdasarkan pelafalannya yang mudah dan juga cepat diingat (Katadata.co.id, 2023).

Menurut Susilowati (2018), aplikasi media sosial TikTok merupakan aplikasi yang mengizinkan penggunanya untuk mengunggah video singkat berdurasi rata-rata 30 detik, melakukan interaksi dengan pengguna lain di kolom komentar maupun direct message (pesan langsung), menggunakan filter atau special effects yang menarik dan unik, serta menggunakan background music pada video, dimana penggunanya dapat menari mengikuti musik atau hanya untuk mengisi kekosongan dalam video, sehingga penggunanya akan terdorong untuk menunjukkan kreativitasnya.

Intensitas Penggunaan

Menurut Sax (Azwar, 1995), intensitas merupakan kedalaman atau kekuatan perilaku terhadap sesuatu. Wulandari (2000) mendefinisikan kata intensitas mengacu pada waktu penggunaan dalam melakukan kegiatan tertentu (durasi) dan jumlah pengulangan dalam kurun waktu tertentu (frekuensi). Sedangkan arti kata penggunaan merupakan proses atau kegiatan dalam menggunakan sesuatu (Salim & Salim, 1991).

Dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan disini adalah kedalaman atau kekuatan perilaku dalam menggunakan dan pemanfaatan media sosial, dengan mengamati waktu penggunaan (durasi) dan jumlah pengulangan (frekuensi).

Aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial menurut Del Barrio (2004):

- a. Perhatian (*attention*). Dapat dikatakan sebagai minat, merupakan suatu hal yang mampu menarik dan memfokuskan perhatian individu. Ketika seseorang terlibat dalam suatu tugas atau aktivitas yang mereka nikmati, mereka cenderung memberikan lebih banyak perhatian dan menginvestasikan energi yang lebih besar dibandingkan dengan saat mereka melakukan aktivitas yang tidak mereka sukai. Sebagai contoh, ketika seseorang mengarahkan perhatian mereka pada sebuah aplikasi media sosial, mereka tidak hanya akan merasakan kesenangan saat menggunakan platform tersebut, tetapi juga akan menikmati interaksi

dengan orang lain di dalamnya serta memanfaatkan berbagai fitur dan karakteristik yang ditawarkan oleh aplikasi tersebut.

- b. Penghayatan (*comprehension*). Dapat diartikan sebagai proses pemahaman yang mendalam, mencakup berbagai aspek seperti menikmati, menghayati, dan menyimpan informasi yang diperoleh sebagai bagian dari pengetahuan pribadi seseorang. Dalam konteks ini, individu tidak hanya sekadar menerima informasi, tetapi juga berusaha untuk memahami dan merasapi makna yang terkandung di dalamnya. Selain itu, individu dapat terpengaruh oleh berbagai konten yang ada di media sosial, yang dapat membentuk pandangan, sikap, dan pengetahuan mereka tentang dunia di sekitar.
- c. Durasi (*duration*). Dapat diartikan sebagai rentang waktu atau lamanya suatu aktivitas atau peristiwa berlangsung. Dalam konteks penelitian ini, kategori yang digunakan untuk mengukur durasi penggunaan media sosial mengacu pada metode yang dikembangkan oleh Judith (2011), dengan beberapa penyesuaian yang dilakukan berdasarkan fokus dan tujuan penelitian yang sedang dilakukan. Dengan demikian, pengukuran durasi ini bertujuan untuk memberikan gambaran yang lebih akurat mengenai seberapa lama individu terlibat dalam penggunaan media sosial). Kriteria pengukuran durasi menurut Judith (2011) dikategorikan sebagai berikut:
 - 1) Tinggi : > 4 jam/hari
 - 2) Rendah : 1 jam/hari
- d. Frekuensi (*frequency*). Frekuensi dapat didefinisikan sebagai jumlah pengulangan suatu kegiatan atau perilaku, baik yang dilakukan secara sengaja maupun tidak sengaja, yang terjadi berulang kali dalam suatu periode tertentu. Dalam konteks pengukuran, frekuensi ini dapat dinyatakan dalam bentuk hitungan nominal atau dalam satuan waktu. Ketika seseorang merasakan kesenangan atau penghayatan saat menggunakan media sosial, mereka cenderung akan lebih sering mengakses platform media sosial yang mereka sukai. Hal ini menunjukkan bahwa semakin besar tingkat kenikmatan yang dirasakan, semakin tinggi pula frekuensi mereka dalam membuka dan berinteraksi di media sosial tersebut. Kriteria pengukuran frekuensi menurut Judith (2011), dikategorikan sebagai berikut:
 - 1) Tinggi : > 4 kali/hari
 - 2) Rendah : 1 – 2 kali/hari

Literasi Digital

Paul Gilster pada bukunya yang berjudul ‘Digital Literacy’ (1997), mengartikan literasi digital sebagai suatu kemampuan untuk dapat memahami dan memanfaatkan berbagai macam bentuk informasi, dari berbagai macam sumber

yang dapat didapatkan melalui perangkat digital. Sedangkan menurut Bawden (2001), literasi digital merupakan pemahaman yang berakar dari literasi komputer dan literasi informasi.

Kementerian Komunikasi dan Informatika mengeluarkan Roadmap Literasi Digital 2021-2024, demi terwujudnya masyarakat Indonesia yang cakap digital. Kominfo, Siberkreasi, dan Deloitte (2020) telah merumuskan empat pilar literasi digital, yaitu;

1. *Digital Skill*, merupakan kemampuan suatu individu untuk dapat mengerti, memahami, dan menggunakan perangkat keras maupun perangkat lunak TIK, serta berbagai media digital
2. *Digital Culture*, merupakan kemampuan suatu individu untuk dapat membaca, menjabarkan, membiasakan, meninjau, serta wawasan kebangsaan, nilai-nilai Pancasila, dan nilai Bhineka Tunggal Ika dalam kehidupan bermasyarakat
3. *Digital Ethics*, merupakan kemampuan suatu individu dalam berdigital dengan memahami, menerapkan, menyesuaikan, secara rasional, mempertimbangkan setiap perilaku, dan mengembangkan etika digital dalam kehidupan sehari-hari.
4. *Digital Safety*, merupakan suatu proses dalam penggunaan media digital secara aman dan nyaman, secara daring maupun luring (Sammons & Cross, 2016). Setiap individu memerlukan *digital safety* sebagai pedoman dalam menjaga keamanan diri dan individu lain dalam bermedia digital.

Ibu Rumah Tangga

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2008), ibu rumah tangga merupakan seorang wanita yang mengatur dan melaksanakan segala macam pekerjaan dalam rumah tangga, tanpa terikat pekerjaan di kantor dan semacamnya. Dapat dikatakan bahwa ibu rumah tangga merupakan seorang ibu yang tidak bekerja dan lebih banyak menghabiskan waktunya di rumah tanpa terikat suatu pekerjaan di luar rumah (Firdausi, 2010). Selaku ibu rumah tangga, wanita memiliki tanggung jawab atas pemenuhan segala macam kebutuhan rumah tangga dan keluarganya, baik dalam hal barang maupun jasa, serta kebutuhan rohani atau mental spiritual (Anshori, Kosasih, & Sarimaya, 1997).

Hipotesis

Sugiyono (2018) menyatakan bahwa hipotesis adalah jawaban sementara dari rumusan masalah pada penelitian, yang telah ditulis dalam bentuk kalimat pertanyaan. Berdasarkan rumusan masalah yang telah dinyatakan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan hipotesis kausal karena menyatakan adanya hubungan pengaruh atau sebab-akibat antar variabel yang diteliti. Berikut hipotesis penelitian ini.

Ho : Tidak terdapat pengaruh signifikan dari intensitas penggunaan

aplikasi TikTok terhadap literasi digital pada ibu rumah tangga.

Ha : Terdapat pengaruh signifikan dari intensitas penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi digital pada ibu rumah tangga, baik secara positif maupun negatif.

Metode Penelitian

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, variabel independen (X) yaitu Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok dan variabel dependen (Y) yaitu Tingkat Literasi Digital. Penelitian ini menggunakan Ibu Rumah Tangga pengguna aplikasi TikTok di Samarinda sebagai subjek penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif kausal, untuk melihat hubungan sebab-akibat antar variabel.

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah teknik *purposive sampling* dan teknik *accidental sampling*. Perhitungan sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, dikarenakan tidak diketahuinya jumlah populasi Ibu Rumah Tangga pengguna aplikasi TikTok di Kota Samarinda. Berdasarkan perhitungan tersebut, diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan pada penelitian ini adalah 100 orang. Sedangkan data dikumpulkan dengan penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Form. Pengukuran setiap variabel pada penelitian ini menggunakan skala *Likert*.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis *Structural Equation Modeling* (SEM) yang berbasis varians, yaitu Partial Least Square (PLS) melalui software SmartPLS. Dalam PLS-SEM, model struktural disebut sebagai *Inner Model*, sedangkan model pengukuran sering disebut sebagai *Outer Model* (Hair et al., 2019, hlm. 764). *Outer Model* merupakan spesifikasi hubungan antara variabel laten dan indikatornya dengan dua kriteria penilaian. *Convergent Validity*, sebagai statistik umum, mengevaluasi sejauh mana indikator suatu konstruk berkumpul dan memperhitungkan varians item dalam model pengukuran reflektif. Bobot regresi, atau beban faktor standar individu, sebaiknya minimal 0.5 dan idealnya 0.7 (Hair et al., 2019, hlm. 687). Sejauh mana konstruk dalam model struktural teoritis berbeda satu sama lain. Derajat di mana suatu indikator mewakili lebih dari satu konstruksi dalam model teoritis dibandingkan dengan seberapa besar hubungannya dengan konstruksi lain diukur (Hair et al., 2019, hlm. 761). Sementara dalam *Inner Model*, (R^2) akan diuji. Kemampuan model untuk memperhitungkan variasi dalam variabel dependen dievaluasi menggunakan koefisien determinasi (R^2) .

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data Demografik

Berdasarkan jawaban kuesioner didapatkan data demografik responden, yaitu berjenis kelamin 100% perempuan, dikarenakan penelitian ini memang ditujukan untuk para Ibu Rumah Tangga. Begitu pula dengan profesi yang hanya

berisi Ibu Rumah Tangga. Sedangkan usia responden didominasi oleh kelompok usia 20-25 tahun.

Penyajian Data

Loading factor indikator berada di atas 0.7, dengan rentang 0.706 hingga 0.894. Dapat dikatakan bahwa setiap indikator telah memenuhi syarat untuk nilai *convergent validity*. Oleh karena itu, analisis dapat dilanjutkan ke uji *discriminant validity*. *Discriminant validity* diuji dengan menentukan apakah nilai *cross loading* setiap variabel lebih besar daripada nilai *cross loading* variabel lain; jika ya, *discriminant validity* dianggap terpenuhi. Tabel 1 menunjukkan nilai *cross loading* untuk setiap variabel, dengan hasil bahwa semua nilai *cross loading* untuk setiap indikator dari setiap konstruksi laten memiliki nilai lebih besar daripada konstruksi laten lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa model memiliki validitas diskriminan yang baik.

Seperti yang ditunjukkan dalam Tabel 2, semua konstruksi Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok mencapai nilai *composite reliability* di atas 0.7 dan nilai AVE di atas 0.5. Nilai *Cronbach's Alpha* juga melebihi 0.6, telah memenuhi kriteria (Latan & Ghazali., 2015). Hal ini menunjukkan reliabilitas dan validitas yang baik di seluruh konstruksi.

Variabel	Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok (X)	Tingkat Literasi Digital (Y)
X1.1	0.764	0.610
X1.2	0.706	0.560
X1.3	0.784	0.602
X1.4	0.845	0.614
X1.5	0.788	0.572
X1.6	0.756	0.591
X1.7	0.769	0.634
X1.8	0.763	0.612
X1.9	0.739	0.605
X1.10	0.830	0.709
Y1.1	0.657	0.853
Y1.2	0.622	0.862
Y1.3	0.607	0.850
Y1.4	0.616	0.861
Y1.5	0.642	0.851
Y1.6	0.683	0.842
Y1.7	0.629	0.839
Y1.8	0.608	0.852
Y1.9	0.678	0.860
Y1.10	0.727	0.894

Y1.11	0.740	0.862
Y1.12	0.718	0.858
Y1.13	0.705	0.848
Y1.14	0.722	0.846
Y1.15	0.719	0.837
Y1.16	0.709	0.882

Tabel 1. *Cross Loading*

Variabel	Cronbach's Alpha	Composite Reliability	Average Variance Extracted (AVE)
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok	0.926	0.938	0.601
Tingkat Literasi Digital	0.976	0.978	0.733

Tabel 2. *Discriminant Validity*

Selanjutnya, pengujian model *goodness of fit* dapat diukur menggunakan nilai dari R-square. Tabel di bawah menunjukkan *output* dari nilai R-square untuk variabel dependen, Tingkat Literasi Digital.

Variabel	R-Square
Tingkat Literasi Digital	0.625

Tabel 3. *R-Square*

Pengukuran model struktural dilakukan dengan melihat nilai R-Square yang merupakan uji *goodness-of-fit* model. Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai R-square secara simultan mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Literasi Digital sebesar 0.625. Jadi, dapat disimpulkan bahwa konstruk eksogen (Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok) secara simultan mempengaruhi Tingkat Literasi Digital sebesar 0.625 atau 62.5%. Sementara sisa 37.5% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Nilai t-statistik dan nilai probabilitas digunakan sebagai indikator dalam pengujian hipotesis. Untuk menghitung nilai t-statistik, digunakan alpha sebesar 5%, yang menghasilkan nilai t-statistik 1.96. Agar hipotesis dapat diterima, nilai t-statistik harus lebih besar dari 1.96; jika nilainya kurang dari 1.96, hipotesis akan ditolak. Dalam pengujian hipotesis berdasarkan nilai probabilitas, hipotesis dianggap diterima jika p-value kurang dari 0.05; sebaliknya, jika nilainya lebih besar dari 0.05, hipotesis ditolak. F-square dari efek mediasi dikenal sebagai statistik upsilon v, yang diperoleh dengan mengkuadratkan koefisien mediasi, dan

interpretasi efek mediasi adalah 0.01 (rendah), 0.075 (sedang), dan 0.175 (tinggi) (Yamin, 2023).

Untuk melihat pengaruh dari setiap variabel dalam model struktural, dapat diukur menggunakan *t-statistic* dan *p-values* antara variabel eksogen dan endogen. Tabel di bawah menunjukkan hasil dari *path coefficient* yang mencakup nilai *t-statistic* dan *p-values* dari variabel tersebut.

Variabel	Original Sample	Sample Mean	Standard Deviation	T-Statistic	P-Values
Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok -> Tingkat Literasi Digital	0.791	0.791	0.058	13.728	0.000

Tabel 4. Pengujian Hipotesis

Koefisien untuk Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Tingkat Literasi Digital dalam *original sample* adalah 0.791. Hasil dari pengujian hipotesis menunjukkan bahwa Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok memberikan pengaruh positif yang signifikan terhadap Tingkat Literasi Digital. Ini dapat dilihat dari nilai *t-statistic* yang mencapai 13.728 (lebih dari 1.96) dan *p-values* yang bernilai 0.000 (kurang dari 0.05). Temuan ini mendukung hipotesis alternatif atau Ha, yang menyatakan bahwa Tingkat Literasi Digital dipengaruhi secara signifikan oleh Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok, baik secara positif maupun negatif. Dengan demikian, hipotesis nol (Ho) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima.

Penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara positif dari intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat literasi digital pada ibu rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial TikTok yang tinggi dapat meningkatkan tingkat literasi digital. Melalui konten singkat dan beragam, penggunanya dapat menerima informasi dengan mudah dan cepat. Hal tersebut mencakup informasi terkait penggunaan media sosial secara bijak dan cerdas. Para ibu rumah tangga yang menggunakan waktu luangnya dengan aktif di media sosial, khususnya TikTok, cenderung lebih terbiasa dengan teknologi dan lebih mampu memanfaatkan media digital untuk berbagai macam kebutuhan mereka. Penggunaan TikTok dapat meningkatkan keterampilan digital mereka melalui interaksi dengan fitur-fitur dan berbagai konten yang ada di aplikasi. Penggunaan TikTok juga membantu mereka memahami dan berpartisipasi dalam budaya digital yang lebih luas. Selain itu, aplikasi ini meningkatkan kesadaran tentang etika digital, seperti hak cipta dan privasi, serta memperkuat pemahaman mengenai isu-isu keamanan, termasuk perlindungan data pribadi dan risiko penipuan online. Dengan demikian, ibu rumah tangga yang aktif menggunakan TikTok tidak hanya meningkatkan

keterampilan dan pengetahuan mereka, tetapi juga menjadi pengguna yang lebih cerdas dan bertanggung jawab di dunia digital. Dapat dikatakan bahwa tingkat literasi mereka pun meningkat seiring penggunaan media sosial TikTok secara intensif.

Teori Uses and Gratification (U&G) menyatakan bahwa pengguna media memiliki tujuan tertentu dalam menggunakan platform, seperti mencari informasi, hiburan, atau interaksi sosial, dan juga berupaya untuk meningkatkan literasi digital mereka. Pada penelitian ini, ibu rumah tangga yang menggunakan media sosial TikTok dapat dianggap sebagai pengguna aktif yang mencari kepuasan tertentu melalui media sosial tersebut. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh signifikan secara positif dari intensitas penggunaan media sosial TikTok terhadap tingkat literasi digital pada ibu rumah tangga. Temuan ini sejalan dengan teori U&G, di mana intensitas penggunaan media sosial TikTok oleh ibu rumah tangga berkontribusi pada peningkatan literasi digital mereka, seiring dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan untuk belajar dan beradaptasi dalam lingkungan digital yang terus berkembang.

Item pengukuran variabel independen dengan nilai *outer loadings* tertinggi menunjukkan bahwa indikator tersebut merupakan indikator terkuat, yaitu pada item penghayatan (*comprehension*) yang menyatakan bahwa para ibu rumah tangga memahami pesan dan informasi yang disampaikan dalam video TikTok yang mereka tonton. Dapat diartikan bahwa pemahaman yang baik mengenai pesan dan informasi yang mereka dapat dari konten TikTok menjadi pengaruh utama yang membantu meningkatkan literasi digital para ibu rumah tangga. Sementara itu, item pengukuran dengan nilai terendah, yaitu pada item perhatian (*attention*) yang menyatakan bahwa ibu rumah tangga sering berinteraksi dengan konten di TikTok (misalnya: menyukai, mengomentari, atau membagikan video). Dapat diartikan bahwa interaksi dengan konten di TikTok memiliki pengaruh yang lebih kecil terhadap tingkat literasi digital ibu rumah tangga, namun tetap berpengaruh signifikan.

Item pada variabel dependen dengan nilai *outer loadings* tertinggi terdapat pada item *digital culture*, yang menunjukkan bahwa berita palsu atau hoaks, pornografi, *cyber-bullying*, ujaran kebencian, dan sebagainya, merupakan konten negatif yang perlu dihindari. Dapat dikatakan bahwa penggunaan TikTok secara intensif membantu para ibu rumah tangga untuk memahami konten-konten negatif yang perlu mereka hindari. Sedangkan item dengan nilai terendah terdapat pada item *digital safety*, yang menunjukkan pengetahuan ibu rumah tangga mengenai cara melindungi diri dari penipuan *online*. Dapat dikatakan bahwa penggunaan TikTok secara intensif tetap membantu para ibu rumah tangga untuk melindungi diri dari penipuan *online*, namun lebih kecil dibandingkan dengan item lainnya.

Temuan analisis ini sejalan dengan beberapa penelitian terdahulu. Beberapa penelitian, termasuk penelitian oleh Lestari, D. et al. (2024), menunjukkan bahwa aplikasi TikTok dapat membantu meningkatkan literasi digital. Dibuktikan dengan masyarakat yang telah memanfaatkan TikTok sebagai

alat pemberdayaan, memungkinkan penggunanya untuk dapat mengekspresikan diri, membangun kepercayaan diri, serta keterampilan digital, seperti mengedit video, memahami algoritma media sosial, dan memanfaatkan fitur-fitur lainnya. Penelitian lain oleh Bidadari, A. F., Ninghardjanti, P., & Susilowati, T. (2024), juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan dari intensitas penggunaan media *online* terhadap literasi digital. Sedangkan penelitian oleh Nur Hermayati (2021), menunjukkan bahwa kemampuan literasi media sosial ibu rumah tangga di Kota Samarinda cukup beragam, sebagian besar berada pada kategori dasar atau umum, dan sebagian lainnya sudah masuk ke dalam kategori menengah atau sedang. Pada penelitian lain, Dinnah, L. et al. (2024), menunjukkan bahwa masyarakat sudah dapat memanfaatkan teknologi dengan baik, telah tereduksi terkait penggunaan dan pemanfaatan teknologi informasi, dapat mempraktikkan pemanfaatan teknologi informasi untuk bidang wirausaha, serta meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai undang-undang ITE dan penggunaan media sosial yang sesuai dengan etika dan norma. Hal ini membuktikan bahwa media sosial, termasuk TikTok, dapat mendorong peningkatan literasi digital masyarakat, khususnya ibu rumah tangga. Dilihat dari kemampuan dalam memanfaatkan fitur-fitur dalam aplikasi, mencari informasi, pemahaman mengenai etika, serta pengamanan diri dalam bermedia digital.

Kesimpulan dan Rekomendasi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Intensitas Penggunaan Media Sosial TikTok memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Tingkat Literasi Digital pada ibu rumah tangga di Kota Samarinda. Penggunaan TikTok dapat meningkatkan keterampilan digital mereka melalui interaksi dengan berbagai fitur dan konten yang tersedia di aplikasi. Selain itu, TikTok juga membantu mereka untuk memahami dan terlibat dalam budaya digital yang lebih luas. Aplikasi ini juga meningkatkan kesadaran mengenai etika digital, termasuk hak cipta dan privasi, serta memperdalam pemahaman tentang isu-isu keamanan, seperti perlindungan data pribadi dan risiko penipuan online. Dengan demikian, ibu rumah tangga yang aktif menggunakan TikTok tidak hanya mengasah keterampilan dan pengetahuan mereka, tetapi juga menjadi pengguna yang lebih bijak dan bertanggung jawab di dunia digital. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tingkat literasi mereka meningkat seiring dengan penggunaan media sosial TikTok secara intensif.

Peneliti mengajukan beberapa rekomendasi atau saran yang sesuai dengan temuan dan kesimpulan penelitian yang telah disebutkan sebelumnya, sebagai berikut.

1. Para ibu rumah tangga menjadi salah satu kalangan yang paling banyak terpapar informasi dari sosial media. Mereka juga memiliki pengaruh besar dalam keluarga. Karena itu, ibu rumah tangga perlu memiliki literasi digital yang tinggi. Salah satu bagian dari literasi digital yang kurang dimiliki para ibu rumah tangga adalah pengetahuan mengenai cara

- melindungi diri dari penipuan online. Penting bagi ibu rumah tangga untuk meningkatkan pengetahuan tersebut agar terhindar dari cyber-crime, seperti phishing dan berbagai penipuan online lainnya. Hal tersebut dapat berpengaruh pula pada kehidupan sosial yang lebih luas bagi anggota keluarganya dan orang lain.
2. Meskipun penelitian ini memiliki keterbatasan, namun diharapkan penelitian di masa depan dapat menggunakan penelitian ini sebagai acuan perbandingan dalam melakukan penelitian lebih lanjut, dengan menggunakan variabel atau metode lain agar mendapatkan hasil yang lebih beragam, menggunakan objek media sosial lain, melakukan studi perbandingan, memperluas pengujian, mengeksplorasi jenis konten yang mempengaruhi, pengembangan program edukasi, atau mengeksplorasi pengaruh lainnya. Dengan begitu, penelitian yang dilakukan di masa mendatang berpotensi untuk memberikan pemahaman yang lebih mendalam dan menyeluruh mengenai berbagai faktor yang berkontribusi terhadap tingkat literasi digital di berbagai jenis platform.

Daftar Pustaka

- Annur, C. M. (2023). Indonesia Sabet Posisi Kedua Sebagai Negara Pengguna TikTok Terbanyak di Dunia pada Awal 2023. Datadoks. <https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/466c6a6ff70d832/indonesia-sabet-posisi-kedua-sebagai-negara-pengguna-tiktok-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Anshori, D. S., Kosasih, E., & Sarimaya, F. (1997). *Membincangkan Feminisme: Refleksi Muslimah Atas Peran Sosial Kaum Wanita*. Bandung: Pustaka Hidayah.
- Azwar, S. (1995). *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*, Ed.2. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset.
- Barrio, V. D. (2004). Relationship Between Empathy and The Big Five Personality Traits in a Sample of Spanish Adolescents, Social Behavior and Personality. *Social Behavior and Personality*, 677–682.
- Firdausi, W. (2010). Pengaruh Absensi Ibu dalam Keluarga terhadap Kenakalan Remaja di Desa Bangunrejo, Kecamatan Sukorejo Kabupaten Ponorogo. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Malang.
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. New York: Wiley Computer Pub.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., Black, W. C., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis*.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Uses and Gratifications Research*. *The Public Opinion Quarterly*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi, & Deloitte. (2020). *Roadmap literasi digital 2021-2024*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika, Siberkreasi, & Deloitte

- Kemp, S. (2024). Digital 2024: 5 Billion Social Media Users. *We are Social*.
<https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024-5-billion-social-media-users/>
- Latan, H. & Ghazali, I. (2015). *Partial Least Squares: Concepts, Techniques and Applications using SmartPLS 3*.
- Lemeshow, S., Hosmer Jr, D. W., Klar, J., & Lwanga, S. K. (1997). *Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- McQuail, D., Blumler, J. G., & Brown, J. (1972). The Television Audience: A Revised Perspective. *Sociology of Mass Communications*. Penguin Books.
- Rahadi, D. R. (2017). Perilaku Pengguna dan Informasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Manajemen & Kewirausahaan*, 5(1), 58–70.
- Salim, P. & Salim, Y. (1991). *Kamus Bahasa Indonesia Kontemporer*, Ed.1. Jakarta: Modern English Press.
- Sari, I. N. (2023). Sejarah TikTok dari Aplikasi Negeri Panda hingga Mendunia. *Katadata.co.id*.
<https://katadata.co.id/ekonopedia/profil/6404f5c3ce775/sejarah-tiktok-dari-aplikasi-negeri-panda-hingga-mendunia>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susilowati. (2018). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.
- Wulandari, R. (2002). Hubungan antara Citra Raga dengan Intensitas Melakukan Body Language pada Wanita. Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta