PENGARUH KONTEN TikTok @Tirtaaaaa TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN GENERASI Z

Louis Vachstar Annand[1], Rita Destiwati[1]
[1] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, louisannand@student.telkomuniversity.ac.id
[2] Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia, ritadestiwati@telkomuniversity.ac.id

Abstract

It is now very important for people to have health information for many reasons. Technology, especially the internet, has changed how people get health information. People can now easily find this information online and on social media. One TikTok account, @Tirtaaaaa, is a popular source of online health information for young people. Dr. Tirta is known for making short, unique videos that provide up-to-date information. This study wants to find out how much @Tirtaaaaa's TikTok content affects how well Generation Z gets their health information needs met. This research uses a quantitative method with a descriptive approach. Researchers chose the sample using purposive sampling, and it included 400 people. Simple linear regression and T-tests were used to analyze the data and test the ideas. This study is based on the theory of social media use and information needs. The results show that @Tirtaaaaa's TikTok content affects how well Generation Z gets their health information needs met by 82.4%, with communication and context being the most important factors. The other 17.6% is affected by things not covered in this study.

Social Media, TikTok Content, Health Information Need

Abstrak

Saat ini, masyarakat membutuhkan informasi kesehatan karena berbagai alasan. Teknologi, terutama internet, telah mengubah cara orang menemukan informasi ini. Sekarang, sangat mudah untuk mendapatkan informasi ini secara online dan di media sosial. Salah satu akun TikTok bernama @Tirtaaaaa adalah tempat yang populer bagi anak muda untuk mendapatkan informasi kesehatan. Tirta mengunggah video-video pendek di akun ini, yang dikenal sebagai tempat yang menyediakan informasi terkini. Penelitian ini ingin mengetahui seberapa besar konten TikTok @Tirtaaaaa membantu generasi Z mendapatkan informasi kesehatan yang mereka butuhkan. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Peneliti memilih 400 responden sebagai sampel dengan menggunakan teknik purposive sampling. Mereka menganalisis data menggunakan regresi linier sederhana dan uji T untuk menguji hipotesis. Penelitian ini didasarkan pada teori tentang bagaimana media sosial digunakan dan bagaimana media sosial memenuhi kebutuhan informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok dari @Tirtaaaaa mempengaruhi seberapa baik generasi Z mendapatkan informasi kesehatan sebesar 82,4%, dengan komunikasi dan konteks menjadi faktor terbesar. Sedangkan 17,6% lainnya dipengaruhi oleh hal-hal yang tidak diteliti di sini.

Media Sosial, Konten TikTok, Kebutuhan Informasi Kesehatan

I. PENDAHULUAN

Kesehatan adalah aspek dasar dalam kehidupan manusia yang sangat berpengaruh pada kualitas hidup secara menyeluruh tak terkecuali Generasi Z. Di era yang serba digital seperti saaat ini, Dalam Gazali (Kristyowati & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, 2021) pakar Amerika mengelompokkan generasi Z dalam individu yang lahir pada rentang tahun 1996- 2010, menghadapi peluang dan tantangan baru dalam hal mengakses informasi kesehatan. Generasi Z dikenal kedekatannya dengan dengan teknologi dan media jejaring sosial, menjadikan platform digital sebagai sumber informasi utama termasuk informasi kesehatan.

Media sosial, terutama TikTok, kini sangat populer di kalangan Generasi Z. TikTok mudah digunakan dan memiliki video-video pendek yang menarik. Menurut data dari We Are Social, TikTok merupakan platform media sosial ke-4 yang paling banyak digunakan di Indonesia, dengan jumlah pengguna sebanyak 73,5%. Sebuah survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) dan Katadata Insight Center (KIC) menemukan bahwa sebagian besar responden Gen Z (35%) dan Gen Y (26%) menggunakan internet lebih dari 6 jam sehari. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial merupakan bagian penting dari kehidupan sehari-hari bagi Generasi Z.

TikTok yang diperkenalkan pada tahun 2016, dengan cepat sudah menjadi sebuah platform media jejaring sosial yang populer di dunia, terutama di kalangan Generasi Z. Deengan lebih dari 1 miliar pengguna aktif bulanan, TikTok membawakan format video pendek yang menarik dan mudah diakses, memungkinkan penggunanya untuk menyuarakan pesan mereka dengan cara yang kreatif, menghibur, dan mudah dipahami. Dalam konteks kesehatan, TikTok telah menjadi wadah bagi berbagai informasi termasuk informasi kesehatan yang di dalamnya terdiri dari tips kesehatan, penjelasan medis, dan seruan untuk berpola hidup sehat. Berbagai jenis konten kesehatan yang disajikan di platform TikTok sering dikemas dengan cara yang unik dan menarik, sehingga lebih mudah dipahami dan diingat oleh pengguna TikTok.

Dr. Tirta dengan nama lengkap dr. Tirta Mandira Hudhi yang akrab dikenal dengan akun TikTok @Tirtaaaaa, adalah salah satu influencer kesehtan di platform media jejaring sosial. Dengan background yang ia miliki sebagai seorang dokter, dr. Tirta menampilkan konten kesehatan yang informatif dan edukatif, yang di tujukan untuk menjangkau audiens muda khususnya Generasi Z. Konten yang dihasilkan dr. Tirta pun mencakup berbagai topik kesehatan, mulai dari tips kesehatan, penjelasan tentang penyakit, hingga informsi mengenai vaksinasi dan pencegahan penyakit. Tak lupa dengan konten-kontennya saat masa pandemi Covid-19 yang dimana dr. Tirta membawakan kontenya dengan nada bicara marah-marah yang membuat dia makin terkenal hingga saat ini. Salah satu daya tarik dari konten @Tirtaaaaa ialah kemampuannya untuk menyampaikan informasi tentang dunia medis yang komplek dengan cara yang sederhana dan mudah dipahami.

Hubungan antara akses informasi kesehatan yang baik dan pemilihan keputusan kesehatan yang tepat juga sangat erat. Generasi Z, yang sering mencari informasi kesehatan melalui media sosial, perlu memiliki kemampuan untuk mengevaluasi keakuratan dan relevansi informasi yang mereka temui. Konten yang disajikan oleh dokter influencer seperti dr. Tirta pada platform TikTok dapat berfungsi sebagai sumber informasi yang bermanfaat, memberi penjelasan dan berbasis pengetahuan tentang berbagai macam isu kesehatan. *Health Literacy* adalah salah satu faktor yang berkaitan dengan kesehatan dan cara seseorang untuk dapat memperoleh, memproses, dan memahami informasi dasar tentang kesehatan dan layanan yang diperlukan untuk membuat keputusan yang tepat terkait kesehatan mereka. Menurut Veenker & Paans, *Health Literacy* merupakan sebuah kondisi yang penting untuk meningkatkan kesehatan mental dan fisik (Hanriyani, 2024).

Generasi Z, terdiri dari individu yang lahir di antara tahun 1996-2010, menghadapi berbagai tantangan dalam mendapatkan informasi kesehatan yang akurat dan terpercaya. Salah satu masalah utama adalah tingginya tingkat misinformasi yang beredar di media jejaring sosial. Berdasarkan data yang penulis temukan, Selama periode Agustus 2018 hingga Juni 2023, Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemenkominfo) mencatat sebanyak 11.759 konten hoaks. Seluruh konten tersebut telah melalui proses identifikasi, verifikasi, dan validasi oleh tim AIS

Kemenkominfo. Berdasarkan laporan tim, kategori hoaks terbanyak berasal dari topik kesehatan, dengan total 2.293 konten. Tim AIS juga mencatat bahwa meskipun pandemi Covid-19 sudah mereda, masih ditemukan hoaks yang berkaitan dengan isu tersebut. Informasi ini disampaikan melalui situs resmi Kemenkominfo pada Rabu, 19 Juli 2023 (Santika, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z aktif mencari informasi khususnya informasi kesehatan secara online, mereka juga dapat terpapar oleh informasi yang dapat menyesatkan.

Beberapa penelitian sudah banyak yang melakukan penelitian terkait pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan, seperti ungkapan hasil dari penelitian penelitian (Azrumi El Ghazali & Sarah Samaria, 2024) Sebagian besar responden dari Generasi Z menyatakan setuju bahwa konten yang disajikan oleh akun Instagram Halodoc mampu memenuhi kebutuhan mereka akan informasi seputar kesehatan. Selain itu, hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan adanya hubungan antara variabel X, yaitu konten Instagram Halodoc, dengan variabel Y, yaitu pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan pada Generasi Z. Berdasarkan kedua penelitian yang telah disebutkan, tidak ditemukan faktor dominan yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan. Selain itu, penelitian-penelitian tersebut dilakukan dengan objek yang berbeda, yaitu konten Instagram Halodoc, sedangkan penulis memiliki objek penelitiannya sendiri yaitu akun TikTok @Tirtaaaaa. Oleh sebab itu penelitian tersebut secara spesifik bertujuan untuk mengungkap apakah konten yang disajikan akun TikTok @Tirtaaaaa dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan Generasi Z.

Dengan banyaknya tantangan ini, penting bagi Generasi Z untuk memiliki akses ke sumber informasi kesehatan yang akurat dan terpercaya. Konten yang disajikan oleh dokter influencer seperti dr. Tirta di TikTok dapat berguna sebagai alternatif yang positif, memberikan informasi yang berdasarkan oleh pengetahuan dokter dan mudah dipahami. Namun untuk memaksimalkan manfaat dari konten tersebut, Generasi Z perlu melengkapi dirinya dengan keterampilan literasi kesehatan yang memadai supaya dapat menilai dan menggunakan informasi dengan bijak.

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Komunikasi Kesehatan

Komunikasi kesehatan merupakan proses pertukaran informasi, ide, dan keyakinan antara individu atau kelompok yang terlibat dalam pengambilan keputusan terkait kesehatan. Komunikasi ini memiliki peranan yang krusial dalam mempromosikan kesehatan, mecegah penyakit, memudahkan akses, serta menyediakan layanan kesehatan (Solihin & Abdullah, 2023). Menurut Renata Schiavo (Solihin & Abdullah, 2023), komunikasi kesehatan ialah penelitian dan pemanfaatan strategi komunikasi untuk memberikan informasi dan memengaruhi keputusan individu dan masyarakat untuk meningkatkan kesehatan, Schiavo juga menyampaikan bahwa teknologi memiliki peranan penting dalam penyebaran informasi kesehatan. Everett Rogers (Solihin & Abdullah, 2023) mendefinisikan komunikasi kesehatan sebagai sebuah proses pengiriman dan penerimaan informasi yang berkaitan dengan kesehatan lewat berbagai macam saluran media dengan tujuan memengaruhi pengetahuan, tindakan, dan perilaku khalayak mengenai hal yang menyangkut kesehatan.

B. Konten Media Sosial

Menurut Luttrell R (dalam Rizky & Setiawati, 2020), media sosial mencerminkan berbagai aktivitas dan kebiasaan yang dilakukan oleh individu atau kelompok secara online untuk saling berinteraksi dan berbagi informasi, pengetahuan, maupun pendapat melalui beragam saluran komunikasi, seperti fitur percakapan (chat).

Sementara itu, Chris Heuer (dikutip dalam Solis, 2010) menyebutkan bahwa media sosial terdiri dari empat komponen utama yang dikenal dengan istilah 4C, yaitu:

a) Context: Cara penyajian konten yang mencakup isi pesan dan informasi, narasi dalam konten, penggunaan bahasa, serta maksud dan tujuan dari konten tersebut.
b) Communication: Berbagai metode dalam menyampaikan informasi melalui mendengarkan dan memberikan respons, sehinga informasi dalam sebuah konten dapat diterima oleh masyarakat melalui pesan dan desain yang relevan.
c) Collaboration: Kerja sama antara media dan pengguna untuk menciptakan konten yang bermanfaat dan efektif.

d) Connection: Interaksi yang positif antara media dan pengguna, memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan memberikan umpan balik kepada media.

Indikator variabel X dalam penelitian ini akan memanfaatkan konsep 4C Chris Heuer.

C. Kebutuhan Informasi

Perdana dalam (Sutrisno & Mayangsari, 2021) mengatakan bahwa masyarakat saat ini sangat membutuhkan informasi. Informasi sangat penting karena membantu orang untuk belajar lebih banyak, menjadi lebih baik dalam berbagai hal, merasa lebih yakin pada diri sendiri, dan mencapai tujuan mereka. Orang sering mencari informasi di berbagai tempat untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan. Hal ini menunjukkan bahwa orang bergantung pada informasi, dan ketergantungan ini berasal dari keinginan mereka sendiri.

Sementara itu, menurut Guha (dalam Puspitadewi et al., 2016), kebutuhan informasi dapat dianalisis melalui berbagai pendekatan, yaitu:

a) ***Current need approach*** (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin): Ini mendefinisikan cara seseorang berusaha untuk selalu mencari informasi terbaru dan relevan, yang menorong mereka untuk aktif terlibat dalam sistem informasi guna mendapatkan informasi yang relevan di setiap harinya.

b) ***Everyday need approach*** (Pendekatan Kebutuhan Informasi Rutin): Pendekatan ini berfokus pada kebutuhan informasi yang cepat dan terperinci, menekankan pentingnya mendapatkan jawaban yang akurat melalui pengelompokan informasi untuk memenuhi kebutuhan individu.

c) ***Exhaustive need approach*** (Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam): Pendekatan ini menunjukkan keterpautan yang signifikan dari individu pada informasi yang diperlukan, menciptakan kebutuhan bagi masyarakat untuk mendapatkan informasi yang akurat, terperinci, dan komprehensif.

d) ***Catching up need approach*** (Pendekatan Kebutuhan Informasi Sekilas): Pendekatan ini sederhana dan mencerminkan keinginan individu untuk mendapatkan informasi yang ringkas namun memberikan pemahaman yang menyeluruh tentang suatu isu. Dalam konteks ini, indiviu mencari informasi dan fakta yang singkat dan jelas sesuai dengan kebutuhan mereka.

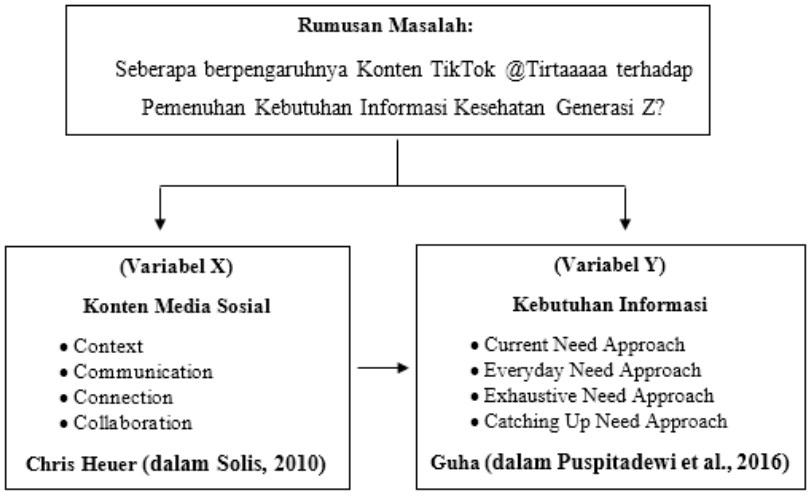
Indikator variabel Y dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kebutuhan informasi yang di ungkapkan oleh Guha.

D. Generasi Z

Dalam Gazali (Kristyowati & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, 2021) pakar Amerika mengelompokkan generasi Z dalam individu yang lahir pada rentang tahun 1996- 2010. Generasi Z adalah generasi yang dipengaruhi oleh kemajuan teknologi dan arus informasi (Hastini et al., 2020). Teori mengenai perbedaan antar generasi dikemukakan oleh William Strauss dan Neil Howe pada tahun 1991. Howe dan Strauss (dalam Putra, n.d. 2016) menjelaskan pembagian generasi berdasarkan kesamaan, waktu kelahiran, dan peristiwa historis yang serupa. Generasi Z adalah generasi global pertama yang tumbuh dalam lingkungan yang dapat dikatakan kompleks, yang membentuk sudut pandang mereka terhadap pekerjaan, pendidikan, dan dunia.

E. Kerangka dan Hipotesis

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur berapa besar pengaruh konten TikTok kesehatan @Tirtaaaaa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi generasi Z, yang dianalisis melalui variabel X (independen) dan variabel Y (dependen). Dalam studi ini, variabel X merujuk pada konten media sosial yang menggunakan konsep 4C dari Chris Heuer, Yang mencakup (1) Context, (2) Communication, (3) Connection, dan (4) Collaboration. Sementara itu, variabel Y adalah kebutuhan informasi yang mengadopsi pendekatan kebutuhan informasi dari Guha, yang terdiri dari (1) Current need approach, (2) Everyday need approach, (3) Exhaustive need approach, dan (4) Catching up need approach.



Gambar 1 Kerangka Pemikiran

Sumber: Olahan Penulis

Hipotesis dapat dipahami sebagai pernyataan yang dibuat oleh peneliti untuk meramalkan arah atau hasil yang diharapkan dari suatu studi. Hipotesis ini berfungsi sebagai panduan bagi peneliti dalam merancang penelitian dan mengumpulkan data (Creswell, 2010). hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

H_0: Tidak terdapatnya pengaruh konten Tiktok @Tirtaaaaa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan Generasi Z.
H_1: Terdapatnya Pengaruh konten Tiktok @Tirtaaaaa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan Generasi Z.

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini. Pendekatan ini merupakan cara untuk menguji sebuah teori dengan melihat bagaimana hal-hal yang berbeda berhubungan satu sama lain. Dengan metode ini, peneliti seringkali menggunakan alat untuk mengukur hal-hal yang sedang mereka teliti. Dengan cara ini, mereka mendapatkan data berupa angka-angka yang dapat diteliti dengan menggunakan statistik. Pendekatan kuantitatif ini didasarkan pada gagasan positivisme. Positivisme menekankan bahwa penyebab dari sesuatu faktor kausalitas menentukan apa yang akan terjadi (Creswell, 2010). Oleh karena itu, dengan menganalisis data yang dapat diukur secara cermat, penulis bertujuan untuk menarik kesimpulan yang dapat dipercaya dan dapat diandalkan tentang apa yang penulis teliti.

B. Variabel dan Objek

a) Variabel Operasional

Variabel operasional adalah nilai yang dimiliki oleh individu, kegiatan, atau objek yang bervariasi dan dapat diukur atau dinilai berdasarkan satu skala. ditentukan oleh penulis untuk tujuan penelitian (Creswell, 2010). Variabel ini berfungsi untuk memberikan jawaban atas masalah yang diidentifikasi dalam penelitian. Dalam studi ini, variabel operasional yang dipergunakan terdiri dari variabel independen (X), konten media sosial, dan variabel dependen (Y), yaitu kebutuhan informasi.

b) Variabel Independen

Variabel independen, yang sering disebut sebagai variabel tidak terikat atau bebas, adalah faktor yang berperan sebagai penyebab atau pengaruh dalam penelitian. Variabel ini dapat memengaruhi atau berefek terhadap variabel lain yang menjadi fokus penelitian. Dengan kata lain, variabel independen adalah elemen yang diteliti untuk melihat bagaimana perubahan atau variasinya dapat berdampak pada hasil (Creswell, 2010). Dalam penelitian ini, variabel independen (X) adalah Konten Media Sosial yang diuraikan oleh Chris Heuer (dalam Solis, 2010) dan terdiri dari empat komponen, yaitu (1) Context, (2) Communication, (3) Connection, dan (4) Collaboration.

c) Variabel Dependen

Variabel dependen, yang juga disebut sebagai variabel terikat, adalah faktor yang dipengaruhi oleh variabel-variabel independen (bebas). Dengan kata lain variabel ini merupakan hasil dari dampak yang ditimbulkan oleh variabel bebas (Creswell, 2010). Dalam penelitian ini, variabel dependen (Y) adalah Kebutuhan Informasi yang dijelaskan oleh Guha (dalam Puspitadewi et al., 2016) dan terdiri dari empat pendekatan, yaitu (1) Current need approach, (2) Everyday need approach, (3) Exhaustive need approach, dan (4) Catching up need approach.

d) Lokasi dan Objek Penelitian

Lokasi dalam penelitian ini bertempat di sosial media Yitu TikTok @Tirtaaaaa dengan 1.500.000 *followers.*

C. Teknik Analisi

a) Skala Pengukuran

Penulis menggunakan skala Likert sebagai instrumen untuk mengevaluasi sikap, pandangan, dan persepsi individu atau kelompok pada peristiwa sosial tertentu (Sedarmayanti & Hidayat, 2011). Fenomena sosial yang akan diteliti diidentifikasi terlebih dahulu oleh penulis, dan kemudian dijadikan sebagai variabel penelitian. Dengan memanfaatkan skala Likert, penulis membagi variabel pengukuran menjadi beberapa indikator variabel yang lebih spesifik.

b) Populasi dan Sampel

Populasi merupakan kumpulan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu dan menjadi fokus dalam suatu penelitian untuk kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2019). Populasi tidak terbatas hanya pada manusia, melainkan juga mencakup objek maupun unsur-unsur alam lainnya. Selain jumlah, populasi juga mencakup seluruh elemen dengan karakteristik yang relevan terhadap penelitian. Dalam studi ini, yang menjadi objek penelitian adalah akun TikTok @Tirtaaaaa, dengan jumlah pengikut (followers) pada bulan November 2024 tercatat sebanyak 1.500.000 akun.

Sampel sendiri merupakan bagian dari populasi yang diambil untuk mewakili keseluruhan karakteristik populasi tersebut. Pentingnya kualitas sampel terletak pada kemampuannya merepresentasikan populasi, sehingga hasil analisis yang diperoleh dari sampel dapat digeneralisasi secara akurat (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini, yang dijadikan sampel adalah para pengikut akun TikTok @Tirtaaaaa. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan digunakan, peneliti menerapkan rumus Slovin sebagai berikut:

$$n + \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Persentase tingkat kesalahan

Pada penelitian ini, penulis menerapkan kesalahan sebesar 5%, sehingga perhitungannya sebagai berikut:
Diketahui:

N = 1.500.000
e = 5%
n =?

$$n = \frac{1.500.000}{1 + 1.500.000\ (0{,}05)^2}$$
$$n = \frac{1.500.000}{1 + 1.500.000\ (0{,}0025)}$$
$$n = \frac{1.500.000}{1 + 1.500.000\ (0{,}0025)}$$
$$n = \frac{1.500.000}{1 + 3.750}$$
$$n = \frac{1.500.000}{3.751}$$
$$n = 399{,}89$$

Berdasarkan perhitungan yang telah dilakukan, diperoleh hasil sampel sebesar 399,89 menggunakan rumus Slovin. Oleh karena itu, peneliti memutuskan untuk membulatkannya menjadi 400 responden.

c) Analisi Deskriptif

Analisis deskriptif, yang juga dikenal sebagai statistik deskriptif, merupakan teknik yang digunakan untuk menyajikan atau menggambarkan data yang telah diperoleh secara objektif, tanpa menarik kesimpulan yang bersifat generalisasi. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai karakteristik data penelitian (Sugiyono, 2019). Dalam studi ini, peneliti menerapkan analisis deskriptif guna menjelaskan dan memahami sejauh mana pengaruh konten media sosial TikTok @Tirtaaaaa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan di kalangan Generasi Z.

d) Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana berfokus pada pemahaman bagaimana satu variabel independen dapat memengaruhi satu variabel dependen (Sugiyono, 2019). Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh nilai variabel X (Independen) terhadap variabel Y (dependen). Perhitungan analisis ini dilakukan menggunakan rumus berikut:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = Nilai variabel dependen

X = Nilai variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien

e) Koefisien Determinasi

Uji koefisiean determinasi (R^2) adalah analisis yang digunakan untuk menilai seberapa besar kontribusi variabel X, yaitu "Konten Media Sosial TikTok @Tirtaaaaa", terhadap variabel Y, yaitu "Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Generasi Z" (Siregar, 2017). Berikut adalah rumus uji koefisien determinasi:

$$KP = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

r = Nilai koefisien korelasi

KP = Koefisien determinasi

Penulis menganalisis uji koefisien determinasi mempergunakan SPSS versi 26 dengan hasil berbentuk persentase.

f) Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah proses yang digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan tujuan untuk mengevaluasi signifikansinya (Taniredja & Mustafidah, 2014). Berikut adalah hipotesis yang diajukan di dalam penelitian ini:

H_0: Tidak adanya pengaruh konten TikTok @Tirtaaaaa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan generasi Z

H_1: Terdapatnya pengaruh konten TikTok @Tirtaaaaa terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan Generasi Z

Adapun rumus Uji T seperti dibawah ini:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{r\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = tingkat signifikan

r = koefisien korelasi

n = jumlah responden

Kesimpulan diambil dengan membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} untuk menentukan signifikansinya. Berikut adalah kesimpulan yang diperoleh:

H_0 diterima apabila $t_{hitung} <$ dari t_{tabel}

H_0 ditolak apabila $t_{hitung} >$ dari t_{tabel}

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Analisis Regresi Linier Sederhana

Tujuan dari analisis ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh nilai variabel X (Independen) terhadap variabel Y (dependen). Perhitungan analisis ini dilakukan menggunakan rumus berikut:

$$Y = a + b.X$$

Keterangan:

Y = Nilai variabel dependen

X = Nilai variabel independen

a = Konstanta

b = Koefisien

Di bawah ini merupakan hasil hitung analisis regresi sederhana yang dilakukan dengan *software* SPSS Versi 26.

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.901	.590		1.526	.128
	Konten Media Sosial	1.064	.017	.953	62.664	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar 2 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari batas signifikansi 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel X sangat mempengaruhi variabel Y. Selain itu, koefisien konstanta adalah 0,901, dan koefisien untuk variabel X adalah 1,064. Nilai-nilai ini memungkinkan kita untuk membuat persamaan regresi linier sederhana seperti ini:

$$Y = 0{,}901 + 1{,}064X$$

Karena nilainya 0,901, kita dapat mengatakan bahwa angka ini adalah sebuah konstanta. Angka ini memberi tahu kita titik awal untuk variabel kebutuhan informasi (Y). Variabel konten media sosial (X) memiliki koefisien sebesar 1,064. Hal ini berarti jika konten media sosial naik satu unit, maka kebutuhan informasi akan naik sebesar 1,064. Nilai beta sebesar 0,953 menunjukkan seberapa besar pengaruh konten media sosial terhadap kebutuhan informasi. Hasil ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang positif. Dengan kata lain, semakin banyak konten media sosial berarti orang merasa memiliki kebutuhan informasi yang lebih besar.

B. Analisis Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui sejauh mana variabel media sosial memengaruhi kebutuhan informasi, analisis koefisien determinasi digunakan untuk menghitung kontribusi variabel X terhadap variabel Y. Berikut ini adalah hasil analisis koefisien determinasi yang dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak SPSS Versi 26.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.953[a]	.908	.908	2.691

a. Predictors: (Constant), Konten Media Sosial

Gambar 3 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

(Sumber: Olahan Penulis)

Nilai koefisien determinasi yang dihasilkan yaitu 0,908 yang mendekati angka 1, maka model regresi memiliki kemampuan yang baik dalam menjelaskan variasi dari variabel dependen. Setelah itu peneliti melkukan perhitungan sebagai berikut:

$$KD = R^2 \; x \; 100\%$$

Keterangan:

KD = Nilai koefisien determinasi
$r2$ = Nilai koefisien korelasi

$$KD = (0{,}908)^2 \; x \; 100\%$$
$$KD = 0.824 \; x \; 100\%$$

KD=82,4%

Berdasarkan gambar 3 beserta perhitungan yang dilakukan oleh peneliti diatas, maka dapat digambarkan bahwa penggunaan media sosial memiliki nilai kontribusi sebesar 82.4% terhadap kebutuhan informasi kesehatan Generasi Z. Sedangkan sisanya sebesar 17.6% merupakan kontribusi pengaruh dari variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti dalam penelitian ini.

C. Uji Hipotesis (Uji T)

Uji hipotesis adalah proses yang digunakan untuk menentukan apakah suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak, dengan tujuan untuk mengevaluasi signifikansinya (Taniredja & Mustafidah, 2014).

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	.901	.590		1.526	.128
	Konten Media Sosial	1.064	.017	.953	62.664	.000

a. Dependent Variable: Kebutuhan Informasi

Gambar 4 Hasil Uji T

(Sumber: Olahan Penulis, 2025)

Mellui hasil analisis uji t yang disajikan melalui tabel 4.15, dapat diketahui bahwa variabel konten media sosial memiliki nilai t_{hitung} sebesar 62,664. Dalam membandingkan nilai t_{hitung} dengan $t_{tabel,}$ maka perlu mencari nilai t_{tabel} dengan menghitung derajat kebebasan melalui rumus dibawah ini

$$Df = n - k$$

$$Df = 400 - 2$$

$$Df = 398$$

Keterangan:
Df = Derajat Kebebasan (dengan taraf signifikansi 5% atau 0,05)
n = Jumlah Sampel
k = Jumlah variabel dependen dan independen

Perhitungan menunjukkan bahwa derajat kebebasan (df) adalah 398, yang berarti nilai t tabel adalah 1,965. Karena nilai t-hitung lebih tinggi dari nilai t-tabel, maka uji-t menunjukkan perbedaan yang nyata. Selain itu, nilai signifikansi adalah 0,000, yang lebih kecil dari batas yang ditetapkan yaitu 0,05. Hasil ini mengarah pada kesimpulan bahwa hipotesis alternatif (H1) diterima, dan hipotesis nol (H0) ditolak. Hal ini membuktikan bahwa konten media sosial berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi.

D. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, diketahui bahwa peningkatan nilai konten media sosial sebesar 1% berkontribusi pada peningkatan kebutuhan informasi sebesar 1,064. Temuan ini mengindikasikan adanya hubungan positif antara peningkatan kualitas konten TikTok @Tirtaaaaa dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Nilai koefisien Beta yang diperoleh adalah 0,953, menandakan bahwa konten yang ditayangkan oleh akun tersebut memiliki pengaruh yang kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan Generasi Z. Artinya, semakin baik dan relevan konten yang diunggah, maka tingkat kepuasan terhadap informasi yang dibutuhkan oleh Generasi Z juga meningkat.

Dari hasil analisis koefisien korelasi, diperoleh nilai 0,953 yang termasuk dalam kategori hubungan sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dan kesesuaian konten TikTok @Tirtaaaaa secara nyata memengaruhi sejauh mana kebutuhan informasi kesehatan pada Generasi Z dapat terpenuhi. Generasi Z

merasa bahwa konten yang ditawarkan sesuai dengan apa yang mereka butuhkan, terutama informasi seputar tren kesehatan terkini dan berita kesehatan terbaru yang membuat mereka lebih tertarik mengikuti akun tersebut.

Selanjutnya, dari analisis koefisien determinasi diperoleh nilai 82,4%, yang berarti bahwa konten media sosial menyumbang sebesar 82,4% terhadap pemenuhan kebutuhan informasi Generasi Z. Sisanya, yakni 17,6%, dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Peneliti memperkirakan bahwa sisanya berasal dari berbagai sumber informasi digital lainnya yang juga diakses oleh Generasi Z.

Melalui uji hipotesis parsial (uji t), ditemukan bahwa nilai thitung sebesar 63,664 lebih besar dari ttabel sebesar 1,965. Dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, maka hipotesis alternatif (H1) diterima dan hipotesis nol (H0) ditolak. Ini memperkuat kesimpulan bahwa konten TikTok @Tirtaaaaa memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kebutuhan informasi kesehatan. Generasi Z memilih akun tersebut karena memenuhi beberapa aspek utama, yaitu konteks (context), komunikasi (communication), koneksi (connection), dan kolaborasi (collaboration), yang berkaitan dengan pendekatan kebutuhan informasi seperti kebutuhan saat ini (current need), kebutuhan sehari-hari (everyday need), kebutuhan menyeluruh (exhaustive need), serta kebutuhan untuk mengikuti perkembangan informasi (catching-up need).

Dalam konteks penelitian ini, dua sub-variabel konten media sosial yang paling berpengaruh adalah context dan communication. Konten TikTok @Tirtaaaaa ditampilkan dalam format video pendek yang dilengkapi dengan penjelasan yang mudah dimengerti. Selain konten visual dan audio, Generasi Z juga tertarik pada konten yang bersifat interaktif, tampilannya sederhana, serta mudah dipahami. Hal ini sesuai dengan karakteristik Generasi Z yang cenderung aktif, ingin selalu terhubung dengan tren baru, dan cepat tanggap terhadap perkembangan di media sosial. Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa akun @Tirtaaaaa dipilih karena kemampuannya menyampaikan pesan kesehatan secara efektif melalui konten yang ringkas, menarik, dan mudah dicerna oleh audiens muda.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Kesimpulan penelitian ini berasal dari hasil dan dampak dari analisis terhadap akun TikTok @Tirtaaaaa. Analisis ini melihat seberapa baik akun tersebut memenuhi kebutuhan informasi kesehatan Generasi Z, seperti yang telah dijelaskan sebelumnya. Jadi, penelitian ini menyimpulkan bahwa konten di TikTok @Tirtaaaaa sangat mempengaruhi informasi kesehatan yang dibutuhkan oleh Generasi Z. Terdapat hubungan yang kuat antara konten TikTok dan pemenuhan kebutuhan ini, yang berarti H1 didukung dan H0 tidak. Selain itu, temuan ini juga menunjukkan bahwa konten TikTok @Tirtaaaaa sangat membantu dalam memberikan informasi kesehatan yang dibutuhkan oleh Generasi Z, tetapi ada hal-hal lain yang juga berperan. Studi ini menunjukkan bahwa Generasi Z menyukai konten yang tidak hanya bersifat audio visual, tetapi juga interaktif, sederhana, dan mudah dipahami. Hal ini sesuai dengan karakter Generasi Z yang biasanya ingin selalu mengikuti perkembangan dan bereaksi terhadap tren di media sosial. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa Generasi Z cenderung memilih akun @Tirtaaaaa karena konten videonya yang singkat, interaktif, sederhana, dan mudah dimengerti. Dengan cara ini, pesan dapat tersampaikan dengan baik dan memenuhi kebutuhan mereka akan informasi kesehatan.

B. Saran

a) Saran Teoritis

Disarankan agar penelitian selanjutnya dapat meneliti objek penelitian yang berbeda untuk memproleh hasil yang mendalam, melakukan penelitian selanjutnya dengan mengeksplorasi variabel yang tidak tercakup dalam penelitian ini dan Penelitian selanjutnya dapat mengenakan teori yang berbeda dengan penelitian ini untuk memperoleh hasil yang lebih bervariatif.

b) Saran Praktis

TikTok @Tirtaaaaa disarankan untuk lebih banyak menyajikan konten yang lebih relevan dengan kriteria Generasi Z untuk meningkatkan keteribatan *followers* dala membagikan dan melakukan

repost konten, TikTok @Tirtaaaaa disarankan untuk menganalisis strategi promosi akun untuk meningkatkan jumlah *followers*, dan TikTok @Tirtaaaaa disarankan untuk meningkatkan intensitas dalam membuat konten kesehatan yang dalam bentuk video yang singkat, interaktif, sederhana dan mudah dipahami sehingga meghasilkan ketergantungan antara *followers* terhadap TikTok @Tirtaaaaa.

REFERENSI

Azrumi El Ghazali, & Sarah Samaria. (2024). Pengaruh Konten Instagram Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Gen Z. *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial Dan Humaniora*, *2*(2), 333–346. https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i2.1159

Creswell, J. w. (2010). *RESEARCH DESIGN: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed* (S. Z. Qudsy (ed.); edisi keti). PUSTAKA PELAJAR.

Hanriyani. (2024). *JURNAL INOVASI KESEHATAN Vol. 6, No.2 April 2024 https://journalpedia.com/1/index.php/jik*. *6*(2), 10–16.

Hastini, L. Y., Fahmi, R., & Lukito, H. (2020). *Apakah Pembelajaran Menggunakan Teknologi dapat Meningkatkan Literasi Manusia pada Generasi Z di Indonesia? 10*. https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jamika.v10i1.2678

Kristyowati, Y., & Sekolah Tinggi Theologi Indonesia Manado, Mt. (2021). *Generasi "Z" Dan Strategi Melayaninya*. *02*(1), 23–34. https://doi.org/10.31219/osf.io/w3d7s

Puspitadewi, I., Erwina, W., & Kurniasih, N. (2016). Pemanfaatan "Twitter Tmcpoldametro" Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Para Pengguna Jalan Raya. *Jurnal Kajian Informasi Dan Perpustakaan*, *4*(1), 21. https://doi.org/10.24198/jkip.v4i1.11625

Putra, Y. S. (2016). *Teori Perbedan Generasi*. *1952*, 123–134.

Santika, E. F. (2023). *Hoaks Soal Kesehatan Paling Banyak Ditemukan hingga Juni 2023*. Databoks. https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/07/21/hoaks-soal-kesehatan-paling-banyak-ditemukan-hingga-juni-2023

Sedarmayanti, & Hidayat, S. (2011). *Metodologi Penelitian* (T. M. Maju (ed.)). Mandar Maju.

Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS* (4th ed.). Kencana.

Solihin, O., & Abdullah, A. Z. (2023). *KOMUNIKASI KESEHATAN ERA DIGITAL Teori dan Praktik*. PRENADAMEDIA GROUP [DIVISI KENCANA].

Solis, B. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Business to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Willey & Sons.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Alfabeta.

Taniredja, T., & Mustafidah, H. (2014). *Penelitian Kuantitatif: Sebuah Pengantar* (3rd ed.). Alfabeta.