

ABSTARK

Abdullah Fachri Habiburrahman : Pengaruh Penyajian Berita Pada Media Sosial Akun Tiktok @ayobandung.com Terhadap Minat Memperoleh Informasi (Survei pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwa dan Komunikasi Angkatan 2024 UIN Sunan Gunung Djati Bandung)

Perkembangan media sosial telah mengubah cara masyarakat memperoleh informasi, termasuk melalui platform TikTok yang kini dimanfaatkan sebagai media penyebaran berita. Salah satu akun media yang aktif menyajikan berita di TikTok adalah @ayobandung.com. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penyajian berita pada media sosial akun TikTok @ayobandung.com terhadap minat memperoleh informasi pada mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2024. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratifications dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2024, dengan sampel sebanyak 77 responden yang ditentukan menggunakan teknik proportionate stratified random sampling. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner, sedangkan analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, regresi linear sederhana, koefisien determinasi, dan uji parsial (uji t).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyajian berita pada akun TikTok @ayobandung.com memperoleh penilaian sangat baik dari responden berdasarkan indikator immediacy, multimedia, archiving, dan relationship. Sementara itu, minat memperoleh informasi mahasiswa yang diukur melalui aspek kognitif dan afektif berada pada kategori tinggi. Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan $Y = 0,572 + 1,613X$, yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kedua variabel. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,980 menunjukkan bahwa penyajian berita mampu menjelaskan 98,0% variasi minat memperoleh informasi, sedangkan 2,0% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hasil uji parsial

menunjukkan nilai t hitung sebesar 60,893 dengan nilai signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga hipotesis penelitian diterima.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa penyajian berita pada media sosial akun TikTok @ayobandung.com berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat memperoleh informasi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung angkatan 2024. Semakin baik penyajian berita yang disampaikan melalui TikTok, semakin tinggi pula minat mahasiswa dalam memperoleh informasi.

Kata Kunci : Penyajian Berita, TikTok, @ayobandung.com, Minat Memperoleh Informasi, Uses and Gratifications



ABSTRAK

Abdullah Fachri Habiburrahman : *The Influence of News Presentation on the TikTok Social Media Account @ayobandung.com on Information-Seeking Interest (A Survey of Communication Science Students, Faculty of Da'wah and Communication, Class of 2024, Sunan Gunung Djati State Islamic University Bandung)*

The rapid development of social media has transformed the way people access information, including through TikTok, which is now widely used as a news dissemination platform. One of the news media accounts actively delivering news content on TikTok is @ayobandung.com. This study aims to examine the influence of news presentation on the TikTok account @ayobandung.com on the information-seeking interest of students in the Department of Communication Science, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Gunung Djati State Islamic University Bandung, Class of 2024. This study employed the Uses and Gratifications theory using a quantitative approach with a survey method. The population consisted of students from the Department of Communication Science, Class of 2024, while the sample comprised 77 respondents selected using the proportionate stratified random sampling technique. Data were collected through questionnaires and analyzed using validity and reliability tests, descriptive statistical analysis, classical assumption tests, simple linear regression analysis, coefficient of determination, and partial significance (t-test).

The findings indicate that the news presentation on the TikTok account @ayobandung.com was perceived as very good by the respondents based on the dimensions of immediacy, multimedia, archiving, and relationship. Meanwhile, students' interest in obtaining information, measured through cognitive and affective aspects, was categorized as high. The simple linear regression analysis produced the equation $Y = 0.572 + 1.613X$, indicating a positive relationship between the two variables. The coefficient of determination (R^2) was 0.980, meaning that news presentation explained 98.0% of the variance in students' information-seeking interest, while the remaining 2.0% was influenced by other

factors outside the scope of this study. Furthermore, the partial significance test revealed a t-value of 60.893 with a significance value of 0.000 (< 0.05), indicating that the proposed hypothesis was accepted.

Based on these findings, it can be concluded that the news presentation on the TikTok account @ayobandung.com has a positive and significant influence on the information-seeking interest of students in the Department of Communication Science, Faculty of Da'wah and Communication, Sunan Gunung Djati State Islamic University Bandung, Class of 2024. The better the quality of news presentation on TikTok, the higher the students' interest in obtaining information.

Keyword : News Presentation, Tiktok, @ayobandung.com, Information-Seeking Interest, Uses and Gratifications.

