

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang pesat membuat media massa atau pers ikut beradaptasi. Salah satu bentuk adaptasi tersebut adalah kehadiran media massa di *Internet* atau yang biasa disebut sebagai *digital journalism* atau jurnalisme digital. Media massa digital berpengaruh dan berdampak besar terhadap kehidupan masyarakat luas. Masyarakat pun membutuhkan media massa yang sejalan dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi. Gagasan tentang media sesuai dengan dinamika peradaban manusia yang kini telah mencapai era kemajuan informasi. (Aoyama & Castells, 2002:141).

Lima bentuk media massa disebut sebagai *The Big Five Media* mencakup surat kabar, majalah, radio, televisi, dan film. Kini, *The Big Five Media* telah digantikan oleh *The Big Six Media* dengan keberadaan media *online*. Minat mahasiswa dalam menggunakan media *online* sangat tinggi walaupun tidak tertutup kemungkinan bahwa media televisi masih banyak digunakan sebagai sumber berita dan informasi. Perkembangan zaman membuat mahasiswa dapat memilih untuk mengonsumsi berita melalui berbagai media yang ada mulai dari media elektronik hingga media *online*.

Minat mahasiswa terhadap media massa digital disebabkan oleh kehadiran *Internet* yang memudahkan mahasiswa dalam mendapatkan berbagai berita dan informasi. Di tengah perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, *internet* memiliki beberapa manfaat. Media massa digital tidak hanya menampilkan foto dan video namun dilengkapi dengan kolom komentar yang interaktif.

Keberadaan media sosial menunjukkan bagaimana teknologi informasi dan komunikasi telah merasuk ke segala aspek kehidupan manusia. (Flew, 2008). Tik Tok adalah media sosial baru asal Tiongkok yang diluncurkan pada 2016 dan saat ini menjadi platform terpopuler. Indikasi popularitas media sosial Tiktok adalah menjadi platform media sosial yang paling banyak diunduh secara global pada tahun 2021. Tik Tok berada di peringkat pertama dengan 656 juta unduhan, di peringkat kedua adalah Instagram dengan 545 juta unduhan dan Whatsapp dengan 329 juta unduhan (Monavia Ayu, 2022).

Selain itu, kepopuleran Tik Tok dibuktikan dengan banyaknya video dan fitur Tik Tok di media sosial terdahulu seperti Facebook, Youtube, dan Instagram. Tik Tok memiliki fitur yang simple namun menarik sehingga menjadi referensi media lain. Pengguna Tik Tok datang dari berbagai kalangan karena Tik Tok menyajikan berbagai konten video menarik mulai dari berita, informasi, hiburan, pendidikan, dan masih banyak lagi. Penggunaan media sosial Tik Tok tidak terlepas dari angka pengguna *Internet*. Berdasarkan sampel yang diambil pada tahun 2007, analisis Reuters Institute menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia memanfaatkan media *online* untuk mendapatkan berita.

Seiring berkembang zaman, media televisi mulai masuk ke dalam media digital karena media digital memiliki peluang untuk mendominasi. Ketika sebuah perusahaan media tidak mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, maka dikhawatirkan media tersebut akan mengalami ketertinggalan. Stasiun TV Nasional yang telah mempunyai akun Tik Tok diantaranya adalah Trans TV @officialtranstv (5,9 juta pengikut), SCTV @sctv_ (4,4 juta pengikut), Metro TV @metro_tv (3 juta pengikut), Indosiar @indosiarid (2,1 juta pengikut), Kompas TV @kompastvnews (1,9 juta pengikut),

MNC TV @officialmncv (1,2 juta pengikut), TVRI Nasional @tvrinasional (1,1 juta pengikut), RCTI @rctiofficial (1,1 juta pengikut), Trans TV @transtvnasional (944 pengikut), TV One @tvonenews (689 ribu pengikut), dan Global TV @globaltvseru (142,8 ribu pengikut).

Peneliti tertarik untuk membahas pengaruh penyebaran berita di media sosial Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi. Keterkaitan antara pembahasan penulis dengan kajian keilmuan jurusan Jurnalistik adalah media massa di media sosial maupun di televisi memiliki fungsi dan tujuan untuk menyebarkan berbagai berita yang dilakukan oleh para Jurnalis.

Alasan akademik tentang urgensi dan signifikansi pemilihan topik ini adalah untuk penelitian, kami sebagai calon Jurnalis harus mengetahui berbagai perkembangan media di tengah kemajuan teknologi komunikasi dan informasi. Kegiatan jurnalistik antara lain menggunakan berbagai media untuk mendistribusikan berita dan salah satu media yang sedang berkembang saat ini adalah platform media sosial Tik Tok. Dalam hal ini, penulis tertarik untuk menganalisis bagaimana penyebaran berita melalui media baru khususnya bagaimana *internet* mempengaruhi minat siswa dalam menonton tayangan berita televisi untuk memperoleh berita tersebut. Terkait dengan fenomena tersebut, penulis tertarik untuk melakukan kajian dengan judul “Pengaruh Penyebaran Berita di Media Sosial Tik Tok terhadap Minat Mahasiswa dalam menonton Tayangan Berita Televisi (Studi Deskriptif Kuantitatif terhadap Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2019 UIN Djati Bandung)”

B. Rumusan Masalah

Untuk rumusan masalahnya sendiri ini akan berfokus pada “Pengaruh penyebaran berita di media sosial Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi”

1. Bagaimana eksistensi media sosial Tik Tok pada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung?
2. Bagaimana minat mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung dalam menonton tayangan berita televisi?
3. Apa pengaruh penyebaran berita di media sosial Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi?

C. Tujuan Penelitian

1. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui eksistensi media sosial Tik Tok pada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung
2. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui minat mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 UIN Bandung dalam menonton tayangan berita televisi.
3. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penyebaran berita di media sosial Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi.

D. Kegunaan Penelitian

- a. Secara akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperluas bahan referensi, bahan penelitian, untuk Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung, khususnya untuk prodi ilmu komunikasi jurnalistik. Serta nantinya dapat

memberikan kontribusi kepastakaan pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

b. Secara praktis

Penelitian ini nantinya akan bisa digunakan sebagai acuan kedepannya untuk menjelaskan bagaimana media di era digital dan sebagai mahasiswi dari jurnalistik juga dengan adanya penelitian ini berharap akan dapat memberikan kesadaran bagi banyak orang untuk sama- sama mempertahankan media cetak ini di masa depan.

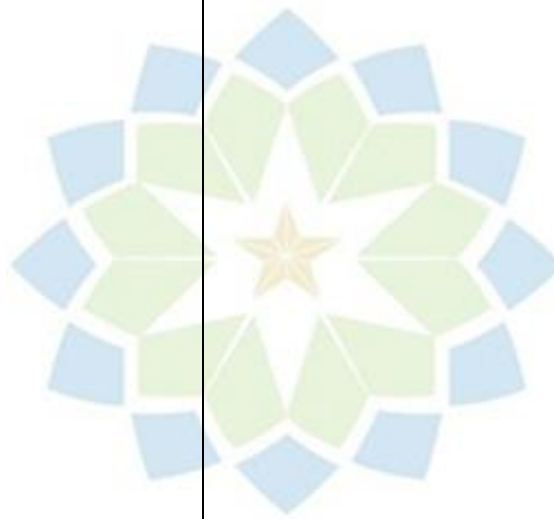


E. Hasil Penelitian Yang Relevan

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Estu Shinta Supriharti, Efektivitas Surat Kabar Tribun Medan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Kalangan Mahasiswa FISIP USU". Ditulis oleh Estu Shinta Supriharti mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (2017)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Hasil penelitian ini menunjukkan jika semakin baik efektivitas surat kabar maka semakin baik pula kebutuhan informasi kepada mahasiswa jurusan ilmu komunikasi. Jadi dapat dikatakan bahwa surat kabar ini efektif untuk memenuhi kebutuhan informasi di kalangan mahasiswa USU.	Persamaan yang dimiliki antara penelitian terdahulu dan penelitian ini sama- sama membahas tentang efektivitas dari surat kabar, dan juga sama menggunakan teori <i>Uses and Gratification</i> dalam penelitiannya, dan dalam metode penelitian sama menggunakan kuantitatif yang mengambil data menggunakan metode kuantitatif.	Perbedaannya hanya berbeda dari nama media saja, jika peneliti terdahulu meneliti di Tribun Medan, jika penelitian yang sekarang mengambil surat kabar Pikiran Rakyat. Adanya penelitian yang sebelumnya dapat memberikan gambaran bagaimana penelitian akan bisa berlangsung dengan baik, dan penelitian terdahulu ini sangat relevan dengan penelitian ini, karena memang ingin mengetahui efektivitas surat kabar.

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2.	Lukata Yovanda, Pengaruh Penyebaran Berita Di Media <i>Online</i> Terhadap Menurunnya Minat Baca Koran (Studi Kasus Mahasiswa Jurnalistik Angkatan 2015 UIN Raden Fatah Palembang) (2018)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif.	Hasil yang didapat dalam penelitian ini mengungkapkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara penyebaran berita di media <i>online</i> terhadap menurunnya minat baca koran pada mahasiswa. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa pada mahasiswa, mereka memilih media online karena kemudahan dan kecepatan dalam mencari berita telah mereka dapatkan dan adanya penurunan minat baca koran pada mahasiswa.	Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni penggunaan tema yang sama yakni pengaruh penyebaran media digital dan terhadap menurunnya minat mahasiswa dalam menggunakan media konvensional, Lalu metode penelitian yang sama yakni kuantitatif.	Namun objek penelitian yang berbeda, penelitian penulis mengenai media digital yakni Tik Tok.
3.	Nurrahmah, Konvergensi Dari Media Konvensional Ke Digital (Studi Pada Harian Ujungpandang Ekspres) (2017)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dengan metode pendekatan komunikasi massa.	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa media digital berupa e-paper menjadi jawaban atas tantangan dan perkembangan teknologi bagi surat kabar cetak agar tetap eksis di tengah maraknya penggunaan smartphone, komputer, tablet, Iphone. E-paper bisa menjangkau pembaca yang lebih luas, selama jangkauan <i>internet</i> masih bisa diakses.	Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni penggunaan tema yang sama yakni pengaruh penyebaran media digital dan terhadap minat dalam menggunakan media konvensional di tengah perkembangan Teknologi informasi dan komunikasi.	Namun metode penelitian yang berbeda, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif. Begitu pula objek penelitian yang berbeda, penelitian penulis mengenai media digital yakni Tik Tok.

No	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
4.	Vionita Anjani, Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tik Tok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016) (2019)	Penelitian ini menggunakan metode studi deskriptif kuantitatif dengan pendekatan kuantitatif.	<p>Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi mahasiswa/i jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU stambuk 2015 dan 2016 adalah pengalaman, perhatian, dan pengetahuan. Mereka yang merupakan pengguna dari aplikasi Tik Tok tidak akan setuju dengan pemblokiran aplikasi Tik Tok. Mereka akan menjawab pernyataan sesuai dengan pengalaman mereka dalam menggunakan aplikasi Tik Tok. Perhatian juga terlihat dari responden penelitian. Beberapa responden penelitian menjawab pernyataan yang ada sesuai dengan apa yang mereka perhatikan. Beberapa hanya memperhatikan bagian terburuk dari aplikasi Tik Tok, beberapa lagi memperhatikan sisi baik dan sisi buruk dari aplikasi Tik Tok.</p>	Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama meneliti Media Digital yakni Tik Tok. Metode studi yang digunakan pun sama yakni deskriptif kuantitatif.	Namun, yang membedakan yakni dalam penelitian terdahulu melihat persepsi mahasiswa mengenai TikTok, berbeda dengan penelitian penulis yang meneliti media digital dan media konvensional



No.	Nama dan Judul Penelitian	Teori dan Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Velantin Valiant, Pengelolaan Konten Tiktok sebagai Media Informasi (Studi Deskriptif kualitatif mengenai pengelolaan konten tiktok pada akun @iben_ma) (2021)	Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan kualitatif.	Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa memanfaatkan sosial media dengan cara pengelolaan konten menggunakan beberapa unsur- unsur komunikasi seperti sumber, pesan, media, penerimaan, efek, dan umpan balik sangat penting dibutuhkan pada pengelolaan konten Tik Tok sebagai media informasi karena unsur komunikasi sangat bermanfaat pada saat penyampaian isi konten agar terciptanya komunikasi yang efektif. Proses tersebut	Persamaan dan perbedaan dengan penelitian terdahulu yakni sama-sama meneliti mengenai media digital yakni Tik Tok sebagai media informasi.	Namun metode penelitian yang berbeda, penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif sedangkan penelitian penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif.

			diantaranya adalah planning, organizing, pengarahan dan pengawasan. Serta secara rutin dilakukan pula evaluasi dan analisa untuk menjaga konten agar tetap berkualitas dan konsisten , feedback dari audiens dapat menjadi indikasi dan tolak ukur melihat keberhasilan konten yang dibuat.		
--	--	--	---	--	--



F. Kerangka Pemikiran

Teori yang mendukung penelitian ini teori *uses and gratifications* atau teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan. Teori *uses and gratifications* adalah salah satu teori komunikasi yang titik-berat penelitiannya dilakukan pada pemirsa sebagai penentu pesan serta media. Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch sebagai para pencetus teori ini berpendapat bahwa cakupan pendekatan *uses and gratifications* meliputi:

- a. Asal usul kebutuhan.
- b. Pengharapan yang timbul akibat kebutuhan sosial serta psikologis.
- c. Media massa atau sumber media lain yang digunakan.
- d. Perbedaan pola terpaan media yg diakibat keterlibatan dalam aktivitas lain.
- e. Timbulnya akibat-akibat yang mungkin tak direncanakan.

Menurut Rakhmat (2011), pendekatan *uses and gratifications* memiliki lima asumsi dasar:

- a. Khalayak dianggap aktif serta pengguna media massa diasumsikan memiliki tujuan.
- b. Komunikasi massa mengedepankan inisiatif yang berkaitan dengan pemuasan kebutuhan serta pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
- c. Media massa berkompetensi dengan sumber media lainnya untuk memuaskan kebutuhan.
- d. Tujuan dari penggunaan media massa dapat disimpulkan dari data yang disediakan oleh anggota khalayak.

- e. Penelitian mengenai arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti terlebih dahulu kepada orientasi khalayak.

Berdasarkan teori tersebut, peneliti menggunakan teori *uses and gratifications* sebagai acuan dalam penelitian ini. Teori *uses and gratifications* dianggap relevan dengan penelitian yang akan dilakukan, penelitian ini melihat bagaimana pengaruh penyebaran berita di media sosial Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi. Mahasiswa sebagai pengguna media dapat menentukan pilihan akan media yang digunakan dalam pemenuhan kebutuhan berita. Apakah minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi dipengaruhi penyebaran berita di media sosial Tik Tok sehingga kebutuhan akan informasinya bisa terpenuhi, ketika kebutuhan informasi tersebut terpenuhi apakah respon mahasiswa tersebut bisa terpuaskan, sesuai dengan poin-poin yang ada pada teori *uses and gratifications* adalah penggunaan dan pemenuhan. Media sosial adalah platform media yang berfokus pada eksistensi pengguna dengan memfasilitasi mereka dalam beraktifitas di *Internet* (Nasrullah, 2015).

Aktifitas yang terjadi di media sosial memberikan peluang pada penggunaannya untuk menggunakan media ini secara leluasa serta memungkinkan terjadinya hubungan komunikasi dua arah dalam bentuk pertukaran serta kolaborasi dengan bentuk tampilan yang berupa tulisan, gambar, dan audio video. Tik Tok adalah media sosial asal Tiongkok dan menjadi platform terpopuler saat ini. Berdiri sejak tahun 2016, Tik Tok adalah media sosial baru yang banyak diminati masyarakat. Salah satu bukti kepopuleran Tik Tok adalah Tik Tok menjadi media sosial yang paling banyak diunduh secara global tahun 2021.

Mengutip laman blog resmi Apptopia, Tik Tok berada di peringkat pertama dengan 656 juta unduhan, di peringkat kedua adalah Instagram dengan 545 juta unduhan dan whatsapp dengan 329 juta unduhan (Monavia Ayu, 2022).

Media elektronik didefinisikan sebagai media yang menggunakan energi elektromekanik. Televisi dan Radio termasuk kedalam media elektronik. Televisi adalah media massa yang mempunyai berbagai manfaat. Manfaat televisi diantaranya adalah menjadi sumber informasi dan ilmu pengetahuan bagi masyarakat baik nasional maupun internasional. Televisi bukan hanya menjadi media berita namun televisi mempunyai beragam program siaran yang dikemas untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Televisi menciptakan berbagai program atau acara yang bisa dinikmati oleh penontonnya. Setiap program atau acara yang diciptakan oleh produser mempunyai jenis program yang berbeda mulai dari berita, pendidikan, hingga hiburan.

Media baru adalah media yang terbentuk dari interkasi antara manusia dengan komputer atau *Internet*. Seperti contoh adalah web, blog, sosial media, e-paper, dan lain-lain. Istilah media baru atau new media muncul pada akhir abad 20-an yang digunakan untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan *Internet* dengan media-media konvensional. New media memiliki dampak positif maupun negatif bagi kehidupan sosial masyarakat. Media baru menjelaskan media digital serta *Internet* sebagai efek perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (Arshano sahar, 2014).

G. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian sudah dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono, 2013). Terdapat dua bentuk yang digunakan dalam suatu penelitian:

Didalam penelitian ini terdapat dua macam variable yang akan dibahas yaitu pengaruh penyebaran berita di media sosial Tik Tok sebagai Variable Independen (Variable X) dan minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi sebagai Variable Dependen (Variabel Y). Untuk mendapatkan hipotesis itu terdapat dua bentuk hipotesis yang digunakan dalam suatu penelitian:

- a. Hipotesis Kerja (Ha): Hipotesis Alternatif/Kerja
- b. Hipotesis Nol (Ho): Hipotesis nol/statistic

Maka dapat dihasilkan hipotesis sebagai berikut :

- a. Ha: Tidak ada pengaruh antara penyebaran berita di media sosial Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi
- b. H0: Terdapat pengaruh antara penyebaran berita di Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi

H. Langkah-langkah penelitian

H.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dalam skripsi ini adalah di Jurusan Jurnalistik Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Objek penelitian adalah mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019. Alasan memilih lokasi ini karena dalam pengamatan peneliti, mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 yang berada di lokasi tersebut telah menggunakan media sosial Tik Tok maupun televisi sebagai sarana mencari informasi atau berita.

H.2. Paradigma dan Pendekatan Penelitian

Paradigma yang digunakan oleh peneliti adalah paradigma positivisme yang sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan, dengan asumsi dasar paradigma adalah suatu kebenaran realitas yang diperoleh dengan menggunakan metode ilmiah yang merupakan hasil observasi dan melalui pengukuran pada suatu fenomena. Dengan menggunakan paradigma positivisme, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif adalah sebuah penelitian yang penelitiannya membutuhkan variabel-variabel yang akan mendukung dan membangun teori. Variabel-variabel tersebut diukur melalui sebuah observasi dan diimplementasikan dalam bentuk angka. Dalam penelitian kuantitatif pula, variabel-variabel saling dihubungkan untuk menjawab rumusan masalah serta membuat prediksi atau hipotesis dengan hasil yang diharapkan dari penelitian yang dilakukan.

H.3. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode deskriptif kuantitatif melalui rancangan penelitian survey. Pengumpulan data dilakukan dengan menerapkan survey berbasis website atau *Internet* dan pengolahan data dapat dilakukan secara daring. Dalam rancangan ini, kegiatan mendeskripsikan angka diperoleh melalui opini, kecenderungan, maupun perilaku dari sampel suatu populasi. Lalu, teknik pengumpulan data dilakukan dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Jurnalistik 2019 sebagai responden penelitian.

H.4. Jenis Data dan Sumber Data

- a. Jenis Data, Data diperoleh dari hasil penelitian dengan teknik penyebaran kuesioner terhadap mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Bandung terkait penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh penyebaran berita di media sosial Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi.
- b. Sumber Data, Sumber Data Primer, data diperoleh dari hasil penelitian melalui kuesioner kepada Mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung. Sumber Data Sekunder, data pendukung penelitian yang akan dilakukan bersumber dari media massa di media sosial Tik Tok serta televisi, lalu berbagai studi literatur mulai dari buku, skripsi, jurnal, artikel ilmiah, dan berbagai sumber yang mendukung proses penelitian.

H.5. Populasi dan Sampel

- a. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek atau subjek yang berada pada satu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian. Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung yang berjumlah 170 mahasiswa.

- b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik dari suatu populasi dengan sampel yang representatif dan memberikan kesimpulan pada hasil dari populasi yang diteliti. Teknik mengambil sampel dilakukan melalui teknik sampling.

Teknik sampling yang digunakan adalah sampling purposive, penentuan sampel dilakukan berdasarkan pada bidang yang akan diteliti yang memiliki keterkaitan. Dalam penelitian ini, sampling dilakukan hanya kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 yang telah menggunakan media sosial Tik Tok dan media elektronik televise sebagai media berita. Perhitungan sederhana dari penentuan sampel berdasarkan rumus Slovin: Keterangan:

n: Ukuran Sampel

N: Ukuran Populasi

e: Kesalahan pengambilan sampel yang tidak melewati batas ketelitian yang diinginkan.

Diperoleh sampel sebesar 63 sampel dari jumlah total Mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

H.6. Teknik Pengumpulan Data

- a. Kuisisioner dilakukan dengan cara membuat sebuah pertanyaan yang bisa disebarakan secara *online* ataupun secara langsung kepada narasumber yang berkaitan dengan penelitian ini. Sebagai Instrumen penelitian, kegiatan kuisisioner dilakukan dengan menyebarkan berbagai pertanyaan dan pernyataan tertulis kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019 Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung.

- b. Observasi dilakukan melalui objek penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan pada saat penelitian. Observasi dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung khususnya kepada mahasiswa Jurnalistik angkatan 2019.
- c. Studi pustaka dilakukan sesuai pada teori dan permasalahan yang diteliti sehingga memberikan informasi penunjang baik dari buku, jurnal, artikel, skripsi terdahulu, dan informasi lain dari penelitian yang dapat dijadikan bahan referensi.

H.7. Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas di dalam penelitian kuantitatif ini biasa digunakan untuk mengetahui seberapa akurat pengukuran data yang diukur oleh peneliti. Validitas ada untuk mengukur ketepatan alat penilaian terhadap suatu konsep sehingga nantinya bisa menilai dengan serius dan rinci. Dalam penelitian ini, peneliti menguji validitas menggunakan bantuan SPSS. Uji reliabilitas untuk menunjukkan hasil kesamaan dari pengukuran dan pengamatan jika dilakukan berulang kali apakah akan menunjukkan fakta yang sama. Jadi pada dasarnya adanya uji reliabilitas ini untuk memastikan berulang kali bahwa data yang sudah di hasilkan ini akan konsisten dengan hasil yang sama tidak berbeda.

H.8. Teknik Analisis Data

Dalam teknis analisis data peneliti akan menggunakan metode deskriptif kuantitatif yang bertujuan untuk lebih menjelaskan pengaruh penyebaran berita di media sosial Tik Tok terhadap minat mahasiswa dalam menonton tayangan berita televisi dengan berdasarkan hasil penelitian.

1). Penilaian Skala Likert.

Dan menggunakan teknis analisis data dengan menggunakan skala Likert. Skala Likert biasa digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, pendapat, dan persepsi orang atau kelompok mengenai sebuah fenomena. Penemu dari skala ini adalah Rensis Likert berasal dari Amerika Serikat.

Uraian Pertanyaan dalam Skala Likert			
Kategori	Singkatan	Skor	Persentase (%)
Sangat Setuju	SS	5	Tergantung Hasil Perhitungan
Setuju	S	4	
Biasa Saja	BS	3	
Tidak Setuju	TS	2	
Sangat Tidak Setuju	STS	1	

Tabel : Skor Penelitian Skala Likert

Bentuk dari jawaban skala Likert antara lain : sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju dan sangat tidak setuju. Biasanya jawabannya ini bisa berupa ceklis ataupun pilihan ganda

2). Penggunaan Aplikasi SPSS

Dalam penelitian ini akan dibantu dalam menghitung data agar lebih valid menggunakan aplikasi SPSS versi 25, aplikasi ini bisa digunakan untuk menganalisis data dan memiliki analisis statistik serta sistem manajemen data.

Adanya penggunaan aplikasi ini dapat mempermudah dalam melakukan survei, penelitian ini memerlukan tindakan survei untuk mendapatkan data yang valid. Dalam penggunaan aplikasi ini pun akan mempermudah dalam pengolahan data, karena penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang akan selalu menjabarkan tentang data.

3). Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah sebuah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui sebuah persebaran data penelitian yang dilakukan ini normal atau tidaknya. Uji normalitas yang akan digunakan adalah uji normalitas Kolmogorov Smirnov. Dalam uji normalitas ini, data akan dinyatakan berdistribusi normal ketika mempunyai nilai residual yang baik itu memiliki nilai signifikansi $> 0,05$, maka nilai residual dapat dinyatakan berdistribusi normal, dan jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka nilai residual dapat dinyatakan berdistribusi tidak normal. Dalam penentuan uji normalitas ini pun di bantu dengan SPSS Versi 25.

4). Analisis Korelasional

Analisis korelasional adalah analisis yang digunakan untuk meneliti hubungan antara berbagai variabel. Adanya analisis ini juga menentukan apakah item atau indikator dari instrument valid atau tidak maka perlu dilakukan Uji t (t statistik). Analisis yang digunakan yaitu analisis Korelasi *Pearson Product Moment*.

5). Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang di dasarkan pada data analisis. Sehingga adanya uji hipotesis ini akan dapat menyimpulkan mana pernyataan yang ada pada penelitian yang di terima dan di tolak. Dalam penentuan pernyataan itu akan di bantu juga menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk menghasilkan data yang tidak keliru.

