

ABSTRAK

Media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat salah satu contohnya yaitu TikTok. Dengan banyaknya pengguna TikTok, banyak *influencer* yang memanfaatkan media ini sebagai lahan berbagi ilmu seperti @asahpolapikir yang memberikan edukasi seputar bisnis kepada pengikutnya agar lebih paham terhadap bisnis. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten kreatif akun TikTok @asahPolaPikir terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengikutnya dengan indikator konten kreatif. Teori yang digunakan adalah teori yang dikembangkan oleh Robert S Taylor yaitu teori kebutuhan informasi dan sistem. Penelitian dilakukan menggunakan teknik *systematic sampling* melalui kuesioner 123 responden pengikut akun TikTok @asahpolapikir. Teknik analisis data pada penelitian ini adalah regresi linier berganda dan hipotesis pada penelitian ini menggunakan Uji T dan Uji F. Serta Uji asumsi klasik berupa Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas. Berdasarkan hasil uji menggunakan SPSS Ver.29, diperoleh bahwa pada nilai uji T dengan nilai hasil secara parsial pengaruh Konten Akun TikTok @asahpolapikir yang terdiri dari tiga indikator konten kreatif yang dapat meliputi sebagai berikut : Kualitas Konten (X_1) berpengaruh signifikan sebesar ($2,016 > 1,980$), Relevansi Konten (X_2) berpengaruh secara signifikan sebesar ($3,387 > 1,980$), dan Aksesibilitas Konten (X_3) berpengaruh secara signifikan yakni sebesar ($5,005 > 1,980$). Selain itu, diperoleh nilai pada uji F sebesar ($23,752 > 2,68$), dengan koefisien determinasi sebesar 35,5% sementara 64,5% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci: Media Sosial, Konten Kreatif, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Tiktok @asahpolapikir

ABSTRACT

One example of social media that is often used by the public is TikTok. With so many TikTok users, many influencers use this media as a place to share knowledge such as @asahpolapikir who provides education about business to his followers to better understand business. The purpose of this study was to determine how much influence the creative content of the TikTok account @asahpolapikir has on fulfilling the information needs of its followers with creative content indicators. The theory used is the theory developed by Robert S Taylor, namely information needs theory and systems. The research was conducted using systematic sampling techniques through a questionnaire of 123 respondents of TikTok @asahpolapikir account followers. The data analysis technique in this study is multiple linear regression and the hypothesis in this study uses the T Test and F Test. As well as the classic assumption test in the form of normality test and multicollinearity test. Based on the test results using SPSS Ver.29, it is found that in the T test value with the value of the results partially the effect of TikTok Account Content @asahpolapikir which consists of three indicators of creative content which can include the following: Content Quality (X_1) has a significant effect of ($2.016 > 1.980$), Content Relevance (X_2) has a significant effect ($3,387 > 1,980$), and Content Accessibility (X_3) has a significant effect, namely ($5,005 > 1,980$). In addition, the value obtained in the F test is ($23.752 > 2.68$), with a determination coefficient of 35.5% while the remaining 64.5% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Social Media, Creative Content, Information Needs Fulfillment, Tiktok @asahpolapikir

RINGKESAN

Salah sahiji conto média sosial anu sering dianggo ku masarakat nyaéta TikTok. Kalayan seueur pangguna TikTok, seueur influencer nganggo média ieu salaku tempat pikeun ngabagi pangaweruh, sapertos @asahpolapikir, anu nyayogikeun pendidikan ngeunaan bisnis ka pengikutna pikeun ngartos bisnis anu langkung saé. Tujuan tina ieu panalungtikan nyaéta pikeun milari sabaraha pangaruh eusi kreatif akun TikTok @asahpolapikir dina nyumponan kabutuhan inpormasi para pengikutna sareng indikator eusi kreatif. Téori anu digunakeun nyaéta tiori anu dikembangkeun ku Robert S Taylor, nyaéta tiori pangabutuh jeung sistem informasi. Panalitian dilaksanakeun ngagunakeun téknik sampling sistematis ngaliwatan angkét 123 réspodén anu nuturkeun akun TikTok @asahpolapikir. Téhnik analisis data dina ieu panalungtikan mangrupa régrési liniér sababaraha sarta hipotésis dina ieu panalungtikan ngagunakeun Tés T jeung Tés F. Kitu ogé tés asumsi klasik dina bentuk Uji Normalitas, Uji Multicollinearity. Dumasar kana hasil tés ngagunakeun SPSS Ver.29, dicandak yén dina nilai tés T kalayan nilai hasil parsial pangaruh Konten Akun TikTok @asahpolapikir diwangun ku tilu indikator eusi kreatif anu tiasa kalebet ieu: Kualitas Kandungan (X_1 .) miboga éfék signifikan tina ($2.016 > 1.980$), Relevansi Kandungan (X_2) miboga éfék signifikan tina ($3.387 > 1.980$), sareng Aksesibilitas Kandungan (X_3) gaduh pangaruh anu signifikan, nyaéta ($5,005 > 1,980$). Sajaba ti éta, nilai diala dina tés F ($23.752 > 2.68$), kalawan koefisien determinasi 35,5% sedengkeun sésana 64,5% dipangaruhan ku variabel séjén teu ditalungtik dina ulikan ieu.

Kecap konci: Média Sosial, Eusi Kreatif, Minuhan Kabutuhan Informasi, Tiktok @asahpolapikir