

Hubungan antara Tayangan Akun Tiktok @Liputan6.Com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi

Dizza Firnanda Listiyanti*, Dadi Ahmadi

Prodi Ilmu Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*dizzaf108@gmail.com, dadi.ahmadi@gmail.com

Abstract. In the current era of globalization, the technology that exists today has developed rapidly alongside many of the latest technological innovations. In addition to technology, this object here will definitely be closely related to human information needs, one of which is existing social media. Currently there are several types of social media, in addition to sharing, but also blogs and networks. Nowadays, opposing media are often used, and media such as TikTok are also shared. Tik tok currently has a kind of audiovisual medium, which can be seen and heard. At present, it is not just about pranks or entertainment, tik tok has become a medium to spread educational information, skills and techniques, also as a medium to spread the latest news. The previous investigation of this object is to determine the impact of the news transmissions in the account tiktok @liputan6.com in the satisfaction of the information needs of the students. There are four types of information needs, namely the Current need approach, the Everyday need approach, the Exhaustive need approach, and the Catching-up need approach. It takes a way to catch up. This research used types of research include quantitative research using relevant research methods. The main data for this research object were obtained by distributing questionnaires to 82 respondents from the student of Communication Sciences in Bandung Islamic University. The sampling techniques used in the objects studied here currently using simple random sampling techniques. In addition to the reliability test, the data obtained by a single validity analysis is then used. This research object used to have a purpose to determine the relationship between the impression of the tiktok@liputan6.com account and the satisfaction of students' information needs.

Keywords: *Social Media, TikTok, Information needs.*

Abstrak. Pada era globalisasi saat ini, teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan banyaknya inovasi teknologi terbaru. Hal ini tentu akan sangat berhubungan dengan kebutuhan manusia akan informasi dan teknologi, salah satunya adalah media sosial. Adapun beberapa jenis media sosial diantaranya adalah blog, network, dan sharing. Saat ini media yang sering digunakan adalah media sharing seperti Tik Tok. Tik Tok adalah media audio visual, yang dapat dilihat dan juga didengar. Bukan hanya tentang candaan atau hiburan semata, sekarang tik tok sudah dijadikan media penyebaran informasi edukasi, tips and trick, dan media penyebaran berita-berita terkini. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh tayangan berita pada akun TikTok @Liputan6.com terhadap pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa berdasarkan empat jenis kebutuhan terhadap informasi yaitu Current need approach, Everyday need approach, Exhaustive need approach, Catching-up need approach. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan Studi Korelasional. Data primer pada penelitian ini diambil melalui penyebaran kuisioner kepada 82 responden mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Probably Sampling dengan Teknik Simple Random Sampling. Data yang diperoleh lalu dianalisis dengan menggunakan uji validitas dan uji reliabilitas. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan antara tayangan akun TikTok @Liputan6.com dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa.

Kata Kunci: *Media Sosial, TikTok, Keutuhan Informasi.*

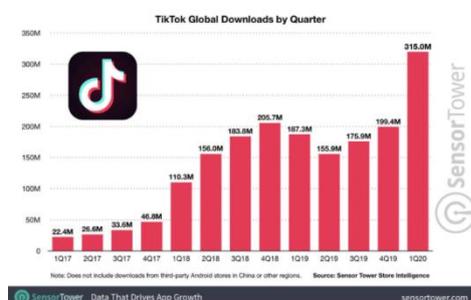
A. Pendahuluan

teknologi mengalami perkembangan yang sangat pesat dengan banyaknya inovasi-inovasi teknologi terbaru, Hal ini tentu akan sangat berhubungan dengan kebutuhan manusia akan informasi dan teknologi. Guna melengkapi kebutuhan tersebut, manusia menggunakan berbagai cara dan media. Salah satu kebutuhan manusia adalah kebutuhan informasi, manusia bisa mendapatkan informasi tersebut melalui berbagai macam jenis media seperti media massa, non massa dan media sosial. Media masa sendiri terdiri dari televisi, radio, surat kabar, majalah, dan film, pada media non massa terdiri dari surat, telepon, telegram, poster, spanduk, dan media sosial.

Menurut Andrea Kaplan & Michael Haenlein (2010:61), media sosial adalah sebagai sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user generated content*. Saat ini media sosial lebih sering digunakan oleh khalayak karena media sosial pada zaman sekarang telah menjadi kekuatan komunikasi dan informasi dalam menyampaikan beragam peristiwa atau kejadian. Media sosial terbagi kedalam beberapa jenis, salah satunya adalah media sharing.

Salah satu bentuk dari media sharing adalah YouTube, Soundcloud, dan Tik Tok. Menurut MIX Online Magazine, yang diunggah oleh Edhy Aruman pada 3 Agustus 2020, TikTok adalah pemain baru yang berhasil masuk di peringkat 100 teratas merek global paling berharga di BrandZ 2020. Posisi Tik Tok ada di nomor 79. Ini mengalahkan uber yang berada di nomor 85, Adidas nomor 92, dan peps di nomor 99. Platform media sosial juga masuk dalam peringkat 10 besar BrandZ untuk merek media dan hiburan. Dimiliki oleh perusahaan teknologi Cina ByteDance, TikTok telah menjadi salah satu merek media sosial yang populer untuk gen Z.

Berdasarkan survei dari CNN Indonesia yang diunggah pada hari kamis, 27/08/2020 11:21 WIB yang berjudul 5 media Sosial Paling Populer di Dunia salah satunya adalah Tik Tok. Tik Tok mejadi aplikasi media sosial yang pertumbuhannya sangat pesat berdasarkan unduhan di Google Play Store maupun AppStore. Berdasarkan riset Sensor Tower kuartal kedua 2020, TikTok telah diunduh lebih dari 300 juta pengguna pada kuartal pertama dan kedua tahun 2020.



Gambar 1. Grafik jumlah unduhan global TikTok tahun 2017-2020

sumber: Sensor Tower Store Intelligence

Media sosial tik tok adalah media sosial yang merupakan audio visual, yang artinya media sosial tik tok adalah media yang dapat dilihat dan juga didengar. perbedaan media sosial Tik Tok dengan media sosial lainnya adalah algoritma Tik Tok berjalan pada grafik konten, bukan grafik sosial, dimana konten Tik Tok dapat dilihat penggunaanya dengan tidak terbatas pada orang yang mereka ikuti atau lingkungan sosial mereka saja, Algoritma TikTok menyajikan konten yang sepenuhnya didasarkan pada minat pengguna dan video yang mereka tonton.

Media sosial tik tok pun dapat dikatakan menghibur atau bahkan dapat membuat penggunaanya tertawa bahagia karena banyak content creator yang membuat video dengan kreatif dan juga mengandung unsur candaan. Bukan hanya tentang candaan tau hiburan semata, sekarang media sosial tik tok pun dijadikan wadah atau tempat sebagai media penyebaran informasi seperti edukasi, tips and trick, dan media penyebaran berita-berita terkini. Maka dari itu kini banyak portal berita yang membuat akun TikTok untuk menyebarkan berita-berita

terkini melalui akun TikTok tersebut, salah satunya adalah liputan6.com

Berita atau tayangan yang di unggah pada akun TikTok Liputan6.com pun memiliki kategori yang beragam, seperti politik, showbiz, global dan masi banyak lainnya. Setiap berita yang diunggah pada akun Liputan6.com selalu berhasil menarik ribuan hingga jutaan penonton pengguna TikTok yang dimana khalayak media sosial TikTok dapat mengakses tayangan tersebut kapanpun dan dimanapun mereka berada, yang mengakses tayangan TikTok juga tentunya berasal dari berbagai kalangan dan segala jenis kategori usia. Hal yang perlu di perhatikan untuk menilai sebuah berita adalah bagaimana masyarakat sangat ingin mengetahui tentang peristiwa tersebut dan dari sudut pandang itulah terlihat bagaimana sebuah berita dapat disebut dengan “berita”. Nilai berita dapat diukur melalui bagaimana foto tersebut menggambarkan peristiwa yang mengandung konflik, kedekatan, bencana, kemajuan, menyangkut kepentingan masyarakat luas, kebaruan, keganjilan atau keanehan, Human Interest, seks, maupun sebuah tokoh besar.

Liputan6 adalah portal berita yang terdaftar dan sudah diverifikasi di Dewan Pers Indonesia sudah berdiri sejak Agustus 2000. Pada akun TikTiknya, Portal berita yang awalnya hanya menyajikan berita pada program liputan6 di salah satu stasiun televisi hingga akhirnya semakin berkembang dan telah berubah menjadi perusahaan sendiri ini telah memiliki 1 juta pengikut dan mendapatkan lebih dari 12,5 juta likes.

Pemahaman terhadap informasi media digital sangat diperlukan sebagai upaya mencerdaskan pengguna. Dalam berinteraksi dengan media perlu dilakukan pembekalan skill media literacy (melek media) atau kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengomunikasikan informasi dalam berbagai format melalui media, khususnya internet.

B. Metodologi Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Paradigma Positivisme, paradigma Positivisme merupakan paradigma yang digunakan untuk menemukan atau memperoleh konfirmasi tentang hubungan sebabakibat yang brasa dipergunakan untuk memprediksi pola-pola umum sustu gejala sosial atau aktivitas manusia.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dikarenakan peneliti ingin mengetahui seberapa besar hubungan diantara dua variabel atau lebih variabel bebas (variabel X) dan variabel terikat (variabel Y). Pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Probably Sampling* dengan Teknik *Simple Random Sampling*, dimana penarikan sampel anggota populasi dilakukan secara acak, tanpa memperhatikan strata yang terdapat dalam populasi tersebut. Alasan peneliti menggunakan teknik sampel ini dikarenakan komponen populasi dari penelitian ini dianggap *homogeny* atau memiliki karakteristik populasi yang sama karena sampel yang diambil adalah *followers* dari akun TikTok @Liputan6.com.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Inferensial antara Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Current Need Approach bagi followers (Y1)

Tabel 1. Hubungan antara Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi followers (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi Current Need Approach (Y1)

Variabel	R _s	t _{hitung}	t _(0,05;98)	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi Current Need Approach	0,759	11.836	1,984	H ₀ ditolak	Kuat

Sumber: Pengolahan data

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (rs) adalah sebesar 0,790 Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 13.018 dan nilai t tabel dengan df = 98 dan $\alpha = 0,05$ dengan 1,984 maka dapat dilihat bahwa t hitung (13.018) > t tabel (1,984) sehingga hasilnya H_0 ditolak

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* dengan pemenuhan kebutuhan informasi *Current Need Approach*”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi, koefisien korelasi sebesar 0,790 berada pada kriteria > 0.60 - 0.799. Hal tersebut berarti bahwa Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* (X) dengan Pemenuhan kebutuhan informasi *Current Need Approach* (Y1) memiliki tingkat keeratan yang kuat.

Analisis Inferensial antara Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Everyday Need Approach bagi followers (Y2)

Tabel 2. Hubungan antara Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi followers (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi Everyday Need Approach (Y2)

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _(0,05;98)	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi <i>followers</i> dengan pemenuhan kebutuhan informasi <i>Current Need Approach</i>	0,790	13.018	1,984	H_0 ditolak	Kuat

Sumber: Pengolahan data

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (rs) adalah sebesar 0,759 Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 11.836 dan nilai t tabel dengan df = 98 dan $\alpha = 0,05$ dengan 1,984 maka dapat dilihat bahwa t hitung (11.836) > t tabel (1,984) sehingga hasilnya H_0 ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi Everyday Need Approach”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi, koefisien korelasi sebesar 0,759 berada pada kriteria > 0.60 - 0.799. Hal tersebut berarti bahwa Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com bagi followers (X) dengan Pemenuhan kebutuhan informasi Everyday Need Approach (Y2) memiliki tingkat keeratan yang kuat.

Analisis Inferensial antara Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Exhaustic Need Approach bagi followers (Y3)

Tabel 3. Hubungan antara Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi followers (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi Exhaustic Need Approach (Y3)

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _(0,05;98)	Kesimpulan	Tingkat Keeratan
Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi <i>followers</i> dengan pemenuhan kebutuhan informasi <i>Current Need Approach</i>	0,736	13.042	1,984	H_0 ditolak	Kuat

Sumber: Pengolahan data

Pada tabel diatas dapat dilihat koefisien korelasi Rank Spearman (r_s) adalah sebesar 0,736 Hasil uji signifikansi diperoleh nilai t hitung sebesar 13.042 dan nilai t tabel dengan $df = 98$ dan $\alpha = 0,05$ dengan 1,984 maka dapat dilihat bahwa t hitung (13.042) $>$ t tabel ($1,984$) sehingga hasilnya H_0 ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa “Terdapat hubungan antara Tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi followers dengan pemenuhan kebutuhan informasi Everyday Need Approach”. Jika dilihat dalam pedoman koefisien korelasi, koefisien korelasi sebesar 0,736 berada pada kriteria $> 0.60 - 0.799$. Hal tersebut berarti bahwa Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com bagi followers (X) dengan Pemenuhan kebutuhan informasi Exhaustic Need Approach (Y3) memiliki tingkat keeratan yang kuat.

Analisis Pembahasan Korelasi antara Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com bagi followers (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Current Need Approach (Y1)

Aspek penggunaan akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* memperoleh korelasi yang cukup kuat dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi *Current Need Approach*. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,790 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi tinggi menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2011). Hal tersebut menunjukkan bahwa tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* sangat mempengaruhi *Current Need Approach* mengenai kemutakhiran atau kebaruan berita yang tersaji disetiap postingan akun TikTok @Liputan6.com. Maka dari itu, pengujian tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Saat ini *new media* sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, dalam penggunaannya golongan khalayak usia muda lebih banyak yang media baru atau *new media* karena kemudahan atau kepraktisan dalam mengakses segala kebutuhan. *New media theory* menjadi salah satu faktor pendorong yang besar untuk mencari dan mendapatkan informasi dalam menggunakan media sosial TikTok karena mayoritas masyarakat sekarang lebih memilih media sosial sebagai sumber informasi. Hal ini menggambarkan bahwa *followers* akun TikTok @Liputan6.com bisa mendapatkan informasi yang bersifat mutakhir atau aktual, khususnya mengenai berita terkini yang terdapat dalam postingan akun TikTok @Liputan6.com, dengan menggunakan media sosial dapat menimbulkan kebutuhan *current need approach* atau kebutuhan terhadap informasi yang sifatnya mutakhir untuk meningkatkan pengetahuannya.

Mengingat definisi *Current Need Approach* menurut Syafril (dalam Putra, 2015: 3)

“Pendekatan pada kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir. Pengguna berinteraksi dengan sistem informasi dengan cara yang sangat umum untuk meningkatkan pengetahuannya. Jenis pendekatan ini perlu ada interaksi yang sifatnya konstan antara pengguna dan sistem informasi.”

Seperti dijelaskan di atas bahwa hubungan antara penggunaan akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* dengan pemenuhan kebutuhan informasi *Current Need Approach* memiliki hubungan yang kuat dan *followers* akun TikTok @Liputan6.com berpendapat bahwa postingan pada akun tersebut mampu memenuhi kebutuhan pengguna informasi yang sifatnya mutakhir, juga dapat menambah pengetahuannya.

Analisis Korelasi antara Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com bagi followers (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Everyday Need Approach (Y2)

Aspek penggunaan akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* memperoleh korelasi yang kuat dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi *Everyday Need Approach*. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,759 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi tinggi menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2011). Hal tersebut menunjukkan bahwa tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* sangat mempengaruhi *Everyday Need Approach* mengenai ke spesifikan atau kelengkapan berita yang tersaji disetiap postingan akun TikTok @Liputan6.com. Maka dari itu, pengujian tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dalam mencari dan memenuhi kebutuhan akan informasi, pengguna media sosial perlu rutin dalam melihat suatu informasi. saat ini pengguna media sosial juga membutuhkan

informasi atau berita yang cepat dan spesifik juga dikemas dengan menarik, seperti yang dikemukakan oleh W.J.S Purwadarminta dalam Helena (2007:25) sebagai berikut:

berita adalah laporan tentang satu kejadian yang terbaru. Berita juga dapat didefinisikan sebagai informasi baru tentang kejadian yang baru, penting, dan bermakna, yang berpengaruh pada para pendengarnya serta relevan dan layak dinikmati oleh mereka”

Dengan begitu, berita atau informasi yang baik adalah informasi yang sifatnya baru atau persistia yang disebarkan masih hangat dan penting, dapat memberikan makna bagi para pencari informasi juga dapat memberikan pengaruh yang positif bagi siapaun yang melihatnya, dan pastinya menarik atau layak untuk dinikmati juga disebar luaskan kepada khalayak. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa, para pengguna media sosial TikTok khususnya *Followers* akun @Liputan6.com berpendapat bahwa mereka mendapatkan informasi yang baru, spesifik dan layak untuk dinikmati sehingga kebutuhan akan informasi *Everyday Need Approach* dapat terpenuhi.

Analisis Korelasi antara Tayangan Akun TikTok @Liputan6.com bagi followers (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Exhaustic Need Approach (Y3)

Aspek penggunaan akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* memperoleh korelasi yang kuat dengan aspek pemenuhan kebutuhan informasi *Everyday Need Approach*. Berdasarkan hasil uji korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,736 dan dapat dikategorikan pada tahap korelasi tinggi menurut interpretasi koefisien korelasi menurut Sugiyono (2011). Hal tersebut menunjukkan bahwa tayangan akun TikTok @Liputan6.com bagi *followers* sangat mempengaruhi *Exhaustic Need Approach* mengenai informasi yang mendalam, relevan, spesifik, dan lengkap yang tersaji disetiap postingan akun TikTok @Liputan6.com. Maka dari itu, pengujian tersebut menunjukkan bahwa H0 ditolak dan H1 diterima.

Dalam mencari dan memenuhi kebutuhan akan informasi, pengguna media sosial membutuhkan informasi yang dapat dipercaya dan memberikan dampak yang positif seperti dapat menambah informasi dan pengetahuan, perlu rutin dalam melihat serta mencari suatu informasi dan memiliki ketergantungan yang tinggi pada informasi yang di butuhkan seperti yang didefinisikan Dependency Theory yang dikemukakan oleh schrock (2006:4) sebagai berikut:

ketergantungan berkaitan dengan upaya pemenuhan kebutuhan atau pencapaian tujuan dengan bergantung pada sumber daya lain, dalam hal ini media sosial

Berdasarkan hal tersebut, menunjukkan bahwa pencari informasi memiliki ketergantungan yang tinggi dalam menggunakan media sosial guna memenuhi kebutuhan akan informasi. Selain itu, pengguna media sosial juga membutuhkan informasi yang berkualitas yang bersifat relevan juga lengkap dan spesifik, seperti yang dikemukakan oleh Azhar Susanto (2004: 10) informasi yang berkualitas harus memiliki ciri-ciri:

1. Akurat. Akurat berarti bahwa informasi harus bebas dari kesalahan-kesalahan dan tidak bias atau menyesatkan.
2. Tepat pada Waktunya. Tepat pada waktunya berarti bahwa informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat.
3. Relevan. Relevan berarti bahwa informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya.
4. Lengkap. Lengkap berarti bahwa informasi yang diberikan harus dapat diterima dengan lengkap oleh penerimanya.

Dapat disimpulkan bahwa *followers* akun TikTok @Liputan6.com memiliki daya ketergantungan dalam mencari informasi yang berkualitas dan menambah pengetahuannya lewat setiap postingan akun TikTok @Liputan6.com. selain itu, informasi yang didapat memberikan dampak yang positif bagi *followers* yaitu dapat menambah informasi dan pengetahuan intelektual, dapat membantu berfikir secara ilmiah, serta beranggapan bahwa tayangan akun TikTok @Liputan6.com menyajikan informasi yang lengkap dan systematise sehingga tidak membingungkan

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dalam penelitian mengenai “Hubungan Antara Tayangan Akun Tiktok @Liputan6.com dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi”, Dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hubungan antara Tayangan Akun Tiktok @Liputan6.com bagi *followers* (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi Current Need Approach (Y1) bahwa keduanya memiliki hubungan yang kuat.
2. Hal ini disebabkan karena *followers* akun Tiktok @Liputan6.com bisa mendapatkan informasi yang bersifat mutakhir atau aktual, khususnya mengenai berita terkini yang terdapat dalam postingan akun Tiktok @Liputan6.com, dengan menggunakan media sosial dapat menimbulkan kebutuhan current need approach atau kebutuhan terhadap informasi yang sifatnya mutakhir untuk meningkatkan pengetahuannya.
3. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hubungan antara Tayangan Akun Tiktok @Liputan6.com bagi *followers* (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi Everyday Need Approach (Y2) bahwa keduanya memiliki hubungan yang kuat.
4. Hal ini disebabkan karena para pengguna media sosial Tiktok khususnya *Followers* akun @Liputan6.com berpendapat bahwa mereka mendapatkan informasi yang baru, spesifik dan layak untuk dinikmati sehingga kebutuhan akan informasi *Everyday Need Approach* dapat terpenuhi.
5. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, hubungan antara Tayangan Akun Tiktok @Liputan6.com bagi *followers* (X) dengan pemenuhan kebutuhan informasi Exhaustic Need Approach (Y3) bahwa keduanya memiliki hubungan yang kuat.

Hal ini disebabkan karena *followers* akun Tiktok @Liputan6.com memiliki daya ketergantungan dalam mencari informasi yang berkualitas dan menambah pengetahuannya lewat setiap postingan akun Tiktok @Liputan6.com. selain itu, informasi yang didapat memberikan dampak yang positif bagi *followers* yaitu dapat menambah informasi dan pengetahuan intelektual, dapat membantu berfikir secara ilmiah, serta beranggapan bahwa tayangan akun Tiktok @Liputan6.com menyajikan informasi yang lengkap dan sistematis sehingga tidak membingungkan sehingga kebutuhan akan informasi *Everyday Need Approach* dapat terpenuhi.

Daftar Pustaka

- [1] rikunto, Suharsimi.1995. *Manajemen Penelitian*. Rineka Cipta. Jakarta
- [2] Aruman, Edhy. (2020, Agustus 3). Yang Membedakan Tiktok Dari Media Sosial Lain. Diakses pada Maret 10, 2021 dari artikel : <https://mix.co.id/marcomm/news-trend/yang-membedakan-tik-tok-dari-media-sosial-lain/>
- [3] Azhar Susanto. (2004). *Sistem Informasi Manajemen: konsep dan pengembangannya*. Bandung: Linggar Jaya
- [4] Ikhsan. (2020, Agustus 27). Survei :5 Media Sosial Paling Populer di Dunia. Diakses pada Maret 8, 2021 dari artikel: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20200819154002-185-537377/survei-5-media-sosial-paling-populer-di-dunia>
- [5] Ollie, Helena. 2007. *Opini publik*. Jakarta: PT Indeks
- [6] Putra, Y. Maulana. (2015). *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Tugas Akhir (Survei Terhadap Followers @TA_FEB*. Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Telkom, Bandung
- [7] Schrock, A. (2006), *Myspace Or Ourspace: A Media System Dependency View Of Myspace*. Thesis. University Of Central Florida

- [8] Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [9] Syafril, Muhammad. 2004. *Perilaku Pencari Informasi*. Jakarta: Insani Press
- [10] Machmud, Abdullah Mufty. 2021. *Hubungan Kampanye Vaksinasi dengan Sikap Followers untuk Divaksin*. Jurnal Riset Public Relation Universitas Islam Bandung. Volume 1, nomor 2, Tahun 2021.