


Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Seks Edukasi Pada Generasi Z

Ahmad Fahri Ramadhan¹, Muhammad Ramdhani², Wahyu Utamidewi³

^{1,2,3}Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Singaperbangsa Karawang

Article Info	Abstract
<p>Article history: Accepted: 10 Januari 2022 Publish: 11 Januari 2022</p>	<p><i>Sex education is still a topic that is considered taboo in Indonesia, through Tiktok which is a popular application in the world in 2020, it is used as a medium to meet this information need by the @tabu.id account. The purpose of this study was to determine the effect of intensity, media content and attractiveness of using social media on the TikTok @tabu.id account on the fulfillment of sex education information needs. This study uses a quantitative approach with an explanatory survey. The theory used is the Uses Effect Theory. The data collection technique used is a questionnaire or questionnaire and literature study. While the data analysis technique will be collected using a Likert scale. The results of this study are the intensity, message content and attractiveness affect the need for information about sex education. While the magnitude of the influence of sex education information is 6.75%, the magnitude of the influence of infographic messages on sex education information is 33.26% and the magnitude of the influence of sex education information is 15.02%.</i></p>
<p>Keywords: Social Media, Tiktok, Theory of Uses and Effects, Sex Education.</p>	
<p>Info Artikel</p>	<p>ABSTRACT</p>
<p>Article history: Diterima: 10 Januari 2022 Terbit: 11 Januari 2022</p>	<p>Seks edukasi masih menjadi topik yang dianggap tabu di Indonesia, melalui Tiktok yang merupakan aplikasi populer di dunia pada tahun 2020 dimanfaatkan sebagai media untuk memenuhi kebutuhan informasi tersebut oleh akun @tabu.id. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara intensitas, isi media dan daya tarik penggunaan media sosial Tiktok akun @tabu.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi seks edukasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survey eksplanatori. Teori yang digunakan adalah Teori <i>Uses Effect</i>. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau angket dan studi kepustakaan. Sedangkan teknik analisis data yang nantinya terkumpul menggunakan <i>skala likert</i>. Hasil penelitian ini yakni intensitas, isi pesan dan daya tarik berpengaruh terhadap kebutuhan informasi seks edukasi. Sedangkan besaran pengaruh dari intensitas terhadap informasi seks edukasi sebesar 6,75%, besaran pengaruh isi pesan infografis terhadap informasi seks edukasi sebesar 33,26% dan besaran pengaruh daya tarik terhadap informasi seks edukasi sebesar 15,02%.</p>
	<p><i>This is an open access article under the Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional</i></p>
	
<p>Corresponding Author: Ahmad Fahri Ramadhan Universitas Singaperbangsa Karawang Email: fahri.ramadhan17022@student.unsika.ac.id</p>	

1. PENDAHULUAN

Media sosial saat ini berkembang pesat. Kini semakin banyak orang yang mengakses media sosial dengan berbagai tujuan sesuai dengan kebutuhannya masing-masing, seperti untuk mencari hiburan, mencari informasi, dan berbagi informasi. Selain *snapchat*, dan *instagram* ada media sosial yang tengah populer, yaitu aplikasi *TikTok*, (Tama, 2020).

TikTok memungkinkan pengguna untuk secara cepat dan mudah membuat video-video pendek yang bagus untuk selanjutnya diunggah di media sosial. Memberdayakan pemikiran-pemikiran yang kreatif sebagai bentuk revolusi konten, menjadikan aplikasi *TikTok* sebagai sebuah wujud tolak ukur baru dalam berkreasi bagi para *online content creators* di seluruh dunia. Melalui CNN Indonesia, *TikTok* menjadi aplikasi populer di Indonesia dan dunia pada tahun 2020. Berdasarkan riset Sensor Tower di kuartal kedua tahun 2020, *TikTok* telah diunduh lebih dari 300 juta pengguna. *TikTok* bahkan

mengalahkan aplikasi *video conference*, Zoom yang marak digunakan selama masa pandemi Covid-19 (Tama, 2020).

Selain sebagai media hiburan, *TikTok* juga memiliki akun-akun yang mengedukasi, salah satunya lewat akun @tabu.id yang menyajikan konten edukasi seksual yang memungkinkan pengguna untuk menambah informasi dan pengetahuan.



Gambar 1. Akun TikTok @tabu.id

Menurut pengamatan peneliti, informasi yang disampaikan tabu.id dalam unggahannya selalu mengundang beberapa partisipasi berupa komentar ataupun *like* dari beberapa *followers*nya, dan hal ini turut memperlihatkan partisipasi dari *followers* terhadap setiap informasi yang di sampaikan dalam unggahan di akun @tabu.id. Informasi berbentuk video yang disertai dengan penjelasannya.



Gambar 2. Konten @tabu.id

Kebutuhan informasi adalah kebutuhan yang didasarkan pada dorongan untuk memahami, menguasai lingkungan, menemukan keingintahuan/*curiosity* dan penjelasan/*exploratory*, berawal dari pertanyaan kemudian dicari jawabannya. Kebutuhan informasi tidak dapat lepas dari kebutuhan seseorang. Semakin meningkat kehidupan seseorang, semakin meningkat pula kebutuhan akan informasi. Beragam informasi yang ada memungkinkan masyarakat memiliki kualitas hidup yang lebih baik, inilah yang dikenal sebagai masyarakat informasi dimana pada masyarakat pada taraf ini memiliki standar hidup, bentuk pekerjaan dan sistem pendidikan setiap generasi yang dipengaruhi oleh informasi, Wilson dalam (Damaiyanti, 2016).

Setiap orang tidak perlu mengetahui semua jenis informasi yang ada di dunia ini. Akan tetapi hanya sebagian kecil saja dari informasi yang ada bisa didapat atau memang diperlukan oleh manusia karena hal ini disesuaikan dengan bidang dan minat serta yang menjadi kegiatan dan kebutuhannya. Dengan beragamnya informasi yang ada juga dibarengi dengan beragamnya pula penggunaannya. Namun pada prinsipnya yang paling utama bagaimana agar pengguna atau setiap orang bisa menemukan informasi sesuai dengan kebutuhannya agar para penggunaannya bisa merasa puas.

Seks edukasi masih menjadi topik yang dianggap tabu di Indonesia, padahal pendidikan seks sangat penting dan dibutuhkan oleh semua orang. Sedangkan pentingnya pendidikan seks adalah suatu informasi tentang masalah seksualitas manusia yang jelas dan benar. Informasi tersebut meliputi proses pembuahan, kehamilan hingga kelahiran, perilaku seksual, hubungan seksual dan

kesehatan, serta aspek psikologis dan sosial. Masih banyak masyarakat yang memiliki pemikiran tradisional dan menganggap seks edukasi berkaitan dengan hubungan seksual, Luthfie dalam (Clairine & Widayatmoko, 2019).

Melalui Data dan Survey Demografi dan Kesehatan Indonesia (SDKI) 2017 mengungkap sekitar 2 persen remaja wanita 15 – 24 tahun dan 8 persen remaja pria di rentang waktu sama telah melakukan hubungan seksual sebelum menikah dan 11 persen di antaranya mengaku mengalami kehamilan tidak diinginkan. Hubungan seksual menyimpang juga bisa meningkatkan penularan HIV-AIDS, apalagi kalau tidak dibarengi dengan pengetahuan mengenai kesehatan reproduksi. Padahal, seks edukasi tidak selalu tentang hubungan seksual, melainkan pemahaman organ dan bahkan cara mencegah penyakit seksual. Hal seperti inilah yang seharusnya sudah menjadi kebutuhan dan dipahami oleh masyarakat. (Azizah, 2018).

Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995, Pemahaman tentang istilah Generasi Z atau generasi digital yaitu generasi muda yang tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan yang kuat pada teknologi digital, Hellen Chou P dalam (Sinta Listani, 2016).

Penelitian terdahulu mengenai sex edukasi pernah dilakukan oleh Felicia Clarine, 2019, dengan judul: “Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @sisilism Terhadap Kepuasan Followers Terkait *Sex Education*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa alasan menggunakan jejaring sosial Instagram @sisilism berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pengikut terhadap pendidikan seks. Kemudian diketahui bahwa motif identitas pribadi yang berhubungan dengan tipe seksualitas dan alasan informasi terkait pengetahuan tentang pendidikan seks berpengaruh terhadap kepuasan *followers* saat menggunakan jejaring sosial Instagram @sisilism terkait seks edukasi. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel Y. Pada penelitian terdahulu variabel Y adalah kepuasan sedangkan variabel Y penelitian ini adalah kebutuhan informasi.

Sedangkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan media sosial TikTok pernah dilakukan oleh Satria Aji Kamajaya, 2020, dengan judul: “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Aktualisasi Diri Di Kalangan Generasi Z”. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa daya tarik penggunaan aplikasi *TikTok* berpengaruh terhadap aktualisasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Unsika, sedangkan intensitas dan isi pesan penggunaan aplikasi *TikTok* tidak berpengaruh terhadap aktualisasi diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Unsika. Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan. Pada penelitian terdahulu teori yang digunakan adalah teori *Uses And Gratification*, sedangkan teori yang digunakan penelitian ini adalah teori *Uses and Effect*.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka pemenuhan informasi seks edukasi sangatlah penting dan peneliti menyadari minimnya pengajaran atau informasi mengenai seks edukasi. Salah satu akun *TikTok* @tabu.id hadir dengan konten yang membahas seks edukasi secara rinci, menghibur, dan mudah dimengerti, khususnya bagi kaum muda. Melalui *TikTok* ini diharapkan memenuhi kebutuhan informasi para kaum Generasi Z khususnya *followers* terkait seks edukasi. Peneliti tertarik mengetahui “Seberapa Besar Pengaruh Media Sosial *TikTok* Akun @tabu.id Terhadap Kebutuhan Informasi Mengenai Seks Edukasi Pada Generasi Z?”.

Dengan maksud dari penelitian ini adalah untuk

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh intensitas penggunaan media sosial *TikTok* akun @tabu.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followersnya*.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi pesan penggunaan media sosial *TikTok* akun @tabu.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followersnya*.

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik penggunaan media sosial *TikTok* akun @tabu.id terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followersnya*.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan teori, dan menjadi tambahan referensi untuk kajian-kajian komunikasi selanjutnya, terutama pada bidang komunikasi massa. Menambah wawasan peneliti mengenai media sosial, khususnya media sosial

TikTok, untuk selanjutnya dijadikan sebagai acuan dalam memenuhi kebutuhan informasi dan semoga menjadi ilmu pengetahuan mahasiswa tentang media baru, yaitu media sosial *TikTok* yang bisa membuat pola komunikasi baru dan juga sebagai pemenuhan informasi mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effect*. Teori ini menghubungkan pengguna, media, audiens, dan efek (hasil). Teori *Uses and Effect* merupakan sintesis antara teori tradisional mengenai efek dan teori *uses and gratification*, jadi teori ini menjelaskan bahwa kebutuhan menjadi faktor penggunaan media. Bagian terpenting dari pemikiran ini adalah konsep penggunaan atau *use* itu sendiri. Jika dikaitkan dengan penelitian, teori ini menekankan penggunaan jejaring sosial *TikTok*, apakah penggunaannya efektif dan memiliki efek bagi penggunaannya. Mengetahui efek penggunaan jejaring sosial akan memungkinkan untuk memahami dan memprediksi hasil dari proses komunikasi, Sven Windahl dalam (Riyanto, 2017).

Karakteristik konten media sosial juga menentukan sebagian besar dampak yang akan terjadi. Jadi ada dua proses simultan yang bersama-sama menyebabkan suatu hasil terjadi yang kita sebut '*consequence*' (kombinasi konsekuensi dan efek). Proses pendidikan pada umumnya menghasilkan hasil berupa "*consequence*". Beberapa hasil disebabkan oleh konten yang mendorong pembelajaran (efek) dan yang lainnya adalah hasil dari proses penggunaan media yang secara otomatis mengumpulkan dan menyimpan pengetahuan. Hasilnya dapat ditemukan pada tingkat individu dan sosial, Sven Windahl dalam (Riyanto, 2017).

Pengguna memiliki wewenang sendiri untuk menentukan akan mengonsumsi media apa saja yang mereka inginkan dan mereka butuhkan. Implementasi dari teori *uses and effect* dalam penelitian ini dapat dilihat dari seseorang yang secara sengaja mengikuti dan menjadi *followers* akun *TikTok* @tabu.id. Tentunya saja seseorang ini memiliki tujuan tertentu yang mungkin apabila ditarik garis lurus kesemuanya akan menuju pada satu titik yaitu pemenuhan kebutuhan akan informasi. Utama nya dalam penelitian ini dikhususkan pada pemenuhan kebutuhan informasi yang berkaitan dengan edukasi seksual.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan survei eksplanatori. Survei eksplanatori bertujuan untuk menjelaskan hubungan antara variabel dengan variabel lainnya serta menjelaskan letak variabel yang diteliti, (Sugiyono, 2018).

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *followers* dari akun @tabu.id yang termasuk dalam kategori generasi Z yaitu mereka yang lahir pada tahun 1995-2005 dan memiliki rentang usia 15-25 tahun, (Sugiyono, 2018).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *Probability sampling*. *Probability sampling* adalah teknik yang memberi peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik *Probability Sampling* yang dipilih adalah dengan *Simple Random Sampling* yaitu teknik penentuan sampel dari populasi dilakukan secara acak. Teknik sampling ini mengambil sampel acak dan dilakukan bila anggota populasi dianggap homogen. Metode pengambilan sampel ini digunakan karena populasi yang besar dan terdapat kerangka sampel yang jelas yaitu berupa data Generasi Z pada pengikut akun *TikTok* @tabu.id sebanyak 18.200 pengikut, (Sugiyono, 2018).

Berdasarkan perhitungan dengan rumus Slovin, maka jumlah sampel telah ditentukan yaitu sebanyak 99 orang dan peneliti akan menyebarkan kuesioner secara online pada *followers* akun @tabu.id.

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau mengukur apa yang diinginkan dengan kata lain dapat mengungkapkan data dari variabel yang di teliti secara tepat, Arikunto dan Suharsimi dalam (Prayoga, 2017).

Pengujian dilakukan dengan kriteria menggunakan *r* table pada tingkat yang diinginkan, yaitu pada tingkat signifikansi 0,05. Jika nilai positif dan *r* hitung > *r* table, maka Item dapat dikatakan

valid, sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka Item dinyatakan tidak valid, Priyatno dalam (Dadah, 2018).

Tabel 1. Hasil Uji Validitas (X)

Item	r tabel	r hitung	Ket
1	0,1975	0.289	Valid
2	0,1975	0.718	Valid
3	0,1975	0.615	Valid
4	0,1975	0.688	Valid
5	0,1975	0.850	Valid
6	0,1975	0.847	Valid
7	0,1975	0.851	Valid
8	0,1975	0.820	Valid
9	0,1975	0.765	Valid
10	0,1975	0.807	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Banyaknya $n = 99$ dan taraf signifikansi = 5%. Maka didapati nilai r tabel sebesar 0,1975. Kemudian dapat dilihat pada tabel diatas, seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas (Y)

Item	r tabel	r hitung	Ket
11	0,1975	0.838	Valid
12	0,1975	0.826	Valid
13	0,1975	0.847	Valid
14	0,1975	0.855	Valid
15	0,1975	0.842	Valid
16	0,1975	0.851	Valid

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Banyaknya $n = 99$ dan taraf signifikansi = 5%. Maka didapati nilai r tabel sebesar 0,1975. Kemudian dapat dilihat pada tabel diatas, seluruh pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar daripada nilai r tabel.

Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Penetapan nilai uji reliabilitas adalah “Sekumpulan pertanyaan untuk mengukur suatu variabel dikatakan reliabel dan berhasil mengukur variabel- variabel yang kita ukur jika koefisien reliabilitasnya lebih dari sama dengan 0,70”, Robert M Kaplan dan Dennis Saccuzo dalam (Sugiyono, 2018).

Pengujian reliabilitas instrument dalam penelitian ini menggunakan rumus Alpha Cronbach, dengan dasar pengambilan keputusan yakni sebagai berikut :

Jika nilai Cronbach’s Alpha (r_{11}) > dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan reliabel atau konsisten.

Jika nilai Cronbach’s Alpha (r_{11}) < dari 0,60 maka kuesioner dinyatakan tidak reliabel atau tidak konsisten.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas (X1)

<i>Reliability Statistic</i>	
Cronbach’s Alpha	N of Items
0,699	4

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui N of items = 4 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha = 0,699. Karena nilai Cronbach's Alpha = 0,610 > 0,60 maka *instrument* intensitas penggunaan media sosial akun *TikTok* @tabu.id dinyatakan konsisten atau reliabel.

Tabel 4. Hasil Uji Reliabilitas (X2)

<i>Reliability Statistic</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,933	4

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui N of items = 4 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha = 0,933. Karena nilai Cronbach's Alpha = 0,933 > 0,60 maka *instrument* isi pesan media sosial akun *TikTok* @tabu.id dinyatakan konsisten atau reliabel.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas (X3)

<i>Reliability Statistic</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,883	4

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui N of items = 2 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha = 0,883. Karena nilai Cronbach's Alpha = 0,883 > 0,60 maka *instrument* daya tarik media sosial akun *TikTok* @tabu.id dinyatakan konsisten atau reliabel.

Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas (Y)

<i>Reliability Statistic</i>	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,947	4

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel diatas diketahui N of items = 6 buah item dengan nilai Cronbach's Alpha = 0,947. Karena nilai Cronbach's Alpha = 0,947 > 0,60 maka *instrument* kebutuhan informasi seks edukasi dinyatakan konsisten atau reliabel.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada hasil dan pembahasan peneliti akan menguraikan hal-hal yang berkaitan dengan data yang telah berhasil dikumpulkan. Bagian yang akan dibahas yaitu identitas sampel, uji normalitas, uji regresi linear sederhana, uji parsial (t), uji koefisien determinasi (R²) dan uji koefisien determinasi parsial (r²) menggunakan aplikasi *Statistic Product and Service Solution* (SPSS) 25. Penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2010 : 39) skala Likert ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok mengenai suatu kejadian sosial.

Tabel 7. Skala Penilaian

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Ragu-ragu (RR)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono, 2011

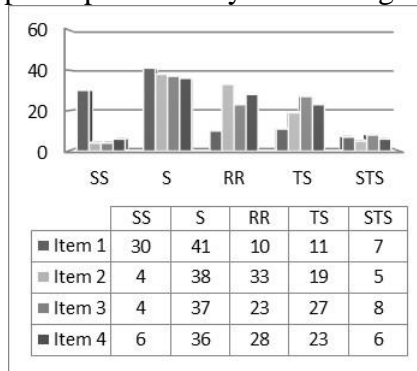
3.1. Hasil Penelitian

Tabel 8. Identitas Sampel

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-laki	38	62%
Perempuan	61	38%
Total	99	100%

Sumber: Data yang diolah peneliti

Berdasarkan tabel data di atas dengan jumlah responden sebanyak 99 orang. Responden berdasarkan jenis kelamin tersebar dengan selisih 27 orang. Jumlah responden laki-laki sebanyak 38 orang sedangkan responden perempuan sebanyak 61 orang.

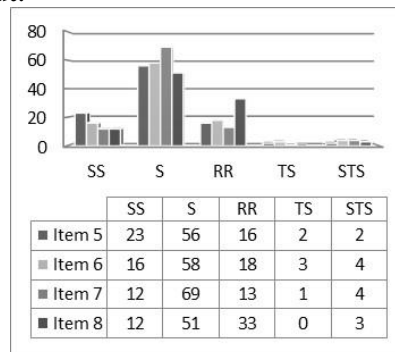


Grafik 1. Tanggapan Intensitas (X1)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan grafik tersebut, disimpulkan mayoritas responden menjawab setuju atas keempat item pertanyaan atau pernyataan yang diberikan mengenai intensitas. Pada item 1 sebanyak 41 responden setuju, item 2 sebanyak 38 responden setuju, item 3 sebanyak 37 responden setuju dan item 4 sebanyak 36 responden setuju.

Dari uraian tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa pengikut akun *Tiktok* @tabu.id secara frekuensi sering membuka aplikasi *Tiktok* setiap harinya, walaupun begitu hal ini belum berbanding lurus dengan informasi atau unggahan oleh akun @tabu.id karena tidak selalu ada di *timeline Tiktok* pengguna. Hal ini juga dapat dikaitkan dengan ketepatan waktu dalam memperoleh sebuah informasi. Berarti informasi dari unggahan akun @tabu.id tidak selalu tepat waktu diperoleh pengikutnya. Berdasar dari data tersebut responden disini juga mengkhususkan atau menyediakan waktu tersendiri untuk melihat unggahan dari akun @tabu.id dengan mengunjungi profil akun tersebut.



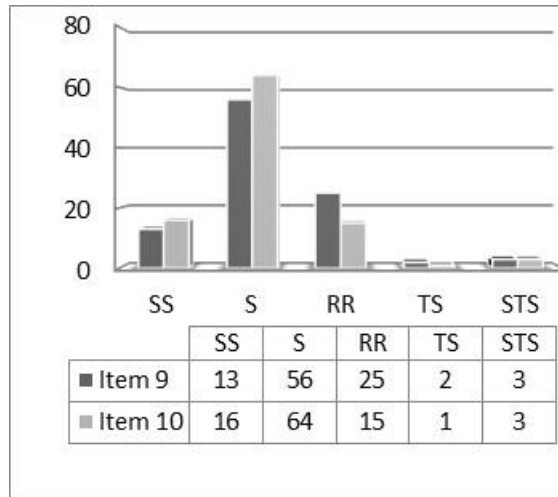
Grafik 2. Tanggapan Isi Pesan (X2)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, disimpulkan mayoritas responden menjawab setuju atas keempat item pertanyaan atau pernyataan yang diberikan mengenai isi pesan. Pada item 5

sebanyak 56 responden setuju, item 6 sebanyak 58 responden setuju, item 7 sebanyak 69 responden setuju dan item 8 sebanyak 51 responden setuju.

Dari uraian tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa informasi yang disampaikan akun *TikTok* @tabu.id jelas dan mudah dimengerti termasuk susunan kata atau caption dan bahasa dalam unggahannya, dimudahkan dalam mendapatkan informasi seks edukasi, dan informasi yang tersaji dalam akun @tabu.id lengkap. Mulai dari informasi tentang kesehatan sampai penyakit tentang reproduksi.

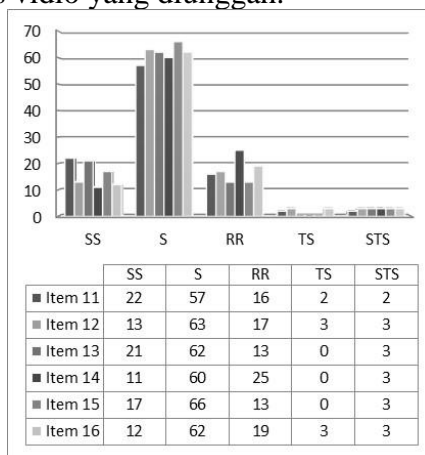


Grafik 3. Tanggapan Daya Tarik (X3)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, disimpulkan mayoritas responden menjawab setuju atas kedua item pertanyaan atau pernyataan yang diberikan mengenai daya tarik. Pada item 9 sebanyak 56 responden setuju dan item 10 sebanyak 64 responden setuju.

Dari uraian tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa ilustrasi yang ditampilkan dalam setiap unggahan informasi pada akun @tabu.id memiliki ciri khas dan keunikan serta responden mengakui jika konten yang digunakan mampu menarik perhatian para pengguna *TikTok* terutama *followersnya* dengan kreatifitas vidio yang diunggah.



Grafik 4. Tanggapan Kebutuhan Informasi (Y)

Sumber: Hasil Penelitian, 2022

Berdasarkan tabel tersebut, disimpulkan mayoritas responden menjawab setuju atas keenam item pertanyaan atau pernyataan yang diberikan mengenai kebutuhan informasi. Pada item 11 sebanyak 57 responden setuju, item 12 sebanyak 63 responden

setuju, item 13 sebanyak 62 responden setuju, item 14 sebanyak 60 responden setuju, item 15 sebanyak 66 responden setuju dan item 16 sebanyak 62 responden setuju,

Dari uraian tabel tersebut dapat disimpulkan bahwa setelah responden mengikuti atau *follow* akun @tabu.id memberikan efek semakin luasnya pengetahuan dan wawasan mengenai seks edukasi sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Artinya responden merasa puas akan informasi yang disampaikan oleh akun @tabu.id karena memudahkan akses dalam mencari informasi mengenai seks edukasi.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah sampel yang digunakan terdistribusi normal atau tidak. Berikut ini merupakan hasil output pengujian normalitas data menggunakan *Test of Normality Solmogrov-Smirmov* dalam program SPSS 25 :

Tabel 9. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		99
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13309256
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.057
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data yang diolah peneliti

Berdasarkan output tabel data di atas, didapatkan hasil uji normalitas yang menyatakan Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05. Maka hasil tersebut menyatakan bahwa data yang digunakan dalam penelitian ini telah terdistribusi normal.

2. Uji Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dimaksudkan untuk mengukur pengaruh antara variabel X (Akun *TikTok* @tabu.id) dengan variabel Y (Kebutuhan Informasi). Berikut ini merupakan hasil output menggunakan program SPSS 25 :

Tabel 10. Uji Regresi Linear Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regres-sion	1306.779	1	1306.779	284.268	.000 ^b
	Residu-al	445.908	97	4.597		
	Total	1752.687	98			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X						

Sumber: Data yang diolah peneliti

Dasar pengambilan keputusan :

Jika nilai signifikansi < dari 0,05 maka Ho ditolak dan Ha diterima

Jika nilai signifikansi > dari 0,05 maka Ho diterima dan Ha ditolak

Ho : Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan akun Tiktok @tabu.id terhadap peningkatan kebutuhan informasi.

Ha : Terdapat pengaruh antara penggunaan akun Tiktok @tabu.id terhadap peningkatan kebutuhan informasi.

Berdasarkan output tabel data diatas, didapatkan nilai F hitung sebesar 284,286 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Maka hasil tersebut menyatakan bahwa terdapat pengaruh variabel X (Akun *TikTok* @tabu.id) dengan variabel Y (Kebutuhan Informasi).

3. Uji Parsial (T)

Uji Parsial (T) dimaksudkan untuk menguji pengaruh atau tidaknya hubungan masing-masing variabel. Berikut ini merupakan hasil output menggunakan program SPSS 25 :

Tabel 11. Uji Parsial (T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Std. Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.556	1.097		2.331	.022
Intensitas	.201	.077	.148	2.621	.010
Isi Pesan	.765	.111	.546	6.880	.000
Daya Tarik	.831	.203	.300	4.098	.000

a. Dependent Variable: KEBUTUHAN INFORMASI

Sumber: Data yang diolah peneliti

Berdasarkan output tabel data diatas, pada variabel X1 (Intensitas) didapatkan nilai t hitung = 2,621 dan Sig. = 0,010 < 0.05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel intensitas berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi.

Pada variabel X2 (Isi Pesan) didapatkan nilai t hitung = 6,880 dan Sig. = 0,000 < 0.05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel isi pesan berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi.

Terakhir pada variabel X3 (Daya Tarik) didapatkan nilai t hitung = 4,098 dan Sig. = 0,000 < 0.05. Maka Ho ditolak dan Ha diterima yang berarti variabel daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi.

4. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Uji Koefisien Determinasi dimaksudkan untuk mengetahui besarnya pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent. Berikut ini merupakan hasil output menggunakan program SPSS 25 :

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adj. R Square	Std. Error
1	.863 ^a	.746	.743	2.144

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data yang diolah peneliti

Berdasarkan output tabel data di atas, didapatkan nilai korelasi atau hubungan (R) sebesar 0,863 dan diperoleh koefisien determinasi (R²) sebesar 0,746. Maka hasil tersebut menyatakan bahwa variabel X (Akun *TikTok* @tabu.id) berpengaruh terhadap variabel Y

(Kebutuhan Informasi) sebesar 74,6% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

5. Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Selain melakukan uji t maka perlu juga mencari besarnya koefisien determinasi parsialnya untuk masing-masing variabel bebas. Uji determinasi parsial ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji parsial dapat dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 13. Uji Koefisien Determinasi Parsial (r^2)

Coefficients ^a				
Model		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)			
	Intensitas	0.603	0.260	6.75%
	Isi Pesan	0.865	0.577	33.26%
	Daya Tarik	0.794	0.388	15.02%

a. Dependent Variable: KEBUTUHAN INFORMASI

Sumber: Data yang diolah peneliti

Berdasarkan output tabel data diatas, didapatkan besaran pengaruh intensitas terhadap kebutuhan infomrasi sebesar 0,260 = 6,75%. Pengaruh isi pesan terhadap kebutuhan informasi sebesar 0,577 = 33,26%. Dan pengaruh daya tarik terhadap kebutuhan informasi sebesar 0,388 = 15,02%.

3.2.Pembahasan

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 99 responden, kemudian penelitian menganalisis data tentang pengaruh Intensitas, Isi pesan dan Daya tarik terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi tentang seks edukasi pada generasi Z, diperoleh keterangan secara simultan ketiga variable tersebut berpengaruh signifikan terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi. Besarnya pengaruh ketiga variable tersebut terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 74,6%. Fakta ini menunjukkan bahwa variable-variabel tersebut merupakan aspek yang sangat dominan dalam mempengaruhi Pemenuhan kebutuhan informasi tentang seks edukasi dikalangan generasi Z. Generasi Z yang mengikuti atau *follow* akun *TikTok* @tabu.id dapat memperoleh informasi baru mengenai hal-hal yang berkaitan dengan seks edukasi. Kebutuhan informasi berkaitan dengan pengguna/khalayak.

Hasil penelitian menunjukan intensitas berpengaruh signifikan terhadap Pemenuhan kebutuhan informasi tentang seks edukasi dikalangan generasi Z. Besar pengaruh intensitas terhadap pemenuhan kebutuhan informasi adalah 6,75%. Frekuensi penggunaan media sosial *TikTok* menjamin seseorang secara terus menerus membaca update informasi dari akun @tabu.id. Sesuai dengan teori *Uses and Effect* yang memiliki sejumlah asumsi dasar yang menjadi inti gagasan dari teori, yaitu keefektifan ketika menggunakan media, keefektifan ini ditentukan oleh pengguna, Sven Windahl dalam (Riyanto,2017). Di asumsi dasar tersebut terdapat proses simultan yang menyebabkan konsekuensi dan efek, pada proses tersebut disebabkan oleh konten yang mendorong pengguna untuk mempelajari serta secara otomatis pengguna mengumpulkan dan menyumpan pengetahuan. Selain itu media juga memproduksi pesan yang akan terus disebarluaskan ke khalayak luas pada waktu tertentu. Intensitas responden dalam mengakses atau mendapati informasi seks edukasi berbeda-beda, ada yang setiap hari, satu minggu sekali, atau

satu bulan sekali. Ini dapat terjadi karena memang pesan dalam komunikasi massa diproduksi secara berkala atau berkelanjutan.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa isi pesan berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi adalah sebesar 33.26%. Penyampaian informasi yang merinci, jelas dan mudah dipahami membuat para *followers*-nya dimana dalam penelitian ini adalah kalangan generasi Z yang secara sengaja mengikuti akun @tabu.id untuk mendapatkan informasi mengenai seks edukasi. Hal ini sesuai dengan teori *Uses and Effect* dimana asumsi dasar dari teori ini adalah khalayak secara sengaja dan sadar akan motifnya menggunakan media untuk mendapatkan informasi yang mereka inginkan dan akhirnya memperoleh kepuasan dari media tersebut akan informasi yang disampaikan.

Hasil penelitian yang menunjukkan bahwa daya tarik berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi seks edukasi adalah sebesar 15.02%. Informasi tentu tidak lengkap jika tidak ada ilustrasi didalamnya, ilustrasi yang dimaksud adalah video yang memiliki ciri khas, keunikan, dan kreatifitas. Sesuai dengan teori *Uses and Effect* bahwa khalayak secara sengaja menggunakan media sesuai dengan keinginan mereka, tujuannya untuk mendapatkan efek kepuasan. Kaitannya adalah para *followersnya* @tabu.id secara sengaja mengikuti akun @itabu.id untuk dijadikan media mencari informasi yang mereka butuhkan salah satu alasannya tentu saja karena mereka tertarik dengan video dan ilustrasi yang digunakan akun @tabu.id dalam mengunggah gambar guna memberikan informasi.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat diambil simpulan sebagai berikut:

Intensitas tidak berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi tentang seks edukasi dikalangan generasi Z. Karena berdasarkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni $t_{hitung} = 2,621$ dengan tingkat Sig. = $0,010 < 0,05$. nilai signifikansi tersebut kurang dari taraf 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel intensitas berpengaruh signifikan terhadap kebutuhan informasi.

Isi Pesan berpengaruh terhadap kebutuhan pemenuhan informasi tentang seks edukasi dikalangan generasi Z. Karena berdasarkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni $t_{hitung} = 6,880$ dan Sig. = $0,000 < 0,05$. nilai signifikansi tersebut kurang dari taraf 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel isi pesan media infografis berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pemahaman masyarakat.

Daya Tarik berpengaruh terhadap kebutuhan pemenuhan informasi tentang seks edukasi dikalangan generasi Z. Karena berdasarkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yakni $t_{hitung} = 4,098$ dan Sig. = $0,000 < 0,05$. nilai signifikansi tersebut kurang dari taraf 5%. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel isi pesan media infografis berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pemahaman masyarakat.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Ade, R., Afrinda, A., Irawan, B., Boer, K. M., Belimbing, K., & Bontang, K. (2020). *Interaktivitas Website Belimbing . Id Sebagai Media Komunikasi Dalam Meningkatkan*. 8(1), 88–102.
- Aji, W. N. (2018). Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia. *Prosiding Seminar Nasional Pertemuan Ilmiah Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 431, 431–440.
- Ananda, M. R. (2021). Pemanfaatan Media Baru Untuk Efektifitas Komunikasi Pembelajaran Dalam Masa Wabah Covid 19. *Jurnal Komunikasi Universitas Garut: Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 7(1), 578. <https://doi.org/10.52434/Jk.V7i1.1019>
- Azizah, K. N. (2018). *Gunung Es Perilaku Seks Pranikah Di Kalangan Remaja*. Health.Detik.Com. <https://health.detik.com/berita-detikhealth/D-4249233/Gunung-Es-Perilaku-Seks-Pranikah-Di-Kalangan-Remaja>

- Bidayasari, S. (2018). *PERILAKU PENEMUAN INFORMASI BERDASARKAN TEORI WILSON DI PERPUSTAKAAN UIN SUNAN KALIJAGA PADA MAHASISWA PASCASARJANA ILMU PERPUSTAKAAN DAN INFORMASI*. 1(2).
- Clairine, F., & Widayatmoko, W. (2019). Pengaruh Motif Penggunaan Media Sosial Instagram @Sisilism Terhadap Kepuasan Followers Terkait Sex Education. *Koneksi*, 3(1), 228. <https://doi.org/10.24912/Kn.V3i1.6213>
- Dadah, A. (2018). *PENGARUH PROMOSI DAN STORE ATMOSPHERE TERHADAP PROSES KEPUTUSAN PEMBELIAN (Survey Pada Konsumen Optik MM Kieraha Futuru Bandung)*. <http://repository.unpas.ac.id/id/eprint/37488%0A>
- Damaiyanti, C. (2016). *PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PEMUSTAKA NONKARYAWAN DI PERPUSTAKAAN BANK INDONESIA SEMARANG*. 9.
- Dea, I. (2017). *Tik Tok, Aplikasi Video Dengan Teknologi Canggih Yang Mudah Digunakan. Resmi Diluncurkan Di Indonesia*. PR Newswire Asia. <https://id.prnasia.com/story/23467-5.shtml>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi (VII)*. Erlangga.
- Haryono, S. E., Anggareni, H., Muntomimah, S., & Iswahyudi, D. (2018). Impelementasi Pendidikan Sex Pada Anak Usia Dini Di Sekolah. *JAPI (Jurnal Akses Pengabdian Indonesia)*, 3(1), 24. <https://doi.org/10.33366/japi.v3i1.839>
- Janie, D. N. A. (2012). *Statistik Deskriptif & Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*.
- Jayani, D. H. (2021). *Proporsi Populasi Generasi Z Dan Milenial Terbesar Di Indonesia*. <https://databoks.katadata.co.id/>
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/24/proporsi-populasi-generasi-z-dan-milenial-terbesar-di-indonesia>
- Liliweri, A. (1992). *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Citra Aditya Bakti. <https://opac.perpusnas.go.id/detailopac.aspx?id=155038>
- Mawardi, M. (2019). Rambu-Rambu Penyusunan Skala Sikap Model Likert Untuk Mengukur Sikap Siswa. *Scholaria: Jurnal Pendidikan Dan Kebudayaan*, 9(3), 292–304. <https://doi.org/10.24246/j.js.2019.v9.i3.p292-304>
- Prayoga, G. (2017). *PENGARUH PERILAKU SIKAP POSITIF DAN NEGATIF PERTEMANAN TERHADAP KEPERIBADIAN SOSIAL SESEORANG DI DALAM LINGKUNGAN KOSAN SETIA LAKSANA POLBAN DESA CIWARUGA (Vol. 1, Issue)* [Universitas Pasundan]. <http://repository.unpas.ac.id/30438/>
- Putra, Y. S. (2016). *TEORI PERBEDAAN GENERASI*. 12.
- Riyanto, R. (2017). Efektivitas Media Internet Terhadap Kepuasan Khalayak Media. *Interkomunika*, 2(1), 61. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i1.16>
- Rohayati. (2020). Konsepsi Pendidikan Seks Pada Anak Usia Dini Menurut Perspektif Islami. In *Program Studi Pendidikan Islam Anak Usia Dini Fakultas Tarbiyah Dan Tadris Institut Agama Islam Negeri Bengkulu*.
- Salma Dhiya Pratiwi, Moch. Fakhruroji, E. M. (2021). *Hubungan Tayangan Body Image Di Televisi Dengan Body Dissatisfaction*. 1–13.
- Setiawan, A. D. E. (2019). *PENDIDIKAN SEKS PADA ANAK (Studi Perbandingan Pemikiran Abdullah Nashih Ulwan Dan Yusuf Madani)*.
- Setyowati, D. (2019). *Melebihi Instagram, Pengguna Tiktok Tembus 1,5 Miliar*. Katadata. <https://katadata.co.id/desysetyowati/digital/5e9a4c55a9b31/melebihi-instagram-pengguna-tiktok-tembus-15-miliar>
- Sinta Listani. (2016). *PENGARUH KARAKTER GENERASI Z DAN PERAN GURU DALAM PEMBELAJARAN TERHADAP MOTIVASI BELAJAR AKUNTANSI SISWA KELAS X AKUNTANSI SMK NEGERI 1 GODEAN TAHUN AJARAN 2015/2016 (Vol. 147)*. UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA.

- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D* (26th Ed.). ALFABETA.
- Tama, M. (2020). *Kisah Kejayaan Tiktok Di 2020*. CNN Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20201210145006-185-580569/kisah-kejayaan-tiktok-di-2020/1>
- Tosepu, Y. A. (2018). *Komunikasi Politik Di Dunia Virtual* (1st Ed., Vol. 3, Issue 1). CV. Jakad Media Publishing.
- Wahyudin, U., & Karimah, K. El. (2016). Etika Komunikasi Di Media Sosial. *Prosiding Nasional Komunikasi*, 216–224.
- Yordan, A., Dewantoro, U., & Lathifah, A. (2016). *ILMU BUDAYA UNIVERSITAS DIPONEGORO (Studi Kasus Skripsi Di Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro)*. 10.