

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @kemenpupr
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS***

SKRIPSI

Program Studi Informasi

Jenjang Sarjana



Oleh:

JENNY FETRICIA

09031281924069

FAKULTAS ILMU KOMPUTER

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

2023

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @kemenpupr
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

Sebagai salah satu syarat untuk penyelesaian
studi di Program Studi Sistem Informasi SI

Oleh

Jenny Fetricia 09031281924069

Disahkan,

Palembang, 22 November 2023

Mengetahui,
Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M.T.
NIP. 197811172036042001

Pembimbing,



Apriansyah Putra, M.Kom
NIP. 197704032009121001

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Jenny Fetricia
NIM : 09031281924069
Program Studi : Sistem Informasi
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok
@kemepupr Terhadap Pemenuhan Kebutuhan
Informasi *Followers*

Hasil pengecekan *Software Inthenticate / Turnitin*: 10%

Menyatakan bahwa laporan skripsi saya merupakan hasil karya saya sendiri bukan hasil penjiplakan / *plagiat*. Apabila ditemukan unsur penjiplakan / *plagiat* dalam laporan skripsi ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik dari Universitas Sriwijaya sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak ada paksaan dari siapapun.



Palembang, 23 November 2023



Jenny Fetricia
NIM. 09031281924069

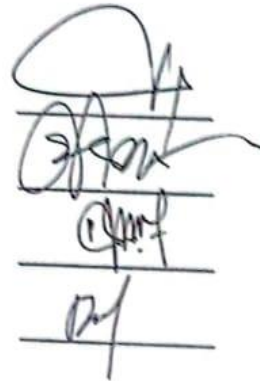
HALAMAN PERSETUJUAN

Telah diuji dan lulus pada:

Hari : Senin
Tanggal : 13 November 2023
Nama : Jenny Fetricia
NIM : 09031281924069
Judul : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
@kemenpupr TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN
INFORMASI FOLLOWERS

Komisi Penguji:

1. Pembimbing : Apriansyah Putra, M.Kom
2. Ketua : Endang Lestari, M.T.
3. Sekretaris : Putri Eka Sevtiyuni, M.T.
4. Penguji : Dedy Kurniawan, M.Sc



Mengetahui,

Ketua Jurusan Sistem Informasi



Endang Lestari Ruskan, M. T.
NIP. 197811172006042001

HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO

“Hiduplah nyaman nya, tapi jangan terlalu nyaman agar masih ada ruang untuk berkembang”

Skripsi ini saya persembahkan untuk :

- Allah SWT yang membuat skenario hidup yang begitu menakutkan dan tidak pernah saya kira sebelumnya
- Orang tua terhebat dalam hidup saya, Mama.
- Dosen pembimbing yang telah membimbing serta memberikan masukan, semangat, doa dan sarannya selama ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan Bapak Ibu Dosen Penguji yang telah tulus dan ikhlas meluangkan waktunya untuk menuntun serta mengarahkan saya agar dapat menyelesaikan skripsi ini
- Semua Sahabat dan Teman seperjuangan yang selalu membantu dan memberi motivasi serta dukungan selama saya mengerjakan skripsi ini.
- Alamatater Kebanggaan dan Univesitas Tercinta, Universitas Sriwijaya

KATA PENGANTAR

Alhamdulillahirabbil'alamin. Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat karunia, hidayah dan pertolongan-Nya penulis dapat menyelesaikan Laporan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok @kemepupr Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers" dengan baik dan tepat pada waktunya.

Selama penyelesaian laporan Tugas Akhir ini tidak terlepas dari bimbingan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga laporan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat, ilmu, kesempatan, kelancaran dan kesehatan sehingga penulis mampu menyelesaikan laporan Tugas Akhir ini
2. Orang tua, Mama yang telah berjuang dan memberi dukungan baik dari finansial maupun doa sehingga saya dapat menjalankan perkuliahan ini dengan baik dan lancar.
3. Keluarga besar saya yang selalu senantiasa memberikan doa dan semangat, dukungan serta saran yang sangat bermanfaat agar terus melakukan yang terbaik.
4. Bapak Prof. Dr. Erwin, S.Si., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya.

5. Ibu Endang Lestari Ruskan, S.Kom., M.T. selaku Ketua Jurusan Sistem Informasi.
6. Ibu Dinda Lestari, M.T selaku Pembimbing Akademik yang selalu memberikan saran dan arahan dalam perkuliahan saya.
7. Bapak Apriansyah Putra, M.Kom. selaku Pembimbing Tugas Akhir yang selalu memberikan saran, dukungan, semangat dan arahan dalam mengerjakan dan menyusun Tugas Akhir saya.
8. Kak Angga selaku Admin Program Sistem Informasi yang selalu memberi bantuan dan kemudahan dalam semua urusan administrasi dan jurusan.
9. Seluruh Dosen Penguji yang telah membantu memberi saran, masukan untuk isi dari Tugas Akhir ini.
10. Seluruh Dosen di Fakultas Ilmu Komputer Universitas Sriwijaya yang telah memberikan ilmu dan bimbingannya yang sangat bermanfaat bagi saya selama menjalani perkuliahan ini.
11. Seluruh teman Jurusan Sistem Informasi angkatan 2019 yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu.
12. Seluruh teman UKM Harmoni, terutama Pengurus Kabinet Zeus yang telah membuat masa perkuliahan dan organisasi saya menjadi lebih berwarna.
13. Serta teman – teman Samara Kost, Innama, Lalak dan yang lainnya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu yang telah memberi saran, dukungan, semangat, kebahagiaan dan menemani masa perkuliahan saya.

Penulis berharap semoga laporan Tugas Akhir ini bermanfaat bagi kita semuanya terkhusus untuk mahasiswa Fakultas Ilmu Komputer Universitas

Sriwijaya. Penulis juga menyadari laporan Tugas Akhir ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan masukan dan saran yang bersifat membangun agar dapat lebih baik lagi di kemudian hari.

Palembang, November 2023

Penulis,

Jenny Fetricia
NIM. 09031281924069

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK @kemenpupr
TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

Oleh

Jenny Fetricia

09031281924069

ABSTRAK

Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat adalah salah satu instansi pemerintahan yang menggunakan media sosial tiktok sebagai media komunikasi dan publikasi. Sebuah tantangan bagi Biro Komunikasi Publik yang mengelolah akun Tiktok untuk memaksimalkan penggunaan Tiktok sebagai media sosial yang marak digunakan saat ini agar pesan dapat diterima dengan baik oleh *followers* dan penulis tertarik untuk mengetahui apakah akun Tiktok @kemenpupr sudah memberikan informasi yang sesuai terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kepada masyarakat terutama *followers*. Menurut (Chris Heuer dalam buku Solis (2010)) terdapat 4 Indikator yang harus ada di media sosial, yaitu Indikator 4C. Hal tersebut meliputi, *Context, Communication, Collaboration, Connection*. Kebutuhan Informasi merupakan hal yang dimiliki oleh setiap orang dalam melakukan segala kegiatan. Informasi merupakan sumber ilmu yang sudah diolah dan menghasilkan semua makna. Menurut Guha dalam Syaffril (2004:18-19) terdapat empat pendekatan yang menjelaskan kebutuhan informasi pengguna media sosial yaitu: *Current need approach* (pendekatan kebutuhan informasi mutakhir), *Everyday need approach* (pendekatan kebutuhan informasi rutin), *Exhaustic need approach* (pendekatan kebutuhan informasi mendalam) dan *Catching up need approach* (pendekatan kebutuhan informasi sekilas). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Data yang diperoleh dianalisis dengan menggunakan SmartPLS dengan pengujian *outer model* dan *inner model*. Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa variabel yang memiliki pengaruh terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi adalah pada semua variabel yaitu *Context, Communication, Collaboration, Connection*.

Kata Kunci : *E-Government, Media Sosial Tiktok, Kebutuhan Informasi*

**THE INFLUENCE OF USING SOSIAL MEDIA TIKTOK @kemenpupr
ON FULFILLING THE INFORMATION NEEDS OF FOLLOWERS**

By

Jenny Fetricia

09031281924069

ABSTRACT

The Ministry of Public Works and Public Housing is one of the government agencies that uses Tiktok social media as a medium for communication and publication. A challenge for the Public Communication Bureau that manages the Tiktok account to maximize the use of Tiktok as a social media that is widely used today so that messages can be received properly by followers and the author is interested in knowing whether the Tiktok @kemenpur account has provided appropriate information to fulfill information needs to the public, especially followers. According to (Chris Heuer in the book Solis (2010)) there are 4 indicators that must exist in social media, namely the 4C Indicator. These include, Context, Communication, Collaboration, Connection. Information needs are things that everyone has in carrying out all activities. Information is a source of knowledge that has been processed and produces all the meanings. According to Guha in Syaffril (2004: 18-19) there are four approaches that explain the information needs of social media users, namely: Current need approach, Everyday need approach, Exhaustic need approach and Catching up need approach. The method used in this research is quantitative method. The data obtained was analysed using SmartPLS by testing the outer model and inner model. From this study, it was found that the variables that have an influence on Fulfilment of Information Needs are all variables, namely Context, Communication, Collaboration, Connection.

Keywords: *E-Government*, Instagram Social Media, Information Needs.

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
HALAMAN PERSEMBAHAN DAN MOTTO	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	7
1.3. Tujuan penelitian	7
1.4. Manfaat penelitian	8
1.5. Batasan masalah	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1. Profil Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat	10
2.1.1. Sejarah Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat	10
2.1.2. Logo Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat:.....	13
2.2. Tiktok	15
2.3. Kebutuhan Informasi	16
2.4. Penelitian terdahulu:	17
2.7. Populasi dan Sampel	25
2.7.1. Populasi	25
2.7.2. Sampel.....	26
2.8. Menentukan Ukuran Sampel	26
2.9. Skala Likert	27
2.10. Teknik Analisis Data	28
2.10.1. Uji Validitas	28
2.10.2. Uji Reabilitas.....	29
2.11. Pengujian Hipotesis	29

BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 <i>Flowchart</i> Penelitian	30
3.2 Object penelitian.....	32
3.3 Jenis Penelitian	32
3.4 Hipotesis	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data	34
3.6 Populasi dan Sampel	41
3.7 Analisis Data	42
3.9 Content Validiy	43
3.10 Pilot Test.....	51
3.11 Analisis Data	51
BAB IV PEMBAHASAN.....	53
4.1 Alur Penelitian.....	53
4.2 Hasil Perhitungan Content Validity	54
4.3 Hasil Perhitungan <i>Pilot Test</i>	56
4.4 Hasil Pengumpulan Data	59
4.5 Karakteristik Responden	59
4.5.1 Jenis Kelamin Responden.....	60
4.5.2 Pekerjaan Responden.....	60
4.6 Analisis Data	61
4.6.2 Pengujian Inner Model.....	67
BAB V KESIMPULAN	71
5.1 Kesimpulan.....	71
5.2 Saran.....	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	75

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	16
Tabel 2.2 Skala Likert.....	31
Tabel 3.1 Instrumen Pertanyaan Kuesioner.....	34
Tabel 3.2 <i>Content Validity</i>	35
Tabel 4.1 Hasil Perhitungan Content Validity.....	56
Tabel 4.2 Validitas Pilot Test bagian Convergency Validity.....	58
Tabel 4.3 Validitas Pilot Test bagian Discriminant Validity.....	59
Tabel 4.4 Reabilitas Pilot Test.....	60
Tabel 4.5 Outer Loading.....	63
Tabel 4.6 Hasil keterangan dari pengujian Outer Loading.....	64
Tabel 4.7 Cross Loading.....	66
Tabel 4.8 Composite Reability.....	67
Tabel 4.9 Nilai R-Square.....	68
Tabel 4.10 Hasil Path Coefficien.....	69

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Logo Kementerian KEMENPUPR.....	11
Gambar 3.1 Flowchart Penelitian.....	31
Gambar 3.2 Kerangka Hipotesis.....	33
Gambar 4.1 Uji Outer Model Pilot Test.....	57
Gambar 4.2 Jenis Kelamin Responden.....	61
Gambar 4.3 Pekerjaan Responden.....	62
Gambar 4.4 Hasil Path Coefficient.....	68

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Logo Kuesioner Penelian.....	A-1
Lampiran 2 Hasil Pengumpulan Data.....	B-1
Lampiran 3 Hasil Inheritance.....	C-1
Lampiran 4 Form Revisi Skripsi.....	D-1
Lampiran 5 Kartu Konsultasi.....	E-1

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Proses membagikan informasi atau pesan untuk saling berhubungan dan berinteraksi kepada manusia satu ke manusia lain adalah suatu bentuk dari komunikasi. Di era digital ini dengan adanya teknologi kehidupan dalam masyarakat menjadi lebih dimudahkan. Perkembangan teknologi yang sangat pesat pada bidang teknologi dan komunikasi beberapa tahun ini, membuat alat komunikasi utama yang sangat diminuti saat ini di masyarakat adalah internet, terutama dalam bertukar informasi yang dapat dilakukan dalam berbagai cara dan bentuk.

Menurut pendapat Ruben dan Steward (1998:16) komunikasi itu sendiri dapat menjadi pegangan para komunikator, baik orang maupun kelompok, menciptakan atau berbagi data yang disusun untuk mewujudkan tujuan kesamaan pemahaman antara pemberi informasi dan penerima komunikasi. Internet memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berpergian dimana dan kapan saja dengan melalui handphone atau gadget lainnya sehingga dapat memudahkan pekerjaan bagi manusia dalam hal mencari, berkomunikasi, berbagi dan mendapatkan data.

Komunikasi juga merupakan salah satu bentuk penting dalam suatu organisasi untuk menjalin hubungan dengan masyarakat dengan cara berbagi data kepada masyarakat. Saat ini, komunikasi tidak hanya dapat dilakukan secara langsung atau tatap muka tetapi juga dapat dilakukan secara online melalui media massa di era digital seperti saat ini.

Oleh karena itu, Internet khususnya sosial media, banyak dimanfaatkan sebagai jalur alat komunikasi dan dipromosikan penggunaannya secara gencar, sesuai dengan pandangan Rudiantara (2017:1). Khususnya dalam pemerintahan sangat digalakkan memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi antara pemerintah dan masyarakat. Hampir seluruh kementerian dan organisasi pemerintah saat ini menggunakan media sosial untuk berkomunikasi secara langsung dan menyebarkan informasi, peraturan, dan pencapaian guna memenuhi kebutuhan akan informasi yang terbuka (Heriani, 2019: 1).

Social media yang awalnya dilihat sebagai sarana berkomunikasi dan mencari hiburan sudah mulai banyak merambah menjadi saran penyebaran informasi baik itu untuk kepentingan industri marketing, berita dan siaran, perfilman, musik hingga sektor pemerintahan dan berbagai informasi baik itu formal maupun informal.

Setiap industri membutuhkan jembatan untuk menyampaikan informasi, termasuk pemerintahan. Pemerintah memerlukan media yang dapat menyampaikan informasi yang cepat, tepat dan langsung kepada masyarakat. Maka dari itu dengan adanya media social dapat menjadi jembatan yang sangat tepat untuk digunakan oleh pemerintah.

Media sosial telah menjadi wadah komunikasi yang sangat interaktif yang memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pengirim dan penerima pesan, dengan cara ini media sosial telah menjadi salah satu cara berkomunikasi yang paling umum, berdasarkan pemeriksaan standar yang dilakukan oleh We Are Social & Hootsuite, pada tahun 2020 penggunaan media sosial di dunia menjangkau

3,800 miliar dengan tingkat penetrasi sebesar 49% (Kemp, 2020). Sementara di Indonesia, pada tahun 2020 pengguna media social mencapai 160 juta pengguna dengan tingkat penetrasi sebesar 59%. Jumlah tersebut terus meningkat sebanyak 10 juta pengguna pada Januari 2021. Media sosial yang digunakan di sini antara lain Facebook, Twitter, Youtube, Instagram, WhatsApp, Snapchat, dan tentunya aplikasi asal China yang saat ini sedang banyak digunakan, yakni TikTok.

TikTok menjadi sosial media yang sedang marak dipergunakan pada saat ini. TikTok adalah salah satu platform media social yang menampilkan format audio visual yang memungkinkan bagi penggunanya untuk membagikan video singkat ataupun foto dengan durasi mulai dari 15 detik sampai dengan 3 menit yang mana penonton dapat memberikan interaksi terkait video tersebut dengan memberikan like, komentar, favorit, dan share.

Berdasarkan laporan dari We Are Social, TikTok telah memiliki 1,4 miliar pengguna aktif bulanan (MAU) yang berumur lebih dari 18 tahun secara global di kuartal pertama tahun 2022. Jumlah ini terus meningkat sebanyak 15,34% dibandingkan dengan kuartal sebelumnya yang berjumlah 1,2 miliar pengguna. Dan Indonesia berada di peringkat kedua dengan jumlah pengguna TikTok aktif sebanyak 99,1 juta orang dan menghabiskan waktu penggunaan rata-rata 23,1 jam di TikTok per bulan.

Berdasarkan survei yang telah dilakukan oleh badan riset dan analisa data Internasional, Yougov pengguna Tiktok sekitar kurang lebih 50% remaja di Indonesia memilih aplikasi Tiktok untuk mengekspresikan kekreatifan mereka (YouGov, dalam Jonata, 2020). Tahun 2020 pengguna Tiktok di Indonesia

mengalami peningkatan yang signifikan pengguna Tiktok sebagian besar audiensnya berusia 10-19 tahun (32,5%) dan 20-29 tahun (29,5%) dan sebanyak 60% penggunanya adalah perempuan. Dengan audiens yang aktif setiap hari dan paling banyak digunakan pada sore hari pada jam pulang dan pada hari libur.

Berdasarkan riset yang telah dilakukan oleh Tiktok sendiri, pengguna aplikasi Tiktok memiliki beberapa kelompok tentang tema konten-konten yang digemari. Beberapa tema konten yang digemari oleh para pengguna Tiktok adalah konten religi, konten kuliner, hiburan (mengarah pada komedi), unggahan kehidupan pribadi dengan teman maupun keluarga, serta konten gaya dan kecantikan (Tiktok, 2020) dan pengguna di Indonesia paling banyak menyukai video makanan, fashion, dan komedi di TikTok, semakin sering pengguna menonton konten kesukaannya, akan ada lebih banyak rekomendasi yang dipersonalisasi pada akun Tiktok mereka melalui beranda For Your Page.

Berdasarkan riset tersebut dapat menunjukkan gambaran kebutuhan informasi dari Tiktok oleh para penggunanya. Selain menunjukkan konten-konten yang menarik, Tiktok juga menjadi wadah promosi. Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Tiktok sendiri, terdapat beberapa aktivitas pembelian setelah terpapar tema konten iklan yang ada. Beberapa aktivitas pembelian yang banyak dilakukan setelah melihat konten iklan di Tiktok berkaitan dengan tema food and beverage, fashion and accessories, household, beauty and personal care, health and fitness, baby and children, electronics, serta digital products (Tiktok, 2020). Terlihat dari riset-riset yang telah dilakukan oleh Tiktok sendiri menggambarkan bahwa pengguna Tiktok memanfaatkan aplikasi tersebut sebagai salah satu sumber

referensi dalam menjalani aktivitas sehari-hari mereka. Melihat karakteristik audiens TikTok, pengguna tiktok tidak terlalu menyukai konten yang terlalu serius dan terlalu berat untuk ditonton pengguna. Mirip dengan YouTube, audiens TikTok juga lebih menyukai konten berbentuk video dengan visual yang menarik.

TikTok yang populer di kalangan segala usia dipandang sebagai platform yang dapat mencapai seluruh lapisan masyarakat, sehingga menyebabkan beberapa pemerintah dan kementerian Indonesia mulai menggunakan aplikasi TikTok sebagai cara khusus, khususnya untuk menyiarkan dan memberikan informasi terkait pemerintahan.

Salah satu kementerian yang menggunakan TikTok sebagai media menyampaikan informasi dan rutin membagikan konten pada aplikasi TikTok adalah Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat yang tugasnya adalah menjalankan urusan pemerintahan di bidang pekerjaan umum dan perumahan rakyat. <https://pu.go.id/page/Tugas-dan-Fungsi>

Dalam akun TikTok (@kemenpupr) banyak mengandung konten edukatif seputar pembangunan Gedung, perumahan, jalan maupun lainnya yang berhubungan dengan kinerja dan program dari kemenpupr sendiri, dengan ini masyarakat dapat dengan mudah mengetahui informasi dan berita terkini mengenai pembangunan yang ada di Indonesia.

Akun @kemenpupr tiktok harus efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi masyarakat. Ketentuan untuk memutuskan tujuan yang ingin dicapai dengan metode atau perangkat yang digunakan guna mencapai hasil yang diinginkan dan memuaskan seperti pemahaman efektivitas menurut (Maunley,

2016). Dalam hal ini, salah satu cara yang telah dilakukan Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat adalah TikTok untuk memberikan informasi guna mencukupi kebutuhan informasi masyarakat yang mengikuti akun TikTok tersebut maupun masyarakat umum.

TikTok, merupakan media sosial dengan jumlah pengguna yang besar. “Efektivitas Media TikTok dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca Di Pandemi COVID 19” Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh (Fitri et al., 2021) memperlihatkan bahwa meningkatnya penjualan produk Lippie Serum dipengaruhi oleh peran media sosial TikTok.

Selain menjadi media untuk meningkatkan angka penjualan, media sosial TikTok pun menjadi sebuah media untuk meningkatkan efektivitas pembelajaran siswa. Penelitian yang dilakukan oleh (Hutamy et al., 2021) dengan judul “Efektivitas Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik” menunjukkan adanya tren positif dimana pemanfaatan TikTok sebagai perangkat pembelajaran memiliki hasil layak dalam proses pembelajaran.

Meski demikian, penelitian tersebut dan penelitian-penelitian lainnya cenderung menunjukkan manfaat TikTok sebagai media untuk meningkatkan angka penjualan, *engagement*, efisiensi pembelajaran dan sebagainya. Namun masih sangat minim dilakukan penelitian terkait pemanfaatan media TikTok untuk meningkatkan wawasan penggunaannya terkait dengan badan pemerintahan, terutama KEMENPUPR. Dengan demikian, berlandaskan penjelasan diatas penulis memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul

**“PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK
@kemenpupr TEHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFROMASI
FOLLOWERS”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian konteks yang telah dijelaskan pada latar belakang, maka masalah penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut::

1. Apa saja faktor-faktor dari media sosial Tiktok yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi followers?
2. Bagaimana menganalisis Pengaruh Media Sosial terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers pada Akun Tiktok Kemenpupr?
3. Bagaimana rekomendasi yang diberikan kepada Biro Komunikasi Publik terkait akun Tiktok @kemenpupr berdasarkan hasil analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi dari followers?

1.3 Tujuan penelitian

Tujuan penelitian adalah sebuah rumusan kalimat yang menyatakan adanya suatu hasil atau bagaimana sesuatu akan didapatkan setelah penelitian selesai dilakukan. Tujuan penelitian yang akan dilakukan, berangkat dari permasalahan yang telah dijelaskan, sehingga tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor dari media sosial Tiktok yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi followers.
2. Untuk mengetahui hasil dari analisis Pengaruh Media Sosial terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers pada Akun Tiktok kemenpupr.

3. Untuk memberikan rekomendasi dari hasil analisis perhitungan hipotesis Pengaruh Media Sosial terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi followers pada Akun Tiktok kemenpuvr.

1.4 Manfaat penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang diharapkan dapat diperoleh dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Secara akademis, penelitian ini dapat memperbanyak sumber pengetahuan tentang pengaruh media social Tiktok terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers, dapat meningkatkan wawasan bagi pembaca dan dapat sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Mengetahui faktor – faktor apa saja yang berpengaruh pada pemenuhan kebutuhan informasi dari followes baik secara signifikan ataupun tidak berdasarkan analisis yang dilakukan.

1.5 Batasan masalah

Batasan masalah atau delimitasi merupakan batasan dari sebuah penelitian, berdasarkan ketetapan peneliti memilih apa yang akan dimasukan dan dikeluarkan. Delimitasi digunakan untuk membatasi penelitian agar lebih terarah dan sesuai dengan apa yang ingin dibuktikan. Adapun batasan masalah dari penelitian ini, sebagai berikut:

1. Peneliti membatasi penelitian hanya pada media social TikTok @kemenpupr
2. Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup teori media sosial dan kebutuhan informasi.
3. Hasil kuisisioner yang digunakan merupakan hasil data yang didapat dari penyebaran kuisisioner kepada followers akun Tiktok @kemenpupr baik melalui DM (Direct Message) Tiktok atau media sosial lainnya.

BAB II

1. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Profil Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat

Profil Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat terdiri dari, Sejarah Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, Visi Misi Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, dan Logo Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat

2.1.1 Sejarah Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat

Pemerintah pusat Indonesia yang berpusat di Jakarta harus pindah ke Purworejo dan kemudian Yogyakarta selama revolusi fisik yang berlangsung dari tahun 1945 hingga 1949. Setelah pemerintah Belanda mengakui kemerdekaan Republik Indonesia pada tahun 1949, Kementerian Pertanian dan Kehutanan pun terpaksa berangkat ke Yogyakarta. Setelah itu, Jakarta menjadi rumah baru pemerintahan Indonesia. Pasca tahun 1945, organisasi dan kepemimpinan Pekerjaan Umum (PU) mengalami banyak perubahan terkait dengan iklim politik pada masa tersebut.

Departemen Verkeer, Departemen Van Waterstaat, dan Departemen Van Scheepvaart adalah tiga departemen di bawah pemerintahan masing-masing yang sebaiknya diintegrasikan ke dalam satu departemen, Kementerian Energi dan PU.RIS. Hal ini menunjukkan adanya tenaga kerja terampil yang dibutuhkan untuk beritikad baik dan rasional, serta untuk kemajuan nasional.

DAFTAR PUSTAKA

- Fitri, A. I., Ainul, S., & Dwiyantri, I. (2021). Efektivitas Media Tik Tok dan Influencer Mendongkrak Penjualan Lippie Serum Raecca Di Pandemi COVID 19. *Jurnal EK&BI*, 4(1), 345–353. <https://doi.org/10.37600/ekbi.v4i1.210>
- Hutamy, E. T., Naila, A., Azisah, Q., Arisah, N., & Hasan, M. (2021). Efektivitas Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Hasil Belajar Peserta Didik. *Jurnal Pendidikan Dompot Dhufa*, 11(1), 21–26.
- Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2018). Memaksimalkan Penggunaan Media Sosial dalam Lembaga Pemerintah. Jakarta Pusat: Direktorat Jenderal Informasi dan Komunikasi Publik, Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Riadi, M. (2020, November 29). Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus). *KajianPustaka.Com*. <https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html>
- Paulus, I.P. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif - Pengembangan Hipotesis dan Pengujiannya menggunakan SmartPLS, Yogyakarta.
- Hendryadi. (2017). Validitas Isi: Tahap Awal Pengembangan Kuesioner. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(2), 169–178.
- Helen, H., & Rusdi, F. (2019). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Prologia*, 2(2), 355. <https://doi.org/10.24912/pr.v2i2.3712>
- Sutrisno, A. P., & Mayangsari, I. D. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Humasbdg Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Common*, 5(2), 118–133. <https://doi.org/10.34010/common.v5i2.5143>