

Pengaruh Konten Pada *Official* Akun TikTok Ruangguru Terhadap Prestasi Belajar *Followers*

Pramitha Rifa Andini¹

¹Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi, Universitas Semarang, Semarang, Indonesia

rifapramitha@gmail.com

ABSTRAK

Media Sosial menjadikan seseorang cepat memperoleh informasi. Salah satu media sosial yang paling populer dikalangan pelajar dan mahasiswa saat ini adalah TikTok. Dalam hal ini, konten pada akun TikTok “@Ruangguru.Official” mendapatkan banyak viewers ratusan ribu, bahkan bisa mencapai jutaan viewers. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan bagaimana pengaruh konten TikTok @Ruangguru.Official terhadap prestasi belajar followersnya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan *Teori Uses and Effects*. Tujuan teori ini adalah untuk menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan Ruangguru pada media sosial TikTok itu sendiri yang menimbulkan sebuah effects bagi penggunanya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Konten TikTok @Ruangguru.Official berpengaruh sebesar 34,4% sedangkan sisanya 65,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci : konten TikTok; *content marketing*; prestasi belajar; *uses and effects theory*

ABSTRACT

Social media makes someone quickly get information. One of the most popular social media among students and students is TikTok. In this case, the content on the TikTok account “@Ruangguru.Official” gets hundreds of thousands of viewers, even reaching millions of viewers. This study aims to find out and explain how the influence of TikTok @Ruangguru.Official content has on the learning achievement of its followers. The method used in this study is a quantitative research method with a simple linear regression analysis technique using the Uses and Effects Theory. The purpose of this theory is to explain the relationship between the mass communication conveyed by Ruangguru on social media TikTok itself which creates an effect for its users. The results of this study indicate that the TikTok @Ruangguru.Official content has an effect of 34.4% while the remaining 65.6% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: *TikTok content; content marketing; learning achievement; uses and effects theory*

Pendahuluan

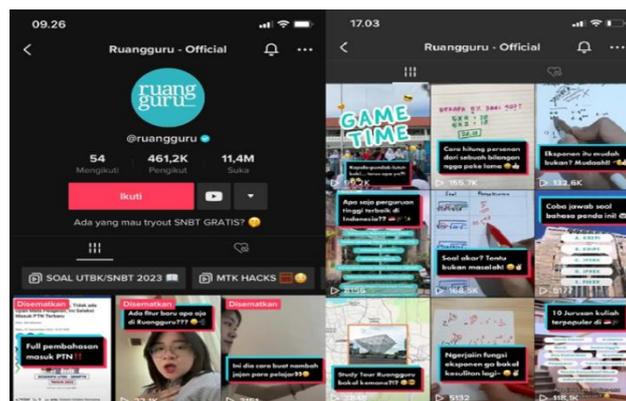
Perkembangan teknologi yang cepat di era globalisasi ini telah membawa banyak manfaat untuk kemajuan dalam aspek sosial. Salah satu aspeknya adalah komunikasi. Kemajuan dalam berkomunikasi menjadi lebih cepat dan mudah. Salah satunya melalui media sosial. Pengguna media sosial setiap hari semakin meningkat (*Hootsuite*, data reportal Indonesia 2022). Khususnya Indonesia mengalami peningkatan penggunaan media sosial. Dalam hal ini media sosial digunakan oleh berbagai macam kalangan masyarakat Indonesia mulai dari mahasiswa, pelajar, dan masyarakat umum. Dari peningkatan penggunaan media sosial ini, salah satu media sosial yang paling populer dikalangan

pelajar dan mahasiswa saat ini adalah TikTok. Hal ini dapat dilihat berdasarkan demografi pengguna TikTok di Indonesia sebanyak 13% usia 13-17 tahun, sebanyak 40% usia 18-24, usia 25-34 sebanyak 37%, usia 35-44 sebanyak 8%, dan usia 45+ sebanyak 3%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna TikTok lebih banyak dari kalangan remaja yaitu pelajar dan mahasiswa. TikTok adalah media sosial untuk penyebaran atau pembuatan video berdurasi pendek. Memainkan TikTok hanya dengan scroll layar ke atas ataupun ke bawah. Banyak beragam konten-konten atau video-video pada TikTok, mulai dari edukasi, kecantikan, makanan, menari, dan komedi.

Yang membedakan TikTok dengan platform lainnya adalah konten berbentuk video pendek yang langsung menuju pada halaman orang lain atau dalam media sosial TikTok istilahnya adalah For Your Page. TikTok telah menjadi salah satu merek media sosial yang paling populer untuk gen Z. Perbedaan antara TikTok dengan platform digital lainnya adalah pada tagar-tagar populer yang cepat dilihat melalui laman beranda atau yang biasa dikenal dengan istilah *FYP (For Your Page)*. Lembaga *We Are Social* mempublikasikan hasil risetnya bahwa pengguna media sosial di Indonesia cukup tinggi. Dari riset tersebut juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna media sosial menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi di media sosial melalui perangkat telepon genggam.

Berdasarkan data pada *Hootsuite (We Are Social)* data reportal Indonesia, menunjukkan bahwa rata-rata setiap hari waktu menggunakan media sosial melalui perangkat apapun adalah 3 jam 17 menit. Rata-rata masyarakat Indonesia menggunakan media sosial untuk memperoleh informasi, mengisi waktu luang, dan untuk hiburan menonton video atau film. Oleh karena itu, para pengguna media sosial khususnya TikTok dapat menjangkau semua konten-konten yang tersebar melalui halaman beranda TikTok. Salah satunya adalah konten pada akun Ruangguru.

Pada Februari 2022, riset dari *Hootsuite (We Are Social)* data Reportal Indonesia menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai 191,4 juta. Berdasarkan data dari periklanan *ByteDance*, jumlah pengguna media sosial TikTok di Indonesia mencapai 92,07 juta pada tahun 2022. Dalam *Social Network Users Worldwide 2022*, pengguna TikTok meningkat pesat sehingga menduduki peringkat ketiga setelah Facebook dan Instagram. Dalam App Store ataupun Google Play, aplikasi TikTok juga menempati posisi pertama aplikasi yang paling banyak di download pada tahun 2020.



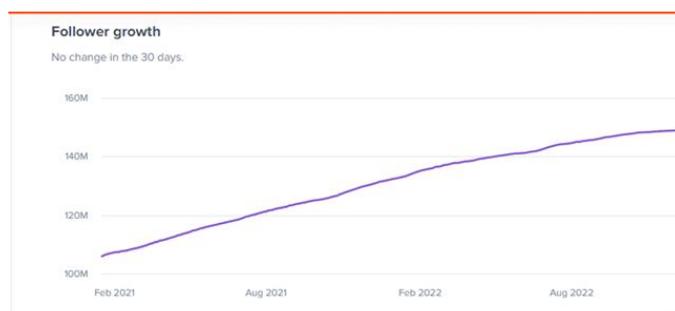
Gambar 1. Akun TikTok Ruangguru Official.

Sumber: TikTok, 2022.

Dalam hal ini, konten pada akun TikTok “@Ruangguru.Official” mendapatkan banyak *viewers* ratusan ribu, bahkan bisa mencapai jutaan *viewers*. Ruangguru.Official adalah akun edukasi atau bimbingan online berisi konten mendukung terkait pembelajaran mulai dari pembelajaran sekolah dasar,

menengah, hingga atas. Dimana demografi pengguna TikTok di Indonesia menunjukkan lebih banyak pengguna usia pelajar dan mahasiswa, sehingga hal tersebut dapat memudahkan ruangguru dalam mendapatkan target pasarnya. Pada bulan Oktober 2022 pengikut atau *followers* akun ruangguru mencapai 461,2 ribu, dan konten TikTiknya mendapat total suka mencapai 11,4 juta. Akun TikTok Ruangguru Official adalah akun yang berisi konten mengedukasi terkait semua mata pelajaran di sekolah. Terdapat konten cara mengerjakan soal dengan cepat, memberikan rumus menghitung dengan cepat, memberikan contoh-contoh soal untuk masuk ke perguruan tinggi, serta memberikan kesempatan tanya jawab. Oleh karena itu, akun Ruangguru Official yang ada pada TikTok dapat memudahkan followersnya untuk lebih mudah memahami materi pembelajaran.

Dilansir dari data *Social Blade* 2022, bahwa followers akun TikTok @Ruangguru.Official dari hari perhari terus mengalami peningkatan. Total likes per konten pada akun @Ruangguru.Official mencapai 10-11 juta likes. Komentar pada setiap konten atau postingan mendapat komentar yang positif dari pengikutnya. Berdasarkan komentar-komentar yang didapat, followers ikut serta memberikan jawaban dan aktif meminta materi yang lain. Tidak hanya itu, konten TikTok @Ruangguru.Official juga membalas komentar para pengikut yang meminta cara pengerjaan materi lain dan mendapat likes yang terus meningkat. Pada konten TikTok @Ruangguru.Official mendapat komentar dari followers bahwa mereka mengikuti akun TikTok Ruangguru mendapatkan banyak perubahan.



Gambar 2. Follower growth @Ruangguru.official

Sumber : Hype Auditor, 2022.

Berdasarkan data diatas, Ruangguru merupakan akun bimbeldi Indonesia yang mempunyai followers, viewers, serta likes terbanyak di TikTok maupun Instagram yang naik secara signifikan. Akun TikTok @Ruangguru.Official memiliki *Engagement Rate* sebesar 4,5% yang merupakan *Excellent* atau unggul dalam kategori akun bimbeldi Indonesia. Akun TikTok Ruangguru Official unggul sebagai akun bimbeldi Indonesia dikarenakan dari kontennya menggunakan teknik atau cara pengerjaan soal dengan cepat dan berbeda dengan bimbeldi lainnya. Sehingga mendapatkan banyak *viewers* atau komentar, serta mengundang banyak *followers*. Para *followers* atau pengikut dapat mengikuti setiap konten yang diposting oleh Ruangguru Official dan ikut serta berkomentar menjawab materi yang diajarkan. Berdasarkan kegemaran para *viewers/followers* pada konten TikTok @Ruangguru.Official secara tidak langsung menambah pengetahuan para penonton karena materi yang diajarkan terlihat menarik.

Peneliti tertarik karena kenaikan Followers akun TikTok Ruangguru naik secara signifikan dari bulan Agustus 2022 mempunyai *followers* sebanyak 433 ribu hingga pada bulan Oktober 2022, *followers* akun TikTok Ruangguru sudah mencapai 461,2 ribu dengan *likes* (total suka) dan *viewers* yang terus bertambah (*Social Blade*, 2022). Berdasarkan uraian diatas menunjukkan bagaimana

Konten Ruangguru dapat memengaruhi pengguna media. Informasi atau pesan yang disampaikan melalui *platform* TikTok ini apakah pesan yang disampaikan sesuai dengan nilai-nilai kebutuhan para followersnya. Oleh karena itu penulis ingin meneliti apakah konten TikTok @Ruangguru.Official berpengaruh pada prestasi belajar followersnya. Karena media sosial bagi pelajar saat ini juga merupakan hal yang penting sebagai tempat memperoleh informasi.

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Effects* dimana Teori ini pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl pada Tahun 1979. Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini karena pengetahuan mengenai penggunaan media yang menyebabkan akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Teori ini berhubungan antara pengguna, media, audience dan efek (hasilnya). Teori ini menekankan bagaimana penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Jika isi media akan menghasilkan efek tertentu, maka penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi tertentu pula, dan jika keduanya terjadi secara simultan antara isi media dan penggunaan media maka akan menghasilkan *consequence*.

Pembatasan Masalah pada penelitian ini hanya pada isi konten akun TikTok “@Ruangguru.Official” yang mengandung edukasi. Bagaimana followers memahami isi konten akun @Ruangguru.Official. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adanya pengaruh konten TikTok @Ruangguru.Official terhadap Prestasi Belajar Followersnya. Sehingga diharapkan hasil penelitian ini akan menambah pengetahuan dalam bidang komunikasi khususnya tentang pengaruh media terhadap prestasi belajar khususnya pengaruh konten TikTok Ruangguru Official terhadap prestasi belajar followersnya. Diharapkan penelitian ini dapat menambah wawasan atau pengetahuan bagi masyarakat terkait konten TikTok.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian Kuantitatif dengan teknik analisis regresi linear sederhana. Metode Penelitian Kuantitatif adalah penelitian yang memberikan data berupa angka. Dalam buku Metode Penelitian Kuantitatif Edisi 3 oleh Dr. Ratna Wijayanti Daniar Paramita, S.E.,M.M. dkk tahun 2021 dijelaskan bahwa “Penelitian kuantitatif memandang realitas sosial dan tingkah laku manusia bersifat obyektif dan dapat diukur. Sehingga penggunaan instrumen dengan valid dan reliabel serta analisis statistik yang tepat dan sesuai akan menyebabkan hasil penelitian juga sesuai dengan kondisi sesungguhnya”.

Hal ini memandang bahwa suatu fenomena dalam penelitian kuantitatif dapat teramati, konkrit, relatif tetap, terukur, dapat di klasifikasikan, dan memiliki hubungan bersifat sebab akibat. Tujuan dari penelitian kuantitatif ini yaitu melakukan pengukuran. Hal ini dikarenakan hasil dari pengukuran bisa membantu dalam melihat hubungan fundamental antara pengamatan empiris dengan hasil data yang diambil secara kuantitatif. Tujuan lain yakni membantu dalam menentukan hubungan antar variabel dalam sebuah populasi.

Analisis regresi linear sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta analisis regresi sederhana bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari suatu variabel terhadap variabel lainnya. Lokasi penelitian ini adalah pada *followers* (pengikut) akun TikTok @Ruangguru.Official sebagai objek penelitian.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* dengan cara *Simple Random Sampling*. Teknik *Simple Random Sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari

anggota populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu, yaitu dengan menyebarkan kuesioner secara acak kepada *followers* atau pengikut akun TikTok Ruangguru Official dalam bentuk *google form* yang disebarkan secara online. Dalam penelitian ini dibutuhkan responden sebanyak 400 yang telah dihitung menggunakan rumus Slovin dari *followers* akun TikTok Ruangguru. Peneliti membagikan link *google form* melalui media sosial Instagram, Twitter, dan WhatsApp guna menjangkau semua *followers* ruangguru. Peneliti juga mencari responden dari kalangan pelajar mulai dari siswa sekolah dasar, menengah, hingga atas. Peneliti juga meminta kesediaan para *followers* Ruangguru untuk mengisi kuesioner melalui pesan *direct message* pada media sosial TikTok.

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan (Sugiyono, 2018:456). Data ini harus dikumpulkan melalui yang menjadi objek penelitian yaitu responden atau orang yang dijadikan sarana untuk mendapatkan informasi dan data. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dengan cara menyebar kuesioner kepada *followers* akun TikTok @Ruangguru.Official. Menurut Sugiyono (2018:456), data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen. Data sekunder dalam penelitian ini bersumber dari buku, jurnal penelitian terdahulu, dan online.

Penelitian ini menggunakan Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner. Kuesioner ini berisi pertanyaan dan pernyataan untuk mencari data terkait penelitian. Kuesioner yang akan disebarkan kepada responden ini berkaitan dengan pendapat responden mengenai variabel-variabel yang diteliti, yaitu Konten TikTok @Ruangguru.Official dan Prestasi belajar *followers*nya. Kuesioner atau angket tersebut menggunakan Skala Likert dengan bentuk checklist. Peneliti menggunakan Skala Likert dengan penjabaran SS (Sangat Setuju) dengan poin 4, S (Setuju) dengan poin 3, TS (Tidak Setuju) dengan poin 2, dan STS (Sangat Tidak Setuju) dengan poin 1.

Konsep yang digunakan untuk melakukan pengukuran variabel pada penelitian ini adalah *Content Marketing*. *Content Marketing* adalah suatu strategi berupa penciptaan dan pendistribusian sebuah konten yang memiliki nilai, menarik, unik, relevan dan konsisten. Dalam pembuatan *content marketing* dengan maksud untuk mengukur standar dari konten yang dibuat Menurut buku Karr Douglas Tahun 2016 terdapat 5 Dimensi *Content Marketing*, yaitu *Reader Cognition, Sharing Motivation, Persuasion, Decision Making, dan Life Factors*.

Teknik analisis data dalam penelitian ini untuk menguji hipotesis adalah dengan melakukan Uji T (Uji Signifikansi) dan Uji Koefisiensi Determinasi (R^2). Uji Hipotesis mengenai pengaruh satu variabel bebas Konten TikTok Ruangguru (X) terhadap satu variabel terikat Prestasi Belajar (Y) dapat dilakukan dengan menggunakan penghitungan dengan rumus uji regresi linier sederhana. Uji statistik regresi linier sederhana digunakan untuk menguji signifikansi atau tidaknya hubungan dua variabel melalui koefisien regresinya. Uji signifikansi parsial (uji T) berfungsi untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen.

Yang menjadi ketentuan dalam Uji T (Signifikansi) yaitu Jika T hitung $>$ T tabel atau probabilitas lebih kecil dari tingkat signifikansi (Sig. $<$ 0,05), maka variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Dan apabila sebaliknya jika T hitung $<$ T tabel atau probabilitas lebih besar dari tingkat signifikansi (Sig. $>$ 0,05), maka variabel independen secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Uji Koefisien Determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang ditentukan dengan menggunakan teknik statistik (Sugiyono, 2018:276). Besarnya pengaruh dapat dilihat melalui nilai R Square atau nilai R^2 pada teknik pengujian koefisien determinasi menggunakan SPSS.

Hasil dan Pembahasan

Secara garis besar karena target responden dari penelitian ini adalah *Followers* TikTok Ruangguru, maka peneliti berfokus pada identitas yang ada pada akun TikTok saja, namun peneliti tetap mengelompokkan responden *Followers* TikTok Ruangguru berdasarkan pada jenis kelamin.

Tabel 1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1.	Laki-Laki	153	38,3%
2.	Perempuan	247	61,7%
	Jumlah	400	100%

Berdasarkan pada tabel diatas penelitian ini mendapatkan responden sebanyak 247 atau 61,7% berjenis kelamin perempuan, dan kemudian sebanyak 153 atau 38,3% berjenis kelamin laki-laki.

Hasil Uji hipotesis Uji T (Signifikansi) dari data hasil kuesioner yang dibagikan dan di uji menggunakan SPSS menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel X dan variabel Y dengan hasil perhitungan sebagai berikut :

Tabel 2. Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.353	1.269		5.007	.000
	Konten TikTok	.371	.026	.586	14.443	.000

Tabel 3. Hasil Uji T

Model	T Hitung	Sig.	T Tabel	Keterangan
Konten TikTok	14.443	0.000	1.96594	Berpengaruh

Berdasarkan perhitungan SPSS pada tabel diatas, yaitu hasil Uji T menunjukkan bahwa nilai signifikansi pengaruh Konten Tiktok Ruangguru (X) terhadap Prestasi belajar *followers* (Y) adalah lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ dan nilai T hitung lebih besar dari T tabel yaitu $14,443 > 1,966$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya, terdapat pengaruh Konten TikTok Ruangguru terhadap Prestasi Belajar Followersnya secara signifikan.

Pada uji hipotesis koefisien determinasi (R^2) untuk mengetahui seberapa besarnya pengaruh variabel independen (Konten TikTok Ruangguru) terhadap variabel dependen (Prestasi Belajar *Followers*), Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi dengan menggunakan SPSS mendapatkan nilai R Square (R^2) dengan besaran nilai sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.344	.342	2.350

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R adalah 0,586 kemudian nilai R Square 0,344 dan Adjusted R Square 0,342. Berdasarkan dari hasil nilai R Square berjumlah 0,344 atau 34,4%, sehingga dalam penelitian ini mendapatkan nilai koefisiensi determinasi Konten TikTok Ruangguru.Official berpengaruh signifikan terhadap Prestasi belajar Followersnya sebesar 34,4% sedangkan sisanya sebesar 65,6% dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Effects* dan mendapat kesimpulan dimana pada penelitian ini terdapat asumsi dasar yaitu *Conseffect* (Konsefek). *Conseffect* adalah efek yang diperoleh followers atau pengguna berdasarkan penggunaan media dan isi dari media itu sendiri. Dalam *uses and effects*, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media sosial TikTok ini akan membawa individu atau followers kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.

Dalam penelitian ini prinsip dasar yang terkandung yaitu, dimana para pengguna media Tiktok mendapatkan suatu *effects* setelah menggunakan media tersebut. Dengan demikian seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audien. Demikian halnya pada konten Tiktok akun Ruangguru yang memberikan suatu informasi dan edukasi yang baru terhadap khalayak. Pengetahuan tersebut akan membuat khalayak mampu mengambil pelajaran dan informasi dari konten yang dibagikan dan otomatis menerima *effects* setelah menggunakan atau menonton konten tersebut. Dalam penelitian ini dapat dikatakan bahwa konten Tiktok Ruangguru.Official dapat mempengaruhi prestasi belajar followersnya dalam aspek kognitif, afektif, dan konatif.

Simpulan dan Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Konten TikTok @Ruangguru.Official berpengaruh secara signifikan terhadap Prestasi Belajar Followersnya. Hal ini berdasarkan pada perhitungan Uji Hipotesis yaitu Uji T dan Uji Koefisiensi

Determinasi (R^2) yang telah dilakukan. Dimana nilai Koefisiensi Determinasi Konten TikTok @Ruangguru.Official berpengaruh signifikan terhadap Prestasi Belajar sebesar 34,4%, sedangkan sisanya 65,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Penelitian ini menggunakan Teori *Uses and Effects*, dimana teori ini menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah efek bagi pengguna media massa tersebut. Berdasarkan penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa penelitian ini memuat asumsi dasar dari *Teori Uses and Effects*, yaitu *Conseffect* (Konsefek). Konsefek yaitu *Followers* Akun TikTok Ruangguru mendapatkan efek atau hasil yang diperoleh akibat penggunaan media dan isi dari media itu sendiri, yaitu media TikTok yang berisi konten-konten TikTok akun Ruangguru yang memberikan suatu informasi dan edukasi yang baru terhadap khalayak. Pengetahuan tersebut akan membuat khalayak mampu mengambil pelajaran dan informasi dari konten yang dibagikan dan otomatis menerima *effects* setelah menggunakan atau menonton konten tersebut.

Konsep *use* (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini karena pengetahuan mengenai penggunaan media yang menyebabkan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa. Hal ini dapat dilihat dari kebiasaan followers akun TikTok Ruangguru yang sering melihat atau mendengarkan materi yang disampaikan melalui media sosial TikTok sehingga menimbulkan *effects* dari apa yang dilihat. Pengaruh antara variabel independen konten TikTok @Ruangguru.Official (X) terhadap variabel dependen Prestasi Belajar (Y) sebesar 34,4% dikatakan lemah dalam memberikan informasi seputar edukasi di TikTok kepada followersnya. Sehingga dapat dikatakan bahwa informasi yang dibutuhkan mampu terpenuhi dengan keberadaan konten @Ruangguru.Official dengan presentase yang berada pada kategori lemah.

Maka saran dalam penelitian ini diharapkan dapat melakukan pengukuran menggunakan variabel lain agar lebih memenuhi kebutuhan seputar pembelajaran secara lebih luas dan diperlukan adanya alternatif tambahan sumber informasi terkait pembelajaran selain dari konten Ruangguru di TikTok, seperti melalui platform atau official akun media sosial lain yang dimiliki Ruangguru seperti Youtube dan Instagram serta melalui program atau pelatihan resmi yang dimiliki Ruangguru yaitu dengan menjadi customer pada aplikasi Ruangguru.

Isi dari media sosial khususnya TikTok memiliki pengaruh yang kuat untuk mempengaruhi para pengguna, penonton, maupun pengikutnya. Namun dalam menayangkan konten pada media sosial TikTok, sebaiknya lebih sering dan konsisten dalam mengunggah konten setiap harinya. Karena semakin banyak konten yang diunggah akan semakin banyak pula peluang pengguna TikTok dapat melihatnya. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi untuk konten selanjutnya agar nantinya akan lebih banyak orang yang akan bergabung dengan Ruangguru.Official menjadi pengikutnya.

Ucapan Terima Kasih

Penelitian ini dapat terlaksana dengan kontribusi dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak Universitas Semarang khususnya Fakultas Teknologi Informasi dan Komunikasi Universitas Semarang yang telah memberi kontribusi dalam pelaksanaan penelitian ini. Penulis juga ingin menyampaikan terima kasih kepada para followers akun TikTok Ruangguru yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan tanggapan dalam bentuk ketersediaan untuk mengisi kuesioner terkait penelitian ini.

Daftar Rujukan

- Arif S.Sadiman, dkk. 2018. *Media pendidikan, Pengertian Pengembangan dan Pemanfaatannya*. Depok: Rajagrafindo Persada.
- Aulia, Vira. 2022. *Pengaruh Konten Video TikTok @aulion Terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa*. Universitas Singaperbangsa Vol 16 No 11 Juni 2022
- Bening, Banyu. 2019. *Pengaruh Content Marketing pada Viral Marketing dan Customer Engagement Pengguna Tokopedia di Yogyakarta*. Universitas Sanata Dharma Yogyakarta.
- Data Reportal Indonesia. 2022. *Digital Data Indonesia 2022*. In Data Reportal. Diakses pada 28 April 2022 <https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>
- Edib, Lathifah. 2021. *Menjadi Kreator Konten Di Era Digital*. Diva Press Yogyakarta.
- Endayani, H. M.Pd., & Nuriza Dora, M.Hum., 2018. *Pengantar Ilmu Sosial*. Medan: CV. Widya Puspita
- Garaika, Darmanah, 2019. *Metodologi Penelitian*. CV. HIRA TECH, Lampung
- Hootsuite. (We Are Social). *Indonesian Digital Report 2022*. Diakses pada 31 Mei 2022 <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>
- HypeAuditor 2022, *Analysis Akun TikTok Ruangguru*. Diakses pada Oktober 2022
- Indarto. *Tabel Distribusi T dan R*. SCRIBD diakses pada 22 desember 2022 melalui <https://id.scribd.com/document/3621>
- Karr, Douglas. (2016). *How to Map Your Content to Unpredictable Customer Journeys*. San Francisco: Meltwater.
- Kusumaningtyas, 2022. *Pengaruh Content Creator TikTok @vmuliana Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Dunia Kerja di Kalangan Followers*. Jurnal Multidisiplin Ilmu.
- Kusuma, P.W. 2020. *Dibalik Fenomena Ramainya TikTok di Indonesia*. Diakses pada 11 Mei 2022 <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/25/11180077/di-balik-fenomena-ramainya-tiktok-di-indonesia?page=all>
- Marini, R. 2019. *Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Prestasi Belajar Peserta Didik di SMP N 1 Gunung Sugih Kab. Lampung*. Lampung: PROGRAM STUDI PENDIDIKAN AGAMA ISLAM FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Mediana, 2022. *Pengaruh Konten TikTok @JeromePolin98 Sebagai Media Edukasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Generasi Z*. Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan UM Tapsel.
- Mehta, Cyrus R & Nitin R. Patel. 2010. *IBM SPSS Exact Tests*. Cytel Software Corporation and Harvard School of Public Health Cambridge, Massachusetts.
- Mulyono, 2019. *Analisis Regresi Sederhana*. SCS Business Mathematics and Statistics, Management Dept., Binus Business School Undergraduate Program. Diakses pada 18 Juli 2022 [https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/#:~:text=Analisis%20regresi%20linier%20sederhana%20adalah,dengan%20variabel%20dependen%20\(Y\)](https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/#:~:text=Analisis%20regresi%20linier%20sederhana%20adalah,dengan%20variabel%20dependen%20(Y))
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurlan, Fausiah. 2019. *Buku Ajar Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Semarang: Pilar Nusantara.
- Paramita, Ratna W, S.E.,M.M., dkk. 2021. *Metode Penelitian Kuantitatif : Buku Ajar Perkuliahan Metodologi Penelitian Bagi Mahasiswa Akuntansi & Manajemen*. Lumajang: Widya Gama Press.

- Rosyid, M. Z, dkk. 2019. *Prestasi Belajar*. Malang : CV Literasi Nusantara. h.5
- Ruangguru. (t.thn.). *Company Credentials*. Diakses dari Ruangguru:
<https://www.ruangguru.com/company-credentials>
- Ruangguru. (t.thn.). *Tentang Ruangguru*. Diakses pada Ruangguru:
<https://www.ruangguru.com/about-us>
- Social Blade, 2022. *Akun TikTok Ruangguru Official*. Diakses pada
<https://socialblade.com/tiktok/user/tiktok> Oktober 2022
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. (Bandung: Alfabeta,2018),h. 117
- Syah Muhibbin. 2017. *Psikologi Belajar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Vidyana, A.N. 2022. *Pengaruh Konten TikTok @Buiramira Terhadap Pengetahuan Tugas Akhir Mahasiswa*. Universitas Telkom 2022