

Hubungan Penggunaan *Hashtag* #Samasabelajar Melalui Media Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7

Nursawiyah¹, Abdul Karim Batubara²

Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Sosial

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara¹²

nursawiyah0601192034@uinsu.ac.id, *abdulkarimbatubara@uinsu.ac.id*

ABSTRACT

*The internet in the digital era has become important in everyday life. It has become a familiar thing when people spend more of their time doing online activities. The features contained in social media are also increasingly diverse. One of them is the Hashtag symbol or in English is Hashtags (#). to determine the relationship between the use of the Hashtag #samasabelajar and the information needs of 7th semester library science students. In this research, researchers used quantitative research with a cross-sectional design. Where the data collected will be processed using SPSS. The population is 400 7th semester library science students who use Tiktok at the Faculty of Social Sciences, North Sumatra State Islamic University with a total sample of 50 people. The results of this research are that there is a relationship between the use of #samasabelajar via TikTok social media and the information needs of 7th semester library science students. With p value = 0.000. **Conclusion:** The Hashtag #samasalearn can be used and is very useful for students in finding the information they need, especially in learning various things.*

Keyword: *Hashtag, Student, Tiktok*

ABSTRAK

Internet pada era digital menjadi penting di kehidupan sehari-hari. Sudah menjadi hal yang tidak asing lagi ketika orang-orang lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk beraktivitas secara daring (online). Fitur yang terdapat dalam media sosial juga semakin bermacam-macam. Salah satunya adalah simbol tagar atau dalam bahasa Inggris adalah *Hashtags* (#). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan penggunaan hastag #samasabelajar terhadap kebutuhan informasi Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7. Pada penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan desain Cross sectional. Dimana data yang dikumpulkan akan diolah menggunakan SPSS. Dengan populasinya adalah Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 yang menggunakan Tiktok di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebanyak 400 orang dengan total sampel sebanyak 80 orang. Hasil dari penelitian ini adalah terdapat hubungan antara penggunaan #samasabelajar melalui media sosial tiktok terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7. Dengan nilai $p = 0,000$. Hastag #samasabelajar bisa digunakan dan sangat bermanfaat bagi mahasiswa dalam mencari informasi yang di butuhkan khususnya dalam belajar berbagai hal.

Kata Kunci: *Hastag, Mahasiswa, Tiktok*

PENDAHULUAN

Pada saat ini mahasiswa lebih sering menggunakan media sosial sebagai kebutuhan untuk mencari informasi. Selain praktis, media sosial ini juga mudah dan cepat dalam memberikan informasi. Pencarian informasi dari media sosial ini tidak hanya bisa dilakukan di 1 platform saja, tetapi sudah banyak platform lain yang menyediakan informasi dengan cepat. Salah satu platform media sosial yang sering digunakan oleh mahasiswa adalah tiktok.

Idealnya tiktok pada awalnya digunakan untuk sekedar konten seru-seruan tetapi sekarang sudah berkembang menjadi lebih bermanfaat yaitu sebagai media untuk konten ilmu pengetahuan. Apalagi mahasiswa saat ini hampir semuanya mempunyai akun tiktok. Tiktok ini merupakan platform yang menyediakan konten berupa video. Pasti ketika mahasiswa melihat video yang menarik maka mereka akan tertarik dan termotivasi untuk mencari tahu lebih dalam tentang konten tersebut. Ditambah lagi zaman sekarang sudah menggunakan tagar untuk mencari sesuatu agar lebih mudah ditemukan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Erlianti (2020) pada penelitiannya menunjukkan hasil bahwa mahasiswa saat mendapatkan tugas dari dosennya dalam proses pencarian informasi melalui platform sosial media, mereka akan lebih cenderung menggunakan sumber elektronik seperti google, tiktok, instagram dan lainnya. Hal ini dikarenakan pencarian informasi melalui platform tersebut lebih mudah dan cepat ketika dibandingkan dengan sumber cetak. (Erlianti, 2020)

Beberapa tahun belakangan ini, media sosial menjadi salah satu platform yang sangat sering dimainkan oleh pengguna dari seluruh dunia. Penggunaan media sosial meningkat pesat hingga akhirnya membuka banyak peluang bagi penggunanya. Tidak sedikit pengguna media sosial yang menjadi *influencer*, berfokus untuk meningkatkan popularitas, hingga memiliki tujuan untuk meningkatkan nilai bisnis suatu perusahaan. (Fahrezi et al., 2022)

Internet pada era digital menjadi penting di kehidupan sehari-hari. Sudah menjadi hal yang tidak asing lagi ketika orang-orang lebih banyak menghabiskan waktu mereka untuk beraktivitas secara daring (*online*). Fitur yang terdapat dalam media sosial juga semakin bermacam-macam. Salah satunya adalah simbol tagar atau dalam bahasa Inggris adalah *Hashtags* (#). Awalnya penggunaan tagar (#) pertama kali dikenalkan pada media sosial twitter dengan tagar pertama yang digunakan adalah #barcamp yang muncul pada tahun 2007. Kemudian pada Juli 2009 Twitter membuatnya sebagai hyperlink (tautan) yang mana ketika mengkliknya pengguna akan dibawa ke unggahan yang menggunakan tagar yang sama. Hal ini bisa dikatakan fungsi tagar untuk mengelompokkan pesan (Tweets) dengan topik khusus.

Hal ini pun juga dimaksudkan agar pengguna lain dapat mencari dan membagikan topik yang sama. Tagar terdiri dari gabungan dari beberapa karakter termasuk juga angka yang diawali dengan simbol (#) yang mana juga disebut dengan hash. Kombinasi ini berfungsi sebagai pesan yang ditautkan karakter tersebut. Seiring

berjalannya waktu, tagar mulai digunakan di media sosial lain seperti Tiktok, Youtube, Facebook, Instagram dan di berbagai website. Penggunaan tagar secara umum telah menjadi topik penelitian populer, karena penggunaan tagar sebagai alat komunikasi manusia modern semakin meningkat. (Cahyono, 2021)

Hashtag # atau dalam Bahasa Indonesia dikenal dengan tanda pagar merupakan sebuah ujaran baru yang kerap ditemui dalam unggahan di media sosial. Pengguna media sosial kerap menaruh tanda pagar atau sering disebut tagar ini dengan apa yang ingin dikehendakinya. Misalnya kalau ia mengunggah makanan, maka tagar yang menyertainya adalah #food, #makanan, #dietgagal, dan sebagainya. Atau jika mengunggah konten pendidikan, maka akan tertulis #pendidikan, #kampus dan #samasabelajar. (Innocento, 2023)

Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia mendukung program #SamaSamaBelajar, yang menggunakan TikTok sebagai media pembelajaran dengan tujuan memungkinkan siapa saja untuk belajar dan menginspirasi orang lain melalui konten pendidikan platform, dan konsisten dengan kontennya. Program pendukung staf pengajar #samasabelajar membantu mereka yang memiliki pengetahuan untuk menyebarkan informasi pendidikan dan materi yang berguna melalui pembelajaran jarak jauh dalam format yang lebih menarik dan ramah pengguna. Media TikTok dapat digunakan untuk media pembelajaran dari segi positif dan informasi langsung dari para ahli berkat program #samasabelajar yang menyajikan edukasi dalam format yang menghibur sekaligus berisi informasi edukasi yang dapat menambah pengetahuan dan informasi masyarakat.

TikTok adalah platform media sosial yang digunakan untuk berbagi video pendek asal Tiongkok yang diluncurkan pada tahun 2016 (Aji & Setiadi, 2020). TikTok membebaskan penggunanya untuk membuat dan berbagi unggahan berbasis audio-visual melalui ponsel pintar dengan berbagai macam fitur menarik di dalamnya. Melalui data yang dimuat oleh lembaga We Are Social menunjukkan bahwa pengguna media sosial TikTok di Indonesia mencapai 109,9 juta pengguna hingga Januari 2023. Angka pengguna yang cukup besar tersebut membuat Indonesia menempati peringkat ke-2 dengan jumlah pengguna TikTok terbesar setelah Amerika Serikat. (Rachmawati & Anita, 2023)

Kebutuhan informasi pada tiap individu berbeda, karenanya masing-masing individu memiliki perilaku pencarian yang tidak sama dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Tindakan individu dalam mencari informasi merupakan bentuk dari respons individu terhadap kebutuhan yang dimilikinya, seperti kebutuhan informasi dalam memenuhi pekerjaan, pendidikan, pemenuhan hobi, termasuk juga pada pemenuhan kebutuhan mengenai kesehatan dan seputar informasi kecantikan. (Atmi & Famiky, 2023)

Mahasiswa merupakan peserta didik yang terdaftar pada perguruan tinggi. Seorang mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan yang *range* usianya 18 sampai 25 tahun. Tahap ini digolongkan pada masa remaja akhir sampai pada dewasa awal, pada usia mahasiswa ini merupakan pematapan pendirian hidup. Mahasiswa

juga dapat didefinisikan sebagai individu yang sedang menuntut ilmu ditingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

Mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi calon-calon intelektual atau bisa juga mahasiswa merupakan orang yang menuntut ilmu atau belajar di perguruan tinggi, baik itu di universitas, institut ataupun akademi. (Yulianti & Ruhyana, 2015)

Pada saat ini, kebutuhan informasi pembelajaran mahasiswa sangat penting, tetapi banyak mahasiswa yang terkadang malas dalam membaca informasi. Mahasiswa juga lebih senang dalam melihat informasi melalui video. Maka dari itu, analisis kebutuhan informasi mahasiswa perlu dilakukan agar tersedianya informasi yang lebih tepat sasaran. Oleh karenanya, peneliti tertarik melakukan penelitian tentang Hubungan penggunaan *Hashtag #samamabelajar* pada Media Tiktok Terhadap Kebutuhan Informasi Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan desain penelitian *cross sectional*. Penelitian *cross sectional* adalah suatu penelitian untuk mempelajari dinamika korelasi antara faktor faktor risiko dengan efek, dengan cara pendekatan, observasional, atau pengumpulan data. Penelitian *cross sectional* hanya mengobservasi sekali saja dan pengukuran dilakukan terhadap variabel subjek pada saat penelitian. (Herdiani, 2021) Teknik dalam pengambilan sampel adalah random sampling yang memenuhi kriteria inklusi. Kriteria inklusi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 yang menggunakan tiktok serta mau dan setuju untuk mengisi informan consent dan kuesioner yang telah diberikan. Yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 yang menggunakan Tiktok di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara sebanyak 400 orang dan setelah dihitung menggunakan rumus slovin, maka jumlah sampel dapat ditetapkan sebanyak 80 orang.

Rumus:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$
$$n = \frac{400}{1+400(0,1)^2}$$
$$= 80 \text{ orang.}$$

HASIL

Uji Univariat

Tabel 1. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Frekuensi	Persentase (%)
Umur		
20 tahun	3	3,8
21 tahun	46	57,5
22 tahun	30	37,5
23 tahun	1	1,3
Jenis Kelamin		
Laki-laki	11	13,8
Perempuan	69	86,3
Semester		
Tujuh	80	100
Program Studi		
Ilmu Perpustakaan	80	100
Pengguna Tiktok		
Menggunakan Tiktok	64	80
Tidak menggunakan Tiktok	16	20

Pada tabel diatas dapat dilihat umur responden yang paling banyak adalah 21 tahun sebesar 46 (57,5%) responden. Jenis kelamin responden lebih dominan perempuan sebanyak 69 (86,3%) orang. Kemudian, untuk semester dan program studi semua responden berasal dari semester tujuh program studi Ilmu perpustakaan. Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 80% nya adalah pengguna Tiktok.

Uji Bivariat

Tabel 2. Hubungan Penggunaan #samasabelajar melalui media tiktok terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7

Penggunaan #samasabelajar	Kebutuhan Informasi			p-value
	Terpenuhi	Tidak Terpenuhi	Total	
Ya	43	8	51	0,000
Tidak	9	20	29	
Total	52	28	80	

Dilihat dari tabel diatas responden yang menggunakan #samasabelajar dan kebutuhan informasinya terpenuhi sebanyak 43 orang. Responden yang menggunakan #samasabelajar dan kebutuhan informasinya tidak terpenuhi sebanyak 9. Sedangkan, responden yang tidak menggunakan #samasabelajar dan kebutuhan informasinya terpenuhi sebanyak 8 orang. Responden yang tidak menggunakan #samasabelajar dan kebutuhan informasinya tidak terpenuhi sebanyak 20 orang. Dari hasil uji chi square diperoleh nilai $p = 0,000$ yang artinya ada hubungan yang bermakna antara penggunaan #samasabelajar melalui media tiktok terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penggunaan Tiktok Pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7

Penggunaan media sosial TikTok telah menjadi sebuah rutinitas remaja khususnya mahasiswa pada saat ini. Melalui media sosial TikTok tersebut, mahasiswa mampu berbagi mengenai segala aktivitas, kreativitas, dan kebahagiaan mereka yang kemudian diunggahnya. Pengguna media sosial TikTok juga bisa menggunakan media sosial ini untuk sharing sesuatu seperti foto, vidio, dan menjadi media informasi, sebagai sumber segala informasi, menambah mahasiswa.

Pada penelitian ini fenomena penggunaan media sosial Tiktok sangat populer di kalangan mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7. Dikarenakan, dari total sampel yang sebanyak 80 orang ada 64 (80%) orang mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semsester 7 yang menggunakan Tiktok. Berarti, hampir keseluruhan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 sudah menggunakan media sosial Tiktok, baik untuk mencari informasi atau untuk berkreasi.

Hal ini sejalan dengan penelitian (Hayati et al., 2016) pada penelitiannya menunjukkan sebanyak 14 (70%) dari total 20 responden adalah pengguna tiktok. Pada penelitiannya juga menunjukkan bahwa responden beranggapan jika didalam video tiktok ini dapat memberikan informasi bagi penggunanya. (Hayati et al., 2016)

Kebutuhan Informasi Pada Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7

Pada dasarnya siapa pun membutuhkan informasi termasuk mahasiswa di dalamnya yang menggunakan informasi tersebut untuk berbagai kepentingan seperti tugas kuliah, seminar, penelitian dan berbagai kegiatan aktivitas lainnya. Terlebih lagi dengan munculnya internet yang membuat arus globalisasi dan pertukaran informasi semakin cepat membuat mahasiswa semakin dimudahkan dalam mencari dan menelusur informasi yang mereka butuh kan di mana pun dan kapan pun tanpa terhalangi oleh ruang dan waktu.

Akan tetapi tidak semua informasi yang ditemukan dapat digunakan dalam berbagai kegiatan untuk kelancaran aktivitasnya, melainkan hanya informasi yang memiliki kualitas baik, *up to date*, valid serta berasal dari sumber yang terpercaya. Oleh karena itu penting untuk siapa pun yang terlibat dalam menemukan dan menyebarkan informasi agar memahami dan meneliti informasi yang ada termasuk

sumber informasi tersebut demi kelancaran aktivitas dan tentunya dapat dipertanggung jawabkan.

Kebutuhan informasi Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 yang dapat dilihat dari hasil kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Di mana, hasilnya menunjukkan bahwa kebutuhan Informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 sudah terpenuhi dengan baik sebesar 65%. Kebutuhan informasi ini tidak hanya didapatkan dari media sosial Tiktok, tetapi ada juga dari Google, jurnal, dan artikel.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Bukhori & Salim, 2018) di mana hasilnya adalah sebanyak 58% responden membutuhkan informasi untuk mengerjakan tugas yang diberikan oleh dosen, hampir setengahnya responden (28%) membutuhkan informasi untuk menambah khasanah pengetahuan dan sebagian kecil responden (14%) membutuhkan informasi untuk menambah bahan rujukan. Responden pada penelitian ini adalah mahasiswa JIP UIN Syarif Hidayatullah. (Bukhori & Salim, 2018)

Hubungan Penggunaan #samasabelajar melalui media tiktok terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7

Semakin meningkatnya penggunaan internet di Indonesia, hal ini menunjukkan bahwa sebagian banyak orang menggunakan teknologi untuk kemudahannya dalam aktivitas dan memudahkan untuk mendapatkan informasi dengan lebih efisien. Media sosial diperkirakan akan terus berkembang sejalan dengan permintaan saat ini sebagai akibat dari kemampuan teknologi canggih dan meningkatnya kebutuhan manusia. Durasi video TikTok 15 atau 60 detik adalah salah satu fitur yang menentukan, karena tampaknya memikat pengguna dengan kesenangan instan dan mendorong mereka untuk kembali ke aplikasi untuk lebih. Ketika konsumen menonton konten di TikTok yang diatur ke musik, mereka mungkin mengalami aliran kesenangan yang memaksa mereka untuk terus menonton lebih banyak video. (Ramdani et al., 2021)

Hashtag adalah metode populer yang dibuat pengguna untuk mengkategorikan dan mencari materi di microblogging dan platform berbagi foto seperti Twitter dan Instagram. Pengguna Instagram yang mencari #cats, misalnya, akan menemukan semua posting yang berisi *Hashtag* itu. *Hashtag* dapat mencakup huruf, angka, dan garis bawah setelah tanda pagar asli. Apakah seseorang mencari sesuatu menggunakan *Hashtag* atau teks lama biasa, algoritma akan secara otomatis berjalan sebagai respons terhadap kebutuhan mereka. Setelah ikhtisar singkat tentang cara kerja aplikasi TikTok, kami akan membahas cara-cara memanfaatkannya untuk memenuhi berbagai persyaratan informasi. Pengguna TikTok memiliki keinginan untuk konten pendidikan non-formal, dan informasi yang disediakan oleh aplikasi dapat berupa luas atau sempit, tergantung pada presentasi pengguna. Menggunakan tagar untuk mengatur gerakan hanyalah salah satu cara informasi disajikan di TikTok. (Andriyanti & Farida, 2022)

Wilson (1981), memunculkan model perilaku informasi yang menampilkan perilaku penemuan informasi (*Information Seeking Behaviour*) sebagai konsekuensi dari sebuah kebutuhan yang dirasakan oleh pengguna informasi yang berharap kebutuhannya dapat terpenuhi, membuat permintaan melalui sumber-sumber dan layanan informasi formal, yang mana hasilnya berupa keberhasilan atau kegagalan dalam menemukan informasi yang relevan. Apabila berhasil, individu dapat menggunakan informasi yang telah ditemukan dan mungkin merasakan kepuasan, atau sebaliknya, apabila individu tersebut gagal dalam menemukan informasi yang dibutuhkan, mereka akan merasakan ketidakpuasan dan harus mengulangi kembali proses penemuan informasi kembali untuk menemukan informasi yang relevan. (Indah, 2014)

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan tabel 2 menunjukkan nilai $p = 0,000$. Dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara penggunaan #samasamabelajar melalui media tiktok terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7. Tabel 2 juga menunjukkan bahwa responden yang menggunakan #samasamabelajar pada tiktok kebutuhan informasinya terpenuhi dengan baik, sementara responden yang tidak menggunakan #samasamabelajar pada tiktok kebutuhan informasinya ada yang tidak terpenuhi.

Penggunaan *hashtag* ini sangat berguna untuk mempermudah dalam pencarian informasi yang diinginkan. Apalagi, di dalam aplikasi Tiktok penggunaan *hashtag* tidak hanya berfungsi dalam mempermudah pencarian informasi tetapi juga berguna untuk menaikkan *views* dari video yang telah dibuat. Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 yang menggunakan #samasamabelajar sebanyak 51 orang dengan kebutuhan informasi yang terpenuhi sebanyak 43 orang. Ini menunjukkan bahwa penggunaan *hashtag* sangat berguna dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa.

Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Hardadi et al., 2021), hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa penggunaan #samasama belajar ini bermanfaat bagi pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat Jawa Barat. Penggunaan media sosial Tik Tok melalui program #samasamabelajar terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi sudah termasuk dalam kategori persentase tinggi garis kontinum, hal ini menunjukkan bahwa *influencer* pada aplikasi Tik Tok memberikan pesan yang informatif dan menarik untuk dapat diterima oleh masyarakat selain itu fitur yang ada di Tik Tok lebih menarik dibandingkan dengan media sosial lainnya dan adanya aplikasi *TikTok* menjadi motivasi untuk membuat video yang menarik serta bermanfaat untuk banyak orang. (Hardadi et al., 2021)

Pada penelitian lainnya yang dilakukan oleh (Farikha Rachmawati et al., 2022), di mana Peneliti melakukan analisis sentimen menggunakan algoritma teknologi pada hasil pencarian tagar #samasasiswa periode 21 Desember 2021-2 Januari 2022. Terdapat 974 tagar yang akan diklasifikasikan menggunakan algoritma teknologi. Dari 934 video yang diperoleh atau dianalisis, terdapat 428 konten positif, 533 konten netral, dan 13 konten negatif.

Tidak bisa dipungkiri, mencari informasi dari media sosial memang lebih mudah didapatkan, apalagi penggunaan *hashtag* juga sangat membantu dalam mencari sesuatu agar lebih cepat didapatkan. Islam menegaskan umatnya untuk jujur baik didunia nyata maupun di dalam media sosial. Tetapi, di dalam media sosial biasanya informasi yang disajikan ada juga yang diragukan keakuratannya. Oleh sebab itu, di dalam Al-Qur'an surah An-nur ayat 15 manusia dianjurkan untuk bertabayyun ketika menerima informasi, sebagaimana bunyi ayatnya:

إِذْ تَلَقَوْهُ بِالْأَسْنَنِكَمُ وَتَقُولُونَ بِأَفْوَاهِكُمْ مَا لَيْسَ لَكُم بِهِ عِلْمٌ وَتَحْسَبُونَهُ هَيِّئًا وَهُوَ عِنْدَ اللَّهِ عَظِيمٌ

Artinya: "*(Ingatlah) ketika kamu menerima (berita bohong) itu dari mulut ke mulut; kamu mengatakan dengan mulutmu apa yang tidak kamu ketahui sedikit pun; dan kamu menganggapnya remeh, padahal dalam pandangan Allah itu masalah besar.*"

Ayat ini menggambarkan situasi ketika kabar bohong itu tersebar. Ingatlah ketika kamu menerima berita bohong itu dari mulut ke mulut dan kamu katakan dengan mulutmu sendiri, bukan dengan isyarat, apa yang tidak kamu ketahui sedikit pun duduk persoalannya, dan kamu menganggapnya sesuatu yang remeh dan tidak penting, padahal dalam pandangan Allah berita bohong itu adalah soal besar dan perbuatan yang sangat buruk.

Tindakan untuk mengetahui keakuratan informasi dapat juga disamakan dengan istilah tabayyun. Tabayyun terhadap informasi yang didapat perlu dilakukan agar tidak terjadi kekeliruan memahami informasi. Media sosial sebagai tempat tersebarnya informasi memungkinkan oknum tertentu untuk menyebarkan berita bohong. Artinya sebagai pengguna media sosial perlu melakukan pemeriksaan atas informasi yang didapatkan.

KESIMPULAN

Pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa adanya hubungan antara penggunaan #samasamabelajar melalui media tiktok terhadap kebutuhan informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan Semester 7 dengan nilai $p = 0,000$. Penggunaan media sosial seperti tiktok sangat marak digunakan apalagi pada era modern sekarang. Mahasiswa merupakan generasi yang besar di zaman modern dan teknologi, jadi tak heran jika banyak dari mereka menggunakan media sosial untuk mencari informasi. *Hashtag* #samasamabelajar bisa digunakan dan sangat bermanfaat bagi mahasiswa dalam mencari informasi yang di butuh kan khususnya dalam belajar berbagai hal.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriyanti, E., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Viral Marketing Shopee Affiliate, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Shopee Indonesia (Studi Pada Generasi Z Pengguna Tiktok Di Sidoarjo). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis Universitas Multi Data Palembang*, 11(2), 228–241.
- Atmi, R. T., & Famiky, D. (2023). Analisis Pemenuhan Kebutuhan Sumber Informasi Kecantikan pada Generasi Z. *Palimpsest: Jurnal Ilmu Informasi Dan Perpustakaan*, 14(2), 118–132. <https://doi.org/10.20473/pjil.v14i2.50861>
- Bukhori, F., & Salim, T. A. (2018). Kebutuhan dan Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa JIP UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. *Seminar Nasional Prodi Ilmu Perpustakaan UM: Literasi Digital Dari Pustakawan Untuk Merawat Kebhinekaan*, 117–126.
- Cahyono, M. R. (2021). Fungsi komunikasi dan motivasi pengguna tanda tagar (#) di media sosial Indonesia. *Islamic Communication Journal*, 6(2), 191–210. <https://doi.org/10.21580/icj.2021.6.2.7998>
- Erlianti, G. (2020). Pola Perilaku Pencarian Informasi Generasi Z Berperspektif Ellisian. *AL Maktabah*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29300/mkt.v5i1.3135>
- Fahrezi, M. A., Mushauwir, A. Al, Rahman, W. N., & ... (2022). Systematic Literature Review: Peran *Hashtag* dalam Meningkatkan Visibilitas Konten Sosial Media (Studi Kasus: Instagram). *Jurnal Sains Pemasaran ...*, 21(2), 142–153. <https://ejournal.undip.ac.id/index.php/jspi/article/view/46663>
- Farikha Rachmawati, Ahimsa Adi Wibowo, & Irwan Dwi Arianto. (2022). Sentiment Analysis #samamabelajar Public Relations Campaign Based on Big Data on TikTok. *Proceeding of The International Conference on Economics and Business*, 1(2), 377–388. <https://doi.org/10.55606/iceb.v1i1.189>
- Hardadi, E. T., Trianasari, N., & Telkom, U. (2021). *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK MELALUI HASHTAG #SAMAMABELAJAR TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI PADA MASYARAKAT DI JAWA BARAT*. 8(6), 8127–8134.
- Herdiani, F. D. (2021). Penerapan Oracle Enterprise Architecture Development (OADP) Dalam Perancangan Arsitektur Sistem Informasi Manajemen Aset Properti: Studi Kasus PT. Pos Properti Indonesia. *Jurnal Ilmiah Ilmu Terapan Universitas Jambi*, 5(1), 31–38. <https://doi.org/10.22437/jiituj.v5i1.12886>
- Indah, C. N. (2014). Perilaku Penemuan Informasi Mahasiswa Baru (Studi Deskriptif Tentang Perilaku Pecarian Informasi Mahasiswa Baru dalam Menunjang Kebutuhan Informasi Akademis). *Palimpsest: Journal of Information and Library Science*, 3(1), 41–60.
- Innocento, J. (2023). Analisa Penggunaan *Hashtag* (#) dalam Meningkatkan Brand Awareness Sebuah Produk di Mimo Indo Media. *Journal Communication Lens*, 2(2), 1–8.
- Rachmawati, F., & Anita, D. R. (2023). Konten Edutainment Di Media Sosial Tiktok@

Pilihjurusan. Id: Edutainment Content on Tiktok Social Media@ Pilihjurusan.
Id. *Restorica: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara Dan Ilmu Komunikasi*,
9(2), 40–46.

Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring. *Akademika*, 10(02), 425–436.
<https://doi.org/10.34005/akademika.v10i02.1406>

Sakinatul Hayati, Rofika Lailatur Rohmah, Ulil Absor Billah, S. (2016). Antusiasme Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Mahasiswa Kpi Angkatan 20 (Studi Komparatif Laki-Laki Dan Perempuan). *Prosiding Seminar Hasil Penelitian, KPI IAIN Madura*, 20, 46–52.

Yulianti, K., & Ruhjana, R. (2015). *Hubungan Diet dengan Kejadian Anemia Defisiensi Besi pada Siswi SMA N 1 Prambanan Klaten*.
<http://digilib.unisayogya.ac.id/id/eprint/218>