

## **Pengaruh Konten @scoyas\_ Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat Indonesia pada Viewers TikTok**

<sup>1</sup>Dea Amalia, <sup>2\*\*</sup>Rizca Haqqu

Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom

E-mail: rizcahaqqu@telkomuniversity.ac.id

### **Abstrak**

TikTok kini menjadi tempat bertukar informasi yang juga digunakan dan diakses oleh teman Tuli untuk memperkenalkan diri sebagai penyandang disabilitas dengan kemampuan. Pengguna Tuli di TikTok biasanya mencantumkan "i'am deaf" atau "saya Tuli" di bio profil mereka. Salah satu akun yang terkenal yaitu @scoyas\_ dengan 382,6 ribu followers, yang membagikan kontennya mengenai bahasa isyarat Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk melihat adakah pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia. Penelitian ini menggunakan teori uses and gratification serta menggunakan pendekatan kuantitatif. Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan setiap kenaikan satu satuan pada konten @scoyas\_ maka meningkat juga pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia sebesar 0.487. Konten @scoyas\_ berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat pada viewers TikTok dengan besar pengaruh 30.9% dan sisanya 69.1% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa kelima asumsi teori uses and gratification diterima.

**Kata Kunci:** BISINDO, konten, pemenuhan kebutuhan informasi, uses and gratification

### **Abstract**

TikTok is now a place to exchange information that is also used and accessed by Deaf friends to introduce themselves as people with disabilities with abilities. Deaf users on TikTok usually put "i'am deaf" in their profile bio. One of the famous accounts is @scoyas\_ with 382.6 thousand followers, who shares content about Indonesian sign language. This study aims to see whether there is an effect of @scoyas\_ content on fulfilling the information needs of Indonesian sign language. This research uses uses and gratification theory and uses a quantitative approach. The results of the simple linear regression test show that every one unit increase in @scoyas\_ content also increases the fulfillment of Indonesian sign language information needs by 0.487. The @scoyas\_ content has a significant effect on fulfilling sign language information needs in TikTok viewers with a magnitude of 30.9% and the remaining 69.1% is influenced by other variables not examined in this study. The results of this study indicate that the five assumptions of the uses and gratification theory are accepted.

**Keywords:** BISINDO, content, fulfillment of information needs, uses and gratification

## **PENDAHULUAN**

Manusia tidak dapat terlepas dari yang namanya komunikasi. Pada kehidupan dan kegiatan sehari-harinya manusia membutuhkan komunikasi. Kini, manusia dapat berkomunikasi dan berinteraksi dengan siapa saja, kapan saja dan di mana saja tanpa membutuhkan waktu yang lama dan tanpa harus bertatap muka. Melalui media sosial semua

orang dapat berkomunikasi dan berinteraksi. Komunikasi yang dilakukan tidak hanya berupa secara verbal atau lisan tetapi juga manusia dapat berkomunikasi dengan secara nonverbal. Salah satu contoh dari komunikasi nonverbal ialah bahasa isyarat. Bahasa isyarat adalah bahasa yang mengutamakan komunikasi manual, diam, tidak bersuara, menggunakan bahasa tubuh, gerakan bibir, gerakan anggota tubuh dan ekspresi wajah untuk melakukan komunikasi dan mengungkapkan pikiran (Rahmawati et al., 2019). Setiap negara memiliki bahasa isyaratnya sendiri, dan bahkan dapat mempunyai lebih dari satu bahasa isyarat (Liliweri, 2022). Ada dua bahasa isyarat di Indonesia yaitu Bahasa Isyarat Indonesia (BISINDO) dan Sistem Bahasa Isyarat Indonesia (SIBI). Bahasa isyarat menjadi bahasa yang digunakan oleh individu dengan berkebutuhan khusus seperti penyandang disabilitas tunarungu dan tunawicara.

Berdasarkan *website Kemenkopmk.go.id*, jumlah penyandang disabilitas di Indonesia sebanyak 22,97 juta jiwa setara dengan 8,5%. Pandangan masyarakat terhadap orang-orang berkebutuhan khusus ini berbeda-beda. Cara pandang inilah yang melahirkan stigma terhadap kaum disabilitas seperti tidak normal, tidak memiliki kemampuan, lemah, tidak berdaya dan lainnya. Stigma inilah yang seakan-akan mengatakan bahwa penyandang disabilitas tidak sepenuhnya seperti individu normal. Stigma ini bisanya diikuti dengan berbagai bentuk diskriminasi (Ansori, 2023). Dari pandangan dan stigma yang tidak baik terhadap orang-orang berkebutuhan khusus sehingga dapat terjadinya diskriminasi pada orang berkebutuhan khusus ini (Permatasari et al., 2020).



**Gambar 1. Berita Pandangan Terhadap Penyandang Disabilitas**

Sumber: [www.liputan6.com](http://www.liputan6.com)

Berdasarkan berita yang dilansir pada [liputan6.com](http://liputan6.com) mengenai pandangan masyarakat terhadap penyandang disabilitas, dua cara masyarakat memandang penyandang disabilitas yaitu dengan mistis dan naif. Cara pandang mistis di sini adalah di mana menganggap bahwa disabilitas merupakan takdir Tuhan. Menurut cara pandang ini, menyantuni atau memberikan bantuan kepada kelompok disabilitas merupakan kebajikan atau dianggap yang mulia.

Sedangkan dengan cara pandang naif, penyandang disabilitas adalah akibat dari adanya infeksi penyakit, keturunan, kecelakaan atau penuaan.

Cara pandang tersebut yang melahirkan stigma terhadap kaum disabilitas seperti tidak normal, tidak memiliki kemampuan, lemah, tidak berdaya dan lainnya. Stigma inilah yang seolah-olah mengatakan bahwa penyandang disabilitas tidak sepenuhnya seperti individu normal. Stigma ini biasanya diikuti dengan berbagai bentuk diskriminasi (Ansori, 2023). Stigma dan diskriminasi ini dapat disebabkan oleh ketakutan, mitos, atau kurang tauhan masyarakat mengenai orang atau individu dengan penyandang disabilitas (Ramdan et al., 2019). Stigma negatif yang berkembang dan kurang terlihatnya peran sosial yang dapat menenggelamkan eksistensi penyandang disabilitas. Seiring dengan berjalannya waktu, penyandang disabilitas sudah memiliki kesempatan yang hampir setara dengan individu normal. Pemerintah mulai memperhatikan dan mengusahakan hak dan kesetaraan yang sama antara penyandang disabilitas dan individu normal (Rosalind & Siahaan, 2022).

Pada kesempatan dan kesetaraan antara penyandang disabilitas dan individu normal ini dapat dilihat pada konten siaran berita di televisi yang mulai menggunakan penerjemah bahasa isyarat sebagai orang yang mengkomunikasikan pesan dan informasi untuk penyandang disabilitas sensorik yang mengalami gangguan pada indera pendengaran yaitu Tuli. Bahasa isyarat sendiri merupakan salah satu bentuk dari komunikasi nonverbal di mana dalam komunikasi nonverbal yang digunakan yaitu gerak isyarat, bahasa tubuh, ekspresi wajah, gerakan jari, kontak mata, dan lainnya (Solihin et al., 2023). Kesempatan dan kesetaraan lainnya bagi tuli maupun penyandang disabilitas lainnya adalah mulai terdapat peluang dan berkesempatan untuk bekerja, dan juga sudah mulai terdapat ruang *public* atau fasilitas umum yang ramah disabilitas. Seperti pada perusahaan kopi ternama, restoran cepat saji yang sudah mulai merekrut orang-orang dengan berkebutuhan khusus,

Tidak hanya didalam dunia nyata, pada dunia maya yang biasa didominasi oleh individu normal kini juga sudah digunakan dan diakses oleh penyandang disabilitas atau media sosial penggunaan media sosial terutama TikTok yang saat ini digemari dan digunakan oleh berbagai generasi, kini juga digunakan oleh penyandang disabilitas tuli yang ingin menunjukkan dan memperkenalkan diri mereka sebagai orang yang berkebutuhan khusus yang memiliki kemampuan dan kesamaan yang hampir sama dengan individu normal pada umumnya. TikTok sendiri merupakan aplikasi yang banyak digemari oleh semua generasi, hal tersebut dapat dilihat dari laporan We Are Social dan Hootsuite, Indonesia menduduki kedua teratas setelah Amerika Serikat yang memiliki jumlah pengguna media sosial TikTok

terbanyak. Berikut adalah gambar yang memperlihatkan mengenai jumlah pengguna TikTok di dunia.



**Gambar 2. Jumlah Pengguna TikTok**

Sumber: [databoks.katadata.co.id](https://databoks.katadata.co.id)

Gambar dua menunjukkan terdapat 106,52 juta pengguna TikTok di Indonesia pada Oktober 2023. Angka tersebut menunjukkan peningkatan sebanyak 6,74% dibandingkan dengan tiga bulan sebelumnya (Rizaty, 2023). Banyaknya jumlah pengguna TikTok tersebut diantaranya terdapat orang-orang dengan penyandang disabilitas tuli. Keberadaan mereka di TikTok ini biasanya dapat kita lihat dan dapat ditandai dengan tulisan pada bio di profil mereka dengan mencantumkan kata “*I am a deaf*” atau “Saya Tuli”. Adanya fitur tersebut semua pengguna TikTok dapat mengetahui dan membedakan bahwa mereka adalah penyandang disabilitas tuli. Teman tuli berkreatifitas dengan membuat sebuah konten yang sesuai dengan dirinya. Konten yang dibuat juga dapat beragam mulai dari konten bermain games, keseharian, hingga konten edukasi. Salah satu contoh konten edukasi yang dibuat oleh penyandang tuli di TikTok adalah konten yang mengajarkan penggunaan BISINDO.

Salah satu akun TikTok dengan nama @scoyas\_ merupakan salah satu konten *creator* penyandang disabilitas tuli yang memiliki banyak *followers* yang berjumlah sekitar 382,6 ribu. Selain menggunakan TikTok, @scoyas\_ juga menggunakan media sosial Instagram untuk mengedukasi BISINDO. Saat ini, bahasa isyarat semakin mulai dikenal dengan khalayak melalui konten-konten yang diunggah baik oleh @scoyas sebagai konten kreator penyandang tuli maupun konten kreator lainnya.

Pada media sosial TikTok sendiri terdapat ciri khas yaitu FYP (*For Your Page*), di mana FYP ini sering menampilkan konten-konten yang dipilih berdasarkan algoritma TikTok (Candra, 2023). Adanya ketertarikan khalayak kepada konten BISINDO ini tentunya membuat algoritma khalayak memunculkan konten-konten BISINDO @scoyas\_ di FYP TikTok. Adanya

konten-konten mengenai bahasa isyarat di media sosial TikTok ini tentu dapat membantu khalayak untuk dapat mempelajari, mengenal, dan menambah atau memenuhi kebutuhan informasi mengenai bahasa isyarat.

Kebutuhan informasi adalah sebuah kebutuhan yang muncul ketika adanya dorongan untuk memahami, menguasai, menemukan atau mencari penjelasan mengenai suatu hal yang ingin diketahui. Pada era kemajuan teknologi yang begitu pesat, khalayak sangat mudah untuk mengakses informasi dari berbagai media yang di mana masyarakat modern seperti saat ini tidak dapat bertahan dan tidak dapat hidup tanpa akses terhadap informasi informasi (Dewi, 2001). Khalayak akan memilih media yang sesuai dengan kebutuhan dan tujuan mereka guna dapat memenuhi kebutuhan informasi (Haquq, 2020). Kebutuhan informasi menjadi sebuah kebutuhan primer bagi masyarakat dan sejalan dengan manusia yang memiliki rasa ingin tahu mengenai suatu hal, maka akan memacu tingkat permintaan pada suatu informasi dan secara tidak langsung juga akan meningkatkan ilmu pengetahuan (Tampubolon & Dirgantra, 2023). Terdapat empat jenis kebutuhan yang dijelaskan Guha (1987) yaitu *Current Need Approach*, *Everyday Need Approach*, *Exhautic Need Approach* dan *Catching-up Need Approach*.

Pada penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* guna mendukung penelitian. *Uses and gratification* diciptakan oleh Katz dan Blumer yang menekankan bahwa khalayak dan pengguna secara aktif mempertimbangkan pilihan sebuah media untuk memenuhi atau memuaskan kepuasan dan kebutuhan mereka (Apriyana & Pane, 2023). Pengguna media memilih menggunakan media TikTok untuk berbagi dan mendapatkan informasi salah satunya adalah mengenai bahasa isyarat terutama BISINDO.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini (a) apakah terdapat pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia? (b) seberapa besar pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia?

Adapun hipotesis dari penelitian ini yaitu:

H<sub>0</sub>: Tidak terdapat pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia pada *viewers* TikTok

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia pada *viewers* TikTok

## METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka dalam proses penelitiannya, mulai dari pengumpulan data, penafsiran sampai hasil atau penarikan kesimpulan (Machali, 2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan analisis deskriptif di mana bertujuan untuk memaparkan dan menggambarkan variabel. Variabel penelitian ini yaitu Variabel X (Konten @scoyas) dan variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat Indonesia). Populasi dari penelitian ini yaitu *viewers* TikTok dan untuk mewakili populasi maka diperlukan sampel. Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang dipilih dengan teknik tertentu sehingga dapat menggambarkan dan mewakili populasi (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Sampel diambil dengan standar sampling *error* dengan sebesar 5% (0,05) dan menggunakan rumus Bernoulli karena tidak diketahui secara pasti jumlah dari populasi. Sampel yang diperoleh untuk penelitian ini sebesar 385 responden. 385 responden merupakan pengguna TikTok dan yang pernah melihat konten BISINDO @scoyas\_ di media sosial TikTok.

Pengukuran variabel penelitian ini menggunakan skala likert. Skala likert (*likert scale*) merupakan teknik yang digunakan untuk mengukur pendapat, persepsi dan sikap individu atau sekelompok masyarakat terhadap fenomena sosial (Sugiyono, 2013). Pada skala likert, variabel penelitian diuraikan menjadi indikator variabel, kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak ukur untuk menyusun item-item pernyataan Peneliti memberikan skor 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), 5 (tidak setuju). Peneliti menggunakan skor 1-5 terhadap setiap respon yang diberikan untuk menampung jawaban responden yang bersifat netral atau tidak condong terhadap tidak setuju atau setuju.

Penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji linearitas, uji regresi linear sederhana, uji hipotesis, uji koefisien determinasi dengan menggunakan *software* SPSS.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian, responden penelitian ini didominasi usia 17-22 tahun. Diketahui responden perempuan lebih banyak dibandingkan dengan responden laki-laki, dengan responden perempuan sebanyak 59% atau sekitar 228 responden dan laki-laki sebanyak 41%. Atau sekitar 157 responden. Pada penelitian ini responden yang merupakan mahasiswa sebanyak 41%, pelajar 19%, pekerja 38% dan 2% merupakan ibu rumah tangga.

Dari hasil penelitian menunjukkan sebanyak 36,10% responden menonton konten @scoyas\_ dari FYP TikTok.

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengolahan data, secara keseluruhan pada variabel konten BISINDO @scoyas\_ berada di rentang 68-84% dengan nilai persentase sebesar bernilai 76,40% yang dikategorikan tinggi. Persentase terkecil pada variabel X ini berada pada indikator konsistensi konten yaitu sebesar 72,23% dengan kategori tinggi dan persentase terbesar pada variabel X ini berada pada indikator orisinalitas konten yaitu sebesar 78,93% dengan kategori tinggi. Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa hal ini selaras dengan konten media sosial menurut Gunelius (dalam Puspitasari et al., 2023) yaitu relevansi konten di mana konten sesuai dengan pengguna, konten mudah dipahami oleh pengguna, orisinalitas konten di mana pembuatan konten unik dan asli, kredibilitas konten di mana konten tersebut dapat dipercaya, konsistensi konten di mana konten tersebut konsisten dalam meng-*upload*, dan kemenarikan konten di mana konten dibuat menarik untuk menarik perhatian penontonnya.

Pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi menunjukkan hasil penelitian berada di rentang 68-84% dengan nilai persentasenya sebesar 71,60% yang termasuk kategori tinggi. Persentase terbesar pada variabel Y ini yaitu pada *catching-up need approach* yaitu sebesar 82,64% dengan kategori tinggi dan persentase terkecil yaitu pada *everyday need approach* yaitu sebesar 75,93% dengan kategori tinggi. Hasil penelitian tersebut dapat dikatakan bahwa pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia responden sudah baik pada penelitian ini. Dari hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa hal ini selaras dengan pemenuhan kebutuhan informasi menurut Guha (1987) yang menjelaskan terdapat empat jenis kebutuhan yang diharapkan dari informasi yaitu *current need approach* yang di mana pengguna didorong untuk mencari atau mendapatkan informasi, *everyday need approach* di mana pengguna membutuhkan informasi yang cepat dan rutin, *exhaustic need approach* di mana pengguna membutuhkan informasi yang akurat dan pengguna bergantung pada informasi, dan *catching-up need approach* yang di mana pengguna membutuhkan informasi yang lengkap, singkat dan ringkas.

### Hasil uji korelasi

Untuk mengukur hubungan antar variabel pada penelitian ini, dilakukan uji korelasi dengan menggunakan korelasi *pearson product moment*. Hasil uji korelasi pada penelitian sebagai berikut:

Correlations			
		Konten BISINDO @scoyas_	Pemenuhan Kebutuhan Informasi
Konten BISINDO @scoyas_	Pearson Correlation	1	.556**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	385	385
Pemenuhan Kebutuhan Informasi	Pearson Correlation	.556**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	385	385

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Gambar 3. Hasil Uji Korelasi**  
Sumber: Olahan Data SPSS, 2024

Berdasarkan data dari hasil kuesioner yang telah disebar dan berhasil dikumpulkan sebanyak 385 responden maka berdasarkan hasil uji korelasi didapati seperti pada gambar di atas yang menunjukkan bahwa nilai signifikansi konten @scoyas\_ dan pemenuhan kebutuhan informasi yaitu  $0.000 < 0.05$  yang menunjukkan bahwa variabel X (Konten @scoyas\_) dan variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat Indonesia) memiliki hubungan atau berkorelasi. Berdasarkan hasil pengujian ini juga dapat terlihat nilai *pearson correlation* sebesar 0.556. Hal ini menunjukkan variabel X (Konten @scoyas\_) memiliki hubungan terhadap variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) yang berada direntang 0.41 – 0.70 yang memiliki arti tingkat korelasi “sedang”. Sehingga dapat dikatakan variabel X (Konten @scoyas\_) memiliki hubungan pada tingkat sedang terhadap variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi). Dalam hasil uji korelasi juga dapat dilihat bentuk hubungan pada variabel X (konten @scoyas\_) dan variabel Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat Indonesia) yaitu berbentuk positif. Artinya semakin tinggi variabel konten @scoyas\_ maka semakin tinggi pula variabel pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia.

### Hasil uji regresi linear sederhana

Tujuan penelitian ini yaitu untuk melihat pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) melalui uji regresi linier sederhana. Namun, dalam uji regresi juga perlu adanya melihat hubungan untuk mengetahui seberapa besar nilai hubungan variabel pengaruh konten BISINDO @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat. Maka berikut merupakan hasil dari uji regresi linear sederhana pada penelitian ini:

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20707.368	1619.381		12.787	.000
	Konten BISINDO @scoyas_	.487	.037	.556	13.076	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

**Gambar 4. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana**

Sumber: Olahan SPSS, 2024

Dari hasil kuesioner yang telah disebar dan berhasil dikumpulkan maka dari hasil uji regresi linear sederhana pada gambar 2 menunjukkan didapatkan nilai konstanta (a) sebesar 20707.368 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 0.487. Maka, persamaan regresi yang digunakan sebagai berikut:

$$Y = 20707.368 + 0.487X$$

Hasil dari uji regresi linear tersebut menunjukkan  $Y = 20707.368 + 0.487X$ . Artinya variabel X (konten @scoyas\_) berpengaruh terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia). Hasil persamaan yang diperoleh menunjukkan nilai konstanta yaitu sebesar 20707.368 yang di mana ketika variabel X bernilai nol maka nilai rata-rata Y adalah 20707.368, dan koefisien regresi diperoleh sebesar 0.487 yang menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu kesatuan pada X (Konten @scoyas\_) maka Y (Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat Indonesia) akan meningkat sebesar 0.487. Artinya, variabel X (konten @scoyas\_) berpengaruh positif terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia). Berdasarkan asumsi teori *uses and gratification* yang pertama yaitu responden atau *viewers* memilih media dan memiliki konten @scoyas di TikTok untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai bahasa isyarat Indonesia.

### Hasil uji hipotesis

Uji hipotesis digunakan uji hipotesis memiliki tujuan untuk melihat dan menyatakan hipotesis tersebut diterima atau ditolak. Pada penelitian ini, pengambilan keputusan berdasarkan:

- H0 ditolak, jika tHitung kurang dari tTabel dengan sig lebih dari 0,05 dan sebaliknya
- H1 diterima, jika tHitung lebih besar dari tTabel dengan sig kurang dari 0,05.

Hasil dari uji hipotesis yang dilakukan pada penelitian ini sebagai berikut:

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	20707.368	1619.381		12.787	.000
	Konten BISINDO @scoyas_	.487	.037	.556	13.076	.000

a. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

**Gambar 5. Hasil Uji Hipotesis**

Sumber: Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan data hasil kuesioner yang telah disebarkan dan berhasil dikumpulkan sebanyak 385 responden maka dari hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pada hasil tHitung variabel konten BISINDO diperoleh sebesar 13.076. Angka tHitung tersebut memiliki nilai yang lebih besar dari nilai tTabel yakni dengan  $df = 385 - 2 = 383$  dan  $\alpha = 5\%$ , maka tTabel sebesar 1.9667. Oleh karena itu, dengan tHitung sebesar  $13.076 > 1.966$ , sehingga dapat diartikan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Maka dapat dikatakan bahwa konten @scoyas\_ berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia.

### Hasil uji koefisien determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui tingkat persentase kontribusi pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia.

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.556 <sup>a</sup>	.309	.307	4722.99870

a. Predictors: (Constant), Konten BISINDO @scoyas\_  
b. Dependent Variable: Pemenuhan Kebutuhan Informasi

**Gambar 6. Hasil Uji Koefisien Determinasi**

Sumber: Olahan SPSS, 2024

Dari hasil uji tersebut menunjukkan R square 0.309 atau 30.9%. Variabel X (konten BISINDO @scoyas\_) memiliki pengaruh sebesar 30,9% terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia). Sehingga, dapat dikatakan hanya sebesar 30,9% konten @scoyas dapat mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia, sedangkan sisanya sebesar 69,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Artinya meskipun dari hasil koefisien determinasi yang diperoleh menunjukkan konten @scoyas\_ berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia, masih terdapat variabel independen lainnya yang berpengaruh terhadap variabel dependen (pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia).

Pada penelitian ini menggunakan teori *uses and gratification* oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974), merupakan teori yang banyak dibahas dan dipelajari dalam media sosial dan media massa. Teori ini mengamati bagaimana khalayak atau audiens menggunakan media untuk mendapatkan kepuasan dan memenuhi kebutuhannya. Kepuasan yang dimaksud mencakup informasi, hubungan sosial, pengalihan atau relaksasi (Shinta et al., 2023). Penggunaan teori *uses and gratification* di dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana pemenuhan kebutuhan yang didapatkan *viewers* melalui konten BISINDO yang diinginkan. Teori ini digunakan sebagai landasan untuk melihat apakah media dapat memenuhi kebutuhan informasi seseorang terlepas dari motif apa yang digunakan oleh para pengguna media atau khalayak media.

Dari hasil penelitian dan analisis data di atas yang menunjukkan terdapat pengaruh variabel X (Konten @scoyas\_) terhadap variabel Y (Pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia). Variabel X (konten @scoyas\_) berpengaruh positif terhadap variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia). memiliki besar pengaruh sebesar 30,9% ini yang artinya responden atau *viewers* membutuhkan informasi mengenai bahasa isyarat Indonesia.

Secara hipotesis,  $H_1$  (terdapat pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia pada *viewers* TikTok) diterima dengan hasil uji hipotesis yang menunjukkan  $t_{Hitung} > t_{Tabel}$  yaitu  $13.076 > 1.966$ .

Sehingga, dari hasil penelitian yang ada, responden atau *viewers* telah memiliki tujuan untuk memenuhi kebutuhan informasi mengenai bahasa isyarat Indonesia dengan memilih dan menggunakan media atau konten yang ingin digunakan atau dilihatnya. Di mana responden atau *viewers* ini memilih media TikTok dan memilih konten @scoyas\_ di TikTok untuk memenuhi kebutuhan informasinya mengenai bahasa isyarat Indonesia (BISINDO). Artinya hasil dari penelitian ini dapat menerima asumsi teori *uses and gratification* yang disampaikan oleh (Littlejohn et al., 2021).

Pada asumsi pertama teori *uses and gratification*, yaitu khalayak atau audiens adalah pengguna aktif dan memiliki tujuan, khalayak atau audiens sebagian besar memiliki tanggung jawab untuk menentukan media yang dapat memuaskan atau memenuhi kebutuhannya. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa dari 36,10% menonton konten @scoyas\_ dari FYP TikTok yang artinya responden memiliki tujuan memenuhi kebutuhan informasi mengenai bahasa isyarat Indonesia sehingga algoritma TikTok memunculkan konten-konten yang berkaitan dengan bahasa isyarat Indonesia di FYP TikTok.

Pada asumsi kedua teori *uses and gratification*, khalayak dapat memilih media berdasarkan harapan guna memuaskan kebutuhan dan keinginannya. Berdasarkan dari hasil penelitian yang menunjukkan persentase terbesar pada variabel X (konten @scoyas\_) merupakan indikator orisinalitas konten yaitu sebesar 78,93 % dan persentase terbesar pada variabel Y (pemenuhan kebutuhan informasi) yaitu indikator *catching-up need approach* yaitu 82,64%. Hal ini menunjukkan bahwa responden atau khalayak memilih konten @scoyas\_ karena keorisinalitasan kontennya dan konten @scoyas\_ yang dapat memberikan informasi yang jelas dan ringkas yang diharapkan oleh khalayak atau responden dapat memuaskan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia.

Pada asumsi ketiga teori *uses and gratification*, pemilihan media oleh khalayak dipengaruhi atau didorong oleh kepribadian atau konteks sosial. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan hasil sebanyak 36.10% responden menonton konten @scoyas\_ dari FYP TikTok, yang artinya dapat dikatakan bahwa ada dorongan dari responden atau khalayak yang ingin mempelajari bahasa isyarat Indonesia. Selain itu, dari persentase pada indikator orisinalitas konten sebesar 78,93 % yang menunjukkan adanya dorongan dari kepribadian responden yaitu memilih konten @scoyas\_ karena keorisinalitasannya. Kemudian, hasil penelitian yang menunjukkan sebagian besar responden berusia 17-22 tahun dan sebagian besar merupakan mahasiswa sebesar 41% dan pelajar sebesar 19% yang dapat dikatakan bahwa konten @scoyas\_ ini sesuai untuk menjadi referensi mereka dalam belajar bahasa isyarat Indonesia.

Pada asumsi keempat teori *uses and gratification*, banyak media yang bersaing untuk mendapatkan perhatian khalayak sehingga banyak media yang membuat konten yang diminati khalayak untuk konsumsi media. Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa responden menggunakan media sosial TikTok dengan beragam usia dari rentang usia 17-22 tahun hingga rentang usia 40-51 tahun dan status pekerjaan dari pelajar hingga ibu rumah tangga. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok memiliki popularitas atau mendapatkan perhatian dari semua kalangan dan TikTok juga memiliki berbagai fitur yang dapat dimanfaatkan baik sehingga dapat menumbuhkan kreativitas, mengekspresikan diri, personal branding, hiburan, media informasi, edukasi, dan lainnya (Kartini, 2022).

Pada asumsi kelima teori *uses and gratification*, khalayak tidak terlalu dipengaruhi oleh media karena khalayak merupakan pengguna aktif yang memegang kendali atas pilihan media mereka. Berdasarkan hasil uji hipotesis (uji T) yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dan hasil uji koefisien

determinasi yang menunjukkan besar pengaruhnya sebesar 30.9 % dan 69.1% tidak diteliti dalam penelitian ini. Dapat dikatakan bahwa media atau konten @scoyas\_ tidak berpengaruh besar, karena responden atau khalayak ini memilih atau menggunakan media sesuai dengan apa yang dibutuhkan.

Mengacu dari hasil penelitian yang menunjukkan responden yang memilih dan menggunakan konten @scoyas guna memenuhi informasi yang dibutuhkan, didapati bahwa sebanyak 36,10 % atau sekitar 139 responden mengatakan bahwa mereka menonton konten @scoyas ini yaitu melalui FYP (*For Your Page*) TikTok. Hal ini dapat berkaitan dengan algoritma media sosial. Algoritma media sosial adalah sistem pencarian yang dilakukan pengguna dengan mencari konten seperti tulisan, foto, atau video yang sering dicari, disukai, dan dilihat oleh pengguna. Sehingga, nantinya dapat menampilkan konten-konten yang sesuai dengan minat dan ketertarikan mereka. Penggunaan media sosial di *smartphone* dapat memanfaatkan data pencarian, minat, dan kesukaan pengguna untuk menyesuaikan konten yang ditampilkan (Handayani, 2021). Algoritma media sosial di sini membaca atau secara sistematis menampilkan konten yang sesuai dengan tujuan pengguna tersebut, di mana responden mempunyai tujuan untuk mencari informasi mengenai bahasa isyarat Indonesia sehingga algoritma membaca dan menampilkan konten-konten yang sesuai salah satunya yaitu konten @scoyas\_.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Konten @scoyas\_ terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bahasa Isyarat Indonesia pada *Viewers* TikTok” dapat disimpulkan dari hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa setiap variabel X (konten BISINDO @scoyas\_ di TikTok) meningkat sebesar satu-satuan maka variabel Y (Pemenuhan kebutuhan bahasa isyarat Indonesia) akan mengalami peningkatan juga sebesar 0.487. Selain itu, hasil uji koefisien determinasi menyatakan konten BISINDO @scoyas\_ di TikTok memiliki pengaruh atau berpengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia sebesar 30,9% dan sebesar 69,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil dari uji hipotesis (uji T) ditemukan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $13.076 > 1.966$ , hasil uji T juga menunjukkan bahwa nilai signifikansinya lebih kecil dari 0.05. Hal ini menyatakan bahwa konten BISINDO @scoyas\_ di TikTok memiliki hubungan yang berpengaruh signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *viewers* konten BISINDO @scoyas\_ di TikTok. Sehingga dapat

dikatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  (terdapat pengaruh konten @scoyas\_ terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bahasa isyarat Indonesia pada *viewers* TikTok) diterima, hasil penelitian ini juga menunjukkan dari kelima asumsi teori *uses and gratification* yang disampaikan oleh Littlejohn et al., (2021) yang digunakan pada penelitian ini dapat diterima.

## REFERENSI

- Ansori, A. N. Al. (2023, June 15). Mistis dan Naif, 2 Cara Pandang Masyarakat Terhadap Penyandang Disabilitas Penyandang D . *Liputan6.Com*.  
<https://www.liputan6.com/disabilitas/read/5319071/mistis-dan-naif-2-cara-pandang-masyarakat-terhadap-penyandang-disabilitas>
- Apriyana, L., & Pane, I. Z. (2023). *PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK AKUN @CLAHAYES SEBAGAI SARANA EDUKASI TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI KESEHATAN DIET PARA FOLLOWERS*.
- Candra, E. (2023). KEKUATAN ALGORITMA DALAM KOMUNIKASI.... *Maha Widya Duta*, 7.
- Haqqu, R. (2020). *UJI USES AND GRATIFICATIONS DALAM INTENSITAS MENONTON PROGRAM TALK SHOW MELALUI TELEVISI*.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pandiva Buku.
- Liliwari, P. Dr. A. (2022). *Komunikasi Nonverbal : Mengenal Bahasa Tubuh Dasar* (Wildan, Ed.). PT Refika Aditama.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2021). *Theoris of Human Communication*. Waveland Press, Inc.
- Machali, I. (2021). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF praktis Merencanakan, melaksanakan dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif* (A. Q. Habib, Ed.). Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta.
- Permatasari, D., Alfianto, A. G., Ulfa, M., Widyagama, S., Malang, H., Guntur, A., Stikes, A., & Malang, W. H. (2020). PERSEPSI DAN STIGMA PENYANDANG DISABILITAS PADA SISWA-SISWI SEKOLAH MENENGAH ATAS. In *Media Husada Journal of Nursing Science* (Vol. 1, Issue 1). <https://ojs.widyagamahusada.ac.id>
- Puspitasari, S., Utomo, I. W., & Emeilia, R. I. (2023). Pengaruh Konten Instagram @petualanganmenujusesuatu Terhadap Sikap Dalam Menjaga Kesehatan mental. *JKOMDIS : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 3(3), 661–672.  
<https://doi.org/10.47233/jkomdis.v3i3.1155>
- Rahmawati, A., Hafiar, H., & Karlinah, S. (2019). POLA KOMUNIKASI KAUM TULI DALAM MEDIA BARU Communication Patterns of Deaf People in New Media. *KAREBA*, 8, 233.
- Rosalind, S., & Siahaan, C. (2022). EFEKTIVITAS PENGGUNAAN BAHASA ISYARAT DALAM PELAYANAN PELANGGAN DI COFFE SHOP OLEH KARYAWAN DENGAN PENYANDANG DISABILITAS TUNARUNGU. In *Jurnal ComunitÃ Servizio* (Vol. 4, Issue 1).
- Shinta, A., Sutjipto, V. W., Putri, M. L., Studi, P., & Komunikasi, I. (2023). PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM @FYINDONESIANS TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI KANDUNGAN GULA PADA KOPI READY TO DRINK. *LINIMASA : JURNAL ILMU KOMUNIKASI*, 6(2), 133–155.

Solihin, I., Lessy, Z., Sulhan, M., & Fauzi, A. A. (2023). Kesetaraan dalam Bahasa Isyarat sebagai Identitas Tuli di Rumah Setara. In *Eastasouth Journal of Effective Community Services* (Vol. 01, Issue 03).

Sugiyono. (2013). *METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D*.

Tampubolon, S. W., & Dirgantra, P. (2023). *PENGARUH KONTEN YOUTUBE OURA GAMING TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI MOBILE LEGENDS*, .