

**PENGARUH KONTEN KEORGANISASIAN AKUN TIKTOK
@KOMUNIKASIUNILA TERHADAP MINAT MAHASISWA
BARU UNTUK BERORGANISASI**

(Skripsi)

Oleh:

Nabilla Salsabila Putrie

2056031019



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN KEORGANISASIAN AKUN TIKTOK @KOMUNIKASIUNILA TERHADAP MINAT MAHASISWA BARU UNTUK BERORGANISASI

OLEH

NABILLA SALSABILA PUTRIE

Media sosial menjadi bagian kehidupan dari manusia. Media sosial merupakan platform digital yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi konten dan terlibat dalam aktivitas sosial secara online. Media sosial hadir membawa perkembangan internet yang berguna untuk kehidupan sosial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten keorganisasian tiktok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung terhadap minat mahasiswa baru untuk berorganisasi. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Elaboration Likelihood Model. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Metode survei yang digunakan bertujuan untuk memperoleh data dari tempat tertentu. Jumlah sampel 124 responden berdasarkan rumus slovin. Uji hipotesis menggunakan uji koefisien determinasi (R^2) dan uji signifikansi pengaruh parsial (uji t) Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh konten keorganisasian tiktok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung berpengaruh sebesar 38,7% terhadap variabel minat mahasiswa baru untuk berorganisasi. Sedangkan sisanya 61,3% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Maka dapat disimpulkan bahwa model teori Elaboration Likelihood Model pada konten keorganisasian tiktok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung memiliki pengaruh terhadap minat mahasiswa baru untuk berorganisasi. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya agar dapat meneliti faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti konten-konten dari media sosial ataupun pengaruh dari lingkungan sekitar itu sendiri. Sehingga dapat diketahui seluruh faktor yang mempengaruhi minat berorganisasi mahasiswa.

Kata Kunci : Pengaruh Konten Keorganisasian, Minat Berorganisasi, Tiktok

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF THE ORGANIZATIONAL CONTENT OF THE TIKTOK @KOMUNIKATIONUNILA ACCOUNT ON STUDENT INTERESTS NEW TO ORGANIZING

By

NABILLA SALSABILA PUTRIE

Social media has become a part of human life. The question medium is platform digital which allows users to interact, share content and engage in social activities online online. Social media is here to bring internet developments that are useful for social life. This research aims to find out how much influence the organizational content of HMJ Communications Science University of Lampung's TikTok organizational content has on new students' interest in organizing. The theory used in this research is theory Elaboration Likelihood Model. This research is quantitative research with a survey method. The survey method used aims to obtain data from certain places. The total sample is 124 respondents based on the Slovin formula. Hypothesis testing uses the coefficient of determination test (R^2) and partial influence significance test (t test) The results of the research show that the influence of the organizational content of HMJ Communications Science University of Lampung's TikTok has an effect of 38.7% on the variable of new students' interest in organizing. Meanwhile, the remaining 61.3% was caused by other factors not researched by the author. So it can be concluded that the theoretical model Elaboration Likelihood Model on the organizational content of HMJ Communication Science University of Lampung's TikTok has an influence on new students' interest in organizing. Recommendations for further research are to examine other factors that were not studied by researchers, such as content from social media or the influence of the surrounding environment itself. So we can find out all the factors that influence students' interest in organizing.

Keywords : *Influence, Organizational Content, Organizational Interest, Tiktok*

**PENGARUH KONTEN KEORGANISASIAN AKUN TIKTOK
@KOMUNIKASIUNILA TERHADAP MINAT MAHASISWA
BARU UNTUK BERORGANISASI**

Oleh :

NABILLA SALSABILA PUTRIE

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2024**

**Judul : PENGARUH KONTEN KEORGANISASIAN
AKUN TIKTOK @KOMUNIKASIUNILA
TERHADAP MINAT MAHASISWA BARU
UNTUK BERORGANISASI**

Nama Mahasiswa : Nabilla Salsabila Putrie

Nomor Pokok Mahasiswa : 2056031019

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial & Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

Vito Frasetya, S.Sos, M.Si

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si

NIP 198109262009121004

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua

: **Vito Frasetya, S.Sos, M.Si**



Anggota

: **Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si.**



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si

NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi: **15 juli 2024**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nabilla Salsabila Putrie

NPM : 2056031019

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl. Pulau Belitung Kav.57, Rt. 13. Kota Bandar Lampung

No. Handphone : 085381796980

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Konten Keorganisasian Akun TikTok @Komunikasiunila Terhadap Minat Mahasiswa Untuk Berorganisasi”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 19 Juli 2024

Yang membuat pernyataan,



Nabilla Salsabila Putrie

NPM. 2056031019

RIWAYAT HIDUP



Nabilla Salsabila Putrie, dilahirkan di Tanjung Karang, 24 Mei 2002 dan merupakan anak pertama dari 5 bersaudara. Pendidikan formal peneliti dimulai dari Taman Kanak (TK) Dewi Sartika lulus pada tahun 2008. Kemudian melanjutkan Pendidikan Sekolah Dasar di Madrasa Ibtida'iyah Negeri 5 Sukarame dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya peneliti melanjutkan Pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMPN 17 Bandar Lampung dan lulus pada tahun 2017. Lalu Pendidikan Sekolah Menengah Akhir di SMK Kridawisata Banfar Lampung dan lulus pada tahun 2020, setelah itu melanjutkan Pendidikan di perguruan tinggi negeri di Lampung yaitu Universitas Lampung melalui jalur SMMPTN Barat atau jalur mandiri dan mengambil Jurusan Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Selama menjadi mahasiswa peneliti aktif pada Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ) pada tahun 2021 – 2022. Dalam HMJ peneliti memilih bidang Public Relations sebagai penanggung jawab TikTok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung selama 1 periode. Peneliti ikut serta dalam melaksanakan pengabdian Masyarakat yaitu Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Bandar Jaya, Kecamatan Ngaras, Kabupaten Pesisir Barat, Provinsi Lampung. Peneliti juga ikut berpartisipasi pada kegiatan di luar kampus selama 3 semester. Pada semester 5 peneliti mengikuti kegiatan Talent Scouting Academy di Kominfo. Selanjutnya, pada semester 6 peneliti mengikuti kegiatan Magang bersertifikat di Generasi Pesona Indonesia Cabang Lampung (Genpi) sebagai *content creator*.

MOTTO

**"Karena sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan,
sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan."
(Q.S Al Insyirah: 5-6)**

**"Kesalahan akan membuat seseorang belajar untuk menjadi
lebih baik lagi ke depannya."
(Nabilla Salsabila Putrie)**

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim, segala puji syukur atas rahmat, berkah dan Hidayah yang Allah SWT telah berikan, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Penulis persembahkan skripsi ini untuk orang tua tercinta Bapak (Yudie Indrawan), Ibu (Widyawati) dan Bapak (Gunawan) yang selalu memberikan cinta, doa, dukungan serta pengorbanan yang tiada henti kepada penulis. Terima kasih atas segala pengorbanan, nasihat dan doa baik yang tiada henti. Aku selamanya bersyukur dengan keberadaan kalian sebagai orangtua ku.

Terima kasih telah menjadi orang tua yang sempurna.

Terimakasih atas segala kasih sayang dan motivasi yang tiada henti sehingga penulis mendapatkan pendidikan yang baik dan bisa mencapai gelar sarjana. Terimakasih penulis ucapkan kepada saudara dan saudariku Ain, Abang dan Adek serta keluarga besar dan juga teman – teman seperjuanganku yang selalu mendukung serta medoakanku selama proses penulisan skripsi ini.

Terimakasih juga kepada Dosen pembimbing skripsi, Dosen Penguji Skripsi serta Pembimbing akademik yang dengan sabar memberikan bimbingan, masukan, ilmu yang sangat berharga dan waktu serta perhatian yang di berikan

SANWACANA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, atas segala rahmat dan karuniaNya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Konten Keorganisasian Akun Tiktok @Komunikasiunila Terhadap Minat Mahasiswa Baru Untuk Berorganisasi”. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini jauh dari kata sempurna dan tidak terlepas dari berbagai kelemahan dan kekurangan. Namun, penulis berusaha semaksimal mungkin dalam penyusunan skripsi ini dengan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Proses penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada: Oleh karena itu, pada kesempatan ini saya ingin menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Ir. Lusmeilia Afriani, D.E.A., I.P.M., selaku Rektor Universitas Lampung.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung. Serta selaku dosen penguji skripsi yang senantiasa telah memberikan kritik dan saran kepada penulis untuk penyempurnaan skripsi ini.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyan, S.Sos., M.Si. selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.

5. Bapak Vito Frasetya S.Sos., M.Si. selaku dosen pembimbing, yang telah memberikan bimbingan, saran, dan masukan yang sangat berharga selama penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr. Nanda Utaridah, S.Sos., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik terima kasih atas bimbingan dari awal kuliah hingga telah memberikan masukan dan saran di awal dalam pembuatan skripsi.
7. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah banyak membantu penulis dalam proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini.
8. Kedua orang tua penulis, Bapak Yudie Indrawan, Ibu Widyawati dan Bapak Gunawan yang telah memberikan dukungan, doa dan kasih sayang yang tiada henti selama penulis hidup.
9. Kepada kakak adik – adik penulis, Karina, Rafa dan Rafi yang sudah mendukung dan memberikan doa sehingga penulis dapat bisa mengerjakan skripsi dengan baik.
10. Kepada keluarga besar penulis yang telah memberikan dukungan serta doa yang baik sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
11. Teman-teman seperjuangan, Nanda, Lian, Chaca, Tasia, Payja, dan lainnya yang telah menjadi teman diskusi dan memberikan semangat serta kebersamaan yang indah selama masa perkuliahan dan penulisan skripsi ini.
12. Sahabat – sahabat penulis yang selalu memberikan semangat, dukungan, serta selalu menemani penulis disaat suka maupun duka, Dila, Sasa dan lainnya
13. Kepada teman-teman seperjuangan, angkatan 2020 Ilmu Komunikasi dan HMJ Ilmu Komunikasi, terima kasih atas pengalaman dan kenangan yang telah diberikan di masa perkuliahan.
14. Kepada PT Green Kost terimakasih atas tumpangnya selama ini, telah menjadi tempat berkeluh kesah, berbahagia dan bertukar cerita di masa perkuliahan.
15. Kepada seluruh pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan pendidikan. Tanpa mengurangi rasa hormat, penulis ucapkan terima kasih dan memohon maaf atas keterbatasan tidak bisa menyebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, saya sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun dari pembaca untuk penyempurnaan skripsi ini di masa mendatang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca dan dapat menjadi sumbangsih yang berguna bagi perkembangan ilmu pengetahuan.

Bandar Lampung, Juli 2024

Penulis,

Nabilla Salsabila Putrie

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
RIWAYAT HIDUP	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
SANWACANA	vii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL	xiv
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Kerangka Pikir	10
1.6 Hipotesis	12
II. KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teori Elaboration Likelihood Model (ELM).....	15
2.3 Media Sosial.....	19
2.4 Minat Berorganisasi	22
III. METODE PENELITIAN	27
3.1 Tipe Penelitian.....	27
3.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Variabel Penelitian	28

3.4.	Populasi dan Sampel	28
3.4.1	Populasi.....	28
3.4.2	Sampel.....	28
3.5.	Sumber Data.....	30
3.6.	Definisi Konseptual.....	30
3.7.	Definisi Operasional.....	31
3.8.	Teknik Pengumpulan Data	35
3.9.	Teknik Pengolahan Data	36
3.10	Teknik Analisis Data	37
3.10.1	Uji Instrumen Penelitian	37
3.11	Teknik Analisis Data	39
3.11.1	Uji Regresi Linear Sederhana	39
3.12	Uji Hipotesis	40
3.12.1	Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	40
3.12.2	Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)	40
IV.	HASIL DAN PEMBAHASAN.....	42
4.1	Hasil Pengujian Instrumen.....	42
4.1.1	Uji Validitas	42
4.1.2	Uji Reabilitas	44
4.2	Hasil Uji Data	45
4.2.1	Karakteristik Responden.....	45
4.2.2	Statistik Deskriptif Informasi Umum.....	46
4.2.3	Statistik Deskriptif Variabel Pengaruh Konten Keorganisasian Tiktok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung.....	47
4.2.5	Kategori Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y.....	68
4.2.6	Rata-rata Persentase Skala Likert (Dimensi)	71
4.3	Hasil Analisis Data	72
4.3.1	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	72

4.3.2 Hasil Uji Koefisien Korelasi	74
4.3.3 Hasil Uji Koefisien Determinasi	75
4.4 Hasil Uji Hipotesis	76
4.5 Pembahasan Penelitian.....	77
4.5.1 Pengaruh Konten Keorganisasian Tiktok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (X).....	78
4.5.2 Minat Mahasiswa Baru Untuk Berorganisasi (Y).....	80
4.5.3 Hubungan Pengaruh Konten Keorganisasian TikTok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Terhadap Minat Mahasiswa Baru Untuk Berorganisasi.....	81
V. KESIMPULAN DAN SARAN	83
5.1 Kesimpulan	83
5.2 Saran	83

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 2. 1 The elaboration likelihood model of persuasion.....	16
Gambar 2. 2 Skema Ellaboration Likelihood Model	18
Gambar 4. 1 Diagram Jenis Kelamin	45
Gambar 4. 2 Diagram Usia Responden.....	46
Gambar 4. 3 Diagram Responden Menggunakan Aplikasi Tiktok.....	46
Gambar 4. 4 Diagram Responden Mengikuti Akun HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung	47

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. 1 Jenis Konten Media TikTok HMJ Ilmu Komunikasi	4
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	13
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	32
Tabel 3. 2 Skala Likert.....	36
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Konten Keorganisasian Titktok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung (Variabel X).....	43
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Minat Berorganisasi (Variabel Y).....	43
Tabel 4. 3 Kriteria Reabilitas	44
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reabilitas Variabel X	44
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reabilitas Variabel Y	44
Tabel 4. 6 Pernyataan Nomor 1	48
Tabel 4. 7 Pernyataan Nomor 2	49
Tabel 4. 8 Pernyataan Nomor 3	50
Tabel 4. 9 Pernyataan Nomor 4 dan 5.....	51
Tabel 4. 10 Pernyataan Nomor 6 dan 7.....	52
Tabel 4. 11 Distribusi Jawaban Pernyataan Dimensi Central Route	53
Tabel 4. 12 Pertanyaan Nomor 8	55
Tabel 4. 13 Pernyataan Nomor 9	56
Tabel 4. 14 Pernyataan Nomor 10	56
Tabel 4. 15 Pernyataan Nomor 11	57
Tabel 4. 16 Pernyataan Nomor 12	57
Tabel 4. 17 Distribusi Jawaban Pernyataan Peripheral Route	58
Tabel 4. 18 Pernyataan Nomor 13	60
Tabel 4. 19 Pernyataan Nomor 14 dan 15.....	61
Tabel 4. 20 Pernyataan Nomor 16,17 dan 18.....	62
Tabel 4. 21 Pernyataan Nomor 19 dan 20.....	63
Tabel 4. 22 Pernyataan Nomor 21	64
Tabel 4. 23 Pernyataan Nomor 22	65
Tabel 4. 24 Distribusi Jawaban Pertanyaan Minat Berorganisasi.....	65
Tabel 4. 25 Kategori Data Persentase Nilai Setiap Variabel Item Pernyataan	69
Tabel 4. 26 Penilaian Pernyataan pada Variabel X.....	69
Tabel 4. 27 Penilaian Pernyataan pada Variabel Y.....	70
Tabel 4. 28 Rata-rata Persentase Skala Likert	71
Tabel 4. 29 Hasil Output Uji Regresi Linear Sederhana	72
Tabel 4. 30 Hasil Output Uji Koefisien Korelasi.....	74
Tabel 4. 31 Interpretasi Koefisien Korelasi	74
Tabel 4. 32 Hasil Output Uji Koefisien Determinasi.....	75
Tabel 4. 33 Hasil Uji T	76

I. PENDAHULUAN

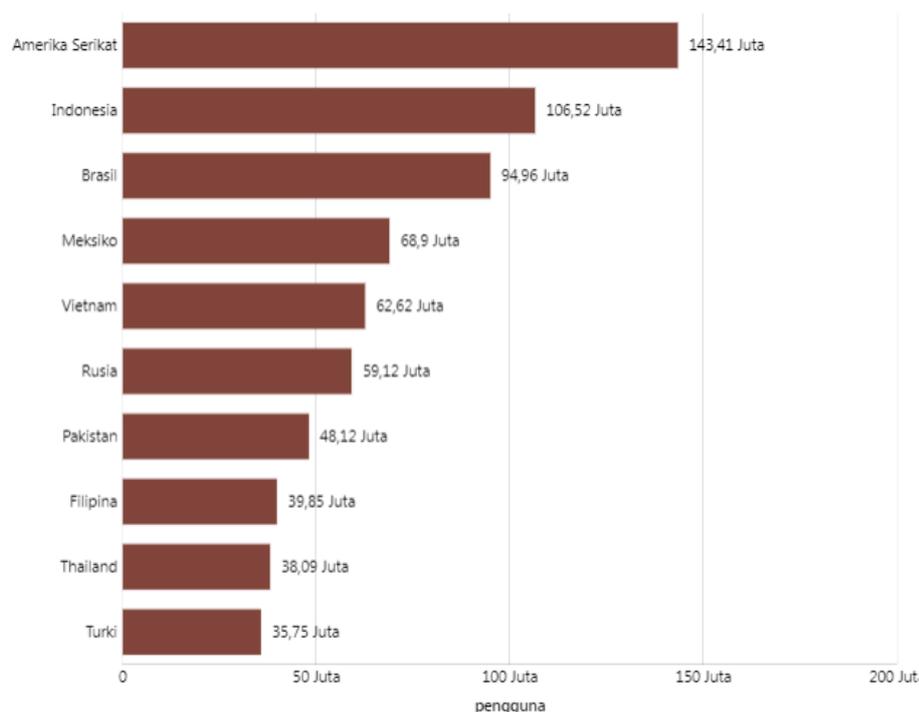
1.1 Latar Belakang Masalah

Individu yang dihadapkan pada pesan ia cenderung akan memikirkan pesan dan argumentasi yang terkandung didalamnya. Menurut Petty dan Cacioppo (1986) mengajukan teori ELM bahwa manusia memproses informasi dengan cara yang tidak sama. Terdapat dua rute pokok bagaimana informasi itu diproses yaitu *Central Route* dan *peripheral route*. *Central Route* dan *peripheral route* adalah dua cara yang digunakan oleh individu untuk memproses pesan persuasif atau informasi yang mereka terima. Seseorang lebih cenderung termotivasi dan berkemampuan tinggi dalam memproses pesan, serta memikirkan isi pesan secara hati-hati maka ia memakai *central rute*. Sebaliknya jika seseorang cenderung termotivasi dan berkemampuan rendah dalam memproses pesan serta tidak memikirkan isi pesan, maka ia memakai *peripheral rute*.

Teori ELM (*Elaboration Likelihood Model*) yang didalamnya menjelaskan bahwa keputusan seseorang ketika menerima pesan persuasi itu dibuat bergantung kepada jalur yang ditempuh olehnya. Teori yang dikembangkan pertama kalinya oleh Richard E Petty dari Ohio State University Amerika Serikat beserta rekan sejawatnya John Cacioppo dari Universitas Chicago ini memiliki asumsi bahwa seseorang dalam memproses informasi persuasif memiliki jalur yang berbeda-beda. Pada satu keadaan penerima informasi dapat menilai pesan secara mendalam, penuh dengan kehati-hatian, dengan bentuk pemikiran yang kritis, namun pada keadaan yang lainnya penerima informasi dapat sambil lalu tanpa pertimbangan argumen yang lebih untuk menerima pesan persuasi.

Media sosial merupakan salah satu sarana teknologi komunikasi yang banyak digunakan pada zaman sekarang. Menurut B. K. Lewis (2010), media sosial adalah

suatu label yang merujuk pada teknologi digital yang berpotensi membuat semua orang saling terhubung dan melakukan interaksi, produksi, serta berbagi pesan. TikTok telah menjadi sarana promosi yang populer bagi kegiatan organisasi kemahasiswaan karena beberapa alasan. Pertama, platform ini menawarkan format konten yang kreatif dan menarik, seperti video pendek yang dapat menampilkan kegiatan organisasi secara singkat namun memikat. Kedua, TikTok memiliki jangkauan yang luas, terutama di kalangan remaja dan mahasiswa, sehingga memungkinkan organisasi untuk menjangkau audiens yang besar dengan cepat. Ketiga, algoritma TikTok yang cenderung menampilkan konten yang relevan dan menarik bagi pengguna membuat promosi kegiatan organisasi lebih mudah tersebar dan mendapat perhatian lebih banyak orang. Terakhir, fitur kolaborasi dan tantangan di TikTok memungkinkan organisasi untuk berinteraksi dengan anggota baru potensial dan membangun komunitas yang lebih besar.



Gambar 1. 1 Data Pengguna Platform TikTok tahun 2023

Sumber : databoks.katadata.co.id

Menurut laporan *We Are Social*, ada sekitar 106,51 juta pengguna TikTok di Indonesia pada Oktober 2023. Jumlah itu menjadikan Indonesia sebagai negara

dengan pengguna TikTok terbanyak ke-2 di dunia. Amerika Serikat masih kokoh di posisi teratas dengan 143,4 juta pengguna TikTok. Pengguna TikTok didominasi oleh kalangan anak muda. *Data Business of Apps* menyebut, pengguna paling banyak yakni usia 18-24 tahun yang mencapai 34,9% dari total pengguna pada 2022. Rentang umur tersebut merupakan usia produktif dalam kelompok pelajar/mahasiswa. TikTok digunakan oleh pelajar dan mahasiswa karena memungkinkan mereka untuk mengekspresikan kreativitas, ikut dalam tren viral, bersosialisasi, mendapatkan hiburan dan pembelajaran, serta membangun citra dan pengaruh online. Hal ini pula yang menjadikan konten dalam media sosial TikTok dapat membangun minat seseorang melalui konten yang disajikan terutama dalam hal akademisi maupun keorganisasian mahasiswa.

Himpunan Mahasiswa khususnya yang berada di Lingkungan Kampus Universitas Lampung diharapkan mampu memberi informasi yang inovatif mengenai organisasi HMJ Ilmu Komunikasi yang salah satunya bertujuan untuk peminatan dan penjangkaran pada mahasiswa baru. Dengan peminatan mahasiswa kepada HMJ Ilmu Komunikasi, diharapkan mahasiswa dapat memperoleh informasi mengenai bidang-bidang yang terdapat pada HMJ Ilmu Komunikasi seperti *Public Relations, Broadcasting, Journalistik, Research and Development, Advertising* dan *Photography*. Hal ini tentunya tidak terlepas dari peran teknologi saat ini, salah satunya menggunakan pendekatan *new media* TikTok. Himpunan Mahasiswa Jurusan sendiri perlu melakukan regenerasi kepada penerusnya khususnya HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung. Dalam kurun waktu kurang dari 3 tahun peran Tiktok dalam melakukan pengenalan kepada mahasiswa baru menjadi suatu hal yang terbilang memiliki efek dalam mengajak Mahasiswa Baru ikut serta kedalam HMJ. Hal ini bisa dilihat berdasarkan jumlah views Tiktok dalam setiap kontennya. Berikut gambaran jumlah *views* pada beberapa konten dalam kurun waktu 3 bulan terakhir.

Tabel 1. 1 Jenis Konten Media TikTok HMJ Ilmu Komunikasi

No	Tanggal	Jenis/ Judul Konten	Jumlah Insight (dalam views)
1	18 Mei 2023	<i>Communication Education (RnD)</i>	2386
2	25 Mei 2023	<i>PublicRelationsLaboratory 4</i>	3545
3	25 Mei 2023	Commseminar with Takis	2249
4	26 Mei 2023	Commseminar : Konten Hiburan/ Promosi	4161
5	1 Juni 2023	Liputan Commseminar with Takis	4189
6	15 Juni 2023	Tanya-Jawab Commseminar with Takis	2149
7	22 Juni 2023	Welcoming Maba SNBT 2023	2767
8	5 Juli 2023	Konten Hiburan Mengenai Ilkom	4876
9	8 Juli 2023	Konten Hiburan	6821
10	12 Juli 2023	Pelatihan Internal (Broadcasting)	2559
11	12 Juli 2023	Konten Hiburan	18500
12	13 Juli 2023	<i>Welcoming Maba</i> SMPTL, PMPAP dan Prestasi Khusus	3641

Sumber: Data Akun TikTok HMJ Ilkom, pada tanggal 31 Agustus 2023

Berdasarkan tabel 1 diatas merupakan jenis konten yang dibuat oleh HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung, sebagai contoh terdapat konten TikTok yang berjudul *Public Relations Laboratory* yang merupakan salah satu program kerja dari *Public Relations* yang bertujuan untuk menuntun dan mengarahkan perkembangan *skill* dalam bentuk teori dan praktik yang ditujukan untuk mahasiswa baru. Jumlah views yang dihasilkan sampai bulan Agustus pada konten ini sebanyak 3545 views. Kemudian dari berbagai konten TikTok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung tersebut selalu diselengi oleh Konten Hiburan. Sebagai contoh konten hiburan yang diposting pada tanggal 12 Juli 2023 yang berisi tentang realita akademik mahasiswa ketika orang lain menanyakan tentang Nilai Indeks Prestasi yang kemudian seakan itu menjadi hal yang menakutkan bagi kebanyakan mahasiswa, tentunya tujuan dari konten tersebut adalah untuk meningkatkan jumlah kunjungan serta views pada akun Tiktok HMJ Ilmu

Komunikasi. Jumlah views yang dihasilkan oleh konten tersebut sebanyak 18500 views dan jumlah dari views masing masing konten ini akan terus bertambah seiring keberadaan konten tersebut di akun TikTok HMJ Ilmu Komunikasi.

Media informasi TikTok HMJ memberikan informasi yang dapat meningkatkan terhadap minat dan aktivitas mahasiswa khususnya dalam ikut serta berorganisasi. Sebaran anggota HMJ Ilmu Komunikasi sampai tahun 2023 adalah sebanyak 290 mahasiswa yang tergabung dalam HMJ Ilmu Komunikasi dengan 104 mahasiswa merupakan angkatan 2021 dan 186 mahasiswa merupakan angkatan tahun 2022. Dampak ini sebenarnya dapat bervariasi tergantung pada bagaimana mahasiswa menggunakan platform ini dan bagaimana platform ini memengaruhi kegiatan sehari-hari mereka khususnya dalam kegiatan organisasi mahasiswa. Seperti yang kita ketahui bahwa jumlah anggota organisasi kemahasiswaan setiap tahunnya akan melakukan regenerasi kepada setiap angkatan berikutnya di tahun yang berbeda. Oleh karenanya, peran media informasi Tiktok ini merupakan langkah awal dalam pengenalan serta penjangkaran anggota baru untuk menggantikan anggota HMJ yang telah demisioner sebelumnya.

Namun, kecenderungan yang berlangsung adalah turunnya minat mahasiswa untuk ikut dalam Ormawa (Rizal, 2020). Meski demikian, sebagian menyebut bahwa minat mahasiswa masih terhitung tinggi dalam mengikuti organisasi mahasiswa (Nurdi, 2020). Dari dua pandangan yang berbeda tersebut, artinya minat mahasiswa ikut berorganisasi tidak bisa digeneralisasi apakah tinggi dan rendah. Terlepas dari itu, hal yang perlu mendapatkan perhatian adalah apa saja faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam mengikuti organisasi.

Apa saja faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam berorganisasi? Diskusi tentang minat berorganisasi menyerat para peneliti pada tema lama tentang akademis versus aktivis, atau kaitan antara aktif dalam berorganisasi dan nilai akademik (Fitriana, & Kurniasih, 2021). Penelitian lain menyebut beberapa faktor yang memengaruhi minat mahasiswa dalam berorganisasi secara umum, yakni dari segi kegiatan yang menarik, motivasi dari para senior, mendapatkan teman baru,

pengembangan kemampuan komunikasi serta bekal bagi pengalaman dunia kerja (Nurdi, 2020).

Di luar analisis yang klasik semacam itu, terdapat penelitian dari Rahayuningsih (2018) yang patut dipertimbangkan. Keputusan seorang mahasiswa, apakah akan mengikuti organisasi mahasiswa atau tidak, ditentukan oleh persepsi mereka terhadap organisasi tersebut. Hal ini selaras dengan temuan Rahayuningsih (2018) yang menyebut bahwa terdapat korelasi yang signifikan antara pandangan mahasiswa terhadap organisasi kemahasiswaan dengan minat mahasiswa untuk bergabung dalam berorganisasi. Persepsi berasal dari asupan informasi yang diterima, dan salah satu media paling efektif dalam penyebaran informasi dan interaksi sosial adalah media sosial. Dengan demikian, ada satu konteks khusus yang perlu dihadirkan untuk menganalisis faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berorganisasi, yakni media sosial.

Mahasiswa pada masa kini menunjukkan bahwa mereka cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi. Mereka menggunakan platform-platform ini untuk mencari berita, memperoleh wawasan terkini, dan membagikan informasi kepada orang lain. Selain itu, dalam konteks hubungan sosial, mahasiswa sering menggunakan media sosial untuk berinteraksi, menjalin komunikasi, dan membangun hubungan dengan sesama mahasiswa atau orang lain di luar lingkungan kampus. Platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok menjadi sarana utama bagi mereka dalam memperluas jaringan sosial dan mempertahankan komunikasi dengan orang-orang dalam lingkup mereka.

Dalam menghadapi situasi tersebut, pemerintah, guru, orangtua, dan masyarakat bekerja sama dalam upaya mengembangkan generasi muda yang memiliki kualitas dan potensi yang besar. Oleh sebab itu, seharusnya perhatian tidak hanya terfokus pada nilai akademis oleh pemerintah dan pendidik. tetapi juga harus memperhatikan kemampuan berorganisasi dan asertivitas mahasiswa, baik di lingkungan kampus maupun di luar kampus. Sebab, kemampuan berorganisasi

dapat mendorong kemampuan secara emosional dan mental. Sebuah modal penting bagi keberlangsungan anak muda di masa depan.

Selain meningkatkan kemampuan akademis, seorang mahasiswa juga perlu mengembangkan berbagai kemampuan *soft skill* lainnya dalam membekali diri dalam Mahasiswa berasal dari latar belakang suku bangsa, usia, dan ras yang beragam, dengan keberagaman tradisi dan kebiasaan yang mempengaruhi cara pandang mereka terhadap berbagai hal. Saat berkumpul dalam suatu organisasi, mereka berdiskusi untuk menyatakan pendapat masing-masing, seringkali menimbulkan ketegangan karena perbedaan pandangan yang dipegang teguh. Permasalahan ini sering terjadi karena kurangnya keterampilan dalam menyampaikan pendapat secara efektif, sehingga konflik muncul di dalam organisasi. Mahasiswa yang berhasil berintegrasi dalam kehidupan organisasional adalah mereka yang sadar akan adanya perbedaan pandangan dan karakter, serta berupaya belajar bagaimana berorganisasi dan berkomunikasi secara efektif untuk menghindari konflik. Pendirian organisasi oleh mahasiswa umumnya dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu yang hanya dapat dicapai melalui erjasama dan persetujuan bersama menghadapi masa depan.

Berbagai studi telah menyebutkan peran penting organisasi mahasiswa sebagai wadah memfasilitasi pengembangan diri seorang mahasiswa. Misalnya studi Masduki dan Abdurrahim (2021) yang menyebut bahwa organisasi mahasiswa memiliki peran penting dalam mengasah jiwa kepemimpinan. Selain kepemimpinan, organisasi kemahasiswaan, baik yang bersifat intra kampus maupun ekstra kampus, memiliki peran penting dalam merekatkan hubungan dan solidaritas sosial (Cahyaningtyas, 2023), kemampuan komunikasi (Nugroho dan Amin, 2020), dan berbagai keterampilan *soft skill* lainnya (Idauli dan Supriyono, 2021). Dalam jangka panjang, keterlibatan mahasiswa dalam organisasi dapat membentuk karakter yang sangat sesuai dalam dunia kerja.

Penelitian lainnya oleh Arbi dan Sulih (2017) terkait Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap minat fotografi pada komunitas fotografi kamera Indonesia

Malang. Peneliti menyimpulkan bahwa media sosial instagram berpengaruh positif terhadap minat fotografi pada Komunitas Fotografi Kamera Indonesia Malang, dampak positif kegunaan instagram bagi penggunaanya akan termotivasi untuk belajar dan mengembangkan minat fotografi untuk menghasilkan foto yang lebih bagus. Peningkatan minat fotografi berhubungan dengan teori behaviorisme, yaitu manusia sangat dipengaruhi oleh informasi dari media massa. Motif seseorang untuk mendapatkan pengalaman dan informasi dipengaruhi dari sebuah postingan yang dipublikasikan, sehingga pengguna tertarik untuk meningkatkan kemampuan fotografi.

Namun semua runtutan di atas hanyalah berdasarkan pada analisis logis semata. Perlu ada sebuah penelitian untuk lebih jauh menelaah apakah ada media sosial bisa menjadi faktor yang mendorong minat mahasiswa dalam berorganisasi. Berangkat dari minimnya studi yang fokus pada permasalahan ini, peneliti mengangkat topik pengaruh media sosial terhadap minat berorganisasi mahasiswa dengan media sosial TikTok menjadi sarana dalam mengembangkan konten keorganisasian yang bertujuan untuk membentuk dan meningkatkan minat berorganisasi pada mahasiswa baru. Media sosial memiliki pengaruh besar terhadap kognitif, minat, afeksi, dan konatif individu karena memberikan akses luas terhadap informasi, memfasilitasi interaksi sosial, memanipulasi emosi, mempengaruhi persepsi kelompok, menampilkan model, dan memanipulasi perilaku dengan teknik desain yang canggih. Media sosial dan terpaan media memengaruhi minat berorganisasi melalui paparan informasi, interaksi langsung, pengaruh kelompok, model, reputasi, dan konten yang disajikan. Konten media sosial memiliki peran penting dalam membangun minat terhadap organisasi dengan cara meningkatkan interaksi, menyediakan informasi, menginspirasi, menggunakan media visual, dan menjaga konsistensi dalam komunikasi.

Konten TikTok telah menjadi salah satu platform media sosial yang sangat populer dan cukup berpengaruh, terutama di kalangan generasi muda. Guna membangun minat berorganisasi di antara mahasiswa baru, institusi pendidikan atau organisasi

mahasiswa dapat memanfaatkan TikTok dengan berbagai cara yang inovatif. Organisasi mahasiswa dapat membuat kampanye TikTok yang kreatif dan informatif untuk memperkenalkan diri kepada mahasiswa baru. Video-video pendek ini bisa mencakup informasi tentang organisasi, misi mereka, dan manfaat bergabung. Berdasarkan hal tersebut diatas maka penelitian ini mengambil judul terkait dengan **“PENGARUH KONTEN KEORGANISASIAN AKUN TIKTOK @KOMUNIKASIUNILA TERHADAP MINAT MAHASISWA BARU UNTUK BERORGANISASI”**.

1.2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut: “Seberapa besar pengaruh Konten Tiktok @KomunikasiUNILA terhadap Minat Mahasiswa Baru untuk Berorganisasi di HMJ Komunikasi Universitas Lampung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten organisasi terhadap minat berorganisasi pada Mahasiswa Baru Jurusan Komunikasi Universitas Lampung.

1.4 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan berbagai keuntungan atau manfaat bagi pembaca dalam hal teoritis maupun praktis, beberapa manfaat tersebut:

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menyumbang pengetahuan pada bidang komunikasi media massa khususnya *new media*, dalam hal ini Media Informasi Tiktok berperan dalam membangun minat berorganisasi.

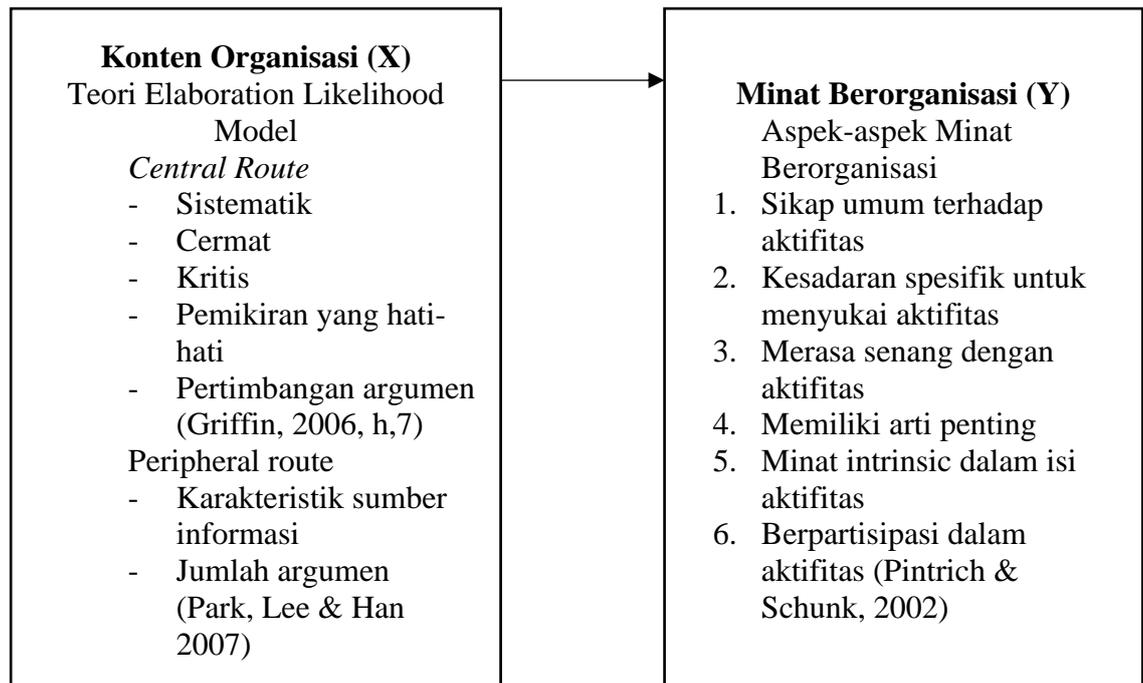
b. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadi referensi kepada mahasiswa, khususnya jurusan Ilmu Komunikasi, serta masyarakat yang memiliki

ketertarikan dalam menelaah serta mengaji terkait fenomena dan perkembangan *New Media* Tiktok.

1.5 Kerangka Pikir

Kerangka pemikiran penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 1. 2 Kerangka Pikir

Sumber: Hasil Olah Peneliti, 2023

Terdapat hubungan yang erat antara variabel konten organisasi dan minat berorganisasi pada mahasiswa. Konten organisasi, seperti yang disajikan melalui media sosial khususnya Tiktok HMJ Ilmu Komunikasi. Informasi yang jelas mengenai kegiatan, visi, misi, serta manfaat yang dapat diperoleh dari bergabung dengan organisasi akan mempengaruhi minat mahasiswa. Semakin rinci dan terstruktur informasi yang diberikan, semakin besar kemungkinan minat mereka untuk bergabung. Landasan teori yang digunakan pada penelitian ini adalah Teori *Elaboration Likelihood Model*, penggunaan teori ini berdasarkan pada asumsi bahwa tiap individu memiliki cara yang berbeda dalam memproses sebuah pesan persuasive. Individu yang sangat termotivasi untuk mengkonsumsi pesan dan yang

memiliki kemampuan yang tinggi untuk memahami topik pesan diperkirakan akan memproses pesan melalui rute sentral. Ciri-ciri pemrosesan informasi melalui rute sentral yaitu bersifat sistematis, cermat, kritis, dan pemikiran yang hati-hati, serta penuh akan pertimbangan mengenai argumentasi yang disimpulkan dari pesan (Griffin, 2006, h,7). Menampilkan kegiatan organisasi, baik itu dalam bidang akademik, pengembangan diri, atau prestasi lainnya, mampu menginspirasi mahasiswa untuk turut serta. Sedangkan individu yang mengambil rute periferal cenderung mengambil jalan pintas dan berfokus pada noncontent cues. Ketika individu berada pada kondisi keterlibatan yang rendah, maka individu tersebut cenderung mudah terpengaruh oleh isyarat periferal seperti misalnya karakteristik sumber informasi atau jumlah argument (Park, Lee & Han 2007). Terbentuknya minat terjadi setelah mendapatkan informasi tentang objek atau keinginan tertentu, dan erat kaitannya dengan sikap perasaan senang. Minat berorganisasi pada mahasiswa melibatkan ketertarikan untuk secara aktif bergabung dalam organisasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan dalam memberikan perhatian pada sebuah kegiatan organisasi yang akan mereka pilih.

Penulis menggunakan Elaboration Likelihood Model untuk mengkaji fenomena hubungan yang akan diteliti. Teori tersebut berfokus pada individu dalam memproses informasi yang disajikan dalam aplikasi tiktok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung dimana Konten Keorganisasian (X) yang disajikan pada konten melalui dua jalur yaitu *central route* dengan indikator Sistematis, Cermat, Kritis, Pemikiran yang hati-hati, Pertimbangan argumen dan *Peripheral route* dengan indikator Karakteristik sumber informasi dan Jumlah argumen tersebut mempengaruhi mahasiswa baru ilmu komunikasi untuk Minat Berorganisasi (Y) dengan indikator sikap umum terhadap aktifitas, Kesadaran spesifik untuk menyukai aktifitas, Merasa senang dengan aktifitas, Memiliki arti penting, Minat intrinsik dalam isi aktifitas, Berpartisipasi dalam aktifitas

1.6 Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. H_0 : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel Konten Keorganisasian terhadap Minat Berorganisasi pada Mahasiswa Baru Ilmu Komunikasi Universitas Lampung angkatan 2023.
- b. H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara Variabel Konten Keorganisasian terhadap Minat Berorganisasi pada Mahasiswa Baru Ilmu Komunikasi Universitas Lampung angkatan 2023.

II. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan media sosial TikTok dalam pengambilan tema khususnya pada konten akun TikTok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung dalam pemenuhan kebutuhan minat berorganisasi mahasiswa baru. Peneliti juga menggunakan penelitian sebelumnya untuk dijadikan pedoman dan referensi agar peneliti menambah pengetahuan juga memahami persamaan dan perbedaan. Berikut beberapa penelitian terdahulu yang digunakan sebagai pedoman dan acuan bagi peneliti:

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama	Judul	Hasil Penelitian
1.	Fauziannor (2022)	Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berorganisasi di kampus STIE Pancasetia	Temuan penelitian menunjukkan bahwa Variabel Faktor Internal (X1) memiliki dampak yang signifikan pada Minat Berorganisasi (Y) di STIE Pancasetia Banjarmasin secara parsial. Secara serupa, Variabel Faktor Eksternal (X2) juga memiliki pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap Minat Berorganisasi (Y) di STIE Pancasetia Banjarmasin. Keduanya, Faktor Internal (X1) dan Faktor Eksternal (X2), memiliki pengaruh secara simultan terhadap Minat Berorganisasi (Y) di STIE Pancasetia Banjarmasin. Hasil penelitian menyatakan bahwa Faktor Internal (X1) merupakan variabel yang dominan berpengaruh pada Minat Berorganisasi. Ini berarti bahwa Faktor Internal (X1) memiliki pengaruh yang paling kuat terhadap Minat Berorganisasi (Y) di STIE Pancasetia Banjarmasin. Temuan ini mendukung hipotesis ketiga, yang menyatakan bahwa Faktor Internal (X1) adalah variabel yang paling dominan dalam memengaruhi Minat Berorganisasi (Y) di STIE Pancasetia Banjarmasin, karena nilai parsial dari Variabel Faktor Internal (X1) lebih besar dibandingkan dengan variabel lainnya.

No	Nama	Judul	Hasil Penelitian
2	Reza, Syailendra Irwansyah Rezeki, Yuliana Restiviani, Rita Zahara (2020)	Penggunaan Sosial Media Twitter Dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Dalam Penanganan Covid-19)	Pemerintah Provinsi DKI Jakarta, terutama Gubernur dan stafnya telah berhasil memanfaatkan Twitter dengan efektif dalam upaya pencegahan dan penanganan Covid-19. Pendekatan ini dilakukan dengan memahami nilai media sosial untuk Lembaga pemerintahan besar dan pentingnya komunikasi yang efisien. Keberhasilan inisiatif tersebut terlihat dari respon positif Masyarakat yang tercerminumpun balik, termasuk kritik, saran dan pengaduan Masyarakat melalui akun Twitter resmi @DKI Jakarta.
3	Faradiba, Tania Indrayana, Mohammad Insan Romadhan, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana (2023)	Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Eksistensi Organisasi Pemuda Berkain Surabaya	Terdapat empat kriteria kesempurnaan media pada <i>media richness theory</i> yang diterapkan berdasarkan fitur-fitur yang digunakan pada akun “pemudaberkain.sub” di indtagram dianggap sebagai media yang memenuhi kriteria kesempurnaan media dalam <i>Media Richness Therory</i> yang diajukan oleh Daft dan Lengel pada 1984. Berdasarkan hasil wawancara dan temuan pada akun tersebut, disimpulkan mereka menggunakan berbagai fitur yang tersedia, dengan fitur postingan feed, komentar, suka, tagar, jelajah, dan menyebutkan (<i>mentions</i>) sebagai yang paling sering digunakan.
4	Anandra, Qhori, Uljanatunnisa, Intan Putri Cahyani (2020)	Analisis Elaboration Likelihood Theory Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta	Berdasarkan hasil analisis korelasi, diketahui bahwa variabel X dan Y menunjukkan hubungan dengan koefisien korelasi r sebesar 0,374. Berdasarkan uji hipotesis menggunakan uji paired t-test didapatkan nilai Sig. 0,000 < 0,05 sehingga Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kampanye "Go Green, No Plastic" di

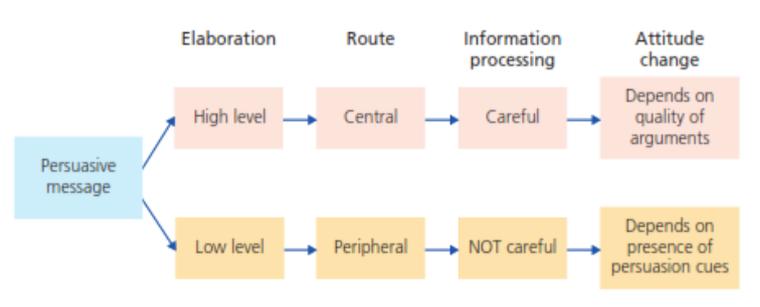
			UPNVJ memiliki pengaruh terhadap sikap mahasiswa UPNVJ dalam menggunakan kemasan plastik di lingkungan kampus.
--	--	--	--

Sumber : Data Diolah, 2023

2.2 Kajian Teori Elaboration Likelihood Model (ELM)

Menurut Littlejohn & Foss (2012) tujuan dari tradisi sosiopsikologis adalah memahami individu sebagai makhluk sosial. Fokus utama tradisi ini yaitu terhadap perilaku sosial individu, variabel psikologis, dampak individu, kepribadian, sifat, persepsi, dan proses kognitif. Banyak penelitian terkini dalam tradisi sosiopsikologi menekankan pada aspek perubahan sikap dan persuasi, strategi perencanaan pesan, pemrosesan pesan oleh individu, serta cara penerima pesan memproses informasi pesan dan dampaknya pada individu.

Menurut Borchers (2005) menyatakan bahwa penelitian tentang persuasi dalam orientasi komunikasi menitikberatkan pada sudut pandang audiens dan proses pengolahan pesan oleh individu. Hal ini kemudian dikaji lagi lebih dalam, yaitu menurut Borchers, bahwa kajian persuasi berorientasi komunikasi atau berdasar sudut pandang audiens tersebut salah satunya juga membahas mengenai Elaboration Likelihood Model (Septianto, 2014). Elaboration Likelihood Model (ELM) merupakan suatu teori persuasi yang berusaha dalam memprediksi kapan dan bagaimana suatu individu akan terpengaruh atau tidak oleh pesan (Littlejohn & Foss, 2012). Selain itu, Petty dan Cacioppo (1986) mendefinisikan elaborasi seberapa jauh seseorang berpikir dengan seksama mengenai relevansi argumen yang terkandung pada topik komunikasi. Dalam suatu situasi kita menilai pesan secara mendalam, yaitu dengan hati-hati dan berpikir yang kritis, sedangkan pada situasi lain kita menilai sebuah pesan secara cepat tanpa mempertimbangkan argumen yang mendasari isi pesan tersebut (Griffin, 2006).



Gambar 2. 1 The elaboration likelihood model of persuasion

Sumber: Petty & Cacioppo, 1986 (dalam Vaughan & Hogg, 2010)

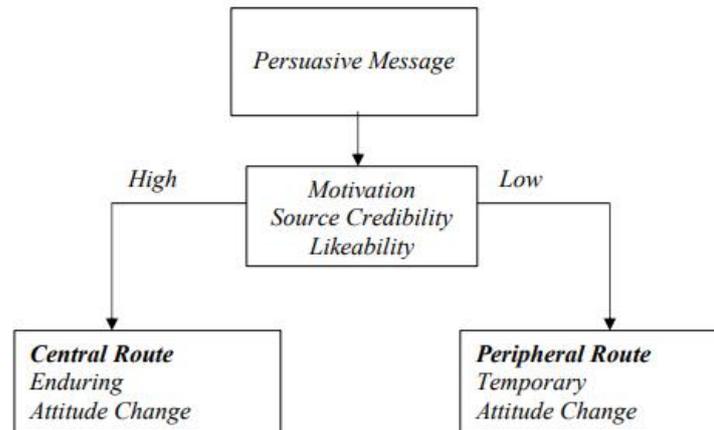
Berdasarkan ELM, terdapat dua jalur perubahan sikap, yaitu *Central Route* dan *peripheral route*. Individu yang menggunakan *Central Route* melakukan analisis kritis terhadap argumen yang berkaitan dengan isu, dan secara mendalam mempertimbangkan kelebihan serta relevansi argumen tersebut sebelum membentuk sikap terhadap produk atau iklan tertentu. Sedangkan, suatu individu yang menggunakan *peripheral route* tidak terlalu melibatkan usaha kognitif serta lebih bergantung pada jumlah argumen dan daya Tarik fisik *endorser* ketika membentuk suatu sikap. Menurut Petty dan Cacioppo, (1986). ELM menyatakan bahwa perubahan sikap melalui *Central Route* memiliki ketahanan dan dapat memprediksi perilaku dengan lebih baik dibanding merubah sikap melalui *peripheral route*, karena perubahan sikap dengan melewati *Central Route* didasarkan pada pertimbangan argumen yang relevan dan bijaksana. Dalam menentukan pilihan route dalam teori kemungkinan elaborasi ini, dua faktor utama yang memainkan peran kunci adalah motivasi dan kemampuan individu.

Motivasi memandu individu ke arah pengolahan informasi melalui Central Route. Motivasi ini mencakup keterlibatan personal terhadap topik, perbedaan pendapat, dan kecenderungan pribadi terhadap pemikiran kritis. Semakin penting atau relevan suatu topik atau isu bagi individu, semakin mungkin mereka akan menerapkan pemikiran kritis terhadapnya. Perbedaan pendapat yang diperoleh dari berbagai sumber juga memainkan peran, di mana semakin banyak sumber dan perbedaan pendapat yang ditemui, semakin kompleks proses penilaian, dan individu cenderung menggunakan Central Route.

Selain itu, kecenderungan pribadi untuk mempertimbangkan pendapat dengan cara yang kritis juga menjadi factor penting dalam memilih *Central Route*. Pada rute ini, konsumen akan memproses suatu pesan persuasi secara kritis dengan mempertimbangkan segala keuntungan yang akan didapatkan dari informasi tersebut sehingga proses pengolahan pesan membutuhkan kognitif tinggi yang kemudian menciptakan perubahan kepercayaan dan kebiasaan yang berdampak pada perubahan sikap dan perilaku (Solomon et al, 2016). Di sisi lain, kemampuan individu untuk berfikir kritis akan menentukan apakah mereka akan mengambil *Central Route* atau *peripheral route* dalam pengolahan informasi. Oleh karena itu, semakin tinggi tingkat motivasi dan kemampuan berfikir kritis individu, semakin cenderung mereka mengikuti *Central Route* dalam pengolahan informasi.

Ketika individu menerima menggunakan *Central Route* dalam menerima informasi, mereka akan bersikap aktif dan kritis. Di sisi lain, penggunaan *peripheral route* dalam memproses informasi lebih cenderung terjadi ketika motivasi individu rendah, yang membuat mereka lebih menerima informasi secara sekunder atau melalui cara yang lebih sederhana. Motivasi antara lain terdiri dari keterlibatan, keberagaman argumen, serta predisposisi individu terkait berpikir kritis. (Norhabiba, 2018).

Pada *Central Route*, motivasi untuk memproses pesan akan tinggi, dan proses tersebut melibatkan pikiran kritis. Aktivitas berpikir kritis ini dipengaruhi pada suatu tingkatan motivasi dan kemampuan individu yang kuat, maka seseorang cenderung memilih *Central Route*, sedangkan jika motivasi rendah, seseorang lebih mungkin memilih *peripheral route*. Motivasi dalam kerangka teori ELM terdiri dari tiga faktor, di antaranya adalah relevansi personal terhadap topik. Jika individu merasakan bahwa topik tersebut memiliki relevansi personal yang tinggi, mereka akan lebih cenderung untuk melakukan pemikiran kritis.



Gambar 2. 2 Skema Ellaboration Likelihood Model

Perbedaan dalam berpendapat muncul saat seseorang mempertimbangkan sudut pandang dari berbagai sumber. Ketika banyak orang membahas suatu topik, individu yang memiliki kecenderungan untuk memikirkan pendapat dan pandangan pribadi mereka, terutama terkait dengan pemikiran kritis, lebih mungkin memilih *Central Route* dibandingkan dengan tidak. Pada *Central Route*, setelah seseorang membentuk pemikiran mengenai pesan yang diterimanya, pemikiran tersebut kemudian diintegrasikan ke dalam struktur kognitif keseluruhan individu. Namun terdapat faktor yang mempengaruhi suatu sikap yang terbentuk (yang tidak selalu akurat atau menjadi rasional), seperti sikap utama dan pengetahuan seseorang, atau kondisi *mood* seseorang saat menerima sebuah pesan persuasif. (Norhabiba, 2018).

Dalam *peripheral route*, motivasi individu dalam memproses pesan cenderung rendah. *Peripheral* melibatkan faktor-faktor seperti daya tarik dan keahlian sumber atau komunikator. Seperti pada pemilihan calon gubernur, pemilih mungkin membuat Keputusan tanpa ragu-ragu berdasarkan apa yang mereka lihat atau rekomendasi dari orang lain. Pada *peripheral route*, tidak ada proses pemikiran kritis yang dilakukan untuk mengevaluasi kredibilitas calon gubernur tersebut lebih lanjut. Rute *peripheral* menunjukkan bahwa perubahan sikap tidak selalu bergantung pada penilaian informasi yang disampaikan oleh media massa atau lainnya. Sebaliknya, ketika motivasi atau kemampuan seseorang untuk mengolah informasi mengenai isu yang relevan rendah, persuasi dapat terjadi melalui rute perifer di mana pengaruh terhadap sikap dipengaruhi oleh proses yang muncul dari isyarat-isyarat sederhana dalam konteks persuasi (Norhabiba, 2018).

Elaboration Likelihood Model (ELM) menunjukkan bahwa informasi yang sama bisa diproses melalui metode yang berbeda-beda tergantung pada suatu tingkatan keterlibatan konsumen itu sendiri. Keterlibatan merujuk pada relevansi pribadi yang dirasakan atas suatu produk berdasarkan kebutuhan, minat dan nilai konsumen itu sendiri (Park, Lee & Han, 2007). Menurut Lee (2009), keterlibatan seseorang pada suatu produk mempunyai dampak yang signifikan terhadap proses pengolahan informasi. Dalam konteks ini, tingkat kemungkinan terjadi elaborasi informasi didasari motivasi dan kemampuan individu dalam menguraikan pesan.

Motivasi sendiri merujuk pada relevansi pribadi seseorang dengan sentuhan persuasif, sedangkan kemampuan terwujud pada keahlian seseorang terkait objek sikap (Lee, 2009). Menurut Park & Kim, (2008). Apabila seseorang memiliki tingkat motivasi dan kemampuan yang tinggi dalam memproses informasi, maka individu tersebut mungkin terlibat pada aktivitas kognitif yang mendalam melewati *Central Route*. Sebaliknya, jika individu kurang dalam mempunyai motivasi atau kemampuan untuk mengolah informasi secara mendalam, mereka lebih mengandalkan isyarat perifer melalui *peripheral route*.

2.3 Media Sosial

Menurut Nasrullah, (2017) Media sosial merupakan sebuah platform di internet yang memberikan kemampuan pengguna dalam merepresentasikan dirinya atau berinteraksi, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, bekerja sama, dan membangun suatu ikatan sosial dengan virtual (Nasrullah, 2017). Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki fungsi sebagai alat komunikasi dalam bentuk percakapan untuk interaksi dengan individu lain, bekerjasama, berbagi informasi, dan menjalin ikatan social secara dalam jaringan. Media sosial mempunyai beberapa karakteristik khusus yang dapat menjadi pembeda dengan media-media siber lainnya, dengan ciri-ciri dan batasan-batasan tertentu yang unik. Berikut ini beberapa karakteristik pada media sosial meliputi:

a. Jaringan (*network*)

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial yang dibangun dalam struktur jaringan sosial di dalam internet. Jaringan antar pengguna terbentuk melalui perangkat teknologi seperti *computer*, telepon genggam, atau tablet yang membentuk komunitas.

b. Informasi (*Information*)

Media sosial memiliki informasi yang dapat menjadi komoditas yang dikonsumsi, diproduksi, dan didistribusikan bagi pengguna-pengguna media sosial. Kegiatan konsumsi ini dapat membuat jaringan sehingga akhirnya dapat terhubung dengan institusi masyarakat.

c. Arsip (*Archive*)

Arsip menjadi karakter penting yang menunjukkan sebuah informasi yang diunggah melalui media sosial mampu digunakan kapan saja. Informasi yang diunggah tidak hilang begitu saja, bahkan dengan berlalunya waktu.

d. Interaktif (*Interactivity*)

Media sosial memiliki karakteristik dalam membentuk sebuah jaringan pada antar pengguna. Jaringan tersebut tidak hanya memperluas pengikut atau hubungan pertemanan di internet, melainkan juga dapat dibangun dengan interaksi antar pengguna yang dapat meningkatkan suatu keterampilan.

Istilah media baru (*new media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an mencakup seperangkat teknologi komunikasi yang semakin berkembang dan beragam, McQuail untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2011). Menurut McQuail (2011) juga menjelaskan ciri-ciri utama yang dapat menjadi pembeda antara karakteristik media baru (*new media*) dengan media lama (*conventional*), yaitu berdasarkan perspektif pengguna diantaranya adalah interaktivitas (*interactivity*), kehadiran sosial (*socialbility*), kekayaan media (*media richness*), otonomi (*autonomy*), unsur bermain-main (*playfulness*), privasi (*privacy*), personalisasi (*personalization*).

TikTok bisa menjadi platform yang keren untuk mempromosikan dan mengajak orang bergabung dalam suatu organisasi. Berikut beberapa fitur untuk

menggunakan TikTok dalam hal ini khususnya untuk mengajak seseorang dalam membentuk suatu minat melalui konten TikTok.

a. Konten Kreatif

- 1) *Challenges* : Buat *challenge* kreatif yang berkaitan dengan tujuan atau misi organisasi. Ajak orang untuk ikut serta dengan membuat video terkait *challenge* tersebut.
- 2) Tutorial Singkat: Bagikan tutorial singkat yang menjelaskan aktivitas atau kegiatan yang biasa dilakukan di dalam organisasi.

b. Storytelling

- 1) Gunakan TikTok untuk menceritakan kisah sukses atau dampak positif yang telah dihasilkan oleh organisasi tersebut.
- 2) Bagikan testimonial dari anggota atau peserta terdahulu yang telah merasakan manfaat bergabung dalam organisasi tersebut.

c. Kolaborasi

- 1) Ajak influencer atau tokoh terkenal yang memiliki minat atau kesesuaian dengan visi organisasi untuk berkolaborasi dalam video TikTok.
- 2) Kolaborasi dengan organisasi lain yang memiliki tujuan serupa untuk membuat video yang menginspirasi.

d. Promosi Acara dan Kegiatan

- 1) Buat teaser atau *highlight* tentang acara atau kegiatan yang akan diadakan oleh organisasi, untuk menarik minat orang untuk bergabung.
- 2) Bagikan momen-momen seru dari acara atau kegiatan yang sudah berlangsung sebelumnya.

e. Interaksi dengan Pengguna

- 1) Buatlah video yang mendorong interaksi, seperti *Q&A* atau *poll* tentang topik-topik yang relevan dengan organisasi.
- 2) Respon komentar dan pesan dari pengikut dengan ramah dan informatif untuk membangun hubungan yang baik.

f. Penggunaan Hashtag dan Musik

- 1) Gunakan hashtag yang unik dan kreatif yang terkait dengan organisasi untuk meningkatkan eksposur.

- 2) Pilih musik yang populer atau yang sesuai dengan pesan atau vibe yang ingin disampaikan.

Pastikan untuk tetap konsisten dengan nilai dan misi organisasi dalam setiap konten yang dibuat. Hal ini akan membantu dalam membangun citra yang kuat dan menarik bagi pengguna TikTok untuk bergabung dan mendukung organisasi tersebut khususnya organisasi kemahasiswaan.

2.4 Minat Berorganisasi

a. Pengertian Minat

Definisi minat sudah didefinisikan dengan berbeda-beda berdasarkan beberapa orang ahli, namun intinya tetap sejalan dengan tujuan yang sama. Setiap ahli memberikan definisi berdasarkan dengan disiplin dan pandangan keilmuannya masing-masing. Keinginan, minat, dan kemauan memainkan peran penting dalam membentuk pola perilaku individu.

Menurut kamus lengkap psikologi yaitu Caplin (2008) diketahui bahwa minat, atau *interest*, dapat didefinisikan sebagai (1) suatu sikap yang berkelanjutan yang menunjukkan perhatian seseorang, hingga mampu membuat individu tersebut menjadi selektif terhadap minatnya, (2) perasaan yang mengatakan bahwa suatu aktivitas, pekerjaan, atau objek memiliki nilai dan makna terhadap individu, (3) suatu keadaan motivasi atau kumpulan motivasi yang mengarahkan perilaku yang mengarah pada satu tujuan atau arah tertentu.

Menurut *Crow & Crow* (2005) minat adalah suatu kekuatan motivasi yang mendukung individu dalam memberi perhatian kepada seseorang. Hal ini juga ditambahkan oleh definisi minat menurut Rast, Harmin dan Simon dalam Mulyati (2004), bahwa dalam minat itu memiliki berbagai hal-hal pokok diantaranya: (1) timbulnya perasaan senang yang mengarahkan perhatian pada objek tertentu, (2) munculnya ketertarikan terhadap objek tersebut, (3) terlibat dalam aktivitas yang berkaitan dengan objek tersebut, (4) memiliki kecenderungan untuk menjadi lebih aktif, (5) melihat objek atau aktivitas tersebut sebagai sesuatu yang berfungsi dalam kehidupan, dan (6) adanya kecenderungan untuk mengarahkan serta memengaruhi perilaku individu,

Minat merupakan keadaan di mana seseorang secara fokus memperhatikan suatu hal, melibatkan dorongan untuk mengetahui, memahami, mempelajari, dan mengaplikasikan. Menurut Slameto dalam Rahmat, (2018). Minat dapat dijelaskan sebagai suatu proses yang konsisten untuk memperhatikan dan memfokuskan diri pada sesuatu yang menarik baginya, disertai dengan perasaan senang dan kepuasan. Terbentuknya minat terjadi setelah mendapatkan informasi tentang objek atau keinginan tertentu, dan erat kaitannya dengan sikap perasaan senang. Oleh karena itu, minat dapat didefinisikan sebagai kesenangan atau ketertarikan terhadap suatu hal yang mendorong seseorang untuk terus memperhatikan dan mengingatnya secara berkelanjutan. Kesimpulan yang dapat diambil dari definisi-definisi tersebut adalah bahwa minat adalah kecenderungan atau arah keinginan terhadap sesuatu sebagai respon terhadap dorongan hati. Minat merupakan dorongan internal yang memengaruhi motivasi dan kehendak seseorang terhadap suatu hal, menjadi motivasi dalam mengejar tujuan dan aspirasi yang diinginkan.

b. Pengertian Organisasi

Menurut Ningsih & Kusmayadi, (2008). Istilah “*Organizing*” berasal dari kata “*organism*”, merujuk pada proses penciptaan struktur dengan elemen-elemen yang saling terintergrasi sedemikian rupa, sehingga memiliki hubungan satu sama lain yang terkait dengan keseluruhan. Organisasi diartikan sebagai representasi visual berupa pola, skema, diagram, yang menggambarkan struktur perintah, posisi karyawan, hubungan antar elemen, dan hal-hal sejenisnya.

Menurut As’ad, (2004) organisasi adalah hasil dari penyelarasan berbagai kegiatan manusia yang direncanakan dengan maksud tertentu, yang dilaksanakan melalui sejumlah wewenang dan tanggung jawab. Sementara itu, Azhar (2015) memberikan definisi organisasi sebagai sekelompok individu yang bekerja sama dalam suatu struktur dan koordinasi tertentu untuk mencapai serangkaian tujuan spesifik. Maka dari itu, diketahui bahwa organisasi dapat dianggap sebagai kelompok orang atau individu yang mempunyai tujuan tertentu serta berupaya mencapainya melalui kerjasama.

Menurut Manullang dalam Ningsih & Kusmayadi (2008) menggambarkan definisi sebuah organisasi dalam konteks dinamis, proses organisasi yang melibatkan pembagian dan penetapan tugas, pembatalan tanggung jawab, serta wewenang, dan mengatur hubungan antar unsur-unsur organisasi. Hal ini bertujuan agar individu dapat bekerja bersama secara optimal untuk mencapai tujuan bersama. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah kolaborasi manusia dengan tugas dan tanggung jawab bersama-sama untuk mencapai tujuan bersama.

c. Minat Berorganisasi

Menurut Mappiare (1983) minat berorganisasi mencakup kecenderungan individu untuk berperilaku dan mengalir ke dalam kegiatan organisasi, agar dapat dijelaskan sebagai suatu arah individu menuju system yang melibatkan pola aktivitas kerjasama yang saling terkait untuk mencapai tujuan bersama. Minat dapat dijelaskan sebagai kumpulan aspek yang melibatkan perasaan, harapan, sikap, prasangka, rasa takut, atau kecenderungan lain yang mengarah individu kepada suatu pilihan tertentu.

Seseorang yang tertarik untuk bergabung dalam suatu organisasi karena percaya bahwa keterlibatan dalam organisasi membawa dampak positif. Dengan demikian, minat berorganisasi dapat diartikan sebagai kecenderungan atau ketertarikan individu untuk bergabung dan berpartisipasi secara aktif dalam suatu kelompok. Manusia sebagai makhluk social, sering terlibat dalam berbagai kelompok seperti keluarga, Pendidikan, dan kelompok social. Setiap kelompok di mana individu menjadi anggota biasanya memiliki standar atau norma tertentu. Dalam konteks organisasi, perilaku menjadi suatu keterkaitan antara individu, organisasi, dan kelompok. Oleh karena itu, Tindakan individu di dalam suatu organisasi erat terkait dengan individu lain yang memiliki keterkaitan dengan organisasi tersebut. Minat organisasi, dengan kata lain dapat diartikan sebagai ketertarikan seseorang dalam bertindak yang difokuskan pada perhatian terhadap objek atau kegiatan yang terkait dengan keanggotaan dalam suatu perkumpulan (organisasi). Motivasi untuk

berorganisasi didorong oleh kesenangan yang kuat, bersumber dari dorongan internal individu.

Berdasarkan penjelasan di atas, dapat disimpulkan bahwa minat berorganisasi pada mahasiswa melibatkan ketertarikan untuk secara aktif bergabung dalam organisasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan dalam memberikan perhatian pada sebuah kegiatan organisasi yang akan mereka pilih.

d. Aspek-Aspek Minat Berorganisasi

Menurut Crow and Crow (2005), terdapat beberapa faktor yang memengaruhi minat berorganisasi, melibatkan aspek-aspek sebagai berikut:

1) Dorongan dari Dalam Diri

Minat ini muncul sebagai hasil dari pengetahuan dan informasi mengenai objek yang menjadi fokus minat, yang kemudian memicu rasa ingin tahu individu untuk menciptakan sesuatu yang baru dan menantang. Dorongan ini bersumber dari kebutuhan intrinsik dalam diri seseorang. Minat diartikan sebagai kecenderungan dan antusiasme yang tinggi atau keinginan kuat terhadap sesuatu, yang didorong oleh rasa keingintahuan.

2) Motif Sosial

Aspek ini mencakup kehendak dan kecenderungan untuk melakukan suatu tindakan, yang tercermin dalam keinginan atau Hasrat untuk terlibat dalam aktivitas yang memenuhi kebutuhan social individu, seperti pengakuan atau penghargaan dari lingkungan sekitarnya.

3) Reaksi Emosional

Komponen ini terkait dengan unsur perasaan atau emosi, karena pengalaman minat disertai dengan perasaan puas, umumnya disertai perasaan senang. Minat memiliki fungsi menjadi pendorong yang mengarahkan individu untuk terlibat dalam suatu kegiatan tertentu secara spesifik. Motivasi menjadi sumber daya untuk mempertahankan minat terhadap kegiatan yang memberikan kepuasan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga aspek utama dalam minat berorganisasi, yaitu dorongan dari dalam diri, motif social, dan reaksi emosional. Dorongan dari dalam diri terkait dengan pengetahuan dan informasi mengenai objek minat, motif sosial berkaitan dengan keinginan atau Hasrat untuk mencapai kebutuhan sosial, dan reaksi emosional melibatkan perasaan puas yang muncul dalam pengalaman minat. Aspek–Aspek Minat Berorganisasi dijelaskan oleh (Pintrich & Schunk, 2002):

- a. Sikap umum terhadap aktivitas kegiatan organisasi mahasiswa.
- b. Kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas organisasi mahasiswa.
- c. Merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas organisasi mahasiswa.
- d. Aktivitas organisasi mahasiswa mempunyai arti penting bagi individu.
- e. Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas organisasi berupa hal yang menarik dari dalam kegiatan aktivitas organisasi tersebut.
- f. Berpartisipasi dalam aktivitas organisasi mahasiswa.

III. METODE PENELITIAN

3.1. Tipe Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Analisis deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang suatu fenomena yang terjadi pada individu atau kelompok sehubungan dengan kondisi dan gejala tertentu.

3.2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Sugiyono (2017:6) menyebutkan bahwa metode survei adalah metode yang digunakan untuk memperoleh data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan). Dalam penelitian ini menggunakan metode survey dengan menggunakan kuesioner yang pengambilan datanya didapat dari kuesioner dari sampel yang mewakili sebuah populasi sesuai dengan kepentingan penelitian.

Metode survey dalam penelitian ini, dilakukan pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2023 yang merupakan mahasiswa baru sebagai alat pengumpulan data. Metode ini dilakukan dengan cara membagikan kuesioner kepada responden. Selanjutnya, responden mengisi kuesioner yang telah dibagikan sesuai dengan keadaan mereka untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Tiktok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung terhadap minat mahasiswa baru dalam berorganisasi.

3.3. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2012), Variabel penelitian merujuk pada suatu atribut atau karakteristik, nilai yang dimiliki oleh objek, individu, atau kegiatan yang mengalami variasi tertentu yang diterapkan bagi peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini memiliki dua variabel yaitu variabel bebas (*variabel independent*) yang mempengaruhi dan variabel terikat (*variabel dependen*) yang dipengaruhi. Berdasarkan penjelasan tersebut diketahui bahwa penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent Variabel*)

Variabel ini terkadang disebut sebagai variabel stimulus atau predictor. Variabel bebas atau variabel X merupakan sebuah variabel yang menjadi sebab perubahan yang akan menjelaskan atau mempengaruhi secara positif maupun negatif variabel tidak bebas dalam pola hubungannya. Dalam penelitian ini variabel bebasnya adalah Konten Keorganisasian (X).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Variabel terikat atau variabel Y merupakan variabel yang dipengaruhi atau dijelaskan dengan variabel bebas. Dalam penelitian ini variabel dependen yaitu Minat Berorganisasi (Y).

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Populasi, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2008), adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis, dan selanjutnya diambil kesimpulan. Dalam konteks penelitian ini, populasi mencakup seluruh mahasiswa baru Angkatan 2023 Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung yang berjumlah 180 berdasarkan data Siakadu Universitas Lampung.

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2013:18), sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi, Sampel diperlukan untuk memudahkan penelitian dalam mempelajari dan mengambil kesimpulan, karena peneliti tidak

memungkinkan untuk mengambil keseluruhan daripada populasi. Maka peneliti dapat menggunakan sampel untuk efisiensi waktu, tenaga, dan dana dengan cara mengambil dari populasi yang dipelajari dan kesimpulannya dapat diberlakukan sebagai generalisasi terhadap populasi, sehingga sifatnya harus representative. Dengan demikian teknik pengambilan sampel *accident sampling*. Dalam penelitian ini, untuk membantu penentu besaran sampel dengan berdasarkan rumus Slovin dengan *margin of error* sebanyak 5%, ialah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

- n = Ukuran sampel
- N = Populasi
- e = *Margin of error* sebesar 0,05 (5%)

Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah 180 mahasiswa, pada penelitian ini peneliti akan menghendaki sampel 5% sehingga sampel yang digunakan dari populasi adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{n}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{180}{1 + 180 (0,0025)^2} = \frac{180}{1,45}$$

$$n = 124,13$$

Hasil n yang telah diselesaikan dengan rumus Slovin di atas adalah 124,13 sehingga dibulatkan menjadi 124 responden. Peneliti akan mengambil data dari populasi sebagai sampel sebanyak 124 mahasiswa.

Adapun beberapa karakteristik responden yang dimaksud adalah:

- Responden merupakan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2023.
- Responden melihat dan menonton konten TikTok Ilmu Komunikasi Universitas Lampung
- Responen berusia 18 tahun ke atas, karena usia tersebut adalah yang paling banyak dalam mengonsumsi tayangan TikTok

3.5. Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini berkaitan dengan sumber informasi untuk mendapatkan data yang menjadi fokus penelitian baik dalam bentuk angka maupun fakta yang kemudian akan diolah dan dianalisis. Adapun sumber data dalam penelitian ini terdapat dua macam yakni:

1. Data primer

Merupakan data yang diperoleh langsung dari subjek penelitian yang dalam hal ini diperoleh dengan menggunakan instrumen-instrumen yang telah ditentukan. Data primer dikumpulkan dan dianalisis untuk memperoleh kesimpulan. Data primer dianggap sangat akurat karena dapat disajikan secara terperinci (Purhantara, 2010:79). Adapun data primer dalam penelitian ini didapat dari penyebaran angket kuisioner daring menggunakan *Google Form* kepada Mahasiswa Baru Universitas Lampung 2024.

2. Data Sekunder

Menurut Sugiono (2016:225) data sekunder merupakan sebuah data yang secara tidak langsung dapat memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau dokumen. Data sekunder sifatnya mendukung dan menguatkan data primer. Bentuk data sekunder yang digunakan adalah referensi jurnal, buku, dan skripsi yang berkaitan dengan penelitian ini.

3.6. Definisi Konseptual

Definisi konseptual merupakan batasan terhadap masalah dalam variabel yang menjadi paduan bagi peneliti agar arah dari penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah:

1. Konten Keorganisasian (X)

Dalam suatu Konten Keorganisasian mahasiswa menerima pesan melalui berbagai cara untuk mengetahui tingkat pengaruhnya. Mahasiswa memproses pesan yang disajikan oleh TikTok @KomunikasiUnila melalui berbagai cara. Menurut ELM, perubahan sikap dalam memproses pesan dapat terjadi melalui dua jalur yakni *Central Route* dan *peripheral route*.

- *Central Route*

Individu yang sangat termotivasi untuk mengkonsumsi pesan dan yang memiliki kemampuan yang tinggi untuk memahami topik pesan diperkirakan akan memproses pesan melalui rute sentral. Ciri-ciri pemrosesan informasi melalui rute sentral yaitu bersifat sistematis, cermat, kritis, dan pemikiran yang hati-hati, serta penuh akan pertimbangan mengenai argumentasi yang disimpulkan dari pesan (Griffin, 2006, h,7).

- *Peripheral Route*

Park, Lee & Han (2007) menyebut bahwa individu yang mengambil rute periferal cenderung mengambil jalan pintas dan berfokus pada noncontent cues. Ketika individu berada pada kondisi keterlibatan yang rendah, maka individu tersebut cenderung mudah terpengaruh oleh isyarat periferal seperti misalnya karakteristik sumber informasi atau jumlah argumen.

2. Minat Berorganisasi

Minat berorganisasi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dan terlibat dalam kegiatan organisasi. Hal ini dapat diartikan sebagai pengarahannya individu menuju sistem aktivitas kerjasama yang saling terkait dalam mencapai tujuan-tujuan bersama (Mappieare 1983). Berikut ini terdapat aspek-aspek dalam minat berorganisasi menurut Pintrich & Schunk (2002):

- a. Sikap umum terhadap aktivitas kegiatan organisasi mahasiswa.
- b. Kesadaran spesifik untuk menyukai aktivitas organisasi mahasiswa.
- c. Merasa senang dengan segala hal yang berhubungan dengan aktivitas organisasi mahasiswa.
- d. Aktivitas organisasi mahasiswa mempunyai arti penting bagi individu.
- e. Adanya minat intrinsik dalam isi aktivitas organisasi berupa hal yang menarik dari dalam kegiatan aktivitas organisasi tersebut.
- f. Berpartisipasi dalam aktivitas organisasi mahasiswa.

3.7. Definisi Operasional

Menurut Kurniawan dan Puspaningtyas (2016:90-91) definisi operasional adalah suatu definisi yang didasarkan pada karakteristik yang dapat diamati dari apa yang sedang didefinisikan dengan menerjemahkan suatu konsep variabel ke dalam

instrument pengukuran. Pengoperasionalan variabel dilakukan agar memudahkan dalam penentuan hubungan antar variabel dalam pengukurannya. Adanya definisi operasional memberi manfaat kepada peneliti dalam pengukuran hubungan antar variabel dengan cara menerangkan kriteria apa saja yang menjadi indikator dalam suatu variabel, menunjukkan bahwa definisi operasional bersifat unik pada situasi di mana definisi tersebut digunakan. Berikut ini terdapat definisi operasional dalam penelitian ini, yang akan dijelaskan pada tabel tersebut.

Tabel 3. 1 Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Instrument
1	Konten Organisasi (X)	<i>Central Route</i> Sistematik Cermat Kritis Pemikiran yang hati-hati Pertimbangan argumen	Konten TikTok HMJ Ilmu Komunikasi Universitas Lampung apakah mengikuti struktur yang teratur, mulai dari pengenalan tentang organisasi, visi, misi, dan pencapaian organisasi
			Penyusunan dan penyampaian pesan, mulai dari pemilihan kata-kata hingga gaya bahasa, apakah sesuai dengan audiens dan tujuan komunikasi
			Konten tiktok HMJ ilmu komunikasi menjadi sumber informasi tambahan dari sumber lain untuk mendapatkan sudut pandang yang lebih luas tentang kinerja dan reputasi organisasi Isi pesan yang disajikan sudah relevan dengan kehidupan mahasiswa

No	Variabel	Indikator	Instrument
			Konten tiktok HMJ Ilmu Komunikasi UNILA memberikan informasi konten organisasi yang terpercaya dan valid dalam meliput aktivitas serta pencapaian organisasi
			Argumen yang disampaikan dalam konten organisasi dipastikan relevan dengan tujuan komunikasi dan kepentingan sehingga memiliki dampak yang signifikan
			Konten tiktok HMJ Ilmu Komunikasi UNILA mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap organisasi ini
		<i>Peripheral Route</i> Karakteristik sumber informasi Jumlah argumen	Konten media sosial tiktok HMJ Ilmu Komunikasi UNILA sangat menarik, inovatif dan mengikuti trend saat ini
			Konten TikTok HMJ Ilmu Komunikasi merangsang interaksi melalui fitur-fitur seperti kolom komentar, like dan konten yang dapat dibagikan
			Konten tiktok HMJ Ilmu Komunikasi UNILA menarik untuk ditonton karena pengaruh dari content creator
			Argumen yang disajikan dalam konten keorganisasian TikTok HMJ Ilmu Komunikasi Unila mempengaruhi dalam menerima

No	Variabel	Indikator	Instrument
			<p>pesan tanpa berfikir secara mendalam</p> <p>Konten tiktok HMJ Ilmu Komunikasi UNILA berpengaruh terhadap pengambilan keputusan dikarenakan gaya bahasa yang emosional dan argumen yang disajikan</p>
2	Minat Berorganisasi (Y)	<p>Sikap umum terhadap aktifitas</p> <p>Kesadaran spesifik untuk menyukai aktifitas</p> <p>Merasa senang dengan aktifitas</p>	<p>Organisasi diminati karena memiliki tujuan yang jelas</p> <p>Organisasi diikuti karena aktivitas yang disajikan dalam tiktok HMJ Ilmu Komunikasi UNILA terasa menarik</p> <p>Organisasi diikuti karena aktifitas yang dilakukan bermanfaat dan sesuai dengan tujuan</p> <p>Aktifitas yang dilakukan dalam organisasi HMJ Ilmu Komunikasi terlihat seru.</p>
			<p>Rasa antusias yang tinggi untuk bergabung dalam organisasi muncul setelah informasi lebih dalam diperoleh</p> <p>Partisipasi dalam organisasi memberikan kesempatan untuk merasa bahwa kontribusi akan diakui, dihargai serta memiliki arti penting dalam mewujudkan visi bersama</p>

No	Variabel	Indikator	Instrument
		Memiliki arti penting	Minat dalam mengikuti organisasi dipengaruhi oleh ajakan teman
			Bergabung dalam organisasi sangat penting untuk melatih <i>skill</i> .
		Minat intrinsik dalam isi aktifitas	Akan ada keterlibatan dalam berorganisasi apabila direkomendasikan oleh teman terhadap program kerja yang ada
		Berpartisipasi dalam aktifitas	Akan ada kontribusi yang diberikan dalam kegiatan organisasi apabila teman ikut serta dalam aktivitas tersebut

(Sumber: Diolah Peneliti)

3.8. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuisisioner. Kuisisioner atau angket dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk dijawab. Penggunaan kuisisioner ini sangat tepat dalam penelitian ini karena sifatnya yang efisien. Hal ini didukung oleh pernyataan yang dikemukakan oleh Sugiyono (2016:142) yang mengatakan bahwa kuisisioner sangat efisien jika peneliti sudah tahu pasti variabel yang akan diukur dan jawaban dari responden.

Peneliti memberi kuesioner kepada Mahasiswa Baru Angkatan 2023 Jurusan Ilmu Komunikasi Tahun 2023 yang berkaitan dengan Pengaruh Konten Keorganisasian terhadap Minat Berorganisasi Mahasiswa Baru Jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan tahun 2023. Dalam melakukan penyebaran kuesioner agar dapat mengukur persepsi maka digunakan Skala Likert menurut Sugiyono (2009), skala likert yang dikembangkan oleh Rensis Likert sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Skala Likert

Pilihan jawaban	Skor
Sangat setuju	5
Setuju	4
Netral	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Sumber: Sugiyono (2009)

3.9. Teknik Pengolahan Data

Pengolahan data adalah tahapan-tahapan untuk mendapatkan data atau angka ringkasan dengan menabulasi data mentah menjadi data yang siap disajikan, diinterpretasikan, dan ditarik kesimpulannya. Berikut adalah tahapan dalam proses pengolahan data menurut Muslich dan Sri (2009:114), antara lain:

1. *Editing*

Tahap ini merupakan proses pengecekan dan penyesuaian data penelitian untuk memudahkan proses *coding* dan *processing* data menggunakan statistik. Data yang telah dikumpulkan dari hasil kuesioner diedit apabila terjadi kekeliruan dan kesalahan dalam pencatatan data oleh peneliti ataupun pengisian kuesioner yang tidak lengkap dan konsisten. Proses *editing* ini juga termasuk proses koreksi untuk melihat kelengkapan kuesioner, kesesuaian jawaban responden, relevansi, keterbacaan, dan keseragaman satuan data.

2. *Coding*

Tahap ini merupakan Langkah identifikasi dan pengelompokan data ke dalam bentuk skor numerik atau symbol, proses ini memiliki signifikansi yang tinggi terutama pada data yang dapat dikategorikan melalui pertanyaan tertutup yang tidak memberikan pilihan jawaban tambahan kepada responden dalam bentuk biner “Ya” atau “Tidak” atau jawaban yang memiliki tingkatan gradasi seperti skala Likert yang memiliki lima gradasi dengan skor yang telah ditetapkan dalam penelitian ini.

3. Tabulasi

Data kemudian diproses dan dianalisis menggunakan bantuan komputer dengan aplikasi *IBM SPSS* untuk pemrosesan yang lebih cepat, efisien, dan lebih akurat. Setelah itu, data kemudian disusun dalam bentuk tabel ataupun diagram agar mudah dipahami.

3.10 Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan tahapan yang dilakukan setelah data dari jawaban seluruh responden atau sumber lainnya telah terkumpul. Proses ini melibatkan pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, tabulasi data berdasarkan variabel dari keseluruhan responden, penyajian data, perhitungan untuk menjawab rumusan masalah atau pertanyaan penelitian, dan evaluasi hipotesis yang telah diajukan. Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan statistik (Sugiyono, 2016:147). Berikut adalah teknik analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, antara lain:

3.10.1 Uji Instrumen Penelitian

3.10.1.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menilai keabsahan atau kevalidan suatu kuesioner. Kevalidan kuesioner dianggap terpenuhi jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya didapat dengan baik mengungkapkan aspek yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali, 2009), Kriteria yang digunakan untuk mengukur validitas suatu kuesioner dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Data dikatakan valid, bila ada hubungan antara item pertanyaan dengan total pertanyaan secara keseluruhan dan besarnya nilai r hitung $\geq r$ tabel.
- 2) Data dikatakan tidak valid, bila ada hubungan antara item pertanyaan dengan total pertanyaan secara keseluruhan dan besarnya nilai r hitung $< r$ tabel.

Untuk melakukan uji validitas ini menggunakan program SPSS. Teknik pengujian yang diterapkan untuk uji validitas adalah menggunakan rumus Pearson Product Moment, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - (\sum x) (\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} : Koefisien Korelasi

N : Jumlah responden yang di uji coba

X : Skor item X

Y : Skor item Y

3.10.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan sebagai sarana untuk menilai suatu kuesioner yang memiliki indikator dari variabel atau konstruk tertentu. Kuesioner dianggap reliabel atau dapat diandalkan apabila respons seseorang terhadap pernyataan menunjukkan konsistensi atau kestabilan dari waktu ke waktu (Ghozali,2009).

(Sugiharto & Sitinjak, 2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjukkan pengetahuan instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk mengumpulkan data dapat diandalkan sebagai alat pengumpul data dan mampu memberikan informasi yang sesungguhnya di lapangan. Jika jawaban responden terhadap pernyataan stabil dan konsisten maka kuisisioner tersebut dikatakan reliabel. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data dipercaya dan dianggap memiliki keandalan yang tinggi.

Dalam uji reliabilitas, peneliti menggunakan rumus Alpha Cronbach. *Alpha Cronbach* adalah alat menguji skala yang digunakan untuk mengukur akurasi penelitian. Penelitian akan valid jika:

1. Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya.
2. Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen tidak memiliki reliabilitas yang baik dan tidak dapat dipercaya.

Dihitung melalui program SPSS dengan rumus Alpha Cronbach yaitu:

$$a = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum Si^2}{S^2} \right)$$

Keterangan:

a = Nilai Reliabilitas

k = Jumlah butir pertanyaan

$\sum Si^2$ = Jumlah Variasi Butir

S^2 = Total Variasi

3.11 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data penelitian ini menggunakan pendekatan analisis data kuantitatif. Proses analisis data dilakukan setelah data terkumpul dari semua partisipan atau sumber data lainnya. Kegiatan analisis data mencakup pengelompokan data berdasarkan jenis variabel dan responden, tabulasi data berdasarkan variabel untuk seluruh responden, penyajian data untuk setiap variabel yang sedang diteliti, melakukan perhitungan untuk menangani masalah yang muncul, serta melibatkan perhitungan untuk menguji hipotesis-hipotesis yang diajukan. Hal ini telah dikemukakan (Sugiono, 2010:12). Analisis dalam menentukan tingkat rasio berkaitan dengan hasil penghitungan nilai setiap dimensi yang bersangkutan dengan menggunakan rumus yang dikemukakan (Muhammad, 2010:158), yaitu sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan :

P: Besarnya Persentase

F: Jumlah nilai yang diperoleh di seluruh item

N: Jumlah perkalian seluruh item dengan responden

3.11.1 Uji Regresi Linear Sederhana

Untuk mempengaruhi variabel Konten Keorganisasian terhadap Minat Berorganisasi digunakan analisis regresi linear sederhana karena data pengamatan terdiri dari satu variabel bebas (*Independen variabel*), dimana estimasi persamaannya ditujukan untuk menggambar suatu pola hubungan atau fungsi

diantara variabel tersebut. Alasan menggunakan metode tersebut karena hasil analisis regresi linear sederhana ini mampu mengidentifikasi dan menjelaskan variabel-variabel bebas yang signifikan terhadap variabel terikat, serta mampu menjelaskan hubungan linear yang mungkin terdapat diantara variabel terikat. Di samping itu, metode analisis ini memiliki tingkat pemahaman yang tinggi dan dapat diterapkan dalam berbagai situasi yang berbeda (Suharyadi, 2004). Persamaan regresi linear sederhana dalam kerangka penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

Keterangan :

Y = Minat Berorganisasi

a = Konstanta yang merupakan rata-rata nilai Y pada saat nilai

X

Sama dengan 0

b = Koefisien regresi Konten Keorganisasian

X = Konten Keorganisasian

e = Varians pengganggu

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi R^2 digunakan untuk menilai seberapa besar persentase Variasi Variabel *Dependent* dapat dijelaskan oleh variasi dalam variabel *Independent*. Jika nilai R^2 initerletak antara 0 dan 1. Jika nilai R^2 mendekati 0, berarti sedikit sekali variasi variabel dependen yang diterangkan oleh variable independen. Jika nilai R^2 bergerak mendekati 1, menunjukkan bahwa semakin besar variasi variabel *Dependent* yang dapat dijelaskan oleh variabel *Independent*. Jika nilai R^2 sama dengan 0, hal ini menandakan bahwa variable *Dependent* tidak bisa dijelaskan oleh variable *Independent*.

3.12.2 Uji Signifikansi Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dalam menerangkan variasi variabel terikat. Rumus yang digunakan untuk menguji hipotesis tersebut adalah :

$$t = \frac{rs\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-rs^2}}$$

Keterangan : n = jumlah data
 r = koefisien korelasi
 $H_0 = \beta = 0$
 $H_a = \beta \neq 0$

Langkah-langkah uji hipotesis

H_0 : Variabel bebas (konten keorganisasian) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Minat Berorganisasi).

H_a : Variabel-variabel bebas (konten keorganisasian) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Minat Berorganisasi).

Kriteria Keputusannya adalah :

- 1) Jika t hitung > t tabel, dan sig < 0,05 maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika t hitung < t tabel, dan sig > 0,05 maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
- 3) Taraf signifikan = 10 %

Derajat kebebasan (df) = n – 3

V. KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dijabarkan pada bab sebelumnya, permasalahan yang ingin diketahui dalam penelitian ini ialah mengenai seberapa besar Pengaruh Konten Keorganisasian TikTok HMJ Ilmu Komunikasi Unila Terhadap Minat Mahasiswa Baru Untuk Berorganisasi. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat membuat kesimpulan yakni, Pengaruh Konten Keorganisasian TikTok HMJ Ilmu Komunikasi Unila (X) sebesar 38,7% terhadap Minat Mahasiswa Baru Untuk Berorganisasi melalui central route. Sedangkan sisanya yakni 61,3% minat mahasiswa baru Angkatan 2023 dipengaruhi oleh faktor lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini misalnya konten-konten yang terdapat di media sosial lain, ataupun pengaruh dari lingkungan sekitar followers itu sendiri.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis membuat beberapa saran yang dapat diperhatikan, yakni:

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian-penelitian selanjutnya untuk dapat meneliti faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti konten-konten dari media sosial lain, ataupun pengaruh dari lingkungan sekitar followers itu sendiri. Dengan demikian dapat dilihat pengaruh apa yang paling besar mempengaruhi variabel terikat, yaitu Minat Mahasiswa Baru Untuk Berorganisasi.
2. Peneliti menyarankan kepada pembuat konten agar lebih semangat dalam membuat konten keorganisasian yang disajikan melalui Central Route ataupun peripheral route karena konten seperti ini tentunya sangat dibutuhkan dan

3. diharapkan dapat memperkenalkan Ilmu Komunikasi dan membangun minat mahasiswa dalam berorganisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Anandra, Qhori, Uljanatunnisa, Intan Putri Cahyani. 2020. Analisis *Elaboration Likelihood Theory* Pada Kampanye “Go Green, No Plastic” Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta. *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*.
- As'ad, Moh, 2004. Psikologi Industri: Seri ilmu Sumber Daya Manusia, Penerbit. Liberty, Yogyakarta.
- Azhar. 2015. Media Pembelajaran. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Borchers, T. A. 2005. *Persuasion in the Media Age* (2 nd. Ed.). New York: McGraw-Hill Companies, Inc.
- Chaplin, J. P. 2008. Kamus Lengkap Psikologi. Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Crow, L. D., & Crow, A. 2005. Psikologi Pendidikan. Yogyakarta: Nur Cahaya.
- D. Park, J. Lee, and I. Han. 2007. *The Effect of On-Line Consumer Review on Consumer Purchasing Intention : The Moderating Role of Involvement*. *Int. J. Electron. Commer.*, Vol. 11, no. 4, pp.125-148.
- Djaali, H. 2006. Psikologi Pendidikan. Jakarta: Bumi Aksara.
- Duryat, Masduki Siha Abdurrohman, dan Aji Permana. 2021. Mengasah Jiwa. Kepemimpinan Peran Organisasi Kemahasiswaan. Indramayu: CV. Adanu Abimata.
- Faradiba, Tania Indrayana, Mohammad Insan Romadhan, Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana 2023. Pemanfaatan Media Sosial Instagram sebagai Sarana Eksistensi Organisasi Pemuda Berkain Surabaya. Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
- Fauziannor. 2022. Faktor-faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam berorganisasi di kampus STIE Pancasetia. *Fair Value : Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan* .Vol. 4 No. 8.

- Ghozali, Imam. 2009. "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS ". Semarang : UNDIP.
- Griffin, EM. 2006. *A First Look at Communication Theory*. McGraw-Hill, New York.
- Hogg, M., & Vaughan, G. 2010. *Essentials of Social Psychology (1st ed.)*. Essex: Pearson Education Limited.
- Idauli, Fitri & Supriyono. 2021. Peran Organisasi Kemahasiswaan Terhadap Perkembangan Keterampilan Non Teknis Mahasiswa Universitas Pendidikan Indonesia. *Academy of Education Journal*, 12(2)
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2012. *Teori Komunikasi (Terjemahan. Mohammad Yusuf Hamdan)*. Jakarta : Salemba
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail. Jakarta: Salemba. Humanika.
- Mulyati. 2004. *Psikologi Belajar*. Yogyakarta: Andi Publisher.
- Nasrullah, Ruli. 2017. *Media Sosial : Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosio. Teknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ningsih, W.S. & Kusmayadi, D. 2008. Hubungan Antara Minat Berorganisasi dengan Asertivitas pada Mahasiswa. *Journal Soul*, 1(2), 73-83.
- Norhabiba. 2018. Hubungan Intensitas Akses Media Baru Dan Kualitas Interaksi Lingkungan Sekitar Pada Mahasiswa Untag Surabaya. *Jurnal Interaksi*, Vol. 7, 7(1).
- Pintrich, Paul R. & Schunk, Dale H. 2002. *Motivation in Education Theory, Research, and Applications 2nd Edition*. New Jersey.
- Reza, Syailendra Irwansyah Rezeki, Yuliana Restiviani, Rita Zahara .2020. Penggunaan Sosial Media Twitter Dalam Komunikasi Organisasi (Studi Kasus Pemerintah Provinsi DKI Jakarta Dalam Penanganan Covid-19). *Journal Of Islamic And Law Studies*. Vol. 4, No. 2, 2020, pp. 63-78
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : ALFABETA.
- Suharyadi dan Purwanto. 2004. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern*. Jakarta: Salemba Empat.