

ABSTRAK

Perkembangan teknologi informasi digital telah mengubah cara siswa untuk mengakses dan memproses informasi. Aplikasi TikTok sebagai platform media sosial yang populer telah menjadi sumber informasi penting bagi siswa dalam memenuhi kebutuhan mereka. Kebutuhan informasi tersebut meliputi kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integrasi personal, kebutuhan integrasi sosial, dan kebutuhan berkhayal. Penelitian ini bertujuan untuk memahami perilaku pencarian informasi siswa melalui TikTok dan mengidentifikasi kaitan antara jenis kebutuhan informasi (akademik dan nonakademik) dengan strategi pencarian yang digunakan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus di SMA Negeri 2 Semarang. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan beberapa siswa pengguna TikTok yang dipilih secara purposif dengan cara snowball sampling, serta melalui observasi langsung aktivitas pencarian informasi di aplikasi tersebut. Data dianalisis secara induktif menggunakan model perilaku pencarian informasi Ellis (1993) untuk menelusuri setiap tahap pencarian, mulai dari penentuan kata kunci awal hingga penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa SMA Negeri 2 aktif menggunakan TikTok untuk mencari informasi spesifik, terutama terkait tugas sekolah, peluang beasiswa, dan pengembangan karier. Kebutuhan yang paling dominan adalah kebutuhan kognitif terutama dalam pencarian informasi akademik seperti SNBP, SNBT, jurusan kuliah, dan penerimaan mahasiswa baru. Para siswa cenderung memasukkan kata kunci relevan, menyeleksi video berdasarkan indikator popularitas atau komentar, dan memanfaatkan fitur TikTok secara maksimal. Proses pencarian ini tampak terstruktur mengikuti tahapan-tahapan model Ellis (1993), dari penentuan kata kunci hingga penarikan kesimpulan akhir. Penelitian ini menyimpulkan bahwa TikTok efektif sebagai sumber informasi tambahan bagi siswa karena kemampuannya menyediakan konten yang cepat dan relevan untuk berbagai kebutuhan informasi mereka.

Kata kunci: perilaku pencarian informasi; kebutuhan informasi; aplikasi TikTok

ABSTRACT

The development of digital information technology has changed the way students access and process information. TikTok, as a popular social media platform, has become an important source of information for students in fulfilling their various information needs. These information needs include cognitive needs, affective needs, personal integration needs, social integration needs, and escapist needs. This study aims to understand students' information-seeking behavior through TikTok and to identify the relationship between types of information needs, both academic and non-academic, and the search strategies used. This study uses a qualitative method with a case study approach at SMA Negeri 2 Semarang. Data were collected through in-depth interviews with several TikTok users among the students, selected purposively using snowball sampling, as well as through direct observation of information-seeking activities on the platform. The data were analyzed inductively using Ellis's (1993) information-seeking behavior model to trace each stage of the search process, from determining initial keywords to drawing conclusions. The results show that students at SMA Negeri 2 Semarang actively use TikTok to search for specific information, especially related to school assignments, scholarship opportunities, and career development. The most dominant need among students is the cognitive need, particularly in searching for academic information such as SNBP, SNBT, college majors, and university admissions. The students tend to enter relevant keywords, select videos based on popularity indicators or comments, and make maximum use of TikTok's features. This search process appears structured and follows the stages of Ellis's (1993) model, from keyword determination to final conclusion drawing. This study concludes that TikTok is an effective additional source of information for students because it can provide fast and relevant content for their various information needs.

Keywords: information-seeking behavior; information needs; TikTok application