



Peran Literasi Digital dalam Meningkatkan Etika Penggunaan Media Sosial TikTok Pada Peserta Didik SMK Muhammadiyah 1 Salam

Ernanto Setiawan^{a,1}, Budi Mulyono^{b,2}

¹ (ernantosetiawan.2021@student.uny.ac.id) Mahasiswa Departemen PKnH, Fishipol, UNY

² (budi.mulyono@uny.ac.id) Dosen Fakultas Ilmu Sosial, Hukum, dan Politik, UNY

^a Mahasiswa (Departemen Pendidikan Kewarganegaraan dan Hukum FISHIPOL UNY), Yogyakarta Indonesia

^b Dosen (Departemen Pendidikan Kewarganegaraan dan Hukum FISHIPOL UNY), Yogyakarta Indonesia

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh pemahaman literasi digital terhadap etika penggunaan media sosial TikTok pada peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam. Jenis penelitian ini adalah *ex post facto* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam Tahun Pelajaran 2024/2025. Sampel dalam penelitian ini diambil dengan teknik *stratified random sampling* dengan menggunakan rumus Slovin sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 84 peserta didik. Pengumpulan data penelitian ini dilakukan melalui kuesioner. Validasi instrumen penelitian dilakukan oleh para ahli, yakni satu dosen Pendidikan Kewarganegaraan dan Hukum dan dua guru Pendidikan Pancasila, dengan hasil validasi diolah menggunakan rumus Aiken V. Teknik analisis data dalam penelitian ini meliputi uji prasyarat analisis, analisis deskriptif, serta uji analisis akhir dengan menggunakan uji regresi sederhana dan uji hipotesis. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara pemahaman literasi digital terhadap etika penggunaan media sosial TikTok pada peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil Uji T, dimana nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,988 > 1,663$). Variabel pemahaman literasi digital terbukti mempengaruhi variabel etika penggunaan media sosial TikTok sebesar 49,6% sedangkan sisanya 50,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Model regresi sederhana yang dihasilkan yaitu $Y = 22,502 + 0,873X$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi pemahaman literasi digital, maka semakin tinggi pula tingkat etika penggunaan media sosial TikTok pada peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam.

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of digital literacy understanding on the ethics of using TikTok social media among students of SMK Muhammadiyah 1 Salam. This research is an ex post facto study with a quantitative approach. The population consists of all students of SMK Muhammadiyah 1 Salam in the 2024/2025 academic year. The sample was selected using the stratified random sampling technique, applying Slovin's formula, resulting in a total sample size of 84 students. Data collection was carried out using questionnaires. Instrument validation was conducted by experts, including one lecturer in Civic Education and Law and two teachers of Pancasila Education, with validation results processed using the Aiken V formula. Data analysis techniques included prerequisite tests, descriptive analysis, and final analysis using simple regression and hypothesis testing. The findings indicate a positive and significant influence of digital literacy understanding on the ethics of using TikTok social media among students of SMK Muhammadiyah 1 Salam. This is evidenced by the T-test results, where $t_{calculated} > t_{table}$ ($8.988 > 1.663$). The digital literacy understanding variable was found to influence the ethics of TikTok usage by 49.6%, while the remaining 50.4% is influenced by other factors. The resulting simple regression model is $Y=22.502+0.873X$. Thus, it can be concluded that the higher the understanding of digital literacy, the higher the level of ethical use of TikTok social media among the students of SMK Muhammadiyah 1 Salam.

Sejarah Artikel

Diterima: 4 Februari 2025

Disetujui: 4 Februari 2025

Kata kunci:

Literasi Digital, TikTok, Etika Digital, Peserta Didik

Keywords:

Digital literacy, TikTok, Digital Ethic, Student

Pendahuluan

Seiring dengan kemajuan zaman, manusia dan teknologi terintegrasi menjadi satu kesatuan yang terikat dan tidak dapat dipisahkan, terutama dalam penggunaan internet dalam aktivitas sehari-hari. Hal ini dibuktikan dengan laporan dari *We Are Social* bahwa pengguna internet di Indonesia mengalami peningkatan pada Januari 2024 menjadi 185,3 juta atau meningkat 1,5 juta pengguna dibandingkan Januari 2023 (*We Are Social*, 2024). Tuntutan kehidupan yang terikat dan bergantung dengan internet menjadi faktor yang menyebabkan peningkatan pengguna internet di Indonesia.

Platform yang populer dan melekat pada kehidupan sehari-hari warga digital adalah media sosial. Media sosial adalah platform yang terhubung secara online yang dapat memudahkan penggunaannya untuk berinteraksi, berpartisipasi dan berbagi secara virtual (Rafiq, 2019). Media sosial yang memberikan segudang manfaat dan berbagai fitur yang menarik menyebabkan sebagian besar pengguna internet menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-harinya. Warga digital Indonesia yang menggunakan media sosial per Januari 2024 tercatat sebanyak 139 juta orang atau 97,8% warga internet Indonesia menggunakannya untuk bermedia sosial (*We Are Social*, 2024). Adapun media sosial yang populer dikalangan warga digital Indonesia adalah WhatsApp, Twitter (X), Facebook, TikTok, Instagram, dan Telegram. Menurut laporan *We Are Social* pada Januari 2024, persentase pengguna media sosial di Indonesia dalam rentang usia 16 hingga 64 tahun meliputi, WhatsApp digunakan oleh 90,9% pengguna, Instagram oleh 85,3% pengguna, Facebook oleh 81,6% pengguna, TikTok oleh 73,5% pengguna, Telegram oleh 61,3% pengguna, dan X oleh 57,5% pengguna (*We Are Social*, 2024).

Dari banyaknya media sosial, TikTok adalah salah satu platform media sosial yang populer dan banyak diminati oleh warga digital Indonesia. Aplikasi tersebut dibuat oleh perusahaan asal China yang bernama ByteDance pada tahun 2016 (Gratia et al., 2022). Media sosial ini populer karena memiliki karakteristik fitur berupa video-video kreatif dengan durasi pendek atau terbatas. Melalui karakteristik tersebut, pada tahun 2018 TikTok menjadi aplikasi teratas di Google Play Store (Gratia et al., 2022). Berdasarkan data dari *We Are Social*, pengguna TikTok di Indonesia per Januari 2024 mencapai 73,5% dari jumlah populasi, bahkan menempatkan Indonesia sebagai negara kedua dengan jumlah pengguna TikTok terbanyak yakni sejumlah 126 juta pengguna setelah Amerika Serikat dengan total pengguna 150 juta (*We Are Social*, 2024; Woodward, 2024). Banyaknya pengguna internet di Indonesia yang berselancar di TikTok, diiringi juga banyaknya penyalahgunaan aplikasi tersebut yakni seperti banyaknya konten negatif, pornografi, cybercrime, komentar negatif, dan informasi bohong atau hoax. Data dari Kemenkominfo pada tahun 2022 menunjukkan bahwa terdapat 1.713.103 aduan konten negatif di Indonesia (Zahran et al., 2023).

Banyaknya konten negatif di media sosial TikTok menunjukkan bahwa masih rendahnya etika pengguna media sosial ini. Etika digital adalah suatu sikap atau tindakan yang mencerminkan adab atau tata krama seseorang dalam menggunakan teknologi digital untuk kepentingan tertentu (Terttiaavini & Saputra, 2022). Berdasarkan pengertian tersebut, sikap dan perilaku pengguna media sosial TikTok di Indonesia menunjukkan bahwa masih rendahnya etika digital mereka. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan beredarnya informasi bohong atau hoax di media sosial TikTok yang dibuat oleh oknum atau akun yang tidak memiliki kejelasan identitas untuk menarik simpati pengguna TikTok agar menonton konten yang dibuat (Damayanti & Prasetyawati, 2023). Selain itu, berdasarkan hasil survey dari Katadata Insight Center dan Kemenkominfo bahwa 11,9% responden pernah menyebarkan berita hoax dan 30% hingga mendekati 60% masyarakat Indonesia pernah terpapar hoax, bahkan ironisnya hanya 21% hingga 36% saja yang mampu mengenali hoax (Fajri, 2023).

Rendahya etika digital dalam penggunaan media sosial TikTok juga dapat dilihat dari banyaknya kasus *cyberbullying* di Indonesia. Pada dasarnya, tindakan *cyberbullying* dapat memberikan dampak buruk bagi psikologi korban, bahkan dapat menyebabkan korban melakukan

bunuh diri (Mutma, 2020). Namun demikian, walaupun sudah banyak korban dari kasus *cyberbullying*, dalam kenyataannya fenomena ini masih marak terjadi di media sosial TikTok. Sebagai bukti perilaku *cyberbullying* berupa *harassment* di media sosial TikTok adalah terdapat pengguna TikTok berkomentar dengan kalimat tidak senonoh kepada akun berinisial z*****a yang mengungkapkan “Gak punya sopan santun, ga malu apa joget kaya gitu kasihan orang tuamu, menarik juga gak tapi jijik iya” (Aser & Paramita, 2022). Hal tersebut berarti bahwa kesadaran masyarakat terhadap dampak buruk dari *cyberbullying* masih rendah, bahkan tidak sedikit masyarakat yang apatis terhadap tindakan tersebut.

Masalah lain yang menunjukkan rendahnya etika digital pengguna media sosial TikTok adalah banyaknya komentar negatif berupa ujaran kebencian. Sama halnya dengan *cyberbullying*, ujaran kebencian (*hate speech*) merupakan tindakan yang dapat melukai dan menyakiti pengguna internet (Widyatnyana et al., 2023). Ujaran kebencian dapat berupa penghinaan, penistaan, pencemaran nama baik, hingga menghasut atau memprovokasi. Salah satu kasus *hate speech* yang terjadi di media sosial TikTok dilakukan oleh akun bernama @indonesia.netizen yang sengaja untuk memberikan pandangan negatif dan merusak citra artis Tiara Andini (Stepani et al., 2023). Melalui unggahan akun tersebut, ditemukan banyak komentar negatif berupa hinaan dan provokasi seperti komentar netizen yang mengatakan “Diet yok ti, malah kayak gajah dance”.

Rendahannya etika pengguna media sosial TikTok di Indonesia juga dapat dipengaruhi oleh kurangnya pendidikan karakter. Pendidikan karakter penting untuk dilakukan sebagai manifestasi untuk menumbuhkan nilai-nilai karakter yang mencakup aspek pengetahuan, perasaan, dan tindakan yang disesuaikan dengan budaya bangsa (Mughtar & Suryani, 2019). Pada dasarnya, pendidikan karakter harus diajarkan di lingkungan keluarga, sekolah, dan masyarakat. Akan tetapi, realita yang terjadi pada saat ini berbanding terbalik. Di lingkungan keluarga, banyak orang tua yang terlalu sibuk dengan pekerjaan sehingga kurang memberikan perhatian dan bimbingan moral kepada anak-anak mereka (Andriyani, 2020). Di lingkungan sekolah, kurikulum yang padat dan berfokus pada prestasi akademik membuat pendidikan karakter sering kali terabaikan (Setiadi, 2015). Sedangkan di masyarakat umum, adanya ketimpangan sosial dan ekonomi juga turut memperparah kondisi ini, dimana nilai-nilai individualisme dan materialisme lebih menonjol dibandingkan dengan nilai-nilai kolektif dan kemanusiaan (Amanullah & Wantini, 2024).

Rendahannya etika masyarakat dalam penggunaan media sosial TikTok juga dapat dipengaruhi oleh minimnya literasi digital. Fakta ini didukung oleh data dari UNESCO yang menunjukkan bahwa minat baca masyarakat Indonesia hanya sebesar 0,001% sehingga Indonesia berada di posisi kedua terbawah dalam hal literasi dunia (Pardosi et al., 2021). Literasi digital adalah kemampuan seseorang dalam menelaah suatu informasi yang berasal dari sumber digital (Naufal, 2021). Esensinya, literasi digital tidak hanya berkaitan dengan penggunaan sumber digital secara efektif, namun literasi digital juga menekankan cara berpikir kritis dalam memahami suatu informasi.

Rendahannya literasi digital yang dapat mempengaruhi etika penggunaan media sosial dapat didukung berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Manuella dan Perdani bahwa tingkat literasi digital memiliki pengaruh signifikan sebanyak 47% terhadap etika penggunaan media sosial Instagram di kalangan peserta didik SMA Negeri 2 Pekanbaru (Manuella & Perdani, 2023). Hasil tersebut juga selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Agustina, Adha, dan Mentari juga menunjukkan bahwa literasi digital memberikan pengaruh terhadap etika bermedia sosial siswa-siswi di MAN 1 Lampung Utara yang ditunjukkan dengan hasil koefisien regresi linier sederhana yakni 0,687 dan nilai signifikan 0,000 (<0,05) (Agustina et al., 2023). Merujuk pada penelitian relevan tersebut, literasi digital terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap etika dalam menggunakan media sosial.

Oleh karena itu, peneliti juga akan mengkaji apakah literasi digital memberikan pengaruh serupa terhadap etika penggunaan media sosial TikTok.

Di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital, literasi digital menjadi salah satu elemen penting bagi pengguna media sosial untuk memahami dan menerapkan etika dalam berinteraksi secara online. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh mana pemahaman literasi digital pengguna media sosial TikTok dapat mempengaruhi perilaku peserta didik terhadap kesadaran terhadap privasi, penyebaran informasi yang akurat, dan menghindari konten yang tidak pantas atau merugikan. Penelitian ini penting untuk dilakukan mengingat banyaknya pengguna media sosial Tiktok yang kurang beretika, sebagaimana dijelaskan pada paragraf sebelumnya bahwa banyak pengguna media sosial TikTok di Indonesia yang menyebarkan *hoax*, banyaknya kasus *cyberbullying* dan *hate speech*, serta banyaknya konten negatif di media sosial TikTok. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pemahaman literasi digital terhadap etika penggunaan media sosial TikTok.

Penelitian ini dilaksanakan di SMK Muhammadiyah 1 Salam yang terletak di Jalan Lapangan Jumoyo, Salam, Magelang, Jawa Tengah. Lokasi ini dipilih karena banyaknya peserta didik yang aktif menggunakan media sosial TikTok dan adanya stigma di kalangan peserta didik, sehingga relevan untuk mengkaji pengaruh pemahaman literasi digital terhadap etika penggunaan media sosial TikTok.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian *ex post facto*. Populasi penelitian ini adalah seluruh peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam dari kelas X, XI dan XII yang berjumlah 516 peserta didik. Adapun dalam mengambil besaran sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh besaran sampel sebanyak 84 peserta didik. Sementara itu, dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan kuesioner dengan teknik *stratified random sampling* dengan perolehan kelas X sebanyak 39 peserta didik, kelas XI sebanyak 21 peserta didik, dan kelas XII sebanyak 24 peserta didik. Validasi instrumen penelitian dilakukan oleh validator ahli (*expert judgement*), kemudian hasilnya diolah menggunakan rumus Aiken V. Analisis data meliputi uji instrumen, uji prasyarat analisis, analisis deskriptif, dan analisis data akhir (uji hipotesis). Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji regresi linear sederhana, Uji T, dan uji koefisien determinasi.

Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan pada 84 peserta didik dari kelas X, XI, dan XII di SMK Muhammadiyah 1 Salam. Dalam mengumpulkan data, peneliti menggunakan kuesioner berupa pernyataan dengan *skala likert* yang berjumlah 19 butir pernyataan untuk variabel literasi digital dan 23 butir pernyataan untuk variabel etika penggunaan media sosial TikTok. Berikut adalah data yang diperoleh setelah dilakukannya analisis deskriptif.

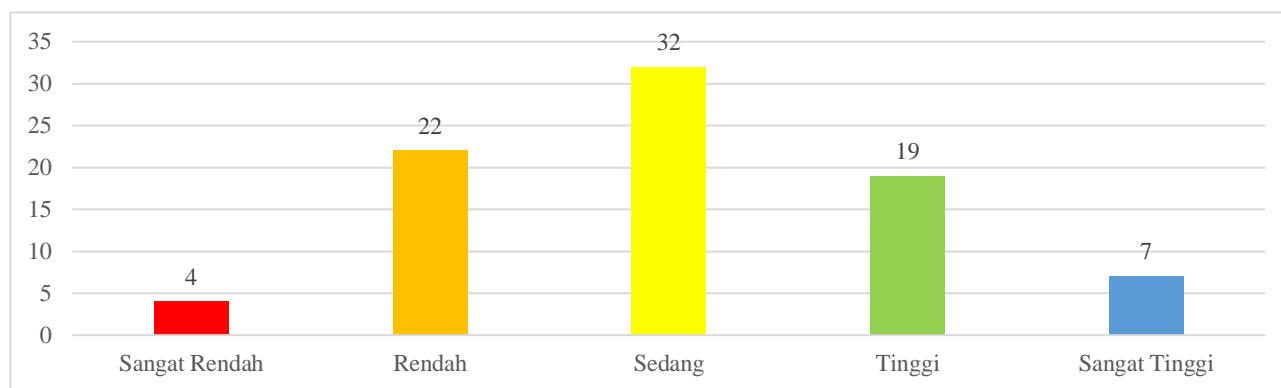
Tabel 1
Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Variabel	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X	84	43	70	57.64	6.523
Y	84	55	89	72.82	8.083
Valid N	84				

Berdasarkan tabel 1, ditunjukkan bahwa N atau data dari setiap variabel yang valid berjumlah 84. Pada variabel literasi digital (X) diperoleh nilai minimum sebesar 43, nilai maksimum sebesar 70, nilai rata-rata (mean) sebesar 57,64, dan standar deviasi sebesar 6,523. Adapun perolehan nilai rata-

rata yang lebih besar dari nilai standar deviasi ($57,64 > 6,523$) menunjukkan bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah dan distribusi nilainya merata. Kemudian setelah dilakukannya kategorisasi, perolehan *mean* sebesar 57,64 menunjukkan bahwa tingkat pemahaman literasi digital peserta didik termasuk pada kategori sedang. Berikut adalah diagram tingkat pemahaman literasi digital peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam.

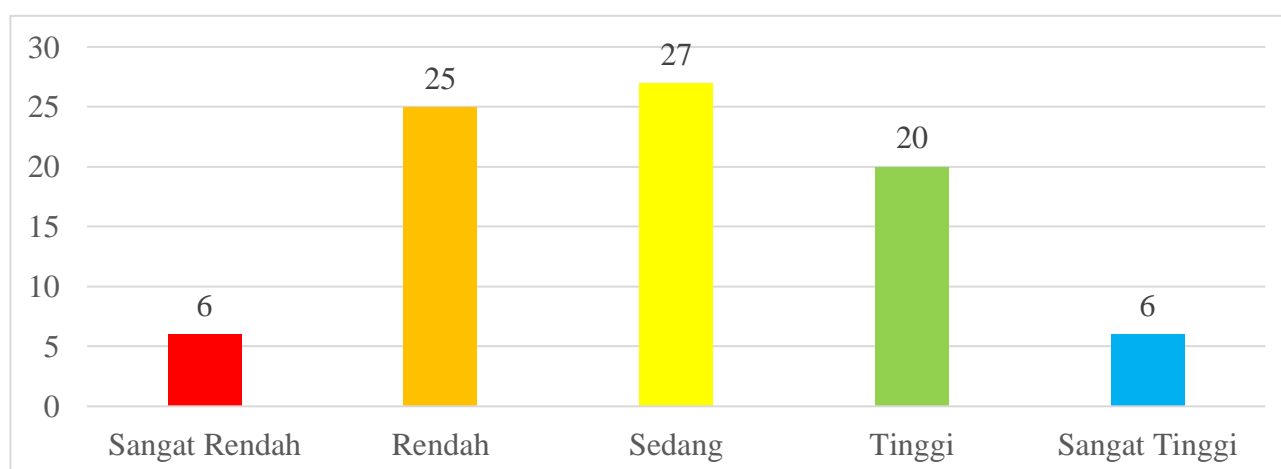
Gambar 1
Kategorisasi Pemahaman Literasi Digital



Berdasarkan diagram di atas, menunjukkan bahwa tingkat pemahaman literasi digital peserta didik untuk kategori sangat tinggi sebanyak 7 peserta didik (8,33%), tinggi sebanyak 19 peserta didik (22,62%), sedang sebanyak 32 peserta didik (38,10%), rendah sebanyak 22 peserta didik (26,19%), sangat rendah sebanyak 4 peserta didik (4,76%).

Sementara itu, pada tabel 1 diketahui bahwa variabel etika penggunaan media sosial TikTok (Y) memperoleh nilai minimum sebesar 55, nilai maksimum sebesar 89, nilai rata-rata (*mean*) sebesar 72,82, dan standar deviasinya sebesar 8,083. Berdasarkan perolehan nilai rata-rata yang lebih besar dibandingkan standar deviasinya ($72,82 > 8,083$) menunjukkan bahwa penyimpangan data yang terjadi rendah dan distribusi nilainya merata. Kemudian setelah dilakukannya kategorisasi, perolehan *mean* sebesar 72,82 menunjukkan bahwa tingkat etika penggunaan media sosial TikTok peserta didik termasuk pada kategori sedang. Berikut adalah diagram tingkat etika penggunaan media sosial TikTok pada peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam.

Gambar 2
Diagram Tingkat Etika Penggunaan Media Sosial TikTok



Berdasarkan diagram di atas, menunjukkan bahwa etika penggunaan media sosial TikTok peserta didik untuk kategori sangat tinggi sebanyak 6 peserta didik (7,14%), tinggi sebanyak 20 peserta didik (23,81%), sedang sebanyak 27 peserta didik (32,14%), rendah sebanyak 25 peserta didik (29,76%), dan sangat rendah sebanyak 6 peserta didik (7,14%).

Adapun hasil analisis data tingkat pemahaman literasi digital dan tingkat etika penggunaan media sosial TikTok pada setiap indikator tersaji pada tabel sebagai berikut.

Tabel 2
Tingkat Literasi Digital dan Etika Penggunaan Media Sosial TikTok Pada Setiap Indikator

Variabel	Indikator	Jumlah Pernyataan	Standar Deviasi	Rata-Rata	Kategori
Pemahaman Literasi Digital	<i>Internet Searching</i>	4	1,63	12,1	Sedang
	<i>Hypertextual Navigation</i>	4	1,75	12,04	Sedang
	<i>Content Evaluation</i>	5	2,54	15,5	Sedang
	<i>Knowledge Assembly</i>	6	2,50	18,01	Sedang
Etika Pemahaman Literasi Digital	<i>Digital Citizenship Identity</i>	3	1,82	9,79	Sedang
	<i>Privacy and Security Management</i>	3	1,57	9,55	Sedang
	<i>Right and Responsibility</i>	8	3,74	25,90	Sedang
	<i>Digital Emphaty</i>	5	2,09	16,24	Sedang
	<i>Active and Engaged</i>	4	1,75	11,32	Sedang

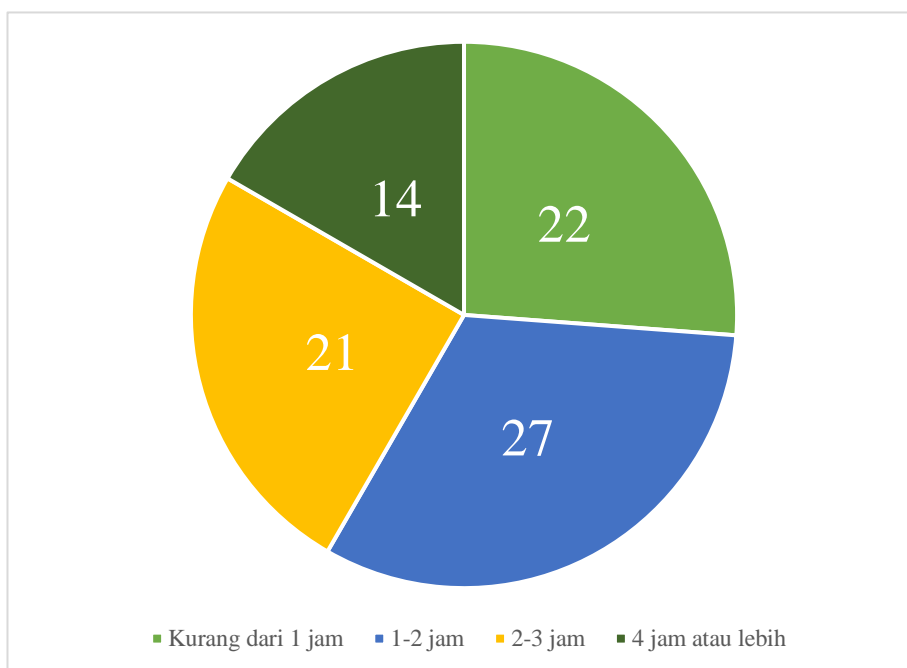
Berdasarkan tabel 2 di atas, pada indikator *internet searching* atau pencarian di internet, diperoleh rata-rata (mean) sebesar 12,1 sehingga tergolong pada kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik memiliki kecakapan yang cukup baik dalam mencari informasi di media sosial TikTok dan dapat mempergunakan TikTok untuk mencari informasi yang relevan. Pada indikator *hypertextual navigation* atau pandu arah, diperoleh rata-rata (mean) sebesar 12,04 sehingga tergolong pada kategori sedang. Hal ini berarti bahwa peserta didik memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menggunakan tautan TikTok. Pada indikator *content evaluation* atau evaluasi konten, diperoleh rata-rata (mean) sebesar 15,5 sehingga tergolong pada kategori sedang. Hal tersebut menunjukkan bahwa peserta didik memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengevaluasi konten yang mereka dapatkan di media sosial TikTok. Pada indikator *knowledge assembly* atau penyusunan pengetahuan, diperoleh rata-rata (mean) sebesar 18,01 dengan kategori sedang. Hal ini berarti bahwa peserta didik memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menggabungkan pengetahuan atau informasi yang mereka dapatkan pada suatu konten di TikTok.

Perolehan nilai rata-rata pada indikator variabel etika penggunaan media sosial TikTok meliputi pada indikator *digital citizenship identity* atau identitas kewarganegaraan digital, diperoleh rata-rata (mean) sebesar 9,79 dengan kategori sedang. Hal ini berarti bahwa peserta didik memiliki

kemampuan yang cukup baik dalam mengelola identitas diri secara bertanggung jawab dalam penggunaan media sosial TikTok. Pada indikator *privacy and security management* atau manajemen privasi dan keamanan, diperoleh rata-rata (*mean*) sebesar 9,55 dengan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik memiliki kemampuan yang cukup baik dalam mengelola dan melindungi data pribadi untuk mencegah berbagai kemungkinan serangan di ruang digital khususnya media sosial TikTok. Pada indikator *right and responsibility* atau hak dan tanggung jawab, diperoleh rata-rata (*mean*) sebesar 25,90 dengan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik memiliki kemampuan yang cukup baik untuk menghargai dan menggunakan hak serta tanggung jawab sebagai warga digital secara proporsional dengan mengedepankan etika dan empati untuk menciptakan lingkungan digital yang sehat terutama dalam penggunaan media sosial TikTok. Pada indikator *digital empathy* atau empati digital, diperoleh rata-rata (*mean*) sebesar 16,24 dengan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik, memiliki empati dalam menggunakan media sosial TikTok yang cukup baik terutama dalam memahami perasaan pengguna lain. Pada indikator *active and engaged* atau aktif dan terlibat, diperoleh nilai rata-rata (*mean*) sebesar 11,32 dengan kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa peserta didik sebagai warga digital memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menggunakan TikTok untuk berpartisipasi dan terlibat secara aktif dalam berbagi informasi dan mencari solusi atas suatu permasalahan.

Adapun intensitas penggunaan media sosial TikTok pada peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam tersaji pada diagram berikut.

Gambar 3
Diagram Intensitas Penggunaan TikTok



Berdasarkan gambar di atas, diketahui bahwa intensitas peserta didik dalam menggunakan media sosial TikTok pada kategori kurang dari 1 jam sebanyak 22 peserta didik, 1-2 jam sebanyak 27 peserta didik, 2-3 jam sebanyak 21 peserta didik, dan 4 jam atau lebih sebanyak 14 peserta didik.

Setelah mengetahui tingkat literasi digital dan etika penggunaan media sosial TikTok pada peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam, peneliti kemudian melakukan uji hipotesis yakni uji

regresi sederhana, uji t, dan uji koefisien determinasi untuk mengetahui pengaruh kedua variabel tersebut. Berikut adalah hasil uji hipotesis dalam penelitian ini.

Tabel 3
Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	22.502	5.634		3.994	.000
Literasi Digital	.873	.097	.704	8.988	.000

a. Dependent Variable: Etika Penggunaan Media Sosial TikTok

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana sebagaimana ditunjukkan pada tabel 36 di atas, maka dapat dirumuskan model persamaan regresinya sebagai berikut.

$$Y = \alpha + \beta X$$

$$Y = 22,502 + 0,873X$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai konstanta sebesar 22,502 berarti bahwa apabila literasi digital (X) bernilai nol (0), maka nilai etika penggunaan media sosial TikTok (Y) diprediksi sebesar 22,502.
2. Nilai koefisien regresi pada variabel literasi digital (X) sebesar 0,873 (positif), artinya setiap peningkatan 1 unit pada literasi digital (X), maka nilai etika penggunaan media sosial TikTok (Y) akan meningkat sebesar 0,873 sehingga terdapat hubungan yang positif diantara kedua variabel tersebut.

Penelitian ini juga melakukan uji T untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (literasi digital) secara parsial terhadap variabel terikat (etika penggunaan media sosial TikTok). Berdasarkan tabel 3 di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, dimana $0,000 < 0,05$, sehingga dalam hal ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Sementara itu, perolehan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,988 > 1,663$), artinya H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara pemahaman literasi digital terhadap etika penggunaan media sosial TikTok pada peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam.

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan dalam penelitian ini untuk melihat seberapa besar pengaruh yang diberikan oleh variabel bebas (literasi digital) secara parsial terhadap variabel terikat (etika penggunaan media sosial TikTok). Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini disajikan pada tabel sebagai berikut.

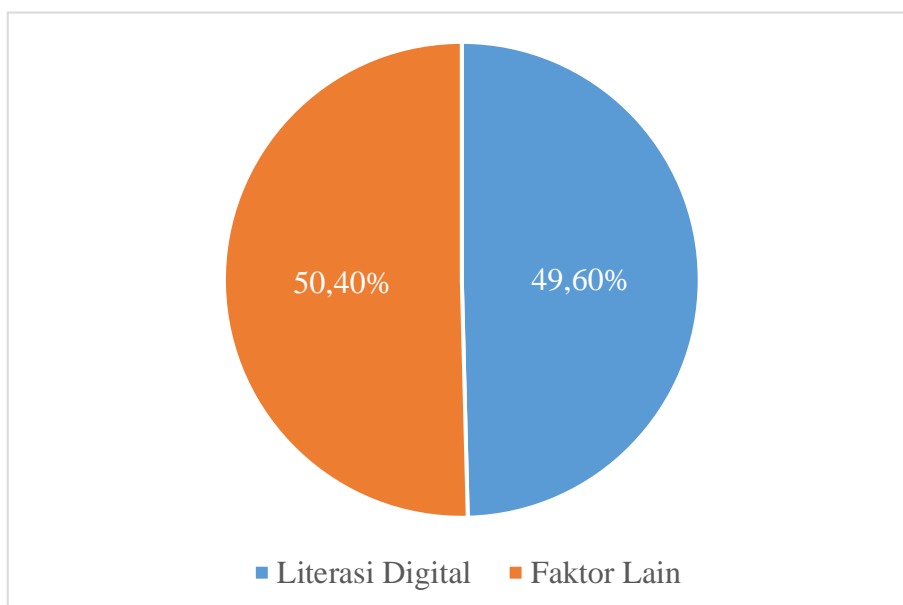
Tabel 4
Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704 ^a	.496	.490	5.771

a. Predictors: (Constant), Literasi Digital

Berdasarkan tabel 4 di atas, besarnya nilai korelasi yaitu sebesar 0,704 sehingga tergolong dalam kategori kuat. Kemudian, dari hasil tersebut diperoleh R Square sebesar 0,496, artinya literasi digital mempengaruhi etika penggunaan media sosial TikTok sebesar 49,6% sedangkan sisanya 50,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Berikut adalah diagram uji koefisien determinasi.

Gambar 4
Koefisien Determinasi (R²)



Simpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman literasi digital peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam tergolong pada kategori sedang dengan perolehan rata-rata (*mean*) sebesar 57,64. Sementara itu, etika penggunaan media sosial TikTok peserta didik SMK Muhammadiyah 1 Salam juga tergolong pada kategori sedang dengan perolehan rata-rata (*mean*) sebesar 72,82. Kemudian berdasarkan hasil uji hipotesis, diperoleh nilai koefisien regresi pada variabel literasi digital sebesar 0,873 (positif), artinya semakin tinggi pemahaman literasi digital, maka semakin tinggi pula etika penggunaan media sosial TikTok peserta didik. Selanjutnya pada uji t, diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($8,988 > 1,663$), artinya H₀ ditolak dan H_a diterima. Kemudian, pada uji koefisien determinasi diperoleh R Square sebesar 0,496, artinya literasi digital memengaruhi etika penggunaan media sosial TikTok sebesar 49,6% sedangkan sisanya 50,4% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Referensi

- Agustina, A., Adha, M. M., & Mentari, A. (2023). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Etika Bermedia Sosial Peserta Didik. *Mindset : Jurnal Pemikiran Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(2), 52–64. <https://doi.org/10.56393/mindset.v3i2.1696>
- Amanullah, W. A., & Wantini, W. (2024). Analisis Kesenjangan Sosial di Sekolah: Perspektif Sosiologi Pendidikan Islam (Studi Kasus di SDN Bhayangkara Yogyakarta). *Jurnal Dirosah Islamiyah*, 6(1), 43–55. <https://doi.org/10.47467/jdi.v6i1.4917>
- Aser, F. G., & Paramita, S. (2022). Fenomena Cyberbullying di Media Sosial TikTok. *Kiwari*, 1(3), 449–453. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i3.1576>

- Damayanti, A. P., & Prasetyawati, H. (2023). Pengaruh Terpaan Berita Hoax Dan Kepercayaan Masyarakat terhadap Penyebaran Berita Hoax Di Media Sosial Tiktok. *Inter Script: Journal of Creative Communication*, 5(1).
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1). <https://doi.org/https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- Manuella, S., & Perdani SP, N. (2023). Pengaruh Tingkat Literasi Digital Terhadap Etika Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Siswa-Siswi SMA Negeri 2 Pekanbaru. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 7(2). <https://doi.org/10.14710/anuva.7.2.263-274>
- Muchtar, A. D., & Suryani, A. (2019). Pendidikan Karakter Menurut Kemendikbud (Telaah Pemikiran atas Kemendikbud). *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33487/edumaspul.v3i2.142>
- Mutma, F. S. (2020). Deskripsi Pemahaman Cyberbullying di Media Sosial pada Mahasiswa. *Jurnal Common*, 4(1). <https://doi.org/10.34010/common.v4i1.217>
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Pardosi, B. Y. A., Manurung, L. M. R., & Firdarianti, R. (2021). Peran Mahasiswa Sebagai Volunteer Dalam Meningkatkan Kualitas Literasi Di Desa 3T. *Aksara: Jurnal Ilmu Pendidikan Nonformal*, 7(2). <https://doi.org/10.37905/aksara.7.2.589-596.2021>
- Rafiq, A. (2019). Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 1(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704>
- Setiadi, Y. (2015). *Implementasi kurikulum 2013 dalam pendidikan karakter peserta didik SMPIT Nurul Hikmah Matraman Jakarta Timur* [Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif Hidayatullah, 2015]. <http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/2870>
- Stepani, D., Sihombing, D. N., & Nadira, J. A. (2023). Linguistik Forensik Ujaran Kebencian terhadap Artis Tiara Andini di Media Sosial Tiktok. *Didaktik: Jurnal Ilmiah PGSD STKIP Subang*, 9(5), 2337–2344. <https://doi.org/https://doi.org/10.36989/didaktik.v9i5.2206>
- Terttiaavini, T., & Saputra, T. S. (2022). Literasi Digital untuk Meningkatkan Etika Berdigital bagi Pelajar di Kota Palembang. *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, 6(3). <https://doi.org/10.31764/jmm.v6i3.8203>
- We Are Social. (2024). Digital 2024: Your Ultimate Guide to the Evolving Digital World. In *We Are Social*. <https://wearesocial.com/id/blog/2024/01/digital-2024/>
- Widyatnyana, K. N., Rasna, I. W., & Putrayasa, I. B. (2023). Analisis Jenis dan Makna Pragmatik Ujaran Kebencian di dalam Media Sosial Twitter. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran Bahasa Indonesia*, 12(1), 68–78. https://doi.org/10.23887/jurnal_bahasa.v12i1.2216
- Woodward, M. (2024, Mei 31). Tiktok User Statistics 2024: Everything You Need to Know. *Search Logistic*. <https://www.searchlogistics.com/learn/statistics/tiktok-user-statistics/>
- Zahran, A. G., Fahmi, R. U., Alwi, & Mukaromah, S. (2023). Analisis Penggunaan Media Sosial Twitter Sebagai Sarana Cyber Pornography. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi dan Sistem Informasi*, 3(1). <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.381>