



Pengaruh Penggunaan Kemasan Ulang Informasi Melalui TikTok terhadap Literasi Informasi Mahasiswa Manajemen Universitas Jambi

Suci Riqsyah Amaliah^{1*}, Ratih Anjelia Guspamora², Ari Pratama³

^{1,2,3} Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Indonesia

Email: sucirqsyh@gmail.com¹, ratihanjelia.gm@gmail.com², aripratama260620@gmail.com³

Alamat: Sungai Bangek, Balai Gadang, Koto Tengah, Kota Padang, Sumatera Barat, 25586

Korespondensi penulis: sucirqsyh@gmail.com

Abstract. *The development of social media has brought about rapid changes in the way information is accessed and consumed. One form of information adaptation is information repackaging that directs and re-presents information in a more interesting and easy-to-understand format. This study aims to determine the extent of the influence of the use of information repackaging through TikTok on the information literacy of Management Students at Jambi University. The study used a quantitative approach with data collection techniques through questionnaires. The results of the study showed that there was an influence of the use of information repackaging through TikTok of 63.0% while the rest (100% -63.0%) was 37% influencing other variables outside this study. The customized R square value of 63% is included in the moderate category, which shows the influence of information repackaging through TikTok on students' information literacy depending on how users use the application.*

Keywords: *Information repackaging, TikTok, information literacy*

Abstrak. Perkembangan media sosial telah membawa perubahan pesat dalam cara mengakses dan mengonsumsi informasi. Salah satu bentuk adaptasi informasi adalah kemasan ulang informasi yang menyederhanakan dan menyajikan ulang informasi dalam format yang lebih menarik dan mudah dipahami. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh penggunaan kemasan ulang informasi melalui TikTok terhadap literasi informasi Mahasiswa Manajemen Universitas Jambi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh penggunaan kemasan ulang informasi melalui TikTok sebesar 63,0% sedangkan sisanya (100%-63,0%) adalah 37% dipengaruhi variabel lain di luar penelitian ini. Nilai adjusted R square 63% termasuk dalam kategori moderat atau sedang, yang menunjukkan pengaruh kemasan ulang informasi melalui TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa tergantung dari bagaimana pengguna memanfaatkan aplikasi tersebut.

Kata kunci: Kemasan ulang informasi, TikTok, literasi informasi

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi kian meningkat seiring dengan mengikuti arus perkembangan zaman. Pemanfaatan teknologi yang maksimal akan membuat semua aktivitas jauh lebih mudah dan cepat. Munculnya media sosial dan situs jejaring sosial sebagai alat yang ampuh untuk mengelola arus informasi di berbagai bidang yang berbeda merupakan akibat yang timbul di era internet dan teknologi yang terus berkembang (Rahmi et al., 2023). Media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan, dimana media sosial memungkinkan setiap individu untuk berdiskusi, berbagi pendapat ataupun informasi melalui jaringan digital. Menurut Kavitha (2024) media sosial digunakan untuk membangun jejaring sosial atau hubungan sosial dengan orang lain yang memiliki minat, aktivitas, latar belakang, atau koneksi kehidupan yang sama, serta memfasilitasi interaksi dalam berbagai bentuk antar pengguna.

Diantara banyaknya media sosial yang digunakan saat ini, TikTok merupakan platform yang populer di kalangan mahasiswa. Namun, di sisi lain TikTok mulai digunakan sebagai sarana penyebaran informasi edukatif yang dikemas ulang dengan sedemikian rupa agar lebih menarik dan mudah dipahami. Kemasan ulang informasi merupakan suatu kegiatan yang melibatkan pemrosesan ulang informasi yang sudah ada, kemudian mengemasnya ke dalam berbagai bentuk media penyimpanan dan menyesuaikan dengan kebutuhan pengguna informasi, sehingga memudahkan mereka dalam menemukan informasi (Hasfera, 2017). Menurut Fakhlina & Fauzi (2017) kemasan ulang informasi merupakan kegiatan yang dilakukan untuk memperbarui bentuk informasi yang telah ada sebelumnya atau mengubah bentuk informasi tanpa merusak pengetahuan yang terkandung di dalamnya. Sumber informasi dipilih, diperoleh dan di atur sehingga pencari informasi dapat memperoleh akses yang cepat dan mudah ke sumber informasi (Arwendria, 2022).

TikTok sebagai platform video pendek telah berkembang pesat dan meningkat menjadi media alternatif penting bagi akses dan penyebaran informasi. Fenomena ini mencerminkan pergeseran pola konsumsi informasi dari media tradisional ke bentuk yang lebih interaktif dan ringkas. Namun disisi lain, masifnya penyebaran informasi melalui video pendek ini menimbulkan permasalahan literasi, di mana sebagian pengguna masih rentan terhadap misinformasi dan hoax karena kurangnya waktu pengecekan fakta dan kecenderungan melakukan 'scroll' tanpa evaluasi kritis terhadap informasi. Masyarakat Penelitian oleh Wiryanada (2021) menunjukkan pengguna muda berada pada tingkat literasi media 'sedang', artinya meskipun menyadari pentingnya validasi informasi, mereka masih kesulitan dalam menilai kebenaran konten TikTok.

Disisi lain, dalam konteks akademik, mahasiswa perlu memiliki literasi informasi yang baik agar mampu menilai sumber, membedakan fakta dari opini, serta menyusun argumen ilmiah yang valid. Universitas Jambi merupakan salah satu perguruan tinggi yang mahasiswanya juga menggunakan TikTok yang sumber belajar dan informasi non-formal. Hasil dari kemasan ulang informasi yang disajikan dalam bentuk lebih ringkas, mudah di pahami, dan lebih menarik menjadi alasan mahasiswa untuk mencari informasi di TikTok. Temuan awal didapatkan mahasiswa menggunakan TikTok secara aktif untuk mencari informasi terkait dengan materi perkuliahan, pedoman pembuatan tugas, tutor, dan lain sebagainya yang di mana informasi tersebut dominan tidak didapatkan saat di kelas. Namun, kesenjangan informasi dapat terjadi karena mahasiswa cenderung menerima konten tanpa menelusuri ke sumber utama terlebih dahulu. Hal ini sejalan dengan penelitian oleh Indriani & Krismayani (2024) yang mengungkapkan bahwa tingkat literasi media mahasiswa cukup bervariasi dalam

menghadapi informasi hoax di TikTok, ada yang melakukan semua aspek literasi dan sebagian hanya beberapa saja. Mahasiswa dikatakan mempunyai kemampuan literasi informasi yang baik yaitu dapat memproses informasi dengan menggunakan bahasa mereka sendiri, mengedit, dan membuat karya baru (Rahmi & Erza, 2021).

Studi oleh Hutajulu et al. (2022) membahas peran aplikasi TikTok terhadap minat belajar dengan pendekatan kuantitatif dan pengumpulan data melalui kuesioner terhadap kelas 12 yang menggunakan aplikasi TikTok. Berdasarkan hasil penelitian, 40,4% TikTok berpengaruh terhadap minat belajar siswa SMA Swasta RK Timur Pematangsiantar.

Studi oleh Latifah et al. (2024) mengungkapkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap literasi informasi mahasiswa. Temuan ini memberikan indikasi yang kuat bahwa penggunaan TikTok dapat berpengaruh terhadap literasi informasi, meskipun terdapat faktor lain yang mempengaruhi. Chyne et al. (2023) menunjukkan penggunaan media sosial sebagai media informasi sangat umum di kalangan mahasiswa yang harus diiringi dengan kemampuan evaluasi terhadap informasi yang diperoleh. Kemampuan literasi yang rendah dapat menyebabkan individu sulit membedakan antara konten akurat dan hoax, karena masih kurangnya kemampuan dalam mengevaluasi, menciptakan, dan menyebarkan informasi dengan kritis. Literasi informasi menjadi suatu hal yang harus diperhatikan dengan maraknya penyebaran informasi tanpa batas ruang dan waktu.

Berdasarkan penjelasan diatas, didapati rumusan masalah yaitu sejauh mana pengaruh penggunaan kemas ulang informasi melalui TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa?. Dengan menggunakan dua teori tersebut Kemudian Penelitian ini dilakukan dengan tujuan dapat memberikan gambaran seberapa besar pengaruh penggunaan kemas ulang informasi melalui Tiktok terhadap literasi informasi dan menjadi rekomendasi bagi institusi untuk mengimplementasikan platform digital dalam strategi peningkatan literasi mahasiswa.

2. KAJIAN TEORITIS

Kemas ulang informasi merupakan strategi penyajian kembali informasi agar lebih mudah dipahami dan diterima oleh audiens dengan memperhatikan aspek bentuk, gaya penyampaian, serta media yang digunakan. Informasi yang awalnya panjang dikemas ulang dengan bentuk yang lebih ringkas dan lebih mudah untuk dipahami. Konsep kemas ulang informasi di platform media sosial seperti TikTok merupakan bentuk dari transformasi konten teks ke video singkat tanpa kehilangan makna isinya. Hal ini sejalan dengan prinsip *microlearning*, dimana informasi di sajikan dalam bentuk audiovisual berdurasi singkat sehingga mudah di pahami dan meningkatkan engagement serta retensi pengguna (Meliana &

Seli, 2023). Sama halnya yang dilakukan oleh mahasiswa Manajemen Universitas Jambi, dimana mahasiswa tersebut menggunakan TikTok sebagai media pembelajaran alternatif.

Muncul tantangan baru dalam penyajian video singkat ini. Konsumsi konten pendek dengan pergantian konteks berbeda yang cepat dapat merusak ingatan prospektif pengguna, yang mengakibatkan penurunan kemampuan dalam berpikir (Chiossi et al., 2023). Selain itu, studi oleh Denojean-Mairet et al. (2024) menyatakan bahwa pembelajaran berbasis *microlearning* memang efektif dalam meningkatkan retensi namun kurang sesuai untuk materi yang membutuhkan pemahaman mendalam.

Untuk menggali motivasi mahasiswa dalam menggunakan kemasan ulang informasi melalui TikTok, teori *Uses and Gratification 2.0* oleh Ruggiero (2000) yang melihat pengguna sebagai pengguna aktif dalam media berdasarkan kognitif, afektif, personal integrative, dan social integrative. Kognitif berkaitan dengan kebutuhan akan informasi, pengetahuan dan pemahaman. Afektif merupakan kebutuhan dalam memperoleh kesenangan emosional, pemuasan estetika, dan hiburan. Personal integrative merupakan kebutuhan untuk memperkuat rasa percaya diri dalam memvalidasi nilai atau pandangan pribadi. Social integrative merupakan keikutsertaan dalam hubungan sosial dan komunikasi interpersonal. Studi oleh Meliana & Seli (2023) dan Conde-Caballero et al. (2024) menunjukkan bahwa generasi Z menggunakan platform TikTok sebagai sumber edukatif, hiburan, media interaksi sosial, dan sarana ekspresi kepribadian. Kajian lain memperkuat hal ini dengan menunjukkan bahwa mahasiswa yang aktif di TikTok cenderung memiliki tujuan pembelajaran dan hiburan (Stamenković & Mitrović, 2023).

Tentunya dengan penggunaan konten, harus ada evaluasi konten untuk menghindari misinformasi. Sejalan dengan hal tersebut Caulfield (2017) telah memberikan solusi evaluasi dalam menilai keandalan konten digital dengan menggunakan 4 indikator yaitu stop, investigate the source, find trusted coverage, dan track back to the original. Stop merupakan kemampuan dalam menghentikan konsumsi informasi secara impulsif, ini mencegah penyebaran informasi yang belum tervalidasi dengan menghentikan pencarian atau konsumsi informasi saat menemukan informasi yang mencurigakan, provokatif, atau emosional. Investigate the source merupakan kemampuan dalam menyelidiki atau menelusuri sumber konten untuk mengidentifikasi kredibilitas informasi. Find trusted coverage merupakan kemampuan membandingkan informasi dengan berbagai sumber kredibel lainnya. Trace claims, quotes, and media yaitu kemampuan mengidentifikasi apakah informasi sudah dikemas ulang dengan sumber yang sama seperti konteks sebelumnya atau konteksnya sudah berubah. Studi oleh Sudarto (2023) menyatakan penerapan teknik SIFT secara signifikan meningkatkan

kemampuan mahasiswa dalam memverifikasi informasi dari media sosial, memperkuat kompetensi kritis dan reflektif terhadap konten digital.

Kedua teori ini dipilih dan digunakan secara bersamaan dalam penelitian ini. Penelitian ini akan menjawab sejauh mana penggunaan kemas ulang informasi melalui TikTok dapat mempengaruhi kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi, memfilter, dan menggunakan informasi secara tepat, etis, dan kritis.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, yang bertujuan untuk memperlihatkan keterkaitan pengaruh antara kemas ulang informasi melalui TikTok sebagai variabel X dan literasi informasi mahasiswa sebagai variabel Y, pada mahasiswa jurusan Manajemen Informasi Universitas Jambi. Penelitian ini bersifat objektif yang meliputi pengumpulan data kuantitatif, analisis, serta pengujian statistik. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah simple random sampling sebanyak 30 orang, jumlah ini dipilih karena telah memenuhi batas minimal analisis statistik dan dinilai cukup representatif untuk penelitian skala kecil. Pemilihan jumlah sampel ini juga mempertimbangkan keterbatasan waktu, tenaga, dan akses selama proses pengumpulan data.

Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner tertutup menggunakan skala Likert 1 – 5 yang disusun berdasarkan indikator masing-masing variabel yaitu item untuk mengukur intensitas dan jenis penggunaan kemas ulang informasi melalui TikTok berdasarkan teori Ruggiero (2000) dan item untuk mengukur literasi informasi berdasarkan model yang di adaptasi dari teori Caulfield (2017). Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linear, untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh signifikan dari variabel X terhadap variabel Y. Pengolahan data dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak statistik yaitu SPSS.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Variabel, Dimensi dan Indikator Penelitian

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Kuesioner
X: Penggunaan Kemas Ulang Informasi melalui TikTok	Kognitif	1. Mengakses konten TikTok untuk mendapatkan informasi. 2. Menilai relevansi konten dengan kebutuhan belajar	1, 2
	Social Integrative	1. Diskusi tentang konten TikTok	3
	Personal Integrative	1. Konten mencerminkan minta/kebutuhan.	4, 5

		2. Termotivasi setelah menonton konten informatif.	
	Afektif	1. Informasi disajikan secara menarik. 2. Lebih tertarik belajar karena cara penyampaian 3. Informasi mudah di ingat karena bentuk hiburan.	6, 7, 8
Y: Literasi Informaasi	Stop	1. Berhenti sejenak sebelum mempercayai informasi. 2. Berpikir kritis sebelum percaya 3. Waspada terhadap konten sensasional	9, 10, 11
	Investigate the source	1. Mengecek pembuat konten. 2. Menelusuri reputasi akun. 3. Menilai keahlian pembuat konten. 4. Memperhatikan kredibilitas akun.	12, 13, 14, 15
	Find better coverege	1. Mengonfirmasi dengan dua sumber. 2. Tidak hanya mengandalkan TikTok	16, 17
	Trace claims, quotes, and media	1. Melacak sumber asli. 2. Mengecek konteks gambar/video.	18, 19

Dalam penelitian ini, dilaksanakan beberapa pengujian untuk menunjukkan bahwa data yang diperoleh telah terbukti secara ilmiah, dengan menggunakan bantuan perangkat lunak IBM SPSS Statistics 21.

Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan tingkat akurasi suatu alat ukur (Machali, 2021). Butir kuesioner dapat dikatakan valid dengan membandingkan r_{hitung} dan r_{tabel} . Data dikatakan valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan dinyatakan tidak valid jika $r_{hitung} < r_{tabel}$.

Tabel 2. Uji Validitas Penggunaan Kemasan Ulang Informasi Melalui TikTok

No. item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,436	0,361	Valid
2	0,620	0,361	Valid
3	0,550	0,361	Valid
4	0,711	0,361	Valid
5	0,599	0,361	Valid
6	0,423	0,361	Valid
7	0,725	0,361	Valid
8	0,714	0,361	Valid

Data pada tabel 2 menjelaskan bahwa hasil dari uji validitas penggunaan aplikasi TikTok menyatakan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai 0,361. Hal ini dapat menjelaskan bahwa semua pernyataan – pernyataan yang diberikan adalah valid.

Tabel 3. Uji Validitas Literasi Informasi

No. item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,910	0,361	Valid
2	0,895	0,361	Valid
3	0,679	0,361	Valid
4	0,580	0,361	Valid
5	0,925	0,361	Valid
6	0,910	0,361	Valid
7	0,849	0,361	Valid
8	0,630	0,361	Valid
9	0,818	0,361	Valid
10	0,617	0,361	Valid
11	0,917	0,361	Valid

Dari tabel 3 dapat diketahui bahwa uji validitas pengguna aplikasi TikTok menyatakan bahwa $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan nilai 0,361. Hal ini dapat menjelaskan bahwa semua pernyataan – pernyataan yang diberikan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan pengujian yang dilakukan untuk memastikan instrumen tersebut memberikan hasil yang konsisten jika digunakan berulang – ulang (Zulfikar et al., 2024). Dikatakan reliabel apabila *Cronbach's Alpha* $> 0,6$.

Tabel 4. Uji Reliabilitas

Variabel	r_{xy}	r_{tabel}	Keterangan
Penggunaan Kemas Ulang Informasi Melalui TikTok	0,685	0,6	Reliabel
Literasi Informasi	0,940	0,6	Reliabel

Data pada tabel 4 menjelaskan bahwa hasil dari uji reliabilitas penggunaan kemas ulang informasi melalui TikTok dan literasi informasi mahasiswa menunjukkan bahwa *Cronbach's Alpha* $> 0,6$. Hal ini dapat menjelaskan bahwa semua pernyataan – pernyataan yang diberikan adalah reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residu atau perbedaan dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak normal (Machali, 2021). Dengan menggunakan nilai signifikansi tersebut, dapat ditarik kesimpulan apakah data yang diuji berdistribusi normal atau tidak. Adapun pengambilan keputusannya sebagai berikut:

- a. Jika nilai signifikansi > 0,05, maka data berdistribusi normal
- b. Jika nilai signifikansi < 0,05, maka data tidak berdistribusi normal

Dalam penelitian ini digunakan uji Shapiro Wilk

Tabel 5. Uji Normalitas

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Penggunaan Kemasan Ulang Informasi Melalui Tiktok	,119	30	,200*	,980	30	,828
Literasi Informasi	,123	30	,200*	,967	30	,449

Sumber: Olah da

Data pada tabel 5 menjelaskan bahwa signifikansi variabel X yaitu 0,828 dan Y yaitu 0,449 > 0,05. Sehingga dapat dinyatakan bahwa data tersebut berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas merupakan uji yang diperlukan untuk mengetahui bentuk hubungan yang ada di antara variabel yang diteliti (Machali, 2021). Jika signifikansi dua variabel > 0,05 uji ini sebagai prasyarat untuk analisis regresi linier atau korelasi.

Tabel 6. Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Literasi Informasi * Penggunaan Kemasan Ulang Informasi Melalui Tiktok	Between Groups	(Combined)	1143,967	14	81,712	6,159	<,001
		Linearity	862,628	1	862,628	65,022	<,001
		Deviation from Linearity	281,339	13	21,641	1,631	,181
	Within Groups		199,000	15	13,267		
Total			1342,967	29			

Data pada tabel 6 menjelaskan bahwa nilai signifikansi yang didapatkan adalah 0,181. Maka dapat dinyatakan bahwa hubungan antara variabel penggunaan kemasan ulang informasi melalui TikTok dan literasi informasi mahasiswa adalah linear karena 0,181 > 0,05.

Analisis Hasil Uji Hipotesis

Tujuan dari melakukan uji hipotesis adalah untuk mengetahui apakah literasi informasi mahasiswa yang menjadi variabel dependen penelitian dipengaruhi oleh penggunaan kemasan ulang informasi melalui TikTok yang menjadi variabel independen penelitian. Pengujian ini menggunakan uji koefisien determinasi (r^2) menggunakan teknik korelasi produk momen.

Tabel 7. Uji Hipotesis

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,801 ^a	,642	,630	4,142

Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh yang diberikan kemas ulang informasi melalui TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Jambi yang ditunjukkan oleh Adjusted R-Square adalah sebesar 63,0%. Artinya bahwa pengaruh variabel independen penggunaan kemas ulang informasi melalui TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa jurusan Manajemen Universitas Jambi ditunjukkan oleh hasil adjusted R-Square adalah 63,0% sedangkan sisanya (100%-63,0%) 37% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak di bahas pada penelitian ini. Maka menurut Chin (1998) adjusted R square 63% termasuk dalam kategori moderat atau sedang.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat disimpulkan bahawa hasil penggunaan kemas ulang informasi melalui TikTok berpengaruh terhadap literasi informasi mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Jambi. Pengaruh penggunaan kemas ulang informasi melalui TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa ditunjukkan oleh adjusted R-Square adalah 63,0% sedangkan sisanya (100%-63,0%) 37% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak di bahas pada penelitian ini. Menurut Chin (1998) nilai adjusted R-Square 63% termasuk dalam kategori moderat (sedang) sehingga pengaruh penggunaan kemas ulang informasi melalui TikTok terhadap Literasi Informasi mahasiswa termasuk sedang khususnya dalam aspek kemampuan mengevaluasi sumber, membandingkan informasi, serta menelusuri asal usul dari konten tersebut. TikTok dapat dijadikan sebagai saran penyampaian dan penyebaran informasi secara menarik dan edukatif jika dikemas dengan baik. Dengan demikian, kemas ulang informasi melalui media sosial seperti TikTok memiliki peran penting dalam membentuk dan mengembangkan literasi informasi mahasiswa. Oleh karena itu, pemanfaatan media sosial sebagai media edukasi perlu dikembangkan dengan literasi yang kritis dan dapat dipertanggung jawab.

DAFTAR REFERENSI

- Arwendria. (2022). Kerangka pikiran kemasan ulang informasi: Suatu kajian berpikir desain. *Al-Ma'arif: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi Islam*, 14–26.
- Caulfield, M. (2017). *Web Literacy for Student Fact-Checkers*.
- Chiossi, F., Haliburton, L., Ou, C., Butz, A., & Schmidt, A. (2023). Short-Form Videos Degrade Our Capacity to Retain Intentions: Effect of Context Switching On Prospective Memory. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–15. <https://doi.org/10.1145/3544548.3580778>
- Chyne, R. C., Khongtim, J., & Wann, T. (2023). Evaluation of social media information among college students: An information literacy approach using CCOW. *The Journal of Academic Librarianship*, 49(5). <https://doi.org/10.1016/j.acalib.2023.102771>
- Conde-Caballero, D., Castillo-Sarmiento, C. A., Ballesteros-Yáñez, I., Rivero-Jiménez, B., & Mariano-Juárez, L. (2024). Microlearning through TikTok in Higher Education. An evaluation of uses and potentials. *Education and Information Technologies*, 29(2), 2365–2385. <https://doi.org/10.1007/s10639-023-11904-4>
- Denojean-Mairet, M., López-Pernas, S., Agbo, F. J., & Tedre, M. (2024). A literature review on the integration of microlearning and social media. *Smart Learning Environments*, 11(1), 46. <https://doi.org/10.1186/s40561-024-00334-5>
- Fakhlina, R. J. & Fauzi. (2017). Kemasan ulang informasi dalam melestarikan pengetahuan tradisional baralek khatam Al Quran di Nagari Kamang Hilia kec.Kamang Magek Kab.Agam Prov. Sumatera Barat. *Islam and Humanities (Islam and Malay Local Wisdom)*, 628–639.
- Hasfera, D. (2017). Curation and management of cultural heritage through libraries. In *Information repackaging in preserving indigenous knowledge of Minangkabau folklore* (pp. 181–190).
- Hutajulu, C. S. M., Sherly, S., & Herman, H. (2022). Peran Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Belajar Siswa SMA. *EDUKATIF: JURNAL ILMU PENDIDIKAN*, 4(2), 3002–3010. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i2.2546>
- Indriani, N. N., & Krismayani, I. (2024). Kemampuan literasi media mahasiswa Universitas Diponegoro angkatan 2018 dalam menggunakan media sosial TikTok untuk menghadapi informasi hoax. *ANUVA: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, dan Informasi*, 8(1), 31–40.
- Kavitha, K. (2024). Social Media and Social Networking. *INTERANTIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT*, 08(03), 1–5. <https://doi.org/10.55041/IJSREM29635>
- Latifah, N., Norjannah, W., & Lina, M. (2024). Pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap literasi informasi mahasiswa jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(1), 83. <https://doi.org/10.20961/jpi.v10i1.75570>

- Machali, I. (2021). *Metode penelitian kuantitatif: Panduan praktis merencanakan, melaksanakan dan analisis dalam penelitian kuantitatif* (A. Q. Habib, Ed.).
- Meliana, R., & Seli, F. Y. (2023). Microlearning: In Media social TikTok video. *HORIZON: Indonesian Journal of Multidisciplinary*, 1(2), 84–91. <https://doi.org/10.54373/hijm.v1i2.105>
- Rahmi, L., & Erza, E. K. (2021). Kompetensi literasi informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan dalam pembelajaran jarak jauh selama pandemi COVID-19. *Publication Library and Information Science*, 5(1), 67–87. <https://doi.org/10.24269/pls.v5i1.3904>
- Rahmi, L., Fakhlina, R. J., & Daulay, R. (2023). Penggunaan media sosial dan perilaku pencarian informasi mahasiswa Ilmu Perpustakaan dan Informasi dalam pembelajaran. *Literatify: Trends in Library Developments*, 286–298. <https://doi.org/10.24252/literatify.vi.42721>
- Ruggiero, T. E. (2000). Uses and Gratifications Theory in the 21st Century. *Mass Communication and Society*, 3(1), 3–37. https://doi.org/10.1207/S15327825MCS0301_02
- Stamenković, I., & Mitrović, M. (2023). The motivation for using the social media platform tiktok from the perspective of the uses and gratifications theory. *MEDIA STUDIES AND APPLIED ETHICS*, 4(2), 9–23. <https://doi.org/10.46630/msae.2.2023.02>
- Sudarto, S. (2023). Pentingnya Literasi Informasi Dalam Mengatasi Hoax. *RETORIKA : Jurnal Kajian Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 5(2), 72–83. <https://doi.org/10.47435/retorika.v5i2.2190>
- Wiryanada, L. (2021). *Literasi media sosial di TikTok (Studi deskriptif pada emaja dalam menentukan validitas informasi)* [Skripsi, Universitas Islam Riau]. <http://repository.uir.ac.id/id/eprint/14253>
- Zulfikar, R., Permata, F., Fatmayati, A., Wandini, K., Haryati, T., Jumini, S., Nurjanah, Annisa, S., Kusumawardhani, O. B., Mutiah, R., Linggi, A. I., & Fadilah, H. (2024). *Metode penelitian kuantitatif: Teori, metode dan praktik*. Widina Media Utama.