



PENGARUH KONTEN TIKTOK GADGETIN TERHADAP PENINGKATAN PENGETAHUAN TEKNOLOGI DIGITAL PADA GENERASI Z

Muhammad Fathin Imaddudin ¹, David Rizar Nugroho ², Enden Darjatul Ulya ³, Mulyono ⁴

¹²³⁴ Komunikasi Digital dan Media, Sekolah Vokasi IPB University

E-mail: fathinnnimaddudin07@gmail.com ¹, davidrizarnugroho@unpak.ac.id ², endenulya@gmail.com ³, mulyonomul@apps.ipb.ac.id

Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten TikTok dari kreator GadgetIn terhadap peningkatan pengetahuan teknologi digital pada Generasi Z. Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik analisis regresi linier sederhana. Responden dalam penelitian ini berjumlah 150 orang, yang merupakan pengguna aktif TikTok dan pernah menonton konten GadgetIn. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert 1–5 untuk mengukur frekuensi paparan, kualitas penyampaian, dan kredibilitas informasi, serta tingkat pemahaman teknologi digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten TikTok GadgetIn memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap pengetahuan teknologi digital Generasi Z, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,705 atau 70,5%. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas penyampaian, frekuensi paparan, dan kredibilitas informasi menjadi faktor utama yang mendorong efektivitas edukasi digital melalui media sosial. Dengan demikian, TikTok terbukti dapat menjadi sarana pembelajaran non-formal yang efektif dalam meningkatkan literasi dan pengetahuan teknologi generasi muda.

Sejarah Artikel

Submitted: 24 November 2025

Accepted: 28 November 2025

Published: 29 November 2025

Kata Kunci

Edukasi Digital, Generasi Z, Konten Tiktok, Literasi Teknologi, Pengetahuan Teknologi

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi membuat media sosial menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari dan berfungsi tidak hanya untuk hiburan tetapi juga sebagai sumber informasi. Salah satu platform yang menonjol adalah TikTok karena format videonya yang singkat dan menarik sehingga mudah diakses oleh pengguna muda. Peran TikTok telah meluas dari sekadar hiburan menjadi sarana pencarian informasi yang efektif bagi generasi muda. Kondisi ini menunjukkan bahwa platform tersebut memiliki potensi besar untuk mempengaruhi pola komunikasi dan konsumsi informasi di era digital. Oleh karena itu, kajian tentang dampak konten edukatif di TikTok menjadi relevan untuk memahami pergeseran fungsi media sosial.

Generasi Z cenderung aktif menggunakan platform daring untuk mencari informasi karena mereka tumbuh bersama teknologi digital. Karakteristik penggunaan yang praktis dan visual membuat generasi ini sering memilih konten pendek yang informatif dan mudah dicerna. Akibatnya, kreator konten yang mampu menyajikan materi secara ringkas dan menarik memiliki peluang besar mempengaruhi pengetahuan audiens muda. Namun pola konsumsi cepat juga menimbulkan tantangan tersendiri dalam memastikan kualitas dan kedalaman informasi yang diterima. Oleh sebab itu penting menilai sejauh mana paparan konten di platform seperti TikTok benar-benar berdampak pada literasi dan pemahaman teknis.

GadgetIn merupakan salah satu kreator konten teknologi yang aktif membagikan ulasan dan penjelasan seputar gadget serta tren teknologi. Konten yang dihadirkan cenderung bersifat informatif sekaligus menghibur, sehingga potensinya sebagai media edukasi cukup besar. Jika



konten tersebut memiliki kualitas penyampaian dan kredibilitas yang baik, maka ia dapat membantu meningkatkan pemahaman audiens tentang konsep teknis, spesifikasi produk, dan inovasi teknologi. Namun, efektivitasnya perlu diuji secara empirik untuk mengetahui sejauh mana paparan tersebut benar-benar mempengaruhi pengetahuan. Oleh karena itu fokus pada kreator spesifik seperti GadgetIn membantu mengukur efek konten edukatif dalam konteks nyata.

Meski platform digital membuka akses informasi lebih luas, fenomena penyebaran informasi tidak terverifikasi tetap menjadi persoalan penting. Tingginya paparan konten singkat dapat memperbesar risiko menerima informasi yang kurang akurat jika sumbernya tidak kredibel. Karena itu, literasi digital yang meliputi kemampuan berpikir kritis dan memilah informasi menjadi kapasitas penting bagi Generasi Z. Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami bagaimana kualitas konten termasuk frekuensi paparan, kejelasan penyampaian, dan kredibilitas kreator berkaitan dengan peningkatan literasi teknologi. Dengan demikian kajian ini tidak hanya menilai seberapa sering konten ditonton tetapi juga aspek kualitas yang menentukan dampaknya.

Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan karakteristik konten GadgetIn di TikTok, menggambarkan tingkat pengetahuan teknologi digital pada Generasi Z, dan menganalisis pengaruh konten tersebut terhadap peningkatan pengetahuan. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner berbasis skala Likert. Fokus dibatasi pada pengguna TikTok Generasi Z yang pernah menonton konten GadgetIn agar hasil lebih terarah dan relevan. Temuan diharapkan memberi kontribusi baik secara teoretis untuk studi komunikasi digital maupun secara praktis untuk pembuat konten dan pendidik. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan menjadi dasar rekomendasi dalam mengoptimalkan konten edukatif di platform media sosial.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif asosiatif untuk menganalisis hubungan antara konten TikTok GadgetIn dan pengetahuan teknologi digital Generasi Z. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan pengukuran variabel secara objektif dan terukur melalui angka, frekuensi, dan persentase. Dengan metode ini, peneliti dapat menguji hipotesis dan mengetahui sejauh mana pengaruh konten edukatif TikTok terhadap pemahaman teknologi generasi muda. Hubungan antarvariabel dianalisis secara sistematis melalui teknik statistik yang relevan. Oleh karena itu, pendekatan ini dianggap paling sesuai untuk menjawab tujuan penelitian yang bersifat analitis dan pengujian hubungan.

Responden dalam penelitian ini adalah Generasi Z berusia 12–27 tahun yang aktif menggunakan TikTok dan pernah menonton konten GadgetIn. Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan kuesioner digital (Google Form) dalam rentang waktu Oktober hingga Desember 2025. Populasi penelitian mencakup seluruh individu Generasi Z yang mengenal konten GadgetIn di TikTok. Sampel ditentukan menggunakan rumus Cochran untuk memperoleh jumlah responden yang representatif, yaitu sekitar 150 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, dengan kriteria tertentu seperti usia dan pengalaman mengakses konten GadgetIn.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder yang saling melengkapi. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert 1–5 yang mengukur intensitas menonton, kejelasan konten, kredibilitas sumber, serta tingkat pemahaman teknologi digital. Sementara itu, data sekunder diperoleh dari jurnal, dokumen resmi, situs web,



dan penelitian sebelumnya untuk memperkuat kerangka teori. Penggunaan kedua jenis data ini bertujuan meningkatkan validitas, akurasi, dan kedalaman analisis penelitian. Dengan kombinasi ini, penelitian menjadi lebih komprehensif dan dapat dipertanggungjawabkan.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner tertutup dan studi kepustakaan. Kuesioner digunakan untuk mengukur persepsi dan pengalaman responden secara langsung dan terstruktur mengenai konten TikTok GadgetIn dan pengetahuan teknologi digital. Studi kepustakaan digunakan untuk memperoleh teori, konsep, dan temuan penelitian terdahulu yang relevan. Kedua teknik ini membantu memberikan data yang akurat, teoritis, dan empiris untuk mendukung analisis. Dengan demikian, proses pengumpulan data menjadi sistematis dan sesuai dengan tujuan penelitian.

Analisis data dilakukan melalui tahapan editing, coding, tabulasi, dan pengujian statistik. Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan kecenderungan jawaban terhadap variabel penelitian. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen penelitian layak digunakan dan menghasilkan data yang akurat serta konsisten. Selanjutnya, dilakukan uji asumsi klasik untuk memastikan model regresi memenuhi kriteria normalitas, linearitas, dan homoskedastisitas. Setelah semua tahapan terpenuhi, analisis regresi dan koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui pengaruh konten TikTok GadgetIn terhadap pengetahuan teknologi digital Generasi Z.

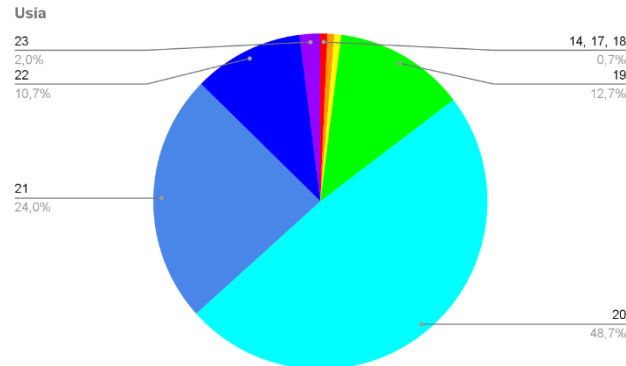
HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Pemilihan usia, durasi penggunaan TikTok dalam sehari, serta frekuensi menonton konten GadgetIn sebagai gambaran umum responden didasarkan pada pertimbangan bahwa ketiga aspek tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan tujuan penelitian, yaitu menilai pengaruh paparan konten edukatif GadgetIn terhadap pengetahuan teknologi digital pada Generasi Z. Usia relevan karena penelitian ini berfokus pada Generasi Z yang dikenal aktif menggunakan teknologi dan media sosial, sekaligus mengalami perkembangan kognitif yang memungkinkan mereka menyerap informasi digital secara efektif. Durasi penggunaan TikTok dalam sehari penting untuk menggambarkan tingkat intensitas dan paparan responden terhadap platform, sehingga dapat memengaruhi penerimaan informasi dari konten yang ditonton. Sementara itu, frekuensi menonton konten GadgetIn digunakan untuk mengukur tingkat kedekatan dan keterlibatan responden dengan konten yang menjadi objek utama dalam penelitian ini. Dengan demikian, ketiga variabel tersebut tidak hanya menggambarkan karakteristik responden, tetapi juga mendukung relevansi dan ketepatan analisis terhadap variabel yang diteliti.



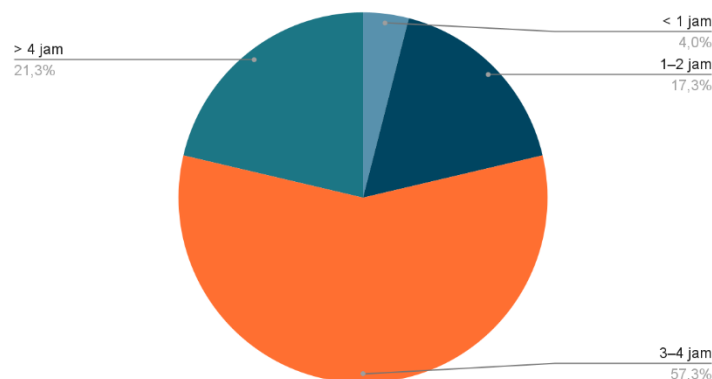
Distribusi Responden Berdasarkan Usia



Berdasarkan hasil pengolahan data, responden penelitian berasal dari berbagai rentang usia, mulai dari 14 hingga 23 tahun. Mayoritas responden berada pada usia 20 tahun yaitu sebanyak 73 orang, disusul usia 21 tahun sebanyak 36 orang, usia 19 tahun sebanyak 19 orang, dan usia 22 tahun sebanyak 16 orang. Sementara itu, usia 23 tahun tercatat hanya 3 responden, dan usia 14, 17, serta 18 tahun masing-masing hanya diwakili oleh 1 responden. Komposisi ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia 19–22 tahun yang termasuk dalam kategori Generasi Z dan dikenal aktif sebagai pengguna media sosial, khususnya TikTok. Dengan demikian, karakteristik usia responden dianggap relevan dengan fokus penelitian mengenai pengaruh konten TikTok GadgetIn terhadap pengetahuan teknologi digital.

Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan TikTok dalam Sehari

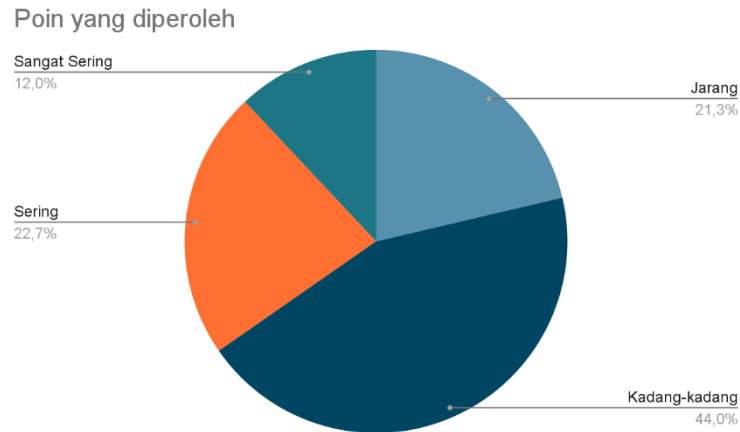
Seberapa sering Anda menggunakan TikTok dalam sehari ?



Berdasarkan distribusi durasi penggunaan TikTok dalam sehari, sebagian besar responden menggunakan TikTok selama 3–4 jam, yaitu sebanyak 86 orang. Responden yang menggunakan TikTok lebih dari 4 jam per hari berjumlah 32 orang, yang menunjukkan tingkat paparan yang cukup tinggi terhadap konten di platform tersebut. Sebanyak 26 responden menggunakan TikTok selama 1–2 jam per hari, sedangkan hanya 6 responden yang menggunakan TikTok kurang dari 1 jam per hari. Data ini mengindikasikan bahwa mayoritas responden memiliki intensitas penggunaan TikTok yang tergolong sedang hingga tinggi. Dengan demikian, responden dinilai cukup familiar dan memiliki kesempatan besar untuk terpapar konten edukatif seperti GadgetIn di TikTok.



Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Konten GadgetIn di TikTok



Berdasarkan frekuensi menonton konten GadgetIn di TikTok, sebagian besar responden berada pada kategori kadang-kadang, yaitu sebanyak 66 orang. Responden yang menyatakan sering menonton konten GadgetIn berjumlah 34 orang, sedangkan kategori jarang diikuti oleh 32 responden. Adapun responden yang berada pada kategori sangat sering menonton konten GadgetIn sebanyak 18 orang. Data ini menunjukkan bahwa meskipun tidak semua responden secara rutin mengakses konten GadgetIn, sebagian besar dari mereka memiliki tingkat paparan yang cukup terhadap konten tersebut. Kondisi ini mendukung relevansi penelitian karena mayoritas responden telah terpapar konten GadgetIn dalam berbagai frekuensi, sehingga memungkinkan untuk mengukur pengaruhnya terhadap pengetahuan teknologi digital.

Analisis Deskriptif Variabel Penelitian

Analisis deskriptif dilakukan untuk memberikan gambaran umum mengenai tanggapan responden terhadap variabel penelitian, yaitu Konten TikTok GadgetIn (X) dan Pengetahuan Teknologi Digital (Y). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui kecenderungan jawaban responden melalui nilai rata-rata (mean) pada tiap indikator yang mewakili masing-masing variabel. Semakin tinggi nilai rata-rata yang diperoleh, maka menunjukkan semakin tinggi pula penilaian responden terhadap konstruk yang diukur. Analisis deskriptif tidak hanya menyajikan informasi statistik dasar, tetapi juga membantu memberikan pemahaman mengenai karakteristik persepsi responden terhadap variabel penelitian sebelum dilakukan analisis inferensial lebih lanjut seperti uji hipotesis dan regresi.

Dalam penelitian ini, setiap variabel diukur menggunakan beberapa indikator dengan skala Likert lima poin, mulai dari “Sangat Tidak Setuju” hingga “Sangat Setuju”. Hasil analisis deskriptif disajikan dalam bentuk tabel rekapitulasi nilai rata-rata untuk masing-masing indikator, beserta kategorinya untuk memudahkan interpretasi. Kategori penilaian yang digunakan adalah: 1,00–1,80 (Sangat Rendah), 1,81–2,60 (Rendah), 2,61–3,40 (Netral), 3,41–4,20 (Tinggi), dan 4,21–5,00 (Sangat Tinggi). Dengan adanya analisis ini, peneliti dapat mengetahui bagaimana persepsi responden terhadap kualitas konten TikTok GadgetIn dan sejauh mana konten tersebut berkaitan dengan pengetahuan teknologi digital yang dimiliki responden.



Deskripsi Variabel Konten TikTok GadgetIn (X)

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap indikator yang mewakili variabel penelitian Konten TikTok GadgetIn (X). Pengolahan data ini bertujuan untuk menyajikan gambaran umum data sebelum dilakukan analisis inferensial lebih lanjut. Nilai mean (rata-rata) dari setiap indikator digunakan untuk melihat kecenderungan jawaban responden. Semakin tinggi skor rata-rata yang diperoleh, maka menunjukkan semakin tinggi pula penilaian responden terhadap konstruk indikator tersebut. Analisis ini menjadi dasar untuk menginterpretasikan bagaimana responden memandang variabel konten TikTok GadgetIn secara keseluruhan dalam kategori yang telah ditentukan.

No	Indikator	Mean	Keterangan
1.	X1	4,26	Sangat Tinggi
2.	X2	4,57	Sangat Tinggi
3.	X3	4,44	Sangat Tinggi
Total		4,42	Sangat Tinggi

Keterangan :

1,00 – 1,80 : Sangat Rendah

1,81 – 2,60 : Rendah

2,61 – 3,40 : Netral

3,41 – 4,20 : Tinggi

4,21 – 5,00 : Sangat Tinggi

Berdasarkan tabel rekapitulasi, variabel Konten TikTok GadgetIn (X) memperoleh nilai rata-rata total sebesar 4,42 yang termasuk dalam kategori Sangat Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian yang sangat baik terhadap konten GadgetIn, baik dari segi penyampaian, kepercayaan terhadap informasi, maupun tingkat keterpaparan konten. Indikator dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada aspek Kualitas Penyampaian Konten (X2) dengan nilai 4,57 (Sangat Tinggi), yang berarti responden menilai bahwa konten disajikan secara menarik, komunikatif, dan mudah dipahami. Indikator Kredibilitas Informasi (X3) memperoleh nilai rata-rata 4,44 (Sangat Tinggi), menunjukkan bahwa responden menilai informasi yang disampaikan akurat dan dapat dipercaya. Sementara itu, indikator Frekuensi Paparan Konten (X1) memperoleh nilai rata-rata 4,26 (Sangat Tinggi).

Berdasarkan subtotal mean tersebut, dapat disimpulkan bahwa konten GadgetIn yang disajikan melalui TikTok dinilai menarik, berkualitas, dan memiliki daya edukasi yang tinggi. Responden tidak hanya sering terpapar oleh konten tersebut, tetapi juga merasa bahwa informasi yang disampaikan relevan, akurat, dan membantu meningkatkan pemahaman mereka mengenai teknologi digital. Variabel Konten TikTok GadgetIn (X) terbagi ke dalam tiga indikator yang hasil respondennya disajikan sebagai berikut.





Frekuensi Paparan Konten

Frekuensi Paparan Konten merupakan indikator pertama pada variabel Konten TikTok GadgetIn.

Item	Frekuensi					Rata – rata	keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
X1.1	4	5	14	39	38	4,32	Sangat Tinggi
X1.2	3	7	18	45	27	4,12	Tinggi
X1.3	1	2	15	55	27	4,34	Sangat Tinggi
Rata - rata						4,26	Sangat Tinggi

Kualitas Penyampaian Konten

Kualitas Penyampaian Konten merupakan indikator kedua pada variabel Konten TikTok GadgetIn.

Item	Frekuensi					Rata – rata	keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
X2.1	0	1	7	38	54	4,60	Sangat Tinggi
X2.2	0	1	5	45	49	4,57	Sangat Tinggi
X2.3	0	1	8	43	48	4,54	Sangat Tinggi
Rata - rata						4,57	Sangat Tinggi

Kredibilitas Informasi

Kredibilitas Informasi merupakan indikator ketiga pada variabel Konten TikTok GadgetIn.

Item	Frekuensi					Rata – rata	keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
X3.1	0	4	19	39	38	4,38	Sangat Tinggi
X3.2	0	1	10	48	41	4,46	Sangat Tinggi
X3.3	0	1	10	46	43	4,50	Sangat Tinggi
Rata - rata						4,44	Sangat Tinggi

Deskripsi Variabel Pengetahuan Teknologi Digital (Y)

Analisis deskriptif dilakukan untuk menggambarkan persepsi responden terhadap indikator yang mewakili variabel Pengetahuan Teknologi Digital (Y). Pengolahan data ini bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai tingkat pemahaman responden terhadap teknologi digital sebelum dilakukan analisis lanjutan. Nilai mean (rata-rata) digunakan untuk melihat kecenderungan data dan menentukan kategori interpretasi. Semakin tinggi skor rata-rata, semakin tinggi tingkat pemahaman responden terhadap aspek pengetahuan teknologi digital.

No	Indikator	Mean	Keterangan
1.	Y1	4,35	Sangat Tinggi
2.	Y2	4,46	Sangat Tinggi
3.	Y3	4,58	Sangat Tinggi
Total		4,46	Sangat Tinggi





Keterangan :

1,00 – 1,80 : Sangat Rendah

1,81 – 2,60 : Rendah

2,61 – 3,40 : Netral

3,41 – 4,20 : Tinggi

4,21 – 5,00 : Sangat Tinggi

Berdasarkan hasil rekapitulasi, variabel Pengetahuan Teknologi Digital (Y) memperoleh nilai rata-rata total 4,46 yang termasuk dalam kategori Sangat Tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa responden memiliki pengetahuan yang sangat baik terkait teknologi digital, baik dari aspek pemahaman teknis, spesifikasi produk, maupun inovasi teknologi. Indikator dengan nilai tertinggi adalah Pemahaman Inovasi Teknologi (Y3) dengan nilai rata-rata 4,58 (Sangat Tinggi), diikuti oleh Pemahaman Spesifikasi Produk (Y2) sebesar 4,46 (Sangat Tinggi), dan Pemahaman Teknis (Y1) sebesar 4,35 (Sangat Tinggi).

Melalui hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa responden tidak hanya sering mengonsumsi konten teknologi, tetapi juga mampu memahami konsep, fungsi, spesifikasi, dan perkembangan teknologi terbaru dengan sangat baik. Tingginya hasil pengetahuan teknologi digital ini mengindikasikan bahwa responden telah memiliki literasi teknologi yang kuat dan kemungkinan besar mendapat pengaruh positif dari konten informatif seperti GadgetIn. Variabel Pengetahuan Teknologi Digital (Y) terdiri dari tiga indikator yang penjelasannya disajikan sebagai berikut.

Pemahaman Teknis

Pemahaman Teknis merupakan indikator pertama pada variabel Pengetahuan Teknologi Digital.

Item	Frekuensi					Rata – rata	keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
Y1.1	0	3	20	43	34	4,36	Sangat Tinggi
Y1.2	0	2	13	55	30	4,33	Sangat Tinggi
Y1.3	0	2	16	53	29	4,37	Sangat Tinggi
Rata - rata						4,35	Sangat Tinggi

Pemahaman Spesifikasi Produk

Pemahaman Spesifikasi Produk merupakan indikator kedua pada variabel Pengetahuan Teknologi Digital.

Item	Frekuensi					Rata – rata	keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
Y2.1	0	0	12	48	40	4,50	Sangat tinggi
Y2.2	0	0	12	48	40	4,46	Sangat tinggi
Y2.3	0	1	16	47	36	4,41	Sangat tinggi
Rata - rata						4,46	Sangat tinggi



Pemahaman Inovasi Teknologi

Pemahaman Inovasi Teknologi merupakan indikator ketiga pada variabel Pengetahuan Teknologi Digital.

Item	Frekuensi					Rata – rata	keterangan
	STS	TS	N	S	SS		
Y3.1	0	0	10	43	47	4,56	Sangat tinggi
Y3.2	0	0	11	40	49	4,54	Sangat tinggi
Y3.3	0	0	8	33	59	4,65	Sangat tinggi
Rata - rata						4,58	Sangat tinggi

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi linear yang digunakan dalam penelitian memenuhi kriteria dasar sebagai model yang baik (Best Linear Unbiased Estimator/BLUE). Pengujian ini penting karena pelanggaran terhadap asumsi klasik dapat menyebabkan hasil analisis regresi menjadi bias, tidak akurat, atau tidak dapat dipercaya. Dalam penelitian ini, uji asumsi klasik meliputi tiga pengujian utama, yaitu uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedastisitas. Uji normalitas digunakan untuk memastikan bahwa data residual berdistribusi normal, uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dan dependen bersifat linear, sedangkan uji heteroskedastisitas digunakan untuk melihat apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi.

Melalui pengujian asumsi klasik ini, peneliti dapat memastikan apakah model regresi yang digunakan layak untuk dianalisis lebih lanjut. Jika seluruh asumsi terpenuhi, maka hasil analisis regresi yang diperoleh dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik. Oleh karena itu, sebelum memasuki tahap uji hipotesis dan analisis regresi, diperlukan pengujian asumsi klasik sebagai dasar untuk memastikan kelayakan model.

Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov (One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test), di mana keputusan didasarkan pada nilai signifikansi (Asymp. Sig. 2-tailed). Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data residual dinyatakan berdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data residual dianggap tidak berdistribusi normal.





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		150	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.44191969	
Most Extreme Differences	Absolute	.158	
	Positive	.113	
	Negative	-.158	
Test Statistic		.158	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.000	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

Berdasarkan hasil pengujian normalitas menggunakan One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test, diperoleh nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,158, yang berarti lebih besar dari 0,05. Perbandingan ini menunjukkan bahwa $0,158 > 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam analisis selanjutnya. Distribusi residual yang normal menunjukkan bahwa model regresi tidak mengalami penyimpangan distribusi data dan memenuhi salah satu syarat penting dalam analisis regresi linear.

Uji Linearitas

Uji linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang bersifat linier antara variabel konten TikTok GadgetIn (X) dan variabel pengetahuan teknologi digital Generasi Z (Y). Keputusan linearitas dilihat berdasarkan nilai Deviation from Linearity, di mana hubungan dikatakan linier apabila nilai signifikansi (Sig.) $> 0,05$. Berdasarkan hasil olah data SPSS pada tabel ANOVA, diperoleh nilai Deviation from Linearity sebesar 0,200, yang berarti lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model hubungan antara konten TikTok GadgetIn dengan pengetahuan teknologi digital Generasi Z bersifat linier, sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi linier sederhana.





ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pengetahuan Teknologi Digital * Konten TikTok GadgetIn	Between Groups	(Combined)	2262.999	19	119.105	20.558	<.001
		Linearity	2127.677	1	2127.677	367.249	<.001
		Deviation from Linearity	135.321	18	7.518	1.298	.200
	Within Groups		753.161	130	5.794		
Total			3016.160	149			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Pengetahuan Teknologi Digital * Konten TikTok GadgetIn	.840	.705	.866	.750

Selain itu, hasil uji linearitas juga menunjukkan nilai Linearity Sig. < 0,001, yang mengindikasikan bahwa keterkaitan antara kedua variabel tidak hanya linier tetapi juga menunjukkan hubungan yang signifikan. Dengan adanya hubungan linier yang signifikan, maka semakin tinggi kualitas dan paparan konten TikTok GadgetIn yang diterima oleh Generasi Z, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan teknologi digital yang dimiliki oleh mereka. Hal ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications, bahwa pengguna media secara aktif memilih konten untuk memenuhi kebutuhan informasinya, serta diperkuat oleh Source Credibility Theory, yang menjelaskan bahwa pengetahuan digital meningkat karena konten GadgetIn dinilai kredibel dan informatif.

Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel konten TikTok GadgetIn (X) terhadap peningkatan pengetahuan teknologi digital Generasi Z (Y). Pada penelitian ini, pengetahuan teknologi digital diukur melalui tiga indikator, yaitu: (1) Pemahaman Konsep Pengetahuan Digital, (2) Kemampuan Mengenali Tren Teknologi Baru, dan (3) Kesadaran Literasi Digital. Variabel X sebagai faktor yang memengaruhi dianalisis melalui tiga komponen konten, yaitu Frekuensi Menonton, Kejelasan dan Kelengkapan Informasi, serta Kredibilitas & Keahlian Pembuat Konten.

TABEL HASIL REGRESI LINEAR SEDERHANA

Konten TikTok GadgetIn	Pengetahuan Teknologi Digital		
	Pemahaman Konsep Pengetahuan	Mengenali Tren Baru	Kesadaran Literasi Digital
Frekuensi Menonton	<0,001	<0,001	<0,001
Kejelasan & Kelengkapan Informasi	<0,001	<0,001	<0,001
Kredibilitas & Keahlian Pembuat Konten	<0,001	<0,001	<0,001

Berdasarkan hasil uji regresi sederhana yang disajikan pada tabel, diperoleh nilai Sig. < 0,001 pada seluruh hubungan antara variabel X dengan ketiga indikator variabel Y. Hal tersebut menunjukkan bahwa semua komponen pada konten TikTok GadgetIn berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pengetahuan teknologi digital Generasi Z, karena nilai signifikansi berada di bawah standar probabilitas penelitian 0,05.





Secara terperinci, baik Frekuensi Menonton konten GadgetIn, Kejelasan dan Kelengkapan informasi yang disampaikan, maupun Kredibilitas serta Keahlian pembuat konten, semuanya menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap setiap aspek pengetahuan digital. Artinya, semakin sering pengguna mengakses konten, semakin informatif isi konten, dan semakin kredibel penyaji informasi, maka semakin tinggi pula pemahaman Generasi Z mengenai teknologi digital, kemampuan mereka mengikuti perkembangan tren teknologi baru, serta meningkatnya kesadaran literasi digital yang kritis dan bijak.

Temuan ini mendukung kerangka teori Uses and Gratifications, di mana pengguna aktif memilih media yang dapat memenuhi kebutuhan informasi dan edukasinya. Selain itu, hasil ini juga sejalan dengan Source Credibility Theory, di mana tingkat kepercayaan terhadap informasi sangat dipengaruhi oleh keahlian dan kredibilitas sumber. Dalam konteks penelitian ini, GadgetIn mampu memberikan informasi teknologi yang relevan, akurat, dan mudah dipahami, sehingga terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan digital Generasi Z

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten edukatif dari kreator GadgetIn di platform TikTok terhadap peningkatan pengetahuan teknologi digital pada Generasi Z. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang disebarakan kepada 150 responden yang merupakan pengguna aktif TikTok dan pernah menonton konten GadgetIn. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan analisis regresi linier sederhana untuk menguji hipotesis yang diajukan. Interpretasi hasil penelitian ini mengacu pada kerangka teori Uses and Gratifications serta Source Credibility Theory untuk menjelaskan fenomena yang terjadi.

Konten TikTok GadgetIn (X)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian "Sangat Tinggi" terhadap keseluruhan indikator variabel Konten TikTok GadgetIn (X), dengan nilai rata-rata total 4,42. Penilaian ini didasarkan pada tiga indikator utama: Frekuensi Paparan, Kualitas Penyampaian, dan Kredibilitas Informasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa konten yang disajikan oleh GadgetIn dinilai sangat berkualitas, menarik, dan memiliki daya edukasi yang kuat bagi audiensnya. Hal ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications, di mana pengguna media (Generasi Z) secara aktif memilih konten yang mampu memuaskan kebutuhan mereka, baik itu kebutuhan informasi maupun hiburan.

Indikator Kualitas Penyampaian Konten (X2) memperoleh nilai rata-rata tertinggi, yaitu 4,57 (Sangat Tinggi). Hal ini menunjukkan bahwa aspek visual, kejelasan bahasa, dan struktur penyampaian informasi yang dilakukan GadgetIn sangat komunikatif dan mudah dipahami oleh audiens. Temuan ini relevan dengan karakteristik TikTok yang menuntut penyajian informasi yang cepat dan menarik. Indikator Kredibilitas Informasi (X3) juga memperoleh nilai "Sangat Tinggi" dengan rata-rata 4,44. Responden menilai bahwa informasi yang disampaikan akurat, jujur, dan dapat dipercaya. Tingginya persepsi kredibilitas ini sangat krusial, mengingat Source Credibility Theory menyatakan bahwa kepercayaan terhadap pesan sangat bergantung pada keahlian dan kejujuran sumbernya. Dalam konteks ini, GadgetIn berhasil membangun reputasi sebagai sumber rujukan teknologi yang kredibel. Indikator Frekuensi Paparan Konten (X1) memperoleh nilai rata-rata 4,26 (Sangat Tinggi). Meskipun sedikit lebih rendah dibandingkan dua indikator lainnya, nilai ini tetap berada dalam kategori sangat tinggi, yang menandakan bahwa responden sangat sering terpapar dan mengonsumsi konten GadgetIn secara rutin.



Pengetahuan Teknologi Digital (Y)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memberikan penilaian "Sangat Tinggi" terhadap keseluruhan indikator variabel Pengetahuan Teknologi Digital (Y), dengan nilai rata-rata total 4,46. Data deskriptif ini menggambarkan profil responden Generasi Z yang memiliki literasi teknologi yang mumpuni, mulai dari pemahaman teknis dasar hingga wawasan mengenai inovasi terbaru. Profil ini konsisten dengan karakteristik Generasi Z yang tumbuh di era digital dan aktif mencari informasi melalui platform daring.

Indikator Pemahaman Inovasi Teknologi (Y3) menjadi aspek yang paling menonjol dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,58 (Sangat Tinggi). Hal ini menunjukkan bahwa paparan konten teknologi membuat responden sangat sadar akan tren dan fitur-fitur baru dalam dunia digital. Indikator Pemahaman Spesifikasi Produk (Y2) dan Pemahaman Teknis (Y1) masing-masing memperoleh nilai 4,46 dan 4,35, keduanya dalam kategori "Sangat Tinggi". Temuan ini mengonfirmasi bahwa responden tidak hanya sekadar tahu tren, tetapi juga memahami konsep dan spesifikasi teknis secara mendalam. Hal ini membuktikan bahwa media sosial seperti TikTok, jika diisi dengan konten berkualitas seperti GadgetIn, dapat berfungsi efektif sebagai media pembelajaran non-formal.

Pengaruh Konten TikTok GadgetIn terhadap Pengetahuan Teknologi Digital

Berdasarkan hasil pengolahan data inferensial, diperoleh temuan utama bahwa variabel Konten TikTok GadgetIn (X) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Pengetahuan Teknologi Digital (Y). Hal ini dibuktikan melalui uji regresi linier sederhana dan uji linearitas yang menunjukkan nilai signifikansi ($\text{Sig.} < 0,00115151515$). Karena nilai signifikansi jauh di bawah standar probabilitas penelitian 0,05, maka hipotesis alternatif (H_1) diterima. Analisis statistik menunjukkan adanya hubungan yang linier dan kuat. Nilai R Squared (R^2) sebesar 0,705 (atau 70,5%) 17 mengindikasikan bahwa variabel Konten TikTok GadgetIn mampu menjelaskan 70,5% variasi dalam peningkatan pengetahuan teknologi digital Generasi Z, sebuah kontribusi yang sangat besar. Sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini

Temuan ini memiliki implikasi teoritis yang kuat:

1. Validasi Source Credibility Theory: Hasil penelitian membuktikan bahwa kredibilitas tinggi yang dimiliki GadgetIn (sebagai sumber) berbanding lurus dengan tingkat penerimaan dan pemahaman informasi pada audiens (Generasi Z). Semakin audiens percaya pada keahlian GadgetIn, semakin efektif proses transfer pengetahuan terjadi.
2. Dukungan terhadap Uses and Gratifications Theory: Penelitian ini menegaskan bahwa penggunaan TikTok oleh Generasi Z bukan hanya untuk hiburan semata, melainkan untuk pemenuhan kebutuhan kognitif (informasi). Kepuasan yang diperoleh dari konten GadgetIn yang jelas dan lengkap mendorong peningkatan pengetahuan secara nyata.

Hasil ini juga memperkuat penelitian terdahulu oleh Hariri et al. (2025) yang menyatakan bahwa konten GadgetIn memberikan kesan kredibel dan informatif, serta penelitian Marsanda et al. (2024) yang menyebutkan bahwa kualitas informasi di TikTok memengaruhi tingkat kepercayaan Generasi Z. Dalam penelitian ini, terbukti bahwa elemen frekuensi menonton, kejelasan informasi, dan kredibilitas kreator secara simultan membentuk ekosistem edukasi digital yang efektif bagi Generasi Z.

Kesimpulan Bab

Berdasarkan analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab ini, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara Konten TikTok GadgetIn terhadap Pengetahuan Teknologi Digital Generasi Z. Secara deskriptif, responden menilai konten



GadgetIn memiliki kualitas penyampaian yang sangat baik dan kredibilitas yang tinggi. Di saat yang sama, responden menunjukkan tingkat pengetahuan teknologi digital yang sangat tinggi, terutama dalam hal mengenali inovasi teknologi terbaru. Secara statistik, hasil pengujian membuktikan bahwa semakin tinggi intensitas menonton, kejelasan informasi, dan kredibilitas yang ditampilkan oleh GadgetIn, maka semakin tinggi pula pemahaman konsep, pengenalan tren, dan kesadaran literasi digital pada Generasi Z. Temuan ini menegaskan bahwa platform TikTok, melalui kreator yang kredibel seperti GadgetIn, efektif berfungsi sebagai sarana edukasi teknologi digital.

KESIMPULAN

Hasil penelitian membuktikan bahwa konten TikTok GadgetIn memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan pengetahuan teknologi digital Generasi Z. Nilai signifikansi $< 0,001$ dan koefisien determinasi sebesar 0,705 menunjukkan bahwa 70,5% variasi pengetahuan teknologi digital dipengaruhi oleh konten GadgetIn, sedangkan sisanya dipengaruhi faktor lain. Pengaruh ini terlihat dari relevansi informasi, kredibilitas penyampaian, dan frekuensi paparan konten yang tinggi. Semakin jelas, menarik, dan informatif suatu konten, semakin tinggi pula tingkat pemahaman responden terhadap teknologi digital. Dengan demikian, hipotesis penelitian diterima dan TikTok terbukti efektif sebagai media edukasi teknologi.

Variabel Konten TikTok GadgetIn (X) memperoleh nilai rata-rata 4,42 dalam kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwa responden menilai konten tersebut menarik, komunikatif, dan informatif. Indikator kualitas penyampaian konten memperoleh nilai tertinggi, menandakan bahwa cara penyampaian GadgetIn mudah dipahami dan relevan dengan kebutuhan generasi digital. Kredibilitas informasi juga dinilai tinggi, memberikan kesan akurat, jujur, dan terpercaya bagi audiens. Frekuensi paparan konten memperkuat aksesibilitas informasi teknologi secara rutin dan konsisten. Temuan ini menunjukkan bahwa kualitas penyampaian dan kredibilitas menjadi faktor utama efektivitas edukasi digital.

Variabel Pengetahuan Teknologi Digital Generasi Z (Y) memperoleh nilai rata-rata 4,46 yang termasuk kategori sangat tinggi. Responden menunjukkan pemahaman kuat terhadap inovasi teknologi, spesifikasi produk, dan konsep teknis digital. Indikator pemahaman inovasi teknologi memperoleh nilai tertinggi, menandakan bahwa konten GadgetIn membantu memahami tren terbaru dan perkembangan fitur teknologi. Pemahaman tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga aplikatif dalam kehidupan digital. Konten edukatif TikTok berperan dalam memperluas literasi teknologi generasi muda secara menyeluruh dan modern.

Hasil penelitian memperkuat bahwa TikTok bukan hanya media hiburan, tetapi juga sarana edukasi non-formal yang efektif dan terpercaya. Pengaruh signifikan dari kualitas penyampaian, frekuensi paparan, dan kredibilitas menunjukkan bahwa konten edukatif mampu memenuhi kebutuhan informasi Generasi Z. Hal ini sejalan dengan teori Uses and Gratifications serta Source Credibility, dimana audiens secara aktif memilih sumber informasi yang relevan dan kredibel. GadgetIn muncul sebagai contoh kreator edukatif yang mampu menyajikan informasi teknologi secara menarik dan valid. Dengan demikian, TikTok memiliki potensi besar sebagai platform strategis dalam meningkatkan literasi teknologi digital generasi muda.

Saran penelitian ditujukan kepada kreator, platform, dan peneliti selanjutnya untuk pengembangan lebih lanjut. Kreator disarankan mempertahankan dan meningkatkan kualitas konten dengan menyajikan informasi yang akurat, relevan, interaktif, dan berbasis pengalaman nyata. Platform seperti TikTok dapat mendukung konten edukatif melalui fitur khusus atau



algoritma yang mendukung penyebaran informasi berkualitas. Penelitian berikutnya dapat melibatkan kreator lain, menambah variabel, memperluas responden, serta menggunakan pendekatan metode campuran untuk hasil lebih mendalam dan komprehensif. Dengan demikian, media sosial dapat dikembangkan sebagai sarana pembelajaran digital yang kredibel dan adaptif terhadap kebutuhan generasi masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini N, Nanda SE. 2019. Pengaruh kualitas informasi dan pemenuhan kebutuhan informasi pada Youtube channel "GadgetIn" terhadap keputusan pembelian gadget. *J Scriptura*. 9(2):43–50. doi:10.9744/scriptura.9.2.43-50.
- Akbar F, Prasetyo D. 2022. Pengaruh channel Youtube Gadgetin terhadap minat daya beli gadget. *Digicom*. 2(1):47–57.
- Astuti E, Andrini S. 2021. Intensitas penggunaan aplikasi Tik Tok terhadap perilaku imitasi remaja. *Komunikologi*. 18(2):134–142.
- Astuti SW, Subandiah DS. 2021. Pengaruh intensitas penggunaan Tik Tok terhadap gratifikasi penggunaannya. *Promedia*. 7(1):79–107.
- Bur R, Ayuningtyas F, Muqsith MA. 2023. Pemanfaatan Tik Tok sebagai media informasi baru generasi Z. *J Komun Nusantara*. 5(2):189–198. doi:10.33366/jkn.v5i2.260.
- Hariri A, Andriana D, Widarti. 2025. Pengaruh konten review channel YouTube GadgetIn terhadap perilaku impulsive buying pada karyawan BINUS TV. *Media Komun Efektif*. 2(1):67–75.
- Marsanda MA, Rakhmad WN, Naryoso A. [tahun tidak diketahui]. Hubungan kualitas informasi dan kredibilitas sumber informasi terhadap tingkat kepercayaan informasi kesehatan pada TikTok oleh Generasi Z [skripsi]. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Putri MK, Elita RFM, Trulline P. 2024. Pengaruh kredibilitas social media influencer Generasi Z terhadap minat beli kebaya pada followers Tiktok @raniaayamin. *Tuturan*. 2(2):125–133. doi:10.47861/tuturan.v2i2.925.
- Rahardaya AK, Irwansyah. 2021. Studi literatur penggunaan media sosial Tik Tok sebagai sarana literasi digital pada masa pandemi Covid-19. *J Teknol Inf Bisnis*. 3(2):308–319. doi:10.47233/jteksis.v3i2.248.
- Saputri VAM, Manggalani R. 2023. Pengaruh literasi digital terhadap perilaku pencarian informasi di kalangan mahasiswa. *Paedagogy*. 3(4):229–236.
- Syahroni MI. 2022. Prosedur penelitian kuantitatif. *J Al-Musthafa*. 2(3):43–56.
- Wenno B, Delliana S. 2021. Hubungan kualitas konten channel Youtube GadgetIn terhadap kepuasan viewers konten gadget. *J Media Public Relat*. 1(2):1–10.