

Pengaruh *Filter Bubble* pada Media Sosial TikTok terhadap Perilaku Informasi Mahasiswa Prodi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang

Rajana Sugisadakha¹; Rini Asmara^{1*}

Perpustakaan dan ilmu Informasi, Universitas Negeri Padang

*Corresponding author. Email: riniasmara@fbs.unp.ac.id

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of filter bubbles on TikTok social media on the information behavior of students in the Library and Information Science Program at Universitas Negeri Padang. This research employs a quantitative approach using a survey method, with data collected through questionnaires distributed to students as active TikTok users. The variables examined include filter bubble as the independent variable and information behavior as the dependent variable, covering aspects of information needs, seeking, searching, evaluation, and use. The results indicate that students experience a relatively high level of exposure to filter bubbles, as reflected in the tendency to receive similar and repetitive content based on their preferences. Meanwhile, students' information behavior is generally categorized as good, although their ability to evaluate information remains suboptimal. The findings show that filter bubbles have an influence on students' information behavior; however, the effect is relatively low. This suggests that social media algorithms contribute to shaping information behavior but are not the dominant factor. Therefore, strengthening information literacy and digital literacy is necessary to enable students to critically evaluate and utilize information in an increasingly personalized information environment.

Keywords : *Filter bubble; Social media; TikTok; Information behavior; Digital literacy*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *filter bubble* pada media sosial TikTok terhadap perilaku informasi mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner kepada mahasiswa sebagai pengguna aktif TikTok. Variabel yang diteliti meliputi *filter bubble* sebagai variabel independen dan perilaku informasi sebagai variabel dependen, yang mencakup aspek kebutuhan, pencarian, penelusuran, evaluasi, dan penggunaan informasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat keterpaparan terhadap *filter bubble* yang cukup tinggi, ditandai dengan kecenderungan menerima konten yang serupa dan berulang sesuai dengan preferensi pengguna. Di sisi lain, perilaku informasi mahasiswa berada pada kategori baik, meskipun kemampuan evaluasi informasi masih belum optimal. Hasil analisis menunjukkan bahwa *filter bubble* berpengaruh terhadap perilaku informasi mahasiswa, namun pengaruh tersebut tergolong rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa algoritma media sosial turut memengaruhi pola perilaku informasi, tetapi bukan merupakan faktor utama. Oleh karena itu, diperlukan penguatan literasi informasi dan literasi digital agar mahasiswa mampu menyaring dan memanfaatkan informasi secara kritis di tengah lingkungan informasi yang terpersonalisasi.

Kata Kunci : *Filter bubble; Media sosial; TikTok; Perilaku informasi; Literasi digital*



Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mendorong perubahan signifikan dalam cara masyarakat memperoleh dan menggunakan informasi. Akses internet yang semakin luas serta kemunculan berbagai platform digital membuat proses pencarian informasi menjadi lebih cepat dan mudah (Chatlina et al., 2024). Perubahan ini menyebabkan pola konsumsi informasi masyarakat beralih dari media konvensional menuju platform digital yang menyediakan informasi secara instan dan terintegrasi (Sulistiani et al., 2025). Kebutuhan informasi menjadi salah satu faktor yang memengaruhi perilaku individu dalam mencari dan memanfaatkan informasi, di mana perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan tersebut melalui penyediaan akses terhadap berbagai sumber informasi (Yuliani & Asmara, 2025).

Media sosial menjadi salah satu teknologi digital yang paling berpengaruh dalam membentuk pola akses informasi masyarakat. Platform media sosial memungkinkan pengguna tidak hanya mengakses informasi tetapi juga memproduksi dan menyebarkan informasi secara realtime. Penelitian Komara & Widjaya (2024) menunjukkan bahwa generasi muda, termasuk mahasiswa, semakin bergantung pada media sosial sebagai sarana memperoleh informasi karena kemudahan akses dan kecepatan penyajiannya. Pemanfaatan media sosial di kalangan mahasiswa tidak hanya terbatas pada kebutuhan komunikasi dan hiburan, tetapi juga berkembang sebagai sarana mengakses konten akademik. Berbagai platform digital dimanfaatkan mahasiswa untuk memperoleh materi pembelajaran, ringkasan konsep, serta referensi awal sebelum mengakses sumber ilmiah yang lebih mendalam. Penelitian oleh Alamri et al. (2020) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam pembelajaran berkaitan dengan meningkatnya interaksi dan keterlibatan mahasiswa yang berkontribusi terhadap peningkatan kinerja akademik.

Salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat adalah TikTok. Platform ini menyediakan konten video pendek yang menarik dan mudah dipahami sehingga banyak dimanfaatkan untuk berbagai tujuan, seperti hiburan, pencarian informasi, hingga pembelajaran. Penelitian Barus & Pritalia (2024) menunjukkan bahwa mahasiswa menggunakan TikTok tidak hanya untuk hiburan, tetapi juga sebagai sarana memperoleh informasi edukatif dan referensi awal sebelum mencari informasi lebih lanjut melalui sumber lain. Keunikan utama TikTok terletak pada sistem rekomendasi kontennya melalui fitur *For You Page* (FYP), yang menampilkan video berdasarkan preferensi dan riwayat interaksi pengguna. Algoritma ini memproses berbagai data perilaku pengguna, seperti durasi menonton, interaksi, serta jenis konten yang sering diakses, sehingga konten yang muncul menjadi semakin terpersonalisasi (Zulli & Zulli, 2022). Personalisasi ini memang memudahkan pengguna dalam menemukan informasi yang relevan, namun di sisi lain berpotensi membatasi keberagaman informasi yang diterima.

Kondisi tersebut memunculkan fenomena *filter bubble*, yaitu keadaan ketika pengguna menerima informasi yang telah tersaring dan disesuaikan dengan preferensi serta riwayat interaksinya (Fajarini et al., 2025). Dalam situasi ini, pengguna cenderung terpapar pada informasi yang seragam dan sejalan dengan pandangan mereka, sementara informasi alternatif menjadi semakin terbatas. Fenomena ini tidak hanya berkaitan dengan aspek teknis distribusi informasi, tetapi juga berimplikasi pada cara individu memahami dan menggunakan informasi. Fenomena *filter bubble* tersebut selanjutnya berkaitan erat dengan perilaku informasi, yaitu aktivitas individu dalam mengenali kebutuhan informasi, mencari, mengevaluasi, serta menggunakan informasi untuk tujuan tertentu. Penelitian Hajar & Rachman (2020) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh terhadap perilaku informasi mahasiswa, terutama dalam pemilihan sumber dan proses evaluasi informasi. Selain itu, kemudahan akses informasi melalui media sosial juga mendorong mahasiswa lebih sering menggunakan sumber instan dibandingkan sumber ilmiah yang lebih kredibel (Alhajaj et al., 2025).

Perilaku informasi tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan individu, tetapi juga oleh lingkungan informasi digital yang semakin dikendalikan oleh algoritma. Dalam konteks ini, mahasiswa sebagai pengguna aktif media sosial berpotensi mengalami perubahan dalam cara mereka memilih, mengevaluasi, dan menggunakan informasi. Penggunaan media sosial yang didukung oleh sistem personalisasi algoritma dapat membuat mahasiswa lebih bergantung pada rekomendasi platform dalam memperoleh informasi, meskipun kondisi tersebut berpotensi mengurangi keberagaman informasi yang diterima (Hida Zainita et al., 2025).

Meskipun berbagai penelitian telah membahas pengaruh media sosial terhadap perilaku informasi, kajian yang secara spesifik menelaah fenomena *filter bubble* pada platform TikTok dalam konteks perilaku informasi mahasiswa, khususnya pada bidang ilmu perpustakaan dan informasi di Indonesia, masih terbatas. Penelitian Wulandari et al. (2021) menunjukkan bahwa algoritma media sosial melalui mekanisme *filter bubble* dapat memengaruhi perilaku penggunaan internet, namun belum secara spesifik mengaitkannya dengan perilaku informasi mahasiswa. Demikian pula, Armanda et al. (2025) menemukan bahwa algoritma media sosial membentuk pola konsumsi informasi yang homogen, tetapi belum berfokus pada platform TikTok maupun konteks akademik tertentu. Selain itu, berdasarkan wawancara awal terhadap mahasiswa pada 9 Januari 2026, ditemukan bahwa 75% mahasiswa belum menyadari bahwa mereka telah terpapar fenomena *filter bubble* dalam penggunaan TikTok. Mahasiswa cenderung menerima konten dengan tema yang sama secara berulang tanpa menyadari bahwa hal tersebut merupakan hasil dari personalisasi algoritma. Di sisi lain, perilaku evaluasi informasi mahasiswa juga masih belum optimal, di mana mereka belum secara konsisten melakukan verifikasi terhadap informasi yang diperoleh dari media sosial. Kondisi ini menunjukkan adanya potensi pengaruh *filter bubble* terhadap kualitas perilaku informasi mahasiswa.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mengkaji secara empiris pengaruh *filter bubble* pada media sosial TikTok terhadap perilaku informasi mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu perpustakaan dan informasi, khususnya terkait perilaku informasi di era digital. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh *filter bubble* pada media sosial TikTok terhadap perilaku informasi mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah 363 mahasiswa aktif Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang angkatan 2022–2025. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%, menghasilkan 78 responden yang dipilih melalui simple random sampling. Kriteria responden adalah pengguna aktif media sosial TikTok.

Penelitian melibatkan dua variabel: *filter bubble* (X) sebagai variabel independen dan perilaku informasi (Y) sebagai variabel dependen. Variabel X diukur melalui empat indikator berdasarkan teori Pariser (2011): personalisasi algoritma, isolasi informasi, penguatan bias konfirmasi, dan pengurangan keragaman sudut pandang. Variabel Y diukur melalui empat indikator berdasarkan model Wilson (2000): perilaku informasi (kebutuhan informasi), pencarian informasi, penelusuran informasi, dan penggunaan informasi. Instrumen kuesioner menggunakan skala Likert empat tingkat (1 = sangat tidak setuju hingga 4 = sangat setuju).

Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas menggunakan korelasi Pearson Product Moment dengan bantuan SPSS versi 25. Butir dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361 untuk $n=30$ pada taraf signifikansi 5%). Dari 20 item variabel X, 15 item dinyatakan valid; dari 20 item variabel Y, 18 item dinyatakan valid. Item yang tidak valid dieliminasi sebelum pengumpulan data penuh.

Tabel 1. Rekapitulasi Hasil Uji Validitas

| Variabel | Jumlah Item | Item Valid | Item Tidak Valid | r tabel |
|--------------------------|-------------|---------------------------------|----------------------------|---------|
| <i>Filter bubble</i> (X) | 20 | 15(X02,X05-X10,X12-X17,X19,X20) | 5 (X01,X03,X04,X11,X18) | 0,361 |
| Perilaku Informasi (Y) | 20 | 18 (Y01-Y09,Y11-Y13,Y15-Y20) | 2 (Y10, Y14) | 0,361 |

Uji reliabilitas menggunakan koefisien Cronbach's Alpha. Instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai Alpha $> 0,60$ (Likert, 1932). Hasil uji menunjukkan Cronbach's Alpha variabel X sebesar 0,857 (15 item) dan variabel Y sebesar 0,871 (18 item). Kedua nilai tersebut melampaui batas minimum, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan dapat dipercaya untuk mengukur variabel secara konsisten.

Analisis data dilakukan secara deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif menggunakan nilai rata-rata dengan skala interval (1,00–1,75 = sangat rendah; 1,76–2,50 = rendah; 2,51–3,25 = tinggi; 3,26–4,00 = sangat tinggi). Sebelum analisis regresi, dilakukan uji prasyarat meliputi: (1) uji normalitas Kolmogorov-Smirnov, (2) uji linearitas ANOVA, dan (3) uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot. Analisis inferensial menggunakan regresi linear sederhana untuk menguji hipotesis H_1 : terdapat pengaruh antara *filter bubble* (X) terhadap perilaku informasi (Y) mahasiswa.

Hasil dan Pembahasan

Bagian ini menyajikan hasil analisis data penelitian mengenai pengaruh *filter bubble* pada media sosial TikTok terhadap perilaku informasi mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang. Analisis dilakukan secara deskriptif dan inferensial untuk menggambarkan kondisi masing-masing variabel serta menguji hubungan dan pengaruh antara variabel *filter bubble* (X) dan perilaku informasi (Y). Sebelum pengujian hipotesis menggunakan regresi linear sederhana dilakukan, terlebih dahulu dilakukan uji prasyarat analisis guna memastikan data memenuhi asumsi statistik yang diperlukan.

Sebelum analisis regresi dilakukan, data penelitian diverifikasi melalui tiga uji asumsi. Uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi variabel X sebesar 0,070 dan variabel Y sebesar 0,200, keduanya $> 0,05$, sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Uji linearitas ANOVA menghasilkan nilai signifikansi Linearity sebesar 0,017 ($< 0,05$) dan Deviation from Linearity sebesar 0,344 ($> 0,05$), membuktikan hubungan antara kedua variabel bersifat linear. Uji heteroskedastisitas melalui grafik scatterplot menunjukkan titik-titik yang menyebar acak tanpa membentuk pola tertentu, sehingga model regresi dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas (homoskedastis). Dengan terpenuhinya ketiga asumsi tersebut, analisis regresi linear sederhana dapat dilanjutkan.

Tabel 2. Ringkasan Hasil Uji Prasyarat Analisis

| Uji Asumsi | Metode/Statistik | Hasil | Keputusan |
|---------------------|--------------------|--|-------------------------------|
| Normalitas | Kolmogorov-Smirnov | Sig. X=0,070; Y=0,200 ($>0,05$) | Data normal |
| Linearitas | ANOVA Linearity | Sig. Linearity=0,017 ($<0,05$); Deviation=0,344 ($>0,05$) | Hubungan linear |
| Heteroskedastisitas | Grafik Scatterplot | Titik menyebar acak, tidak berpola | Tidak ada heteroskedastisitas |

Tabel tersebut merangkum hasil ketiga uji prasyarat yang menjadi syarat validitas analisis regresi parametrik. Pada uji normalitas, nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov variabel X sebesar 0,070 dan variabel Y sebesar 0,200 keduanya melebihi batas 0,05, sehingga data dari kedua variabel dinyatakan berdistribusi normal. Pada uji linearitas, nilai signifikansi Linearity sebesar 0,017 ($< 0,05$) membuktikan adanya hubungan linear yang signifikan antara variabel X dan Y, sementara nilai Deviation from Linearity sebesar 0,344 ($> 0,05$) mengindikasikan bahwa pola hubungan antar variabel tidak menyimpang dari garis linear. Pada uji heteroskedastisitas, pola sebaran titik-titik pada grafik scatterplot yang acak dan tidak membentuk pola tertentu menunjukkan bahwa varians residual bersifat konstan (homoskedastis). Terpenuhinya ketiga asumsi ini membuktikan bahwa analisis regresi linear sederhana dapat dilanjutkan dengan hasil yang valid dan dapat dipertanggungjawabkan secara statistik.

Variabel *Filter bubble* (X)

Keterpaparan mahasiswa terhadap fenomena *filter bubble* pada TikTok diukur melalui 15 butir pernyataan valid yang menggambarkan empat indikator. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa seluruh indikator berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan variabel X sebesar 2,90.

Tabel 3. Rata-Rata Indikator Variabel *Filter bubble* (X)

| No. | Indikator | Mean | Kategori |
|-----|-------------------------------------|------|----------|
| 1 | Personalisasi Algoritma | 3,23 | Tinggi |
| 2 | Isolasi Informasi | 2,76 | Tinggi |
| 3 | Penguatan Bias Konfirmasi | 3,05 | Tinggi |
| 4 | Pengurangan Keragaman Sudut Pandang | 2,75 | Tinggi |
| | Rata-Rata Keseluruhan | 2,90 | Tinggi |

Berdasarkan tabel tersebut, seluruh indikator variabel *filter bubble* berada pada kategori tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 2,90. Indikator personalisasi algoritma memperoleh nilai rata-rata tertinggi (3,23), yang menunjukkan bahwa mahasiswa sangat menyadari bahwa TikTok secara konsisten menampilkan konten yang sesuai dengan riwayat tontonan dan preferensi mereka melalui mekanisme For You Page (FYP). Indikator penguatan bias konfirmasi berada pada posisi kedua (3,05), mengindikasikan bahwa mahasiswa lebih sering menerima informasi yang sejalan dengan pandangan yang sudah mereka miliki sehingga kecenderungan untuk menerima informasi yang memperkuat keyakinan sebelumnya cukup tinggi. Indikator isolasi informasi (2,76) dan pengurangan keragaman sudut pandang (2,75) menempati posisi terendah meskipun masih berada pada kategori tinggi, mencerminkan bahwa mahasiswa mulai merasakan keterbatasan dalam mendapatkan informasi dari perspektif yang beragam di platform TikTok. Secara keseluruhan, nilai rata-rata 2,90 mengonfirmasi bahwa mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang mengalami keterpaparan *filter bubble* pada tingkat yang tergolong tinggi dalam penggunaan media sosial TikTok.

Variabel Perilaku Informasi (Y)

Perilaku informasi mahasiswa diukur melalui 18 butir pernyataan valid berdasarkan model Wilson (2000). Konsistensi indikator pada variabel ini telah disesuaikan: indikator pertama mengacu pada information behavior (kebutuhan informasi umum dan paparan informasi aktif-pasif), indikator kedua information seeking behavior (pencarian aktif dan pemilihan sumber), indikator ketiga information searching behavior (interaksi dengan sistem dan seleksi informasi), dan indikator keempat information use behavior (pemanfaatan dan penggunaan untuk keputusan). Nilai rata-rata keseluruhan variabel Y sebesar 3,36 berada pada kategori sangat tinggi.

Tabel 4. Rata-Rata Indikator Variabel Perilaku Informasi (Y)

| No. | Indikator (Model Wilson, 2000) | Mean | Kategori |
|-----|---|------|---------------|
| 1 | Perilaku Informasi (Kebutuhan Informasi) | 3,37 | Sangat Tinggi |
| 2 | Pencarian Informasi (Information Seeking) | 3,46 | Sangat Tinggi |
| 3 | Penelusuran Informasi (Information Searching) | 3,33 | Sangat Tinggi |
| 4 | Penggunaan Informasi (Information Use) | 3,30 | Sangat Tinggi |
| | Rata-Rata Keseluruhan | 3,36 | Sangat Tinggi |

Berdasarkan tabel tersebut, seluruh indikator variabel perilaku informasi berada pada kategori sangat tinggi dengan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 3,36. Indikator pencarian informasi (information seeking) memperoleh nilai rata-rata tertinggi (3,46), yang mencerminkan bahwa mahasiswa sangat aktif dalam melakukan pencarian informasi secara sengaja menggunakan berbagai platform digital dan

mempertimbangkan keandalan sumber sebelum mempercayainya. Indikator perilaku informasi umum (information behavior) atau kebutuhan informasi menempati posisi kedua (3,37), menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kesadaran tinggi dalam mengenali kebutuhan informasinya, baik yang muncul secara aktif maupun melalui paparan informasi yang tidak sengaja. Indikator penelusuran informasi (information searching) berada pada nilai 3,33, mencerminkan kemampuan mahasiswa dalam menggunakan fitur pencarian digital, membuka beberapa hasil, dan memilih informasi yang paling relevan. Indikator penggunaan informasi (information use) memperoleh nilai terendah di antara keempat indikator (3,30) namun tetap berada dalam kategori sangat tinggi, menunjukkan bahwa mahasiswa memanfaatkan informasi yang diperoleh untuk keperluan akademik dan pengambilan keputusan. Nilai rata-rata keseluruhan 3,36 membuktikan bahwa perilaku informasi mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang tergolong sangat baik.

Uji Regresi Linear Sederhana dan Hipotesis

Analisis regresi linear sederhana dilakukan untuk menguji pengaruh *filter bubble* terhadap perilaku informasi mahasiswa. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah:

$$Y = 50,363 + 0,235X$$

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

| Model | B | Std. Error | Beta (β) | t | Sig. |
|--------------------------|--------|------------|------------------|--------|-------|
| (Constant) | 50,363 | 4,288 | - | 11,744 | 0,000 |
| <i>Filter bubble</i> (X) | 0,235 | 0,097 | 0,266 | 2,407 | 0,019 |

Berdasarkan tabel tersebut, hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa konstanta (a) sebesar 50,363 dan koefisien regresi (b) sebesar 0,235, sehingga terbentuk persamaan regresi $Y = 50,363 + 0,235X$. Nilai konstanta 50,363 bermakna bahwa apabila variabel *filter bubble* (X) bernilai nol atau tidak diperhitungkan, maka nilai perilaku informasi mahasiswa (Y) sudah berada pada angka 50,363. Nilai koefisien regresi sebesar 0,235 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel *filter bubble* akan diikuti dengan peningkatan perilaku informasi mahasiswa sebesar 0,235 satuan, dengan arah hubungan yang bersifat positif dan searah. Nilai standardized beta ($\beta = 0,266$) menunjukkan besarnya pengaruh standar variabel X terhadap Y. Hasil uji t menghasilkan nilai thitung sebesar 2,407 dengan nilai signifikansi 0,019, yang lebih kecil dari taraf signifikansi 0,05 (Sig. < 0,05). Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_1) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak, yang berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara *filter bubble* pada media sosial TikTok terhadap perilaku informasi mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang.

Tabel 6. Koefisien Determinasi (Model Summary)

| Model | R | R Square (R^2) | Adjusted R^2 | Std. Error of Estimate |
|-------|-------|--------------------|----------------|------------------------|
| 1 | 0,266 | 0,071 | 0,059 | 6,090 |

Berdasarkan tabel tersebut, nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,266 menunjukkan adanya hubungan positif yang lemah antara variabel *filter bubble* dan perilaku informasi mahasiswa. Nilai R Square (R^2) sebesar 0,071 atau 7,1% menunjukkan besaran kontribusi variabel *filter bubble* dalam menjelaskan variasi perilaku informasi mahasiswa. Artinya, hanya 7,1% perubahan pada perilaku informasi yang dapat dijelaskan oleh variabel *filter bubble*, sedangkan 92,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat berupa tingkat literasi informasi mahasiswa, motivasi dan pengalaman belajar, ketersediaan dan keragaman sumber informasi, lingkungan sosial akademik, serta karakteristik kognitif individu. Nilai Adjusted R^2 sebesar 0,059 yang sedikit lebih rendah dari R^2 mengonfirmasi bahwa model dengan satu prediktor ini memiliki tingkat penjelasan yang terbatas terhadap keseluruhan variasi perilaku informasi. Meskipun demikian, signifikansi statistik yang diperoleh (sig. 0,019) tetap membuktikan bahwa pengaruh *filter*

bubble terhadap perilaku informasi bersifat nyata, sehingga variabel ini tetap relevan untuk diperhatikan meskipun besar kontribusinya tergolong rendah.

Filter bubble pada TikTok

Tingginya tingkat keterpaparan mahasiswa terhadap *filter bubble* (rata-rata keseluruhan 2,90; kategori tinggi) mencerminkan efektivitas algoritma rekomendasi TikTok dalam membangun profil preferensi pengguna secara adaptif dan terus-menerus. Dominannya indikator personalisasi algoritma (mean 3,23) mengonfirmasi temuan Kaye et al. (2021) bahwa sistem FYP memproses data perilaku pengguna termasuk durasi menonton dan interaksi untuk mengoptimalkan engagement. Secara teoritis, kondisi ini sesuai dengan konsepsi Pariser (2011) tentang gelembung informasi: algoritma tidak sekadar menyaring konten, tetapi secara aktif membentuk realitas informasi yang unik bagi setiap pengguna. Tingginya skor isolasi informasi (2,76) dan pengurangan keragaman sudut pandang (2,75) mengindikasikan bahwa mahasiswa berada dalam *information cocoon effect* atau ruang informasi yang cenderung homogen sebagaimana diistilahkan oleh Wicaksono et al. (2024), di mana paparan informasi menjadi homogen dan perspektif alternatif jarang muncul.

Temuan yang menarik terdapat pada rendahnya kesadaran mahasiswa terhadap proses penyaringan tersebut temuan wawancara awal menunjukkan 75% mahasiswa tidak menyadari keterpaparan *filter bubble*-nya. Hal ini sejalan dengan argumentasi Eslami et al. (2019) tentang user unawareness sebagai karakteristik utama *filter bubble*: ketidaksadaran ini tidak hanya menjadi persoalan teknis, tetapi juga persoalan pemahaman informasi, karena pengguna cenderung memperlakukan konten yang tersaring sebagai representasi objektif realitas informasi.

Perilaku Informasi Mahasiswa

Perilaku informasi mahasiswa yang berada pada kategori sangat tinggi (rata-rata 3,36) dapat dimaknai dalam dua dimensi. Pertama, dimensi positif: mahasiswa Perpustakaan dan Ilmu Informasi memiliki kompetensi literasi informasi yang lebih baik dibanding rata-rata mahasiswa, tercermin dari tingginya kemampuan pemilihan sumber informasi tepercaya (mean Y09 = 3,58) dan pencarian aktif (mean Y06 = 3,50). Kompetensi ini konsisten dengan studi Nurrahmi & Syam (2020) yang menunjukkan bahwa mahasiswa dengan paparan literasi informasi formal lebih selektif dalam memilih sumber digital. Kedua, dimensi kritis: skor penelusuran informasi yang terendah pada pertimbangan relevansi sebelum pengambilan keputusan (Y13 = 3,23; kategori tinggi) mengisyaratkan celah dalam kemampuan evaluasi kritis. Temuan ini secara teoritis merefleksikan apa yang diidentifikasi Wilson (2000) sebagai tahap *information processing and use* tahap yang paling kompleks dan rentan terhadap bias algoritmik.

Pengaruh Filter bubble terhadap Perilaku Informasi

Temuan bahwa *filter bubble* berpengaruh positif dan signifikan (sig. 0,019; $\beta = 0,266$) namun dengan kontribusi rendah ($R^2 = 0,071$) memerlukan interpretasi yang cermat. Hubungan positif bukan negatif menunjukkan bahwa semakin tinggi paparan *filter bubble*, mahasiswa justru semakin aktif berperilaku informasi. Interpretasi ini sesuai dengan argumen Perdana et al. (2025) bahwa TikTok berfungsi sebagai *information trigger*, konten yang dipersonalisasi memicu keingintahuan lebih lanjut yang mendorong pencarian informasi ke sumber lain. Dalam konteks mahasiswa Perpustakaan dan Ilmu Informasi yang terlatih dalam literasi informasi, paparan konten terpersonalisasi tidak secara otomatis membatasi perilaku informasi mereka sebaliknya, konten tersebut dapat menjadi katalis pencarian informasi yang lebih mendalam.

Rendahnya R^2 (7,1%) menegaskan bahwa *filter bubble* bukan faktor dominan dalam membentuk perilaku informasi. Hal ini secara teoritis memperkuat model Wilson (2000) tentang kompleksitas faktor perantara: perilaku informasi dipengaruhi oleh berbagai faktor internal (literasi informasi, motivasi, pengalaman akademik) dan faktor eksternal (lingkungan sosial, ketersediaan sumber) yang jauh lebih kompleks daripada sekadar mekanisme algoritmik. Temuan ini berbeda dari Wulandari et al. (2021) yang menemukan dampak lebih besar dari algoritma terhadap perilaku penggunaan internet, kemungkinan karena perbedaan subjek penelitian dan cakupan variabel yang digunakan.

Implikasi Teoritis dan Praktis

Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori perilaku informasi Wilson (2000) dalam konteks digital dan algoritmik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *filter bubble* pada TikTok berpengaruh positif terhadap perilaku informasi mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa algoritma personalisasi tidak selalu menjadi hambatan dalam perilaku informasi, tetapi pada kondisi tertentu dapat berperan sebagai pemicu (*activating mechanism*) yang mendorong pengguna untuk melakukan pencarian informasi lebih lanjut. Dengan demikian, penelitian ini memperluas pemahaman mengenai variabel perantara dalam model Wilson, khususnya terkait pengaruh sistem rekomendasi digital sebagai faktor eksternal yang membentuk lingkungan informasi pengguna. Selain itu, penelitian ini juga menegaskan bahwa TikTok dapat dikaji sebagai media informasi dalam perspektif Ilmu Perpustakaan dan Informasi.

Bagi Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi, hasil penelitian ini menunjukkan pentingnya penguatan kemampuan mahasiswa dalam memahami cara kerja rekomendasi konten pada media sosial, selain penguatan literasi informasi konvensional. Mahasiswa perlu dibekali pemahaman mengenai bagaimana algoritma media sosial memengaruhi informasi yang muncul dan diterima pengguna. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek evaluasi dan penelusuran informasi masih perlu ditingkatkan dibandingkan indikator perilaku informasi lainnya. Oleh karena itu, pembelajaran yang menekankan pada kemampuan verifikasi informasi, evaluasi sumber informasi, dan berpikir kritis perlu lebih diperkuat. Bagi pengelola platform media sosial, penelitian ini menunjukkan pentingnya transparansi algoritma agar pengguna memiliki kesadaran terhadap proses penyaringan dan personalisasi konten yang mereka terima.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, *filter bubble* pada media sosial TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku informasi mahasiswa Program Studi Perpustakaan dan Ilmu Informasi Universitas Negeri Padang. Mahasiswa cenderung menerima konten yang sesuai dengan preferensi dan riwayat interaksi mereka, sementara perilaku informasi mahasiswa berada pada kategori sangat tinggi. Meskipun pengaruh *filter bubble* signifikan, kontribusinya tergolong rendah karena perilaku informasi juga dipengaruhi oleh faktor lain seperti literasi informasi, motivasi belajar, pengalaman akademik, dan lingkungan sosial. Dalam konteks mahasiswa ilmu perpustakaan, konten terpersonalisasi justru dapat mendorong pencarian informasi lebih lanjut. Oleh sebab itu, penguatan literasi digital dan literasi algoritmik perlu terus dikembangkan agar mahasiswa mampu menyikapi *filter bubble* secara kritis.

Referensi

- Alamri, M. M., Almaiah, M. A., & Al-Rahmi, W. M. (2020). Social media applications affecting students' academic performance: A model developed for sustainability in higher education. *Sustainability (Switzerland)*, 12(16), 6471. <https://doi.org/10.3390/su12166471>
- Alhajjaj, H. A., Shredam, A. M., Al-Halalat, K. I., & Tarawneh, H. H. (2025). Social Media and Its Impact on University Students: An Analytical Study. *Educational Process: International Journal*, 18, 2025492. <https://doi.org/10.22521/edupij.2025.18.492>
- Armanda, D. M., Afaf, D., & Krisdahyanto, R. (2025). Filter Bubble dan Echo Chamber: Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Informasi Mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik (ITTC Indonesia)*, 02(04), 1124–1129. <https://doi.org/10.62379/IJKSP.V2I4.2669>
- Barus, R., & Pritalia, P. L. (2024). Analisis pemanfaatan TikTok sebagai sumber informasi pembelajaran bagi mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 8(2), 112–123. <https://ojs.uajy.ac.id/index.php/prosidingkonstelasi/article/view/9063?utm>
- Chatlina, C. B., Mulyana, A., & Amalia, M. (2024). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Kualitas Hubungan Sosial dalam Keluarga. *KOMUNITAS: Jurnal Ilmu Sosiologi*, 7(1), 19–38. <https://doi.org/10.30598/komunitasvol7issue1page19-38>
- Eslami, M., Vaccaro, K., Lee, M. K., Bar On, A. E., Gilbert, E., & Karahalios, K. (2019, May 2). User attitudes towards algorithmic opacity and transparency in online reviewing platforms. *Conference on*

Human Factors in Computing Systems - Proceedings.
<https://doi.org/10.1145/3290605.3300724>

- Fajarini, S. D., Yuliani, F., & Kurniawati, J. (2025). Peran Algoritma Media Sosial dalam Membentuk Filter Bubble dan Echo Chamber di Kalangan Milenial dan Gen Z Kota Bengkulu. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 205–226. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8456>
- Hajar, H. W., & Rachman, M. A. (2020). Peran Media Sosial pada Perilaku Informasi Mahasiswa dalam Menyikapi Isu Kesehatan. *Jurnal Ilmu Informasi, Perpustakaan, Dan Kearsipan*, 22(2), 4. <https://doi.org/10.7454/jipk.v22i2.004>
- Hida Zainita, U., Martha, E., Amelia, T., & Safitri, D. (2025). Beyond a digital habit: Socio-ecological perspectives on social media disorder among Indonesian college students. *AIMS Public Health*, 12(4), 1128–1145. <https://doi.org/10.3934/publichealth.2025057>
- Kaye, D. B. V., Chen, X., & Zeng, J. (2021). The co-evolution of two Chinese mobile short video apps: Parallel platformization of Douyin and TikTok. *Mobile Media and Communication*, 9(2), 229–253. <https://doi.org/10.1177/2050157920952120>
- Komara, D. A., & Widjaya, S. N. (2024). Memahami Perilaku Informasi Gen-Z dan Strategi Melawan Disinformasi: Sebuah Tinjauan Literatur Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(2), undefined-undefined. <https://doi.org/10.20961/JPI.V10I2.85775>
- Nurrahmi, F., & Syam, H. M. (2020). Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media Sosial. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129–146. <https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.9215>
- Pariser, E. (2011). *The filter bubble : what the Internet is hiding from you*. Penguin Press.
- Perdana, A. A., Mujiyanto, H., & Pratiwi, R. M. (2025). Pengaruh Popularitas Tiktok sebagai Media Pencarian Informasi Terhadap Penurunan Penggunaan Google di Generasi Z. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 5(1), 230–236. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v5i1.2722>
- Sulistiani, I., Caroline, C., & Syarifuddin. (2025). Changes in Public Information Consumption Patterns in the Digital Era: A Literature Study on Digital Journalism. *Multidisciplinary Output Research For Actual and International Issue (MORFAI)*, 5(4), 204–208. <https://doi.org/10.54443/MORFAI.V5I1.2544>
- Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Informing Science*, 3(2), 49–55. <https://doi.org/10.28945/576>
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17(1), 98–111. <https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>
- Yuliani, N., & Asmara, R. (2025). Eksistensi Perpustakaan sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pemustaka. *MASALIQ*, 5(3), 1155–1167. <https://doi.org/10.58578/masaliq.v5i3.5762>
- Zulli, D., & Zulli, D. J. (2022). Extending the Internet meme: Conceptualizing technological mimesis and imitation publics on the TikTok platform. *New Media and Society*, 24(8), 1872–1890. <https://doi.org/10.1177/1461444820983603>