

ABSTRAK

Fenomena konten di media sosial, khususnya TikTok, menjadi sorotan karena potensinya mempengaruhi persepsi dan perilaku pengguna, terutama kalangan mahasiswa yang cenderung konsumtif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana kemampuan literasi media pada mahasiswa dari konten TikTok, dengan subjek penelitian mahasiswa Telkom University. Analisis penelitian ini menggunakan teori kemampuan literasi media dari James Potter. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggunakan paradigma post positivis. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam terhadap mahasiswa Telkom University yang aktif menggunakan TikTok. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa mahasiswa menerapkan tahapan kemampuan literasi media pada saat proses berbelanja online yaitu pada tahap analisis, evaluasi, pengelompokan, induksi, deduksi, sintesis dan abstraks. Namun adapun keterbatasan mahasiswa dalam menerapkan kemampuan literasi media pada tahapan evaluasi dan deduksi.

Kata Kunci : Perilaku Konsumtif, Konten TikTok, Literasi Media, Mahasiswa