



Pengaruh Media Sosial Tiktok, Instagram, dan Facebook Terhadap Edukasi Mahasiswa

Putri Salwa Auliya' Az-Zahra¹, MA Mursidi²

Politeknik Akbara Surakarta ^{1,2}

e-mail: allesihale@gmail.com

Abstract

This research is a quantitative associative study. It aims to determine whether social media platforms – TikTok, Instagram, and Facebook – have an influence. The study uses primary data collected through questionnaires. Quantitative analysis, multiple linear regression analysis, and the coefficient of determination were employed with the assistance of SPSS 24.0. The population of this study consists of all 133 students of Politeknik Akbara Surakarta. The results obtained through t-tests and F-tests show that TikTok has a positive and significant effect on students' education, Instagram has a positive and significant effect on students' education, while Facebook does not have a positive and significant effect on students' education. Simultaneously, TikTok, Instagram, and Facebook have a positive and significant effect on students' educational value. The coefficient of determination test shows that 28.7% of the variation in students' education can be explained by TikTok, Instagram, and Facebook, while the remaining 71.3% is explained by other variables not examined in this study.

Keywords: Social Media, TikTok, Instagram, Facebook.

Abstrak

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bersifat asosiatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh media sosial Tiktok, Instagram, dan Facebook. Penelitian ini menggunakan data primer yang pengumpulan datanya menggunakan kuisioner. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis kuantitatif, analisis regresi linear berganda dan analisis koefisien determinasi dengan bantuan SPSS 24.0. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Politeknik Akbara Surakarta yang berjumlah 133 orang. Hasil dari penelitian yang didapatkan dengan menggunakan uji t dan uji F menunjukkan bahwa media sosial Tiktok berpengaruh positif dan signifikan terhadap edukasi Mahasiswa, media sosial Instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap edukasi Mahasiswa, dan media sosial Facebook tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap edukasi Mahasiswa. Nilai media sosial Tiktok, Instagram, dan Facebook berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap nilai edukasi Mahasiswa. Dalam uji koefisien determinasi didapatkan hasil data sebesar 28,7% yang dapat dijelaskan oleh media sosial Tiktok, Instagram, dan Facebook. Sedangkan sisanya sebesar 71,3% dapat dijelaskan oleh pengaruh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Media Sosial, Tiktok, Instagram, Facebook.

PENDAHULUAN

Media sosial pada masa kini telah menjelma menjadi sebuah tren utama dalam dunia komunikasi pemasaran sekaligus ruang interaksi yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari (Mangold & Faulds, 2009). Sebagai media berbasis daring, platform ini memungkinkan penggunaanya untuk berpartisipasi, berbagi, sekaligus menciptakan beragam konten dalam berbagai bentuk, mulai dari blog, jejaring sosial, wiki, forum diskusi hingga dunia virtual. Di antara berbagai bentuk tersebut, blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan jenis media sosial yang paling sering dimanfaatkan, khususnya oleh mahasiswa di berbagai belahan dunia (Boyd & Ellison, 2007). Sejalan dengan pandangan Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial dapat dipahami sebagai sekelompok aplikasi berbasis internet yang lahir dari perkembangan ideologi serta teknologi Web 2.0, yang pada gilirannya membuka ruang bagi terciptanya serta bertukarnya konten buatan pengguna. Kehadiran media sosial populer seperti TikTok, Instagram, dan Facebook menjadi contoh nyata dari perkembangan tersebut.

Era digitalisasi yang semakin pesat dan perkembangan media sosial telah menembus berbagai lapisan masyarakat dan bahkan menjelma sebagai bagian dari budaya populer, terutama di Indonesia (Nasrullah, 2017). TikTok, Instagram, dan Facebook bukan sekadar wadah hiburan, tetapi juga telah menjadi fenomena sosial yang merambah kehidupan mahasiswa. Keberadaannya dimanfaatkan sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi yang begitu luas dan cepat diakses. Namun, pemanfaatan media sosial tidak selalu berjalan ke arah yang positif. Terdapat kecenderungan penggunaan yang bersifat hedonis bahkan menyimpang dari tujuan yang membangun (Kuss & Griffiths, 2017). Meski demikian, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial tetap memiliki kontribusi besar dalam ranah edukasi. Melalui berbagai fitur yang ditawarkan, mahasiswa dapat dengan mudah memperoleh, mengakses, serta berbagi informasi yang bersifat mendidik, baik dalam bentuk materi pembelajaran, wawasan umum, maupun informasi aktual yang relevan dengan kebutuhan akademik mereka (Tess, 2013).

Penelitian ini diharapkan mampu menjawab pertanyaan mendasar mengenai sejauh mana media sosial berperan dalam memberikan pengaruh terhadap mahasiswa, bukan hanya sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga sebagai medium promosi pengetahuan yang luas, inovatif, dan kreatif. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap apakah media sosial, khususnya TikTok, Instagram, dan Facebook, benar-benar mampu memberikan nilai edukasi yang signifikan bagi mahasiswa dalam menghadapi tantangan era digital yang serba cepat dan kompetitif.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini disusun untuk menjawab sejumlah permasalahan pokok. Permasalahan yang hendak dijawab adalah apakah terdapat pengaruh media sosial TikTok, Instagram, dan Facebook

terhadap edukasi mahasiswa, bagaimana pengaruh masing-masing media sosial tersebut terhadap edukasi mahasiswa, serta media sosial mana di antara TikTok, Instagram, dan Facebook yang memberikan pengaruh paling dominan. Untuk memperjelas arah penelitian, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada tiga variabel utama, yaitu pengaruh media sosial TikTok, Instagram, dan Facebook terhadap edukasi mahasiswa di Politeknik Akbara Surakarta.

Sejalan dengan rumusan masalah dan batasan penelitian tersebut, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui ada atau tidaknya pengaruh media sosial TikTok, Instagram, dan Facebook terhadap edukasi mahasiswa di Politeknik Akbara Surakarta, mengidentifikasi pengaruh masing-masing platform tersebut terhadap edukasi mahasiswa, serta menentukan media sosial mana yang paling berpengaruh di antara ketiganya. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang komprehensif mengenai peran media sosial dalam mendukung proses pendidikan mahasiswa di era digital.

Manfaat penelitian ini dapat ditinjau dari aspek teoritis maupun praktis. Dari segi teoritis, penelitian ini diharapkan dapat menambah sumber pengetahuan mengenai pengaruh media sosial terhadap edukasi mahasiswa, menjadi referensi bagi penelitian sejenis di masa mendatang, serta memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks pemanfaatan media sosial untuk edukasi. Sementara itu, dari segi praktis, penelitian ini dapat menjadi sumber belajar bagi mahasiswa agar lebih termotivasi dalam mengamati dan menghasilkan informasi yang bersifat edukatif melalui media sosial. Selain itu, penelitian ini juga memberikan kesempatan kepada penulis untuk mengaplikasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan, serta memperluas cakrawala berpikir ilmiah dalam bidang komunikasi, khususnya terkait pemanfaatan TikTok, Instagram, dan Facebook sebagai sarana edukasi.

Kajian Teori

Teori Uses and Effect menjelaskan bahwa penggunaan media tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu, melainkan juga dipengaruhi oleh faktor lain yang menyebabkan seseorang memanfaatkan media tertentu. Teori ini merupakan sintesis antara teori efek tradisional dan teori uses and gratification. Jika uses and gratification lebih menekankan pada alasan individu menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan, maka uses and effect menekankan bahwa penggunaan media akan menghasilkan konsekuensi (effects) yang dipengaruhi oleh isi media serta pola penggunaan itu sendiri. Dalam konteks penelitian ini, teori tersebut digunakan untuk melihat bagaimana media sosial TikTok, Instagram, dan Facebook dimanfaatkan oleh mahasiswa sebagai sarana memperoleh edukasi, serta bagaimana penggunaan tersebut menghasilkan dampak (effects) terhadap pengetahuan dan proses belajar mereka. Dengan demikian, penggunaan media sosial tidak hanya berfungsi

sebagai hiburan, tetapi juga memiliki potensi memberikan efek edukatif yang signifikan.

Berdasarkan teori dan kerangka berpikir tersebut, hipotesis penelitian yang diajukan adalah:

Ha1: Media sosial TikTok berpengaruh terhadap edukasi mahasiswa. (Ho1: Media sosial TikTok tidak berpengaruh terhadap edukasi mahasiswa).

Ha2: Media sosial Instagram berpengaruh terhadap edukasi mahasiswa. (Ho2: Media sosial Instagram tidak berpengaruh terhadap edukasi mahasiswa).

Ha3: Media sosial Facebook berpengaruh terhadap edukasi mahasiswa. (Ho3: Media sosial Facebook tidak berpengaruh terhadap edukasi mahasiswa).

Ha4: Media sosial TikTok, Instagram, dan Facebook secara simultan berpengaruh terhadap edukasi mahasiswa. (Ho4: Media sosial TikTok, Instagram, dan Facebook secara simultan tidak berpengaruh terhadap edukasi mahasiswa).

METODE PENELITIAN

etode penelitian yang digunakan dalam kajian ini disusun dengan pendekatan yang terstruktur dan sistematis agar mampu menjawab pertanyaan penelitian secara objektif. Jenis penelitian yang dipilih adalah penelitian asosiatif kausalitas, yaitu penelitian yang bertujuan untuk melihat hubungan sebab-akibat antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam hal ini, fokus penelitian diarahkan untuk menganalisis sejauh mana pengaruh media sosial, khususnya TikTok, terhadap tingkat edukasi mahasiswa. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif, karena penelitian ini bertumpu pada data numerik yang diperoleh dari populasi atau sampel tertentu, kemudian diolah secara statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

Penelitian dilakukan di Politeknik Akbara Surakarta sebagai lokasi pengambilan data, dengan populasi penelitian yaitu seluruh mahasiswa aktif yang berjumlah 200 orang. Dari jumlah tersebut, sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan tingkat presisi 5%, sehingga diperoleh 133 responden yang terpilih melalui teknik purposive sampling. Pertimbangan pemilihan sampel didasarkan pada relevansi responden terhadap topik penelitian, yaitu mahasiswa aktif yang aktif menggunakan media sosial.

Jenis data yang dikumpulkan adalah data primer, yang diperoleh langsung melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk Google Form. Instrumen penelitian berupa angket tertutup disusun dengan skala Likert lima poin untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan yang diajukan. Agar instrumen tersebut layak digunakan, dilakukan uji validitas untuk memastikan bahwa setiap butir pertanyaan benar-benar mengukur variabel yang dituju, serta uji reliabilitas guna menilai konsistensi jawaban responden. Selain itu, pengujian asumsi klasik seperti uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas

turut dilakukan agar analisis regresi yang digunakan memenuhi syarat BLUE (Best Linear Unbiased Estimator).

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini mencakup empat aspek utama, yaitu penggunaan media sosial TikTok, Instagram, Facebook, serta variabel dependen berupa edukasi mahasiswa. Setiap variabel dijabarkan berdasarkan indikator yang relevan agar dapat diukur secara kuantitatif. Teknik analisis data yang diterapkan adalah regresi linier berganda dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 24.0. Analisis ini digunakan untuk mengidentifikasi arah dan besarnya pengaruh media sosial terhadap edukasi mahasiswa. Hasilnya akan ditafsirkan melalui koefisien determinasi, uji F, dan uji t untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antarvariabel, baik secara simultan maupun parsial. Metode penelitian ini dirancang untuk memberikan gambaran yang jelas mengenai pengaruh media sosial terhadap edukasi mahasiswa, sekaligus menghasilkan temuan yang dapat dijadikan dasar bagi pengembangan teori maupun praktik di bidang pendidikan dan literasi digital.

PEMBAHASAN

Objek Penelitian

Objek penelitian ini berfokus pada mahasiswa Politeknik Akbara Surakarta yang berada di bawah naungan Yayasan Peduli Mandiri Insani Surakarta (YPMI) dan berlokasi di Kota Surakarta, Jawa Tengah. Responden yang terlibat dalam penelitian ini berjumlah 133 mahasiswa yang dipilih melalui penyebaran kuesioner. Berdasarkan karakteristiknya, mayoritas responden adalah perempuan yaitu 62% dan sisanya laki-laki sebesar 38% (data primer diolah, 2024). Dari segi usia, sebagian besar berada pada rentang 20–25 tahun dengan persentase 72%, sedangkan yang berusia di bawah 20 tahun sebanyak 25%, usia 26–30 tahun sebesar 1%, dan di atas 30 tahun sebesar 2% (data primer diolah, 2024). Jika dilihat dari program studi, responden terbanyak berasal dari D3 Teknologi Bank Darah yaitu 62%, kemudian D4 Bisnis Digital sebesar 22%, dan D4 Manajemen Penanggulangan Bencana sebesar 16% (data primer diolah, 2024).

Karakteristik Responden

Karakteristik berdasarkan semester menunjukkan bahwa responden paling banyak berada pada semester 4 dengan jumlah 30%, disusul semester 2 sebesar 34%, semester 6 sebesar 25%, serta semester 8 sebanyak 11% (data primer diolah, 2024). Sementara itu, penggunaan media sosial sehari-hari menunjukkan bahwa mayoritas responden mengakses lebih dari satu platform secara bersamaan yaitu 44%, disusul TikTok sebesar 32%, Instagram 23%, dan Facebook hanya 1% (data primer diolah, 2024). Gambaran deskriptif ini semakin memperkuat bahwa mahasiswa Politeknik Akbara Surakarta memiliki keragaman karakteristik yang cukup luas baik dari segi demografis, akademik, maupun pola penggunaan media sosial. Temuan ini menjadi dasar penting dalam melihat bagaimana pengaruh media sosial, khususnya TikTok, terhadap aspek edukasi mahasiswa.

Uji Instrument Penelitian

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti. Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan korelasi produk moment dengan Pearson, seluruh item pertanyaan pada variabel Media Sosial TikTok, Instagram, Facebook, maupun Edukasi dinyatakan valid karena nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel pada taraf signifikansi 5% (data primer diolah, 2024). Hal ini menunjukkan bahwa setiap butir pertanyaan dalam kuesioner telah sesuai dengan indikator yang diukur sehingga layak digunakan dalam penelitian. Selanjutnya, uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui konsistensi alat ukur dalam menghasilkan data yang stabil. Pengujian menggunakan koefisien Cronbach Alpha memperlihatkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai di atas batas toleransi 0,60, yakni TikTok sebesar 0,928, Instagram sebesar 0,780, Facebook sebesar 0,856, dan Edukasi sebesar 0,846 (data primer diolah, 2024). Semua instrumen penelitian terbukti reliabel atau dapat diandalkan sehingga layak digunakan dalam proses pengumpulan data untuk analisis.

Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan memenuhi kriteria BLUE (Best Linear Unbiased Estimator). Hasil uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,285, lebih besar dari $\alpha = 0,05$, sehingga data dalam penelitian ini dinyatakan berdistribusi normal (data primer diolah, 2024). Selanjutnya, uji multikolinieritas memperlihatkan bahwa semua variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, yang berarti tidak ditemukan adanya multikolinieritas di dalam model regresi (data primer diolah, 2024). Pada uji heteroskedastisitas, hasil perhitungan menunjukkan bahwa variabel TikTok memiliki nilai signifikansi 0,074, Instagram 0,526, dan Facebook 0,08, semuanya lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model penelitian ini terbebas dari gejala heteroskedastisitas (data primer diolah, 2024). Setelah uji asumsi klasik terpenuhi, analisis dilanjutkan dengan regresi linier berganda untuk menguji hubungan antara variabel independen dan dependen.

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan: $Y = 11,550 + 0,304X_1 + 0,170X_2 + 0,149X_3 + e$, di mana Y adalah edukasi, X_1 adalah TikTok, X_2 adalah Instagram, dan X_3 adalah Facebook. Koefisien regresi menunjukkan bahwa TikTok memberikan pengaruh paling besar terhadap edukasi mahasiswa dengan nilai 0,304, diikuti oleh Instagram sebesar 0,170, sementara Facebook berkontribusi sebesar 0,149 meskipun pengaruhnya relatif lebih kecil (data primer diolah, 2024). Hal ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya TikTok, memiliki peran signifikan dalam mendukung aspek edukasi mahasiswa di Politeknik Akbara Surakarta.

Metode pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana media sosial berperan dalam memengaruhi edukasi mahasiswa. Pengujian dilakukan dengan menggunakan uji t, uji F, serta koefisien determinasi (R^2) yang masing-masing berfungsi untuk mengukur pengaruh variabel bebas secara parsial, simultan, maupun dalam proporsi kontribusinya. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini meliputi TikTok, Instagram, dan Facebook, sedangkan variabel terikatnya adalah edukasi mahasiswa (data primer diolah, 2024).

Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel TikTok memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga terbukti berpengaruh signifikan terhadap edukasi mahasiswa. Hal ini menegaskan bahwa penggunaan TikTok dapat memberikan kontribusi nyata bagi proses belajar mahasiswa. Selanjutnya, variabel Instagram memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,030 ($< 0,05$), yang berarti bahwa platform ini juga berpengaruh signifikan terhadap edukasi mahasiswa. Sebaliknya, variabel Facebook memiliki nilai signifikansi 0,122 ($> 0,05$), sehingga tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap edukasi mahasiswa. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa hanya TikTok dan Instagram yang berperan dalam mendukung proses edukasi, sementara Facebook cenderung tidak memiliki kontribusi yang berarti (data primer diolah, 2024). Selanjutnya, hasil uji F memperlihatkan bahwa nilai F hitung sebesar 14,882 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai ini jauh lebih kecil daripada 0,05 dan lebih besar dari F tabel ($14,882 > 3,91$). Artinya, secara simultan variabel TikTok, Instagram, dan Facebook memiliki pengaruh yang signifikan terhadap edukasi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial, ketika dipandang secara kolektif, tetap memiliki peran penting dalam mendukung kegiatan akademik mahasiswa (data primer diolah, 2024).

Adapun hasil koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai Adjusted R^2 sebesar 0,287 atau setara dengan 28,7%. Temuan ini menandakan bahwa 28,7% variasi dalam edukasi mahasiswa dapat dijelaskan melalui variabel penggunaan TikTok, Instagram, dan Facebook, sementara sisanya sebesar 71,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini, seperti motivasi belajar, metode pengajaran dosen, maupun faktor lingkungan belajar (data primer diolah, 2024).

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa TikTok memiliki pengaruh paling besar terhadap edukasi mahasiswa. Hal ini dapat dimengerti karena TikTok merupakan platform populer di kalangan generasi muda yang menyajikan berbagai konten singkat, kreatif, dan edukatif. Banyak mahasiswa yang memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi maupun referensi pembelajaran nonformal, meskipun tidak jarang aplikasi ini juga menuai pro dan kontra karena konten hiburan yang mendominasi (Nurhasanah & Saepudin, 2024). Instagram juga berpengaruh positif dan signifikan. Melalui fitur-fitur

seperti Stories, IGTV, dan Reels, mahasiswa dapat mengakses berbagai informasi, termasuk konten edukasi, tren gaya hidup, maupun isu-isu sosial yang relevan. Hal ini membuat Instagram tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pembelajaran visual yang dapat memperluas wawasan mahasiswa, khususnya dalam literasi digital (Nurhasanah & Saepudin, 2024).

Berbeda dengan dua platform sebelumnya, Facebook tidak terbukti berpengaruh signifikan terhadap edukasi mahasiswa. Salah satu alasan utamanya adalah pergeseran minat pengguna, di mana mahasiswa lebih tertarik menggunakan platform yang lebih dinamis dan berbasis video seperti TikTok dan Instagram. Facebook saat ini lebih banyak digunakan oleh kelompok usia yang lebih tua, sehingga tidak lagi menjadi platform utama bagi mahasiswa dalam mencari informasi maupun pembelajaran (data primer diolah, 2024). Penelitian ini menegaskan bahwa TikTok merupakan media sosial yang paling dominan memengaruhi edukasi mahasiswa. Platform ini tidak hanya menjadi sumber hiburan, tetapi juga sarana pembelajaran, promosi, dan pengembangan kreativitas yang berdampak pada kehidupan akademis maupun non-akademis mahasiswa. Dengan demikian, media sosial tidak dapat dipandang semata-mata sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana strategis dalam mendukung proses pendidikan generasi muda di era digital.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki peran yang berbeda dalam memengaruhi edukasi mahasiswa Politeknik Akbara Surakarta. TikTok terbukti memberikan pengaruh positif dan signifikan, menjadikannya platform yang paling dominan dalam mendukung proses edukasi mahasiswa. Hal ini tidak terlepas dari karakteristik TikTok yang menyajikan konten singkat, kreatif, dan mudah diakses, sehingga mampu menarik perhatian generasi muda. Instagram juga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan, meskipun tidak sekuat TikTok, dengan memanfaatkan fitur berbasis visual yang mampu menghadirkan informasi, tren, maupun konten edukatif. Sementara itu, Facebook tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap edukasi mahasiswa, diduga karena platform ini lebih banyak digunakan oleh kalangan di luar generasi mahasiswa, sehingga daya tariknya relatif menurun di lingkungan akademik. Penelitian ini menegaskan bahwa TikTok merupakan media sosial yang paling berpengaruh dalam meningkatkan aspek edukasi mahasiswa.

Penelitian berikutnya diharapkan dapat menggunakan sampel yang lebih luas serta memperpanjang periode pengamatan agar hasilnya lebih komprehensif. Peneliti selanjutnya juga disarankan untuk menambahkan variabel lain yang relevan dan belum diteliti dalam studi ini, sehingga mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai faktor-faktor yang memengaruhi edukasi mahasiswa. Pengembangan fokus penelitian yang lebih mendalam serta

pemanfaatan literatur yang beragam akan memperkaya analisis dan memberikan kontribusi yang lebih signifikan bagi pengembangan kajian di bidang media sosial dan pendidikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Apriyana, L., Pane, I.Z., Harahap, H. & Vardiansyah, D. (2023) 'Pengaruh intensitas penggunaan Tiktok akun @clahayes sebagai sarana edukasi terhadap pemenuhan kebutuhan informasi kesehatan diet para followers', *Journal of Scientific Communication*, 5(2), pp. 122-135.
- Dewa, C.B. & Safitri, L.A. (2021) 'Pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai media promosi industri kuliner di Yogyakarta pada masa pandemi Covid-19 (Studi kasus akun TikTok Javafoodie)', *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata dan Budaya*, 12(1), pp. 65-71. doi:10.31294/khi.v12i1.10132.
- Fakhri, R.A. (2021) Pengaruh keadilan organisasi, pengembangan karir, dan budaya organisasi terhadap kepuasan kerja (Studi kasus pada PT. Pertamina Training and Consulting). Repository Stie. Available at: <http://repository.stei.ac.id/id/eprint/2876> (Accessed: 27 August 2025).
- Gaspar, N.A., Waworundeng, W. & Kumayas, N. (2020) 'Efektivitas pelayanan publik berbasis aplikasi Bitung Digital City (DC) di Kecamatan Madidir Kota Bitung', *Jurnal Governance*, 3(July), pp. 1-23. Available at: <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/governance/article/view/47078/41968> (Accessed: 27 August 2025).
- Ghozali (2017) *Desain penelitian kuantitatif & kualitatif*, pp. 32-42.
- Husen, A. (2023) 'Strategi pemasaran melalui digital marketing campaign di Toko Mebel Sakinah Karawang', *Jurnal Economina*, 2(6), pp. 1356-1362. doi:10.55681/economina.v2i6.608.
- Indika, D.R. & Jovita, C. (2017) 'Media sosial Instagram sebagai sarana promosi untuk meningkatkan minat beli konsumen', *Jurnal Bisnis Terapan*, 1(1), pp. 25-32. doi:10.24123/jbt.v1i01.296.
- Kaplan, A.M. & Haenlein, M. (2010) 'Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media', *Business Horizons*, 53(1), pp. 59-68. doi:10.1016/j.bushor.2009.09.003.
- Lay, C. et al. (2021) No title. *Laboratorium Penelitian dan Pengembangan FARMAKA TROPIS Fakultas Farmasi Universitas Mualawarman*, 1(1), pp. 105-112. Available at: <https://www.ksi-indonesia.org/assets/uploads/original/2020/03/ksi-1585501090.pdf>(Accessed: 27 August 2025).
- Mubaroq, H. & Hidayati, Y.N. (2022) 'Pengaruh penggunaan media sosial Instagram dan Facebook dalam pembentukan budaya alone together pada kalangan remaja di Desa Ambulu Kecamatan Sumberasih Kabupaten Probolinggo', *Populika*, 10(2), pp. 54-61. doi:10.37631/populika.v10i2.497.
- Natalia, D. & Winduwati, S. (2023) 'Pemanfaatan media sosial Tiktok sebagai sarana edukasi bahasa isyarat Indonesia', *Koneksi*, 7(1), pp. 42-48. doi:10.24912/kn.v7i1.16034.

- Nurhasanah, N. & Saepudin Kanda, A.S. (2024) 'Pengaruh media sosial Instagram terhadap perilaku mahasiswa', *Intellektika: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*, 2(2), pp. 33-39. doi:10.59841/intellektika.v2i2.922.
- Putri, A.E. (2020) 'Pengaruh konten akun Instagram @jktinfo terhadap pemenuhan kebutuhan informasi lalu lintas followers (Survei terhadap followers akun Instagram @jktinfo)', *Ikon - Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 24(2), pp. 129-141. Available at: <https://journals.upiyai.ac.id/index.php/IKON/article/view/1230> (Accessed: 27 August 2025).
- Ramadhan, A.F., Ramdhani, M. & Utamidewi, W. (2022) 'Pengaruh media sosial Tiktok terhadap kebutuhan informasi seks edukasi pada Generasi Z', *JISIP (Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan)*, 6(1), pp. 2382-2395. doi:10.58258/jisip.v6i1.2849.
- Riki Efendi, M., Wahyuni, S. & Zulianto, M. (2018) 'Pengaruh Facebook sebagai social media marketing terhadap perilaku konsumtif mahasiswa', *Jurnal Pendidikan Ekonomi: Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan, Ilmu Ekonomi dan Ilmu Sosial*, 12(1), p. 82. doi:10.19184/jpe.v12i1.7591.
- Saleh, A.R. & Utomo, H. (2018) 'Pengaruh disiplin kerja, motivasi kerja, etos kerja dan lingkungan kerja terhadap produktivitas kerja karyawan bagian produksi di PT. Inko Java Semarang', *Among Makarti*, 11(1), pp. 28-50. doi:10.52353/ama.v11i1.160.
- Sijabat, O. et al. (2022) 'Pemanfaatan Facebook dalam pembelajaran matematika', *Edumaspul: Jurnal Pendidikan*, 6(1), pp. 371-376. doi:10.33487/edumaspul.v6i1.3079.
- Sugiyono (2019) 'Dampak pemasaran online terhadap perilaku pembelian konsumen (Studi kasus mahasiswa Ekonomi angkatan 2017 Universitas Tidar Magelang)', *Jurnal Online Mahasiswa Manajemen*, 1(1).
- Susanto, D. (2021) 'Model Aisas untuk memetakan keputusan pembelian konsumen berdasarkan kualitas konten Tiktok #Racunshopee', *E-Journal Universitas Atma Jaya Yogyakarta*, pp. 45-53. Available at: <http://e-journal.uajy.ac.id/id/eprint/25747> (Accessed: 27 August 2025).
- Zhazaretta, A. & Djuhardi, L. (2023) 'Fenomenologi konten kreator dalam mengedukasi mahasiswa melalui media sosial Tiktok', *IKRA-ITH Humaniora: Jurnal Sosial dan Humaniora*, 7(3), pp. 23-30. doi:10.37817/ikraithhumaniora.v7i3.3323.