



Pengaruh Immersion Penggunaan TikTok terhadap *Interactivity* dan *Economic Active Learning* pada Mahasiswa Pendidikan di Kota Surabaya

Devi Sintiyah Sari^{1*}, Eka Hendi Andriansyah²

^{1,2} Fakultas Ekonomika Dan Bisnis, Universitas Negeri Surabaya

* E-mail Korespondensi: devisintiyah.22021@mhs.unesa.ac.id

Information Article

History Article

Submission: 29-12-2025

Revision: 20-01-2026

Published: 29-01-2026

DOI Article:

10.24905/permana.v17i3.1416

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh immersion dalam penggunaan TikTok terhadap *interactivity* dan *Economic Active Learning* mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Kota Surabaya, serta menguji pengaruh *interactivity* terhadap *Economic Active Learning*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Kota Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier untuk menguji hubungan antarvariabel penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa immersion dalam penggunaan TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *interactivity* mahasiswa, yang mengindikasikan bahwa semakin tinggi keterlibatan kognitif dan afektif mahasiswa dalam menggunakan TikTok, semakin tinggi pula tingkat interaksi yang dilakukan. Selain itu, immersion dalam penggunaan TikTok juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Economic Active Learning*, karena keterlibatan yang tinggi mendorong mahasiswa lebih aktif dalam memahami dan merefleksikan materi pembelajaran ekonomi. Selanjutnya, *interactivity* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Economic Active Learning*, yang menunjukkan bahwa fitur interaktif TikTok mampu meningkatkan partisipasi aktif dan pemikiran kritis mahasiswa dalam proses pembelajaran ekonomi. Hasil penelitian ini menegaskan potensi TikTok sebagai media pendukung pembelajaran ekonomi yang efektif di lingkungan pendidikan tinggi.

Kata Kunci: Immersion, TikTok; *Interactivity*, *Economic Active Learning*, Mahasiswa Pendidikan Ekonomi.

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of immersion in TikTok usage on interactivity and Economic Active Learning among Economics Education students in Sura-

Acknowledgment

baya City, as well as to analyze the influence of interactivity on Economic Active Learning. This research employed a quantitative approach using a survey method, in which data were collected through questionnaires distributed to Economics Education students in Surabaya. The data were analyzed using regression analysis to test the relationships among the research variables. The results indicated that immersion in TikTok usage had a positive and significant effect on student interactivity, suggesting that higher levels of cognitive and affective engagement led to increased interaction on the platform. Furthermore, immersion in TikTok usage also showed a positive and significant effect on Economic Active Learning, as deeper engagement encouraged students to actively understand, process, and reflect on economic learning content. In addition, interactivity was found to have a positive and significant effect on Economic Active Learning, demonstrating that TikTok's interactive features enhanced active participation and critical thinking in the economic learning process. These findings highlighted the potential of TikTok as an effective supporting medium for economic learning in higher education.

Key word: *Immersion, TikTok; Interactivity, Economic Active Learning, Economics Education Students.*

© 2026 Published by Permana. Selection and/or peer-review under responsibility of Permana

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara kita berkomunikasi, baik secara online maupun offline. Digitalisasi mempercepat komunikasi dan memungkinkan interaksi yang lebih luas dan cepat (Entschew, 2021; Özdemir, 2023; Prnjat, 2019). Akibat revolusi Industri 4.0 membuka peluang baru untuk inovasi dalam berbagai bidang (Ferrás-Hernández, 2020; Mirza et al., 2023). Perubahan ini mendorong terciptanya ekosistem digital yang saling terhubung, di mana informasi dapat diakses secara langsung tanpa batas geografis. Integrasi teknologi seperti kecerdasan buatan, *Internet of Things* (IoT), dan big data semakin memperluas potensi pemanfaatan digitalisasi. Contoh perkembangan teknologi digital yang saat ini tidak dapat lepas di kehidupan sehari-hari adalah media sosial.

Media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan bertukar informasi serta ide melalui komunitas virtual (Bagla &

Binoy, 2017; Selkie & Moreno, 2016). Adapun contoh dari aplikasi media sosial seperti youtube, tiktok, Instagram, whatsapp, telegram, facebook, dan twitter. Penggunaan media sosial dapat membantu di seluruh bidang kehidupan seperti bidang sosial, pendidikan, budaya, ekonomi dan sebagainya (Hajir et al., 2016; Kasemsap, 2016; Pressler et al., 2025).



Gambar 1. Media Sosial yang sering digunakan Orang Indonesia

Sumber : GoodStats 2024

Berdasarkan data yang disajikan (Mufrida, 2024) menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari. Salah satu platform media sosial yang saat ini berkembang pesat menduduki urutan pertama serta banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia adalah TikTok yang memungkinkan pengguna untuk membuat, membagikan, dan mengonsumsi konten video pendek, biasanya antara 15 hingga 60 detik (Arévalo-Salinas et al., 2025; Kiran & Sharma, 2020; Zeng & Kaye, 2022). Pada November 2023, TikTok memiliki lebih dari 1 miliar pengguna aktif setiap bulannya sehingga menjadikannya platform media sosial paling terkemuka di dunia (Miaji & Miaji, 2024). TikTok sangat populer di semua kalangan terutama Generasi Z di Indonesia, dengan pengguna berusia 13 hingga 27 tahun menunjukkan keterlibatan yang signifikan (Goli & Khan, 2022; Katsiroumpa et al., 2025; Rahayu et al., 2025). Selain itu, anak-anak yang berusia antara 3 hingga 8 tahun juga aktif di TikTok, menunjukkan rentang usia pengguna yang luas (Muslimah & Syamsudin, 2020). Dengan jangkauan pengguna yang begitu luas, TikTok telah menjadi salah satu media sosial yang berpengaruh dalam membentuk trend, perilaku, pengetahuan, dan pola konsumsi informasi di masyarakat. Oleh karena itu, penelitian ini menggunakan TikTok sebagai media sosial yang merepresentasikan lingkungan pembelajaran interaktif dan inovatif.

Platform ini memang awalnya dikenal sebagai media hiburan, tetapi saat ini berkembang menjadi salah satu pendukung dalam proses pembelajaran di bidang pendidikan (Liao et al., 2024; Siraji, 2025). Secara realitanya, tidak semua masyarakat terutama mahasiswa sebagai generation Z menggunakan TikTok sebagai media pembelajaran aktif (Anna & Ismail,

2023; Martínez-Fresneda Osorio, 2025). Generasi Z di Kota Surabaya, terutama mahasiswa, hampir semua mempunyai aplikasi tiktok dan selalu menggunakan TikTok dalam aktivitas sehari-hari mereka. Sebagian besar dari mereka juga menggunakan tiktok sebagai media hiburan dan pemasaran karena terdapat sistem viralisasi konten (Felício & Peres, 2023). Fenomena ini menunjukkan bahwa preferensi penggunaan TikTok pada Generasi Z cenderung dipengaruhi oleh kebutuhan akan hiburan cepat dan peluang monetisasi. Akibatnya, peran TikTok sebagai media pembelajaran aktif terutama pembelajaran pada bidang ekonomi sering kali berada di posisi sekunder dibandingkan fungsi hiburannya. Fenomena ini menunjukkan perubahan dalam cara generasi muda belajar, mereka lebih suka menggunakan media digital yang singkat, menarik, dan sesuai dengan kebutuhan akademik mereka.

Proses pembelajaran dapat membantu dalam meningkatkan pemahaman dan pengetahuan peserta didik (Cahyani et al., 2025; Harrison, 2025). Sehingga potensi TikTok di bidang pendidikan saat ini sangat luas, dengan peluang untuk meningkatkan literasi digital, mendorong pembelajaran mandiri, dan mengintegrasikannya ke dalam berbagai jenjang pendidikan terutama pada perguruan tinggi (Benitez-Correa & Gonzalez-Torres, 2025; Samala et al., 2024). Tampilan TikTok yang mudah digunakan dan keuntungan yang dirasakan dengan jelas berpengaruh besar terhadap tingkat interaksinya, yang pada akhirnya mendorong keinginan untuk belajar secara aktif (Madli et al., 2024; Wang et al., 2024). Sehingga melalui konten yang kreatif dan interaktif, TikTok mampu menyajikan materi pembelajaran dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami karena penyampaian yang ringkas dan berdurasi pendek. Hal ini menjadikan TikTok sebagai salah satu inovasi media pembelajaran yang relevan di era digital. Selain itu, hasil penelitian terdahulu juga banyak menjelaskan bahwa Generasi Z saat ini menggunakan tiktok sebagai media edukasi (Fadilah et al., 2025; Julkarnain & Pratama, 2024; Suwanto & Susilowati, 2024).

Tiktok berdampak positif terhadap motivasi, keterlibatan, kreativitas, dan rasa ingin tahu siswa (Erydani et al., 2025; Lopes, Morais, Gouveia, et al., 2025; Siraji, 2025). Namun, terdapat beberapa keterbatasan dalam penggunaan video pendek yaitu dapat menyebabkan perhatian siswa teralihkan dan menyulitkan pembelajaran mendalam. Selain itu, video pendek juga lebih cocok untuk menyampaikan pengetahuan konseptual dan kurang kondusif untuk pembelajaran berbasis diskusi yang kompleks (Alino et al., 2024; Luik et al., 2025; Wang et al., 2024). Pengguna dapat mengeksplorasi pengetahuan di berbagai bidang seperti kesehatan, sosial, ekonomi, budaya, politik, hukum dengan mudah melalui platform aplikasi tiktok ini.

Sehingga dalam penelitian ini, TikTok dimanfaatkan untuk mengeksplorasi pengetahuan di bidang ekonomi guna mewujudkan pembelajaran yang aktif. Mahasiswa dapat menggunakan TikTok untuk menggali informasi terkait materi manajemen, keuangan, ekonomi makro dan mikro, kewirausahaan, serta berbagai tutorial pembelajaran seperti penggunaan aplikasi Mendeley, SmartPLS, cara menghapus lembar kosong pada Microsoft Word, dan sebagainya. Sesuai dengan hasil penelitian terdahulu, TikTok dapat digunakan sebagai media dalam pembelajaran ekonomi aktif (Wang et al., 2024; Zapata-Martínez et al., 2025). Pemanfaatan TikTok untuk edukasi ini tidak hanya memberikan manfaat bagi peserta didik, tetapi juga guru dan calon guru maupun masyarakat luas (Siraji, 2025).

Sementara TikTok mendorong kreativitas dan koneksi sosial, platform tersebut juga menghadirkan risiko seperti kecanduan bagi penggunanya atau disebut immersion (Bulley et al., 2024; Rahayu et al., 2025). Dampak negatif ini dapat semakin besar ketika pengguna menghabiskan waktu berjam-jam tanpa jeda, mengabaikan aktivitas penting lainnya. Fitur TikTok yang menarik dapat memicu perilaku adiktif, yang ditandai dengan penggunaan secara kompulsif dan kesulitan untuk melepaskan diri dari aplikasi tersebut (Lopes, Morais, Raposo, et al., 2025). Kecanduan ini terkait dengan penundaan pekerjaan dan gangguan perhatian, yang berdampak pada fungsi serta produktivitas sehari-hari (Caponnetto et al., 2025; Chao et al., 2023). Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan pengelolaan waktu yang baik agar penggunaan TikTok tetap memberikan manfaat tanpa menimbulkan dampak merugikan.

Penelitian terdahulu menjelaskan imersi berarti tingkat keterlibatan dan stimulasi sensorik yang dialami oleh siswa selama proses belajar (Agrawal et al., 2019; Curran, 2017). Ini sangat penting untuk membangun suasana pembelajaran yang menarik, yang bisa mendorong partisipasi aktif. Di platform digital seperti TikTok, imersi dapat dicapai melalui konten yang interaktif dan visual yang menggugah (Alino et al., 2024). Dampak pada pembelajaran imersi atau *immersive learning* telah terbukti memberikan pengaruh terhadap pengaturan diri dan partisipasi dalam suasana belajar, meskipun pengaruh langsungnya terhadap hasil belajar dan motivasi internal dapat berbeda-beda tergantung pada kompleksitas kognitif dan struktur tugas pembelajaran (Mustapa et al., 2015). Algoritma TikTok memiliki fungsi krusial dalam membentuk pengalaman yang disesuaikan dan mendalam dengan menyajikan konten yang sesuai dengan selera pengguna, yang pada gilirannya meningkatkan

Studi ini mempunyai keunikan dibandingkan dengan studi terdahulu yang sebagian

3050

besar penelitian sudah menguji *Technology Acceptance Model (TAM)* yang diperluas dengan variable *immersion*, *interactivity*, *perceived enjoyment*, dan *virtual rewards*. Kebaruan dari penelitian ini berfokus pada variabel moderasi *novelty experience* dan subjek penelitian yakni mahasiswa pendidikan ekonomi Kota Surabaya sehingga menambahkan konteks lokal dalam literatur global. Dengan demikian, diharapkan mampu memberikan sumbangan baik secara teoritis maupun praktis untuk memperluas pengetahuan dalam literatur tentang penggabungan media sosial, terutama TikTok, sebagai alat untuk pembelajaran aktif di tingkat pendidikan tinggi.

Tujuan penelitian ini untuk meningkatkan pemahaman mengenai kemungkinan penggunaan TikTok dalam pendidikan tinggi dengan menguji skala baru, "TikTok SportEdu" (Gálvez-Ruiz et al., 2025). Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Kota Surabaya memiliki tantangan ganda dalam pembelajaran. Selain harus menguasai materi akademik, mereka juga dituntut memiliki literasi digital, kreativitas, dan kemampuan beradaptasi terhadap perkembangan teknologi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. metode sistematis untuk pemeriksaan data numerik yang berpusat pada pengukuran atau penghitungan karakteristik dalam upaya untuk menggambarkan, menjelaskan, dan memprediksi fenomena (Clarke & Collier, 2015). Penelitian ini mengenai penggunaan tiktok yang terdapat peran *immersion*. Dampaknya terhadap *interactivity* dan *Economic Active Learning* mahasiswa program studi Pendidikan Ekonomi di Kota Surabaya. Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini dikategorikan sebagai data ordinal karena seluruh variabel diukur melalui skala Likert yang merepresentasikan persepsi responden dalam bentuk tingkatan. Dalam penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh langsung dari responden dengan menggunakan instrumen berupa kuesioner. Populasi yang di gunakan adalah para mahasiswa pengguna tiktok program studi Pendidikan Ekonomi lingkup Kota Surabaya, yakni mahasiswa Prodi Pendidikan Ekonomi Universitas Negeri Surabaya sebanyak 625 mahasiwa dan Institut Keguruan dan Ilmu Pendidikan Widya Darma sebanyak 44 mahasiswa. Berdasarkan data populasi di atas, teknik penentuan ukuran sampel menggunakan rumus slovin yakni :

$$n = \frac{n}{1+n(e)^2} = n = \frac{669}{1+669(0.05)^2} = 250,32 \text{ dibulatkan } 250$$

Penelitian ini menggunakan kuisisioner atau angket sebagai teknik dalam mengumpulkan

data untuk mengungkapkan persepsi, pendapat, serta tanggapan dari responden terhadap topik pembahasan yang diangkat. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan structural (structural equation modelling) atau SEM. Peneliti ini menggunakan *software smartPLS* 4.0 dikarenakan penelitian ini menggunakan variabel laten yang dapat diukur menggunakan indikator-indikator yang tercantum dalam penelitian, sehingga penelitian dapat melakukan analisis dan mendapatkan hasil pengujian yang akurat dan terperinci.

Hipotesis:

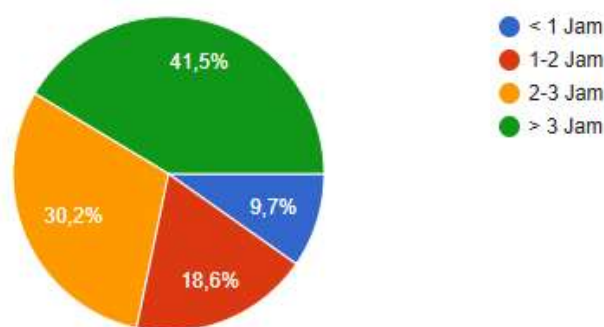
H1 : *Immersion* penggunaan Tiktok berpengaruh terhadap *interactivity* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Kota Surabaya

H2 : *Immersion* penggunaan TikTok berpengaruh terhadap *Economic Active Learning* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Kota Surabaya

H3 : *Interactivity* penggunaan TikTok berpengaruh terhadap *Economic Active Learning* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Kota Surabaya

HASIL

Hasil Analisis Data Deskriptif



Gambar 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi Penggunaan Tiktok

Sumber: data diolah (2025)

Hasil menunjukkan bahwa 41,5% atau 107 responden menghabiskan lebih dari tiga jam dalam sehari untuk menggunakan aplikasi tersebut. Sementara itu, 30,2% atau 78 responden menghabiskan selama 2-3 jam dalam penggunaan tiktok. 18,6% atau 48 responden menghabiskan 1-2 jam dalam sehari penggunaannya. Serta 9,7% atau 25 responden menghabiskan kurang dari 1 jam dalam sehari untuk menggunakan aplikasi tiktok. Data ini memberikan gambaran bahwa sebagian besar pengguna tiktok cenderung menggunakan aplikasi dalam waktu yang relatif lama yakni lebih dari 3 jam.

Analisis Outer Model

Convergent Validity

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen Nilai Outer Loading

Indikator pertanyaan	X	Y1	Y2	Keterangan
X1.1	0.940			Valid
X1.2	0.941			Valid
Y1.1		0.964		Valid
Y1.2		0.963		Valid
Y2.1			0.949	Valid
Y2.2			0.954	Valid

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai laoding factor semua item pertanyaan $> 0,70$ maka dapat disimpulkan bahwa item pertanyaan dinyatakan valid konvergen.

Cronbach's Alpha dan Composite Reliability

Tabel 2. Hasil Uji Nilai Cronbach's alpha dan composite reliability

	Cronbach's Alpha	Composite Reliability (Rho A)	Composite Reliability (Rho C)	Keterangan
Immersion (X)	0.869	0.869	0.939	Reliabel
Interactivity (Y1)	0.923	0.923	0.963	Reliabel
Economic Active Learning (Y2)	0.895	0.897	0.950	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan nilai *Cronbach's alpha* dan *composite reliability* indikator immersion (X), *interactivity* (Y1), *Economic Active Learning* (Y2), dengan setiap variabel menunjukkan nilai lebih dari 0,70. Sehingga kita dapat menganggap bahwa variabel tersebut cukup dapat diandalkan atau reliabel.

Average Variance Extracted (AVE)

Tabel 3. Hasil Uji Average Variance Extracted (AVE)

Indikator	AVE
Immersion	0.884
Interactivity	0.929
Economic Active Learning	0.905

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Berdasarkan tabel di atas hasil nilai *Average Variance Extracted* (AVE) dengan variabel *immersion*, *interactivity*, *Economic Active Learning* memiliki nilai $> 0,5$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh item mampu memperkuat reliabilitas.

Diskriminant Validity

Tabel 4. Hasil Uji Diskriminan dengan Kriteria *Fornell* dan *Lacker*

	Immersion	Interactivity	Economic Active Learning	Novelty Experience
Immersion	0.940			
Interactivity	0.556	0.964		
Economic Active Learning	0.435	0.681	0.951	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Nilai diagonal adalah nilai akar AVE dan nilai lainnya adalah korelasi. Berdasarkan tabel di atas maka variabel *immersion* mempunyai akar AVE (0.940) $\geq$ korelasi dengan *interactivity* (0.556) dan $\geq$ korelasinya dengan *Economic Active Learning* (0.435). Variabel *Interactivity* juga menunjukkan nilai akar AVE (0.964) $\geq$ korelasi dengan *Economic Active Learning* (0.681). Berdasarkan hasil dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai akar AVE tiap variabel $\geq$ korelasi antara konstruk dengan konstruk lainnya, maka dapat disimpulkan bahwa semua variabel dinyatakan valid diskriminan.

Analisis *Inner Model*

R-Square

Tabel 5. Hasil Uji *R-square*

	R-square
<i>Economic Active Learning</i>	0.645
<i>Interactivity</i>	0.421

Sumber : Data diolah oleh peneliti (2025)

Nilai R-square variabel *Economic Active Learning* sebesar 0,645. Hal tersebut menandakan bahwa variabel *immersion* menjelaskan variabel *Economic Active Learning* sebesar 64,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa model dianggap moderate atau sedang, yang mengartikan bahwa 60,4% *Economic Active Learning* dipengaruhi oleh variabel eksogen. Sisanya yaitu sebesar 35,5% merupakan kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Sedangkan nilai R-square variabel *interactivity* sebesar 0.421. Hal tersebut menunjukkan bahwa variabel *immersion* melalui *Economic Active Learning* mampu menjelaskan variabel *interactivity* sebesar 42,1%. Maka dapat disimpulkan bahwa model dikategorikan lemah dan atinya *interactivity* dipengaruhi oleh variabel eksogen. Sisanya yaitu sebesar 57,9% merupa-

kan kontribusi variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

F-Square

Tabel 6. Hasil Uji F-square

	<i>Economic Active Learning</i>	<i>Interactivity</i>
<i>Economic Active Learning</i>		
Immersion	0.257	0.216
<i>Interactivity</i>	0.177	

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Adapun untuk penjelasannya :

- Pengaruh *immersion* terhadap *interactivity* sebesar 0,216. Maka pengaruh *immersion* terhadap *interactivity* dianggap sedang.
- Pengaruh *immersion* terhadap *Economic Active Learning* sebesar 0,257. Maka pengaruh *immersion* terhadap *Economic Active Learning* dianggap sedang.
- Pengaruh *interactivity* terhadap *Economic Active Learning* sebesar 0,177. Maka pengaruh *interactivity* terhadap *Economic Active Learning* dianggap sedang.

Model FIT SMR

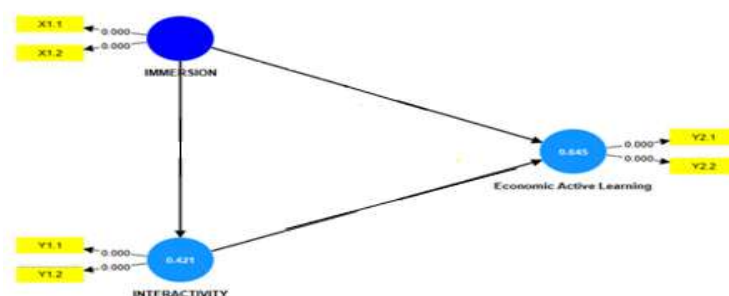
Tabel 7. Hasil Uji (SRMR)

	Saturated Model	Estimated Model
SRMR	0.043	0.042

Sumber data : diolah oleh peneliti (2025)

Pada tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai SRMR atau *Standardized Root Mean Square Residual* sebesar 0,043 dan 0,042 < 0,10 sehingga model dianggap mempunyai kecocokan data.

Uji Hipotesis



Gambar 2. Uji Hipotesis

Sumber: data diolah (2025)

Direct Effect (Path Coefficients)

Analisis *direct effect* berguna untuk menguji hipotesis pengaruh langsung suatu variabel yang mempengaruhi (eksogen) terhadap variabel (endogen). Kriterianya adalah nilai probabilitas/signifikansi (*P-Value*), jika nilai *P-Value* < 0.05 maka dianggap signifikan dan jika nilai *P-Value* > 0,05 maka dianggap tidak signifikan.

Tabel 8. Hasil *Direct Effect (Path Coefficient)*

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
Immersion -> <i>interactivity</i>	0.360	0.361	0.042	8.535	0.000
Immersion -> <i>Economic Active Learning</i>	0.344	0.347	0.053	6.481	0.000
<i>Interactivity</i> -> <i>Economic Active Learning</i>	0.336	0.334	0.062	5.446	0.000

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

PEMBAHASAN***Immersion* Penggunaan Tiktok Berpengaruh Terhadap *Interactivity* Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Kota Surabaya**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan diketahui bahwasanya *immersion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *interactivity* yang memiliki arti bahwa apabila *immersion* atau kecanduan menonton tiktok meningkat maka *interactivity* tersebut juga akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari (Lan, 2020; Shen et al., 2025; Wang et al., 2024) yang menyatakan imersi secara signifikan meningkatkan keterlibatan dan retensi pengguna. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman imersif dapat menyebabkan tingkat interaktivitas yang lebih tinggi karena pengguna lebih cenderung terlibat dengan konten yang sangat melibatkan mereka. Imersi secara positif memengaruhi kepuasan pengguna dan niat perilaku, menunjukkan bahwa pengguna yang merasa imersif lebih cenderung berinteraksi dengan konten dan berpartisipasi aktif.

Dalam lingkungan pendidikan, fitur imersif tiktok, seperti sifat menyenangkan dan hadiah virtual, telah terbukti meningkatkan keterlibatan dan interaktivitas siswa (Wang et al., 2024). Studi lain tentang pendidikan bahasa menemukan bahwa fitur tiktok yang menarik dan imersif secara signifikan meningkatkan kemampuan dan keterlibatan pembelajar bahasa,

yang semakin mendukung hubungan antara imersi dan interaktivitas (Khasawneh, 2024). Temuan tersebut menunjukkan bahwa tingkat imersi yang tinggi dalam platform digital tiktok dapat menciptakan pengalaman belajar yang lebih aktif dan partisipatif bagi mahasiswa. Oleh karena itu, pemanfaatan imersi tiktok berpotensi menjadi strategi pedagogis inovatif untuk meningkatkan kualitas interaksi dan efektivitas pembelajaran di lingkungan pendidikan.

Selain itu, hipotesis penelitian didukung oleh seluruh responden mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Kota Surabaya yang memiliki aplikasi tiktok serta merasakan keterlarutan (*immersion*) dan aktif melakukan interaksi pada platform tersebut. Hal ini dibuktikan melalui hasil pengumpulan data berupa perolehan skor kuesioner yang menunjukkan bahwa pada indikator *cognitive involvement* atau fokus mahasiswa, butir pernyataan “Menonton konten tiktok menyebabkan mengalami keterlibatan yang mendalam (kecanduan)” memperoleh kategori tinggi, karena sebagian besar responden menyatakan setuju. Pada indikator *interest* atau ketertarikan dengan pernyataan “Meskipun videonya berdurasi pendek, konten tiktok tetap menyenangkan dan menarik” serta pernyataan “Konten tiktok terasa menarik dan membuat saya ingin menontonnya terus” memperoleh jawaban setuju paling banyak. Temuan serupa juga terlihat pada indikator efektivitas dalam variabel *interactivity*, khususnya pada pernyataan “Fitur-fitur yang tersedia di tiktok sangat menarik sehingga membuat pengguna merasakan imersi dan melakukan interaksi,” yang menunjukkan tingkat persetujuan responden yang tinggi.

Sehingga dapat disimpulkan *immersion* dalam penggunaan tiktok terhadap *interactivity* karena *immersion* dapat menciptakan kondisi keterlibatan kognitif dan afektif yang tinggi bagi pengguna. Selain itu, sejalan dengan Teori Perilaku Terencana (*Theory of Planned Behavior*) dan *Technology Acceptance Model (TAM)* sejalan dengan hipotesis penelitian ini. Dimana kemudahan penggunaan dan kegunaan pengguna yang akan membuat penonton tiktok merasakan *immersion* (kecanduan) dan melakukan *interactivity* dalam platform tersebut. Keterlibatan kognitif dan afektif tersebut mendorong pengguna untuk merespons konten secara aktif melalui berbagai bentuk interaksi, seperti memberikan komentar, menyukai, dan membagikan konten (Wang et al., 2024). Dengan demikian, persepsi kemudahan penggunaan dan manfaat yang dirasakan pengguna tidak hanya memperkuat *immersion*, tetapi juga secara langsung meningkatkan intensitas *interactivity* dalam penggunaan platform tiktok (Nasruddin et al., 2023).

***Immersion* Penggunaan Tiktok Berpengaruh Terhadap *Economic Active Learning* Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Kota Surabaya**

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan diketahui bahwasanya *immersion* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Economic Active Learning* yang memiliki arti bahwa apabila *immersion* atau kecanduan menonton tiktok meningkat maka *Economic Active Learning* tersebut juga akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari (Alino et al., 2024; Wang et al., 2024) yang menyatakan *immersion* di tiktok, yang ditandai dengan penyerapan mendalam dan kondisi "*flow*", secara signifikan meningkatkan keterlibatan mahasiswa dan niat belajar aktif. Hal ini didukung oleh temuan bahwa mahasiswa sering mengalami kondisi "*flow*" saat menggunakan TikTok, menjadi sangat terserap dalam konten.

Integrasi tiktok ke dalam strategi pendidikan telah terbukti meningkatkan prestasi akademik (Zapata-Martínez et al., 2025). Integrasi tersebut melalui fitur-fitur tiktok, seperti kemudahan penggunaan, algoritma, sifat menyenangkan, dan interaktivitas, berkontribusi pada efektivitasnya sebagai alat pendidikan (Lopes et al., 2025). Ketika algoritma pencarian pernah menelusuri maupun melakukan interaksi terkait konten pendidikan ekonomi maka secara langsung konten yang terus menerus muncul adalah konten pendidikan ekonomi yang menarik sehingga membuat pengguna menonton konten jenis tersebut secara terus menerus (Klug et al., 2021). Fitur-fitur ini meningkatkan niat belajar aktif siswa dengan membuat proses pembelajaran lebih menarik dan menyenangkan (Wang et al., 2024).

Kemampuan platform untuk menyajikan topik-topik kompleks dalam format yang mudah diakses dan menarik semakin mendukung penggunaannya dalam pendidikan (Alino et al., 2024). Sebuah studi yang melibatkan mahasiswa kedokteran menunjukkan bahwa mereka yang menggunakan tiktok sebagai bagian dari alat pembelajaran mereka memperoleh nilai lebih tinggi pada ujian dibandingkan dengan mereka yang tidak menggunakannya (Zapata-Martínez et al., 2025). Hal ini menunjukkan bahwa tiktok dapat menjadi alat yang efektif untuk meningkatkan hasil pembelajaran aktif dalam ekonomi juga. Dengan didukung penelitian terdahulu yang menyatakan tiktok dapat digunakan untuk mengajarkan konsep ekonomi secara efektif, memanfaatkan jangkauannya yang luas dan formatnya yang menarik (Narimo et al., 2023).

Selain itu, hipotesis penelitian didukung oleh analisis kuisioner pada butir pernyataan

“Saya menyimak dan memproses informasi dari tiktok secara mendalam” dan pernyataan “Konten tiktok jenis pembelajaran/edukasi terkait ekonomi membuat saya lebih cepat merasa faham” pada indikator *cognitive involvement* dalam variabel *immersion*. Kedua pernyataan tersebut mendapati jawaban setuju paling banyak oleh responden. Temuan serupa juga pada pernyataan “TikTok membantu dalam proses pembelajaran aktif ekonomi mahasiswa” dalam indikator partisipasi di variabel *Economic Active Learning* yang mendapati jawaban responden sangat setuju paling banyak. Selain itu pernyataan “Saya menggunakan TikTok untuk merekam pengetahuan ekonomi yang telah saya pelajari” pada indikator berfikir kritis di variabel *Economic Active Learning* yang menunjukkan tingkat persetujuan responden yang tinggi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *immersion* dalam penggunaan tiktok berperan penting dalam mendorong peningkatan *Economic Active Learning* mahasiswa. Kondisi keterlibatan kognitif dan afektif yang tinggi, seperti penyerapan mendalam dan pengalaman *flow*, membuat mahasiswa lebih aktif menyimak, memahami, serta merefleksikan konten pembelajaran ekonomi. Dukungan fitur dan algoritma TikTok yang menyajikan konten edukatif secara menarik dan berulang turut memperkuat niat serta partisipasi mahasiswa dalam pembelajaran aktif. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *immersion* mahasiswa terhadap tiktok, semakin besar pula potensi platform ini untuk dimanfaatkan sebagai media pendukung pembelajaran ekonomi yang efektif.

Interactivity penggunaan TikTok berpengaruh terhadap *Economic Active Learning* pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi Kota Surabaya

Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan diketahui bahwasanya *interactivity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Economic Active Learning* yang memiliki arti bahwa apabila *interactivity* atau kecanduan menonton tiktok meningkat maka *Economic Active Learning* tersebut juga akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini didukung oleh penelitian dari (Wang et al., 2023, 2024) yang menyatakan Interaktivitas di tiktok secara signifikan meningkatkan niat belajar aktif mahasiswa. Hal ini didukung oleh Model Penerimaan Teknologi (TAM), yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan dan kegunaan tiktok yang dirasakan berkontribusi pada interaktivitasnya, sehingga mendorong pembelajaran aktif. Integrasi fitur interaktif seperti hadiah virtual dan pengalaman imersif semakin meningkatkan keterlibatan dan hasil belajar siswa.

Interaktivitas melalui sistem yang didukung teknologi, mendukung pembelajaran yang lebih mendalam dan berkelanjutan dengan secara aktif melibatkan peserta didik dalam proses tersebut (Pahl & Kenny, 2008). Tingkat interaktivitas yang tinggi dalam lingkungan belajar, seperti melalui IVR (Interactive Virtual Reality), telah terbukti meningkatkan rasa kemandirian dan pemrosesan kognitif peserta didik, yang mengarah pada hasil belajar yang lebih baik (Lehikko et al., 2024). Penelitian terdahulu yang sejalan dengan hipotesis ini adalah dari (López-Carril et al., 2025) yang menyatakan variabel seperti kesenangan, kepuasan, dan interaktivitas sangat penting dalam memaksimalkan keterlibatan mahasiswa di platform seperti tiktok. Faktor-faktor ini secara positif memengaruhi keterlibatan pembelajaran, yang sangat penting untuk pembelajaran aktif dalam pendidikan ekonomi. Penggunaan tiktok dalam lingkungan pendidikan telah terbukti meningkatkan persepsi siswa tentang kegunaannya sebagai alat pengajaran, berkontribusi pada pengembangan profesional dan keterlibatan industri.

Intervensi pendidikan menggunakan tiktok, seperti bermain peran dan membuat video, telah terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan teoritis-praktis di kalangan mahasiswa. Metode ini dapat diterapkan pada pendidikan ekonomi untuk meningkatkan pembelajaran aktif melalui studi kasus praktis dan pembuatan konten interaktif (Poza-Méndez et al., 2024). Penggunaan tiktok dalam pengajaran mata pelajaran kompleks seperti keuangan telah menunjukkan potensinya untuk memperkuat keterlibatan daring dan mendorong peningkatan pendapatan, yang secara langsung relevan dengan pembelajaran aktif ekonomi (Narimo et al., 2023). Dengan demikian, pemanfaatan tiktok sebagai media pembelajaran tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian materi, tetapi juga sebagai alat pedagogis yang mendorong partisipasi aktif, pemikiran kritis, dan penerapan konsep ekonomi secara kontekstual oleh mahasiswa.

Selain itu, hipotesis penelitian didukung oleh analisis kuisioner pada butir pernyataan pada variabel *Economic Active Learning* pada indikator partisipasi berisi “Saya sering menggunakan fitur (like/posting ulang/save) video pembelajaran ekonomi di TikTok agar ketika sedang dibutuhkan dapat dengan mudah mengakses dan memanfaatkannya dalam proses belajar” yang menunjukkan tingkat persetujuan responden yang tinggi. Selain itu pada pernyataan “Saya sering membagikan (share/duet/stitch) video pembelajaran ekonomi di tiktok kepada teman atau kelompok belajar” juga menunjukkan tingkat persetujuan responden yang tinggi. Selain itu, pada pernyataan kuisioner variabel *interactivity* dalam indikator efektif-

fitas dan efisiensi juga menjelaskan mengenai hipotesis ini. Seperti pada pernyataan “Fitur-fitur yang tersedia di TikTok sangat menarik dan membantu proses pembelajaran ekonomi”. Selanjutnya pernyataan “Saya dapat berinteraksi dengan dosen/teman melalui tiktok dan mendapat respon dalam waktu singkat” dan pernyataan “Saya dapat berdiskusi secara praktis dan bertukar ide dengan teman sekelas melalui fitur tiktok” yang menunjukkan tingkat persetujuan responden yang tinggi.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa *interactivity* dalam penggunaan tiktok memiliki peran strategis dalam meningkatkan *Economic Active Learning* mahasiswa. Tingginya intensitas interaksi melalui fitur-fitur yang tersedia seperti *like*, *share*, *duet*, *stitch*, *live*, dan sebagainya mendorong mahasiswa untuk terlibat secara aktif, baik dalam mengakses maupun mendistribusikan konten pembelajaran ekonomi. Interaksi yang cepat dan dua arah antara mahasiswa dengan dosen maupun sesama mahasiswa juga memperkuat proses diskusi, kolaborasi, dan pertukaran ide secara efektif. Dengan demikian, semakin tinggi tingkat *interactivity* yang dirasakan mahasiswa dalam penggunaan tiktok, semakin besar pula kontribusinya terhadap peningkatan pembelajaran aktif ekonomi.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dalam pengujian hipotesis, dapat disimpulkan bahwa immersion dalam penggunaan TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap *interactivity* mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Kota Surabaya, di mana semakin tinggi keterlibatan kognitif dan afektif yang dirasakan mahasiswa, maka semakin tinggi pula tingkat interaksi yang dilakukan, sejalan dengan Theory of Planned Behavior dan Technology Acceptance Model (TAM) yang menekankan pentingnya persepsi kemudahan dan manfaat dalam mendorong keterlibatan aktif pengguna; selain itu, immersion dalam penggunaan TikTok juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Economic Active Learning* karena keterlibatan kognitif dan afektif yang tinggi mendorong mahasiswa lebih aktif dalam memahami, mengolah, serta merefleksikan konten pembelajaran ekonomi dengan dukungan fitur dan algoritma TikTok yang menyajikan konten edukatif secara menarik dan berkelanjutan, sehingga berpotensi menjadi media pendukung pembelajaran ekonomi yang efektif; selanjutnya, *interactivity* dalam penggunaan TikTok terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap *Economic Active Learning* karena fitur-fitur interaktif mampu meningkatkan partisipasi aktif, pemikiran kritis, dan keterlibatan mahasiswa dalam proses pembelajaran ekonomi, sehingga semakin tinggi intensitas dan kualitas interaksi yang dilakukan mahasiswa

3061

melalui TikTok, semakin besar pula kontribusinya dalam meningkatkan pembelajaran aktif ekonomi secara efektif dan berkelanjutan, oleh karena itu penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji variabel atau komponen lain yang berpotensi memengaruhi *interactivity* dan *Economic Active Learning* seperti learning engagement, playfulness, atau enjoyment, serta menggunakan jumlah sampel yang lebih besar dan tidak terbatas pada mahasiswa Pendidikan Ekonomi di Kota Surabaya agar hasil penelitian yang diperoleh menjadi lebih komprehensif dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Agrawal, S., Simon, A., Bech, S., Bærentsen, K., & Forchhammer, S. (2019). Defining immersion: Literature review and implications for research on immersive audiovisual experiences. *147th Audio Engineering Society International Convention 2019*.
- Alino, E. M., Malimata, C. A., Romasanta, J. K. N., Vicente, A. C., Tavu, L. E. J., & Saccalan, J. U. (2024). Exploring TikTok as an Educational Tool: Student Insights and Perspectives. *2024 IEEE International Conference on Computing, ICOCO 2024*, 469–473. <https://doi.org/10.1109/ICOCO62848.2024.10928217>
- Anna, N. E. V., & Ismail, N. (2023). Chunking virtual literacy instruction on TikTok for Z generation. *Library Hi Tech News*, 40(5), 13–14. <https://doi.org/10.1108/LHTN-12-2022-0135>
- Arévalo-Salinas, A. I., García-López, M., Blanco-Morett, Á., & Simancas-González, E. (2025). TikTok as a communication and information tool for Spanish local councils. *Technology in Society*, 82(March). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2025.102885>
- Bagla, P., & Binoy, V. V. (2017). Bridging the communication gap in science and technology: Lessons from India. *Bridging the Communication Gap in Science and Technology: Lessons from India*, 1–324. <https://doi.org/10.1007/978-981-10-1025-5>
- Benitez-Correa, C., & Gonzalez-Torres, P. (2025). Integrating TikTok in Higher Education: A Case of English as a Foreign Language Teacher Education Program. *Educational Process: International Journal*, 15. <https://doi.org/10.22521/edupij.2025.15.135>
- Bulley, B. K., Tirumala, S., Mahamkali, B. S., Sakib, M. N., Ahmed, S., & Dey, S. (2024). The Dual Role of Student and Creator: Exploring the TikTok Experience. *Proceedings of the ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work, CSCW*, 635–641. <https://doi.org/10.1145/3678884.3681918>
- Cahyani, I., Buriev, K. T., Ngongo, M., Mamadiyarov, Z., Ino, L., Herman, H., Saputra, N., & Baxtishodovich, S. B. (2025). Exploring the Use of TikTok Application in Enhancing the Skill of Pronunciation: A Case on Students' Perception. *Studies in Media and Communication*, 13(2), 150–158. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i2.7553>
- Caponnetto, P., Lanzafame, I., Prezzavento, G. C., Fakhrou, A., Lenzo, V., Sardella, A., Moussa, M. A., & Quattropiani, M. C. (2025). Does TikTok Addiction exist? A qualitative study. *Health Psychology Research*, 13, 31–40.



- <https://doi.org/10.52965/001c.127796>
- Chao, M., Lei, J., He, R., Jiang, Y., & Yang, H. (2023). TikTok use and psychosocial factors among adolescents: Comparisons of non-users, moderate users, and addictive users. *Psychiatry Research*, 325. <https://doi.org/10.1016/j.psychres.2023.115247>
- Clarke, S., & Collier, S. (2015). Research essentials. How to critique quantitative research. *Nursing Children and Young People*, 27(9), 12. <https://doi.org/10.7748/ncyp.27.9.12.s14>
- Curran, N. (2017). Factors of Immersion. In *The Wiley Handbook of Human Computer Interaction Set* (Vol. 1, pp. 239–254). Wiley Blackwell. <https://doi.org/10.1002/9781118976005.ch13>
- Entschew, E. M. (2021). Acceleration through Digital Communication: Theorizing on a Perceived Lack of Time. *Humanistic Management Journal*, 6(2), 273–287. <https://doi.org/10.1007/s41463-020-00103-9>
- Erydani, V. A. C., Fitriati, S. W., Widhiyanto, W., Mujiyanto, J., & Madjdi, A. H. (2025). EXPLORING TIKTOK'S IMPACT ON ESP STUDENTS' SPEAKING ENGAGEMENT. *Jurnal Ilmiah Peuradeun*, 13(2), 847–876. <https://doi.org/10.26811/peuradeun.v13i2.1700>
- Fadilah, N., Zumrudiana, A., & Lestari, I. W. (2025). *EXPLORING GENERATION Z ' S METHODS OF LEARNING*. 15(2), 140–165.
- Felício, L. P., & Peres, P. (2023). The Impact of TikTok on the Viralization of the Entertainment Industry: The Netflix's Series Case. In *Handbook of Research on Perspectives on Society and Technology Addiction* (pp. 147–163). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-6684-8397-8.ch010>
- Ferrás-Hernández, X. (2020). Rethinking Industry 4.0: Is there life beyond manufacturing? *International Journal of Business Environment*, 11(4), 404–416. <https://doi.org/10.1504/IJBE.2020.111403>
- Gálvez-Ruiz, P., López-Carril, S., Watanabe, N. M., & Lara-Bocanegra, A. (2025). TikTok as a learning tool in higher education: Validation of a scale. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport and Tourism Education*, 36(March). <https://doi.org/10.1016/j.jhlste.2025.100548>
- Goli, M., & Khan, M. (2022). Behavioural intention to use social networking mobile apps: the case of TikTok. *International Journal of Business Innovation and Research*, 29(1), 16–31. <https://doi.org/10.1504/ijbir.2022.125667>
- Hajir, M., Langar, R., & Gagnon, F. (2016). Coalitional Games for Joint Co-Tier and Cross-Tier Cooperative Spectrum Sharing in Dense Heterogeneous Networks. *IEEE Access*, 4, 2450–2464. <https://doi.org/10.1109/ACCESS.2016.2562498>
- Harrison, L. (2025). Empowering Students to Change the World. *Childhood Education*, 101(1), 32–37. <https://doi.org/10.1080/00094056.2025.2440313>
- Icen Ectefania Mufrida. (2024). *Orang Indonesia Paling Sering Habiskan Waktu untuk Main Sosial Media*. GoodStats.



- Julkarnain, J., & Pratama, Y. H. (2024). The Role of Multimedia Platforms in Education: A Study on TikTok Usage by Generation Z. *Secure And Knowledge-Intelligent Research in Cybersecurity And Multimedia (SAKIRA)*, 2(2), 58–63. <https://doi.org/10.36679/s4kira.v2i2.19>
- Kasemsap, K. (2016). Professional and business applications of social media platforms. In *Analyzing the Strategic Role of Social Networking in Firm Growth and Productivity* (pp. 427–450). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-5225-0559-4.ch021>
- Katsiroumpa, A., Moisoglou, I., Gallos, P., Katsiroumpa, Z., Konstantakopoulou, O., Tsiachri, M., & Galanis, P. (2025). Problematic TikTok Use and Its Association with Poor Sleep: A Cross-Sectional Study Among Greek Young Adults. *Psychiatry International*, 6(1). <https://doi.org/10.3390/psychiatryint6010025>
- Khasawneh, M. A. S. (2024). A critical look at the influence of TikTok videos on the reading and speaking proficiency of FL undergraduates. *Research Journal in Advanced Humanities*, 5(1), 255–267. <https://doi.org/10.58256/kwyhq16>
- Kiran, D., & Sharma, M. I. (2020). Empirical research on perceived popularity of tiktok in India. *International Journal of Advanced Science and Technology*, 29(8 Special Issue), 236–241.
- Klug, D., Qin, Y., Evans, M., & Kaufman, G. (2021). Trick and Please. A Mixed-Method Study on User Assumptions about the TikTok Algorithm. *ACM International Conference Proceeding Series*, 84–92. <https://doi.org/10.1145/3447535.3462512>
- Lan, Y. J. (2020). Immersion, interaction, and experience-oriented learning: Bringing virtual reality into FL learning. *Language Learning and Technology*, 24(1), 1–15. <https://doi.org/10.125/44704>
- Lehikko, A., Nykänen, M., Lukander, K., Uusitalo, J., & Ruokamo, H. (2024). Exploring interactivity effects on learners' sense of agency, cognitive load, and learning outcomes in immersive virtual reality: A mixed methods study. *Computers and Education: X Reality*, 4. <https://doi.org/10.1016/j.cexr.2024.100066>
- Liao, S.-H., Widowati, R., & Lee, C.-Y. (2024). Data mining analytics investigation on TikTok users' behaviors: social media app development. *Library Hi Tech*, 42(4), 1116–1131. <https://doi.org/10.1108/LHT-08-2022-0368>
- Lopes, C., Morais, N. S., Gouveia, T., & Raposo, R. (2025). Motivations and Consumption Patterns on TikTok among Higher Education Students. In P. S. (Ed.), *Proceedings of the 12th European Conference on Social Media, ECSM 2025* (pp. 166–176). Academic Conferences International Limited.
- Lopes, C., Morais, N. S., Raposo, R., & Gouveia, T. (2025). Impact of TikTok Usage on Higher Education Students: Addiction, Flow State, and Sense of Belonging. In P. S. (Ed.), *Proceedings of the 12th European Conference on Social Media, ECSM 2025* (pp. 177–184). Academic Conferences International Limited.
- López-Carril, S., Carpenter, J. P., Watanabe, N. M., & Ribeiro, T. (2025). TikTok in Higher Education: A Learning Tool to Connect With Industry and Develop Students' Digital Skills. *Innovative Higher Education*. <https://doi.org/10.1007/s10755-025-09853-6>



- Luik, J., Setiawan, D., & Sitindjak, R. H. I. (2025). Media logic and educational micro-content: Presentational themes and approaches on TikTok. *Communication Review*, 28(2), 170–196. <https://doi.org/10.1080/10714421.2025.2452086>
- Madli, F., Janin, Y., Lada, S., Gulabdin, S., Yun, W. S., & Kiflee, A. K. R. (2024). Remapping The Usage of TikTok Platform in The Education Context. *Journal of Advanced Research in Applied Sciences and Engineering Technology*, 36(2), 1–11. <https://doi.org/10.37934/araset.36.2.111>
- Martínez-Fresneda Osorio, H. (2025). Opportunities of TikTok as a communication medium among centennials. *European Public and Social Innovation Review*, 10. <https://doi.org/10.31637/epsir-2025-1963>
- Miaji, M., & Miaji, Y. (2024). Data Mining for Social Network Pattern Recognition: A case study of TikTok in Saudi Arabia. *Proceedings - 2024 19th International Workshop on Semantic and Social Media Adaptation and Personalization, SMAP 2024*, 38–43. <https://doi.org/10.1109/SMAP63474.2024.00017>
- Mirza, F., Ul-Durar, S., & Jabbar, A. (2023). The Ideal Quality in Industry 4.0 Model for the Company and Its Meaning in the Client Value Perspective: A Systematic Review. In *Quality Management, Value Creation, and the Digital Economy* (pp. 153–166). Taylor and Francis. <https://doi.org/10.4324/9781003404682-10>
- Muslimah, & Syamsudin, A. (2020). Digital learning for early years in urban family: A qualitative exploratory study across four urban family. *ACM International Conference Proceeding Series*. <https://doi.org/10.1145/3452144.3452228>
- Mustapa, M. A. S., Ibrahim, M., & Yusoff, A. (2015). Engaging Vocational College Students through Blended Learning: Improving Class Attendance and Participation. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 204(November 2014), 127–135. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.08.125>
- Narimo, S., Mustofa, R. H., Anindhita, H., & Gano-An, J. C. (2023). Analysis of the Utilization of TikTok as a Financial and Educational Learning Medium. *Journal of Higher Education Theory and Practice*, 23(18), 35–45. <https://doi.org/10.33423/jhetp.v23i18.6620>
- Nasruddin, Z. A., Ariffin, N. H. M., Abidin, A. W. Z., Asri, N. D., & Mazlin, I. (2023). Evaluating Tiktok's Social Media From Islamic Perspectives With Technology Acceptance Model. In K. M., O. O.T., & C. M.L. (Eds.), *Proceedings of International Conference on Research in Education and Science* (Vol. 9, Issue 1, pp. 1203–1223). The International Society for Technology Education and Science.
- Özdemir, F. (2023). Digitalization in intra-organizational communication. In *Management in the Digital Era: Different Perspectives* (pp. 151–171). Nova Science Publishers, Inc.
- Pahl, C., & Kenny, C. (2008). The future of technology enhanced active learning: A roadmap. In *Technology Enhanced Learning: Best Practices* (pp. 348–375). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/978-1-59904-600-6.ch014>
- Poza-Méndez, M., Fernández-Gutiérrez, M., Marín-Paz, A. J., Sánchez-Sánchez, E., & Bas-Sarmiento, P. (2024). TikTok as a teaching and learning method for nursing students: A quasi-experimental study. *Nurse Education Today*, 141, 3065

<https://doi.org/10.1016/j.nedt.2024.106328>

- Pressler, H. M., Greene, J. A., & Zimmer, T. (2025). Social media in healthcare: Guide for leadership and strategies. In *New Horizons in Leadership: Inclusive Explorations in Health, Technology, and Education* (pp. 189–201). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-6437-6.ch008>
- Prnjat, D. (2019). Communication in the digitalized world: Some trends and challenges. In *New Approaches in Media and Communication* (pp. 51–57). Peter Lang AG.
- Rahayu, F. S., Nastiti, P., & Arthajanvian, T. (2025). The Role of Hedonic Motivation in Influencing TikTok Use and How It Relates to Generation Z Characteristics. *Advances in Human-Computer Interaction*, 2025(1). <https://doi.org/10.1155/ahci/5971465>
- Samala, A. D., Rawas, S., Criollo-c, S., Fortuna, A., Feng, X., Prasetya, F., Uluçay, N. Ö., Jaya, P., & Hidayat, R. (2024). Social Media in Education: Trends, Roles, Challenges, and Opportunities for Digital-Native Generations – A Systematic Literature Review. *Asian Journal of University Education*, 20(3), 524–539. <https://doi.org/10.24191/ajue.v20i3.27869>
- Selkie, E., & Moreno, M. A. (2016). Social media as a new venue for aggression and bullying. *Adolescent Medicine: State of the Art Reviews*, 27(2), 265–275.
- Shen, H., Zhang, Y., & Hu, Y. (2025). Immersion and Behavioral Intention in Social Media: TikTok's 'Travel Live Streaming' Perspective. *SAGE Open*, 15(3). <https://doi.org/10.1177/21582440251367833>
- Siraji, A. D. (2025). Exploring how TikTok contents drive student's motivation for linguistic competence in English. *Environment and Social Psychology*, 10(1). <https://doi.org/10.59429/esp.v10i1.3091>
- Suwantoro, S., & Susilowati, T. (2024). *More Than Just Entertainment How Does TikTok*. 4778, 2724–2737. <https://doi.org/10.2456/ideas>.
- Wang, S., Sun, Z., Li, M., Zhang, H., & Metwally, A. H. S. (2024). Leveraging TikTok for active learning in management education: An extended technology acceptance model approach. *International Journal of Management Education*, 22(3), 101009. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101009>
- Wang, S., Yang, D., Shehata, B., & Li, M. (2023). Exploring effects of intelligent recommendation, *interactivity*, and playfulness on learning engagement: An application of TikTok considering the meditation of anxiety and moderation of virtual reward. *Computers in Human Behavior*, 149. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107951>
- Zapata-Martínez, I., Rius-Díaz, F., Lorenzo-Álvarez, R., & De la Peña-Fernández, L. (2025). Radiation Oncology Active Learning in Undergraduate Medical Education: The Usefulness of Kahoot and TikTok. *Journal of Cancer Education*. <https://doi.org/10.1007/s13187-025-02583-5>
- Zeng, J., & Kaye, D. V. (2022). From content moderation to visibility moderation: A case study of platform governance on TikTok. *Policy and Internet*, 14(1), 79–95. <https://doi.org/10.1002/poi3.287>