

# Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Niat Keberlanjutan Penggunaan Media Sosial TikTok Dalam Edukasi Di Indonesia = Analysis Of Factors Affecting User's Continuance Intention To Use TikTok Social Media For Education In Indonesia

Nadia Adilah Rahimullah, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=9999920521185&lokasi=lokal>

---

## Abstrak

TikTok telah mengalami peningkatan pengguna selama pandemi, dengan total sebesar 1,2 miliar pengguna aktif pada tahun 2021. Dengan peningkatan pengguna, TikTok juga perlu mempertahankan penggunaannya dengan terus berinovasi. Salah satu upaya yang dilakukan TikTok adalah dengan menjawab kebutuhan edukasi melalui media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis faktor yang memengaruhi keberlanjutan pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTok untuk memperoleh konten edukatif. Penelitian ini memodifikasi Expectation-Confirmation Model dengan menambahkan variabel system quality dan information quality dari Information System Success Model, serta menganalisis faktor enjoyment dan interactivity yang berkaitan erat dengan pengalaman menggunakan media sosial. Data dari penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner secara daring dengan total 629 responden. Kemudian data responden diolah dengan CB-SEM dengan menggunakan AMOS 26. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa faktor confirmation memengaruhi perceived usefulness dan satisfaction; faktor information quality, system quality, dan enjoyment memengaruhi satisfaction faktor interactivity memengaruhi perceived usefulness; faktor perceived usefulness tidak memengaruhi satisfaction, serta faktor perceived usefulness dan faktor satisfaction memengaruhi continuance intention penggunaan aplikasi TikTok untuk edukasi. Penelitian ini menyarankan agar TikTok mengembangkan fungsionalitas serta fitur yang lebih sesuai dengan kebutuhan pengguna seperti fitur subtitle, speed adjustment, playlist, perpanjangan durasi konten, serta evaluasi algoritma yang lebih sesuai dengan preferensi konten edukatif pengguna. Selain itu, penelitian ini juga menyarankan aplikasi TikTok untuk melakukan sosialisasi terkait fitur-fitur yang ada di TikTok agar dapat lebih berguna bagi proses pembelajaran pengguna.

.....TikTok has seen an increase in users during the pandemic, with a total of 1,2 billion active users in 2021. With the increase of users, TikTok also needs to maintain their user's retention. One of the efforts made by TikTok is to answer educational needs through social media. The purpose of this study is to identify and analyze the factors affecting the continuance intention of TikTok users in obtaining educational content. This study modifies the Expectation-Confirmation Model (ECM) by adding system quality and information quality variables from the Information System Success Model, as well as analyzing the enjoyment and interactivity factor which is closely related to the experience of using social media. Data from this study were collected through online questionnaires with a total of 629 respondents. Then the respondent's data was processed by CB-SEM using AMOS 26. The results of this study indicate that the confirmation affects perceived usefulness and satisfaction; information quality, system quality, and enjoyment affect satisfaction; interactivity affects perceived usefulness; the perceived usefulness doesn't affect satisfaction, and the perceived usefulness and satisfaction influence the continuance intention of using TikTok for educational purposes. This research can also be useful in improving social media, especially TikTok for education. This study suggests TikTok to develop functionality and features that are more aligned with user needs such as

subtitle features, speed adjustments, playlists, content duration extensions, and algorithm evaluations that are more aligned with user preferences for educational content. In addition, this study also recommends TikTok to do socialization regarding the features available on TikTok so that it can be more useful for the user's learning process.