

Hubungan Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Dengan Motivasi Akademik Mahasiswa Generasi Z

Salma Ayu Febriyanti^{1*}, Esti Nur Setiasih², Selomita Dewi Salsabila³, Bhayu Rhama⁴,
Subhan Ilham Thareq⁵

^{1,2,3,4,5}Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Universitas Palangka Raya
Email: salmaayufebriyanti35@gmail.com^{1*}

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara intensitas penggunaan aplikasi Tiktok dengan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z. Perkembangan penggunaan Tiktok sebagai platform berbasis video singkat telah meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir, dan mahasiswa menjadi salah satu kelompok pengguna terbesar. Dalam konteks pendidikan tinggi, penggunaan media sosial yang tinggi berpotensi memengaruhi pola belajar, keterlibatan akademik, dan dorongan motivasional mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, melibatkan 101 mahasiswa Generasi Z yang merupakan pengguna aktif Tiktok. Pengambilan sampel dilakukan melalui teknik purposive sampling dengan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Data dikumpulkan melalui angket daring menggunakan skala Likert 1–5 yang mengukur intensitas penggunaan Tiktok dan motivasi akademik. Analisis data dilakukan menggunakan SPSS 26 melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, dan korelasi Pearson Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item instrumen valid dan reliabel, data berdistribusi normal, serta hubungan kedua variabel memenuhi asumsi linearitas. Temuan utama memperlihatkan adanya hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan Tiktok dan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.637 ($p < 0.05$). Hasil ini mengindikasikan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan Tiktok terutama dalam konteks konten edukatif dan informatif semakin meningkat pula motivasi akademik mahasiswa. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dan empiris mengenai perilaku digital mahasiswa serta memperkuat pemahaman mengenai peran media sosial sebagai sarana pendukung pembelajaran di era digital.

Keywords: Generasi Z, Intensitas penggunaan, Media sosial, Motivasi akademik, Tiktok

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam beberapa tahun terakhir telah mengubah pola interaksi sosial, gaya hidup, dan proses pembelajaran generasi muda. Salah satu fenomena global yang menonjol adalah meningkatnya penggunaan aplikasi media sosial berbasis video singkat, khususnya Tiktok. Aplikasi ini pertama kali diluncurkan pada tahun 2016, lalu berkembang pesat hingga menjadi salah satu aplikasi dengan peningkatan jumlah pengguna tercepat di dunia (Wulandari et al., 2025). Laporan We Are Social dan Meltwater (dalam Good Stats,

2024), mencatat bahwa jumlah pengguna Tiktok secara global mencapai 1,58 miliar pada tahun 2024, didominasi oleh kelompok usia 18-34 tahun. Platform ini tidak hanya digunakan sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana edukasi, informasi, dan pembangunan personal branding. Kondisi ini menunjukkan bahwa Tiktok memiliki daya tarik kuat bagi Generasi Z yang dikenal sebagai digital native (Tatasari et al., 2025).

Di Indonesia, pertumbuhan penggunaan Tiktok juga sangat signifikan. Menurut (DataIndonesia.id, 2025), jumlah pengguna pada periode April 2025 mengalami

peningkatan yang signifikan hingga mencapai 184,95 juta pengguna, dan menempati peringkat pertama pengguna aplikasi TikTok terbesar di dunia mengungguli Amerika Serikat (132,76 juta) dan (120,28 juta) Brazil. Mahasiswa, khususnya Generasi Z, menjadi kelompok pengguna dominan yang memanfaatkan TikTok bukan hanya untuk hiburan, tetapi juga untuk mencari informasi, berinteraksi sosial, dan mendukung kegiatan belajar. Fenomena tingginya penggunaan TikTok ini berdampak langsung pada dunia pendidikan, terutama terkait motivasi dan perilaku belajar. Intensitas penggunaan media sosial dapat memengaruhi cara mahasiswa memproses informasi, mengatur waktu, dan mempertahankan motivasi akademik.

Dalam konteks pendidikan tinggi, pola konsumsi media sosial yang tinggi dapat berdampak pada motivasi belajar dan keterlibatan akademik mahasiswa. Sejalan dengan pandangan (Siam et al., 2015) (dalam (Setiawati, 2022) menjelaskan bahwa motivasi belajar berperan sebagai kekuatan yang mendorong peserta didik untuk belajar secara aktif, kreatif, inovatif, dan menyenangkan dengan tujuan membentuk perubahan pada aspek pengetahuan, sikap, dan keterampilan. Sementara itu, Azis, A. L., 2017 (dalam Setiawati, 2022) menegaskan bahwa motivasi belajar muncul dari dorongan internal anak yang disadari untuk melakukan kegiatan belajar dan berorientasi pada pencapaian tujuan tertentu yang berdampak pada prestasi belajar, sehingga penting untuk memahami kaitannya dengan intensitas penggunaan media sosial seperti TikTok.

Ryan dan Deci (2002) melalui *Self-Determination Theory* membagi motivasi manusia menjadi tiga yaitu, motivasi intrinsik (dari dalam diri), motivasi ekstrinsik (dari luar diri), dan amotivasi (tidak mempunyai motivasi). Motivasi intrinsik muncul dari dalam diri mahasiswa ketika mereka belajar karena rasa ingin tahu, minat, atau kepuasan pribadi. Sebaliknya, motivasi ekstrinsik timbul akibat dorongan dari luar, seperti keinginan memperoleh nilai baik, penghargaan, atau pengakuan dari orang lain. Sedangkan amotivas adalah kondisi pada saat seseorang tidak mempunyai motivasi untuk bertindak atau berperilaku. Beberapa penelitian sebelumnya sudah membahas keterkaitan antara penggunaan TikTok dan motivasi belajar.

Sejumlah penelitian sebelumnya menunjukkan adanya pengaruh penggunaan TikTok terhadap motivasi belajar. (Vanissa Dhia Nur Lestari & Bagus Setiawan, 2025), menemukan bahwa TikTok berpengaruh signifikan terhadap motivasi belajar siswa SMA, namun belum menyoroti motivasi akademik mahasiswa. Penelitian (Sarah et al., 2024), menemukan hubungan positif meskipun lemah antara penggunaan TikTok dan motivasi belajar mahasiswa, namun sampelnya terbatas. (Akmal et al., 2024) juga menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif terhadap motivasi belajar, meski kontribusinya relatif kecil. Selain itu, (Pitriani et al., 2025) menemukan adanya pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap hasil belajar mahasiswa, meskipun fokusnya masih pada capaian akademik berupa IPK, bukan pada motivasi akademik.

Fakta-fakta tersebut menunjukkan adanya celah penelitian (research gap). Belum banyak studi yang secara langsung meneliti hubungan antara intensitas penggunaan TikTok meliputi durasi, frekuensi, waktu, dan tujuan penggunaan dengan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z. Selain itu, penelitian sebelumnya lebih banyak menyoroti motivasi belajar umum dibandingkan motivasi akademik secara spesifik. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian yang secara khusus menggali bagaimana intensitas penggunaan TikTok memengaruhi motivasi akademik mahasiswa pada era digital.

Secara teoritis, penelitian ini mengacu pada dua teori utama. Pertama, *Uses and Gratifications Theory* yang dikemukakan oleh (Katz, Blumer, dan Gurevitch, 1973) menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, baik hiburan, informasi, maupun interaksi sosial. Teori ini membantu menjelaskan perilaku mahasiswa dalam memanfaatkan TikTok untuk kebutuhan kognitif dan emosional, termasuk dalam konteks akademik.

Teori kedua, penelitian ini juga mengacu pada *Self-Determination Theory* yang dikembangkan oleh (Ryan & Deci (2002), menekankan bahwa motivasi berkembang ketika kebutuhan akan otonomi, kompetensi, dan keterhubungan sosial terpenuhi. Penggunaan TikTok dapat mendukung pembentukan motivasi intrinsik maupun ekstrinsik ketika digunakan secara tepat, namun juga berpotensi menyebabkan amotivasi jika digunakan berlebihan.

Berdasarkan latar belakang, teori dan penelitian terdahulu, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah menguji sejauh mana hubungan antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dengan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z. Pendekatan kuantitatif digunakan untuk menganalisis apakah penggunaan media sosial tersebut memberikan dampak positif terhadap semangat belajar atau sebaliknya, menurunkan motivasi akademik mahasiswa. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat pemahaman teoritis mengenai perilaku digital mahasiswa sekaligus memberikan manfaat praktis bagi lembaga pendidikan dalam merancang strategi pembelajaran yang lebih adaptif terhadap budaya digital generasi muda.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam mengisi kekosongan literatur terkait hubungan intensitas penggunaan TikTok dan motivasi akademik pada mahasiswa Generasi Z, yang sebelumnya belum banyak diteliti secara spesifik.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional, karena bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel, yaitu intensitas penggunaan aplikasi TikTok (variabel X) dan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z (variabel Y). Pendekatan ini dipilih untuk menguji sejauh mana variabel-variabel tersebut saling berhubungan secara signifikan berdasarkan data empiris.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa yang termasuk dalam kategori Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997–2012 dan sedang menempuh pendidikan tinggi. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling, teknik ini digunakan karena hanya responden yang memenuhi kriteria tertentu yaitu mahasiswa Generasi Z yang merupakan pengguna aktif TikTok yang dianggap relevan dengan tujuan penelitian, dengan kriteria: (1) aktif sebagai mahasiswa, (2) merupakan pengguna aktif aplikasi TikTok, dan (3) bersedia mengisi kuesioner penelitian. Jumlah responden yang berhasil dikumpulkan sebanyak 101 mahasiswa, dianggap telah mewakili populasi untuk analisis korelasional. Responden berasal dari berbagai perguruan tinggi di Indonesia sehingga mampu mewakili karakteristik mahasiswa Generasi Z secara umum.

Variabel penelitiannya, yaitu sebagai berikut:

1. Variabel X (Intensitas Penggunaan TikTok): tingkat keterlibatan individu dalam menggunakan aplikasi TikTok, diukur melalui empat indikator, yaitu durasi penggunaan, frekuensi, waktu penggunaan, dan tujuan penggunaan.
2. Variabel Y (Motivasi Akademik): dorongan internal dan eksternal mahasiswa dalam menjalani kegiatan akademik, diukur dengan tiga indikator, yaitu motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik, dan amotivation (Ryan & Deci, 2002).

Instrumen penelitian menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari ‘sangat tidak setuju’ hingga ‘sangat setuju’. Instrumen

terdiri dari 10 item untuk variabel intensitas penggunaan TikTok dan 12 item untuk variabel motivasi akademik. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan angket daring (online questionnaire) menggunakan Google Form yang disebarluaskan melalui media sosial dan grup mahasiswa. Metode ini dipilih karena efisien dalam menjangkau responden yang tersebar di berbagai wilayah dan meminimalkan kesalahan pengisian data.

Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 26, melalui beberapa tahapan berikut:

1. Uji Validitas dan Reliabilitas: untuk memastikan kualitas instrumen penelitian.
2. Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov): untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal ($p > 0.05$).
3. Uji Linearitas: untuk memastikan hubungan antara variabel X dan Y bersifat linear.
4. Uji Korelasi Pearson Product Moment: untuk menguji hubungan antara intensitas penggunaan TikTok (X) dan motivasi akademik (Y).

Dalam penelitian ini dirumuskan dua hipotesis. H_0 : Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dengan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z. Sebaliknya, H_a : Terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dengan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Bagian ini menyajikan temuan penelitian yang meliputi analisis deskriptif

variabel, uji instrumen penelitian, uji asumsi klasik, serta hasil uji korelasi, kemudian dilanjutkan dengan pembahasan berdasarkan teori dan penelitian terdahulu.

1. Hasil Pengujian Deskriptif Variabel

Tabel 1. Deskriptif Variabel Responden

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Total X	101	10	50	36.97	8.101
Total Y	101	12	60	43.87	7.876
Valid N (listwise)	101				

Berdasarkan hasil pada Tabel 1.1 yaitu pada variabel responden, penelitian ini melibatkan sebanyak 101 responden yang terdiri dari mahasiswa Generasi Z yang menggunakan aplikasi TikTok secara aktif. Untuk variabel Intensitas Penggunaan TikTok (TOTAL X), responden memperoleh skor minimum 10 dan maksimum 50, dengan rata-rata 36,97 serta standar deviasi 8,101. Temuan ini menggambarkan bahwa sebagian besar mahasiswa memiliki tingkat penggunaan TikTok pada kategori sedang hingga tinggi. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa TikTok sering digunakan oleh mahasiswa dalam aktivitas harian, baik sebagai hiburan maupun sebagai sarana memperoleh informasi atau konten edukatif.

Pada variabel Motivasi Akademik (TOTAL Y), data menunjukkan bahwa responden memiliki skor terendah 12 dan tertinggi 60, dengan mean 43,87 serta standar deviasi 7,876. Rata-rata tersebut mengindikasikan bahwa motivasi akademik mahasiswa berada pada kategori sedang ke arah tinggi, sehingga mayoritas responden masih menunjukkan komitmen, semangat

belajar, dan keinginan untuk mencapai prestasi dalam kegiatan akademik.

Secara keseluruhan, Tabel 1.1 menunjukkan bahwa mahasiswa yang menjadi responden memiliki intensitas penggunaan TikTok yang relatif tinggi, namun tetap mempertahankan motivasi akademik yang cukup baik. Kondisi ini memberikan dasar untuk mengkaji lebih jauh hubungan antara kedua variabel tersebut pada bagian analisis berikutnya.

2. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

Berdasarkan hasil seluruh pernyataan pada variabel intensitas penggunaan TikTok (X) dan motivasi akademik (Y) terbukti memenuhi kriteria validitas. Setiap item menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0.195 ($df = 99$, $\alpha = 0.05$), sehingga seluruh butir dapat dinyatakan valid.

Pada variabel X, item X1 menunjukkan r hitung sebesar 0.811 yang melampaui r tabel, sehingga butir tersebut valid. Item X2 memperlihatkan r hitung 0.710, juga lebih tinggi dari r tabel, sehingga dinyatakan valid. Sementara itu, item X3 memiliki r hitung 0.670, yang juga melewati batas kritis, sehingga butir tersebut dianggap valid. Secara keseluruhan, nilai r hitung untuk variabel X berada pada rentang 0.227–0.811, dan seluruhnya melebihi r tabel, sehingga semua item intensitas penggunaan TikTok dinilai valid.

Pada variabel Y, seluruh pernyataan juga memperoleh nilai r hitung yang lebih tinggi daripada nilai r tabel. Kondisi ini menunjukkan bahwa butir-butir pernyataan

pada motivasi akademik telah mengukur konstruk yang dituju secara tepat dan dapat dinyatakan valid.

Untuk reliabilitas, hasil pengujian menunjukkan bahwa instrumen penelitian memperoleh Cronbach's Alpha sebesar 0.930. Nilai ini melewati standar minimum 0.70, yang berarti instrumen memiliki tingkat konsistensi internal yang sangat baik. Dengan demikian, instrumen pada penelitian ini valid, reliabel, dan layak digunakan dalam pengumpulan data.

b. Uji Normalitas

Hasil pengujian normalitas menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada nilai *unstandardized residual* menunjukkan bahwa angka signifikansinya (Asymp. Sig. 2-tailed) sebesar 0.160, yang berada di atas batas 0.05. Karena nilai ini lebih besar dari tingkat signifikansi, maka residual dalam model regresi dapat dikatakan mengikuti distribusi normal.

Secara lebih detail, jumlah data yang dianalisis adalah 101 sampel. Nilai mean residual sebesar 0.000000 menandakan bahwa penyebaran residual berada di sekitar titik tengah distribusi. Sementara itu, nilai standar deviasi sebesar 6.068 menggambarkan bahwa variasi residual masih berada pada tingkat yang wajar untuk penelitian sosial.

Pada bagian *Most Extreme Differences*, nilai maksimum selisih absolut sebesar 0.076, dengan nilai positif tertinggi 0.056 dan negatif terendah -0.076, memperlihatkan bahwa penyimpangan residual dari distribusi normal relatif kecil. Kondisi ini menunjukkan bahwa model regresi tidak memerlukan proses transformasi data tambahan.

Karena nilai signifikansi uji normalitas lebih besar dari 0.05, maka syarat normalitas dalam analisis regresi telah terpenuhi. Dengan terpenuhinya asumsi ini, model regresi yang digunakan sudah layak diuji lebih lanjut menggunakan metode parametrik, seperti uji korelasi Pearson maupun regresi linear. Dengan demikian, residual pada penelitian ini dapat dikatakan berdistribusi normal dan memenuhi salah satu prasyarat penting dalam penerapan model regresi linear.

c. Uji Linearitas

Hasil analisis pada Tabel ANOVA Linearitas menunjukkan bahwa hubungan antara Intensitas Penggunaan TikTok dan Motivasi Akademik dapat dilihat melalui tiga bagian utama, yaitu Combined, Linearity, dan Deviation from Linearity. Pertama, bagian Between Groups (Combined) menampilkan nilai signifikansi 0.000, yang berada di bawah batas 0.05. Nilai ini menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang signifikan ketika dilihat secara keseluruhan. Dengan kata lain, perubahan pada motivasi akademik mahasiswa ikut dipengaruhi oleh perbedaan tingkat intensitas penggunaan TikTok.

Kedua, pada bagian Linearity, nilai signifikansinya juga sebesar 0.000. Hasil tersebut memperlihatkan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dan motivasi akademik benar-benar membentuk pola linear. Artinya, peningkatan atau penurunan intensitas penggunaan TikTok berkaitan secara langsung dengan perubahan motivasi akademik mahasiswa sesuai arah hubungan yang ditemukan. Nilai F sebesar 77.181 memperkuat bahwa pola linear

tersebut memiliki kontribusi yang kuat dalam menjelaskan hubungan antarvariabel.

Selanjutnya, bagian Deviation from Linearity menunjukkan nilai signifikansi 0.067, yang lebih besar dari 0.05. Kondisi ini menandakan bahwa tidak ada penyimpangan berarti dari bentuk hubungan linear. Dengan demikian, pola hubungan antara kedua variabel cenderung mengikuti garis lurus, sehingga syarat linearitas dapat dianggap terpenuhi. Berdasarkan hasil uji tersebut, dapat disimpulkan bahwa hubungan antara intensitas penggunaan TikTok dan motivasi akademik mahasiswa memang linear dan signifikan secara statistik. Karena asumsi linearitas sudah terpenuhi, maka analisis korelasi layak digunakan untuk melihat sejauh mana variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

d. Uji Korelasi Pearson *Product Moment*

Tabel 2. Hasil Pengujian Korelasi antara Intensitas Penggunaan Tiktok dengan Motivasi Akademik

Correlations			
		Intensitas penggunaan TikTok	Motivasi akademik
Intensitas_penggunaan_TikTok	Pearson Correlation	1	.637**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	101	101
Motivasi_akademik	Pearson Correlation	.637**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	101	101

Hasil analisis pada table 1.2 korelasi Pearson menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Intensitas Penggunaan TikTok dan Motivasi Akademik dapat dipahami melalui dua indikator utama, yaitu nilai koefisien korelasi dan tingkat signifikansinya.

Pada indikator pertama, koefisien Pearson antara kedua variabel tercatat sebesar 0.637. Nilai tersebut menggambarkan adanya

hubungan positif yang berada pada kategori kuat, karena berada dalam rentang 0.61-0.80 menurut pedoman korelasi Pearson. Hal ini berarti bahwa ketika intensitas mahasiswa dalam menggunakan TikTok meningkat, maka motivasi akademiknya juga cenderung meningkat. Arah hubungan yang positif mengindikasikan bahwa perubahan pada variabel X ikut memengaruhi perubahan pada variabel Y secara cukup nyata.

Selanjutnya, nilai Sig. (2-tailed) = 0.000 memperlihatkan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik karena jauh di bawah batas probabilitas 0.05. Dengan demikian, kemungkinan kesalahan dalam menyimpulkan adanya hubungan sangat kecil, sehingga temuan ini dapat diterima dengan tingkat kepercayaan yang tinggi.

Jumlah responden sebanyak 101 orang juga menunjukkan bahwa seluruh data dapat dianalisis secara berpasangan, sehingga hasil korelasi memiliki landasan empiris yang memadai. Berdasarkan data tersebut, terlihat bahwa motivasi akademik mahasiswa cenderung mengalami peningkatan seiring meningkatnya intensitas penggunaan TikTok, karena hubungan di antara keduanya terbukti kuat dan signifikan.

Berdasarkan hasil analisis maka keputusan pengujian hipotesis adalah sebagai berikut: H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, berdasarkan hasil uji korelasi Pearson tersebut dapat disimpulkan bahwa Intensitas Penggunaan TikTok memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap Motivasi Akademik mahasiswa Generasi Z. Hasil ini sekaligus menjadi bukti empiris bahwa penggunaan TikTok apabila

dimanfaatkan secara tepat berpotensi memengaruhi dorongan belajar mahasiswa.

Intensitas Penggunaan TikTok Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan hasil analisis deskriptif, diperoleh rata-rata skor intensitas penggunaan TikTok sebesar 36,97, yang menunjukkan kategori sedang menuju tinggi. Temuan ini memperlihatkan bahwa TikTok sudah menjadi bagian dari rutinitas digital mahasiswa Generasi Z. Kondisi tersebut sejalan dengan karakteristik generasi ini yang dikenal sebagai *digital native* dan terbiasa mengakses berbagai informasi maupun hiburan melalui media visual yang cepat, interaktif, dan mudah dicerna.

Aktivitas mahasiswa di TikTok tidak hanya berfokus pada hiburan, tetapi juga digunakan untuk mencari informasi akademik, tips belajar, konten motivasi, serta materi edukatif lainnya. Pola ini sesuai dengan *Uses and Gratifications Theory*, yang menjelaskan bahwa pengguna media bersikap aktif dalam memilih platform untuk memenuhi kebutuhan tertentu. Dalam penelitian ini, mahasiswa memanfaatkan TikTok untuk kebutuhan kognitif (misalnya mengakses informasi atau materi belajar), kebutuhan afektif (hiburan atau peningkat suasana hati), serta kebutuhan sosial (berinteraksi dan mengikuti komunitas tertentu).

Tingginya intensitas penggunaan TikTok pada mahasiswa Generasi Z juga sejalan dengan berbagai laporan global yang menunjukkan bahwa kelompok usia muda merupakan pengguna paling dominan di platform tersebut. Dengan demikian, hasil penelitian ini menegaskan bahwa TikTok

memiliki daya tarik kuat bagi mahasiswa dan berpotensi memengaruhi aspek psikologis serta perilaku akademik mereka.

Motivasi Akademik Mahasiswa Generasi Z

Hasil penelitian memperlihatkan bahwa motivasi akademik mahasiswa Generasi Z berada pada kategori sedang ke tinggi, dengan nilai rata-rata 43,87. Temuan ini menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa cukup aktif menggunakan TikTok, mereka masih memiliki komitmen yang baik terhadap kegiatan akademik.

Jika dilihat menggunakan perspektif *Self-Determination Theory* dari Ryan dan Deci (2002), motivasi mahasiswa terbentuk melalui tiga aspek utama, yaitu motivasi intrinsik, motivasi ekstrinsik, dan amotvasi. Skor motivasi yang tinggi pada penelitian ini mengindikasikan bahwa kebutuhan psikologis mahasiswa terutama kebutuhan akan kompetensi, otonomi, dan relasi sosial cenderung terpenuhi.

Selain itu, keberadaan konten edukatif dan motivasional di TikTok juga dapat mendukung peningkatan motivasi belajar. Banyak mahasiswa memperoleh manfaat dari konten berupa tips belajar, materi pembelajaran singkat (*micro-learning*), konten motivasi, serta pengalaman akademik pengguna lain. Oleh sebab itu, TikTok dapat berperan sebagai media pendukung belajar yang meningkatkan keterlibatan akademik ketika digunakan secara tepat.

Temuan ini sejalan dengan studi sebelumnya yang menjelaskan bahwa pemanfaatan media sosial tertentu dapat mendorong minat belajar, rasa ingin tahu, serta partisipasi mahasiswa dalam proses

pembelajaran (Akmal et al., 2024); Vanissa Dhia Nur Lestari & Bagus Setiawan, 2025).

Hubungan Intensitas Penggunaan TikTok dengan Motivasi Akademik Mahasiswa Generasi Z

Berdasarkan hasil uji korelasi Pearson, intensitas penggunaan TikTok memiliki hubungan positif dan signifikan dengan motivasi akademik. Nilai koefisien sebesar 0,637 dengan signifikansi 0,000 menunjukkan bahwa hubungan kedua variabel berada pada kategori kuat. Artinya, semakin sering mahasiswa menggunakan TikTok, semakin tinggi pula motivasi akademiknya.

Hubungan positif ini menunjukkan bahwa TikTok dapat menjadi sumber stimulus yang mendorong motivasi belajar. Video singkat yang mudah dipahami, menarik, dan informatif mampu membangkitkan minat belajar, meningkatkan fokus, serta memberikan dukungan psikologis untuk menjalankan aktivitas akademik. Dengan kata lain, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga bisa menjadi alternatif sarana belajar jika dimanfaatkan secara edukatif.

Hasil uji linearitas yang menunjukkan Sig. Linearity = 0.000 dan Sig. Deviation from Linearity = 0.067 menandakan bahwa hubungan kedua variabel bersifat linear dan tidak mengalami penyimpangan. Ini berarti semakin sering mahasiswa menggunakan TikTok untuk tujuan produktif, semakin meningkat pula motivasi akademiknya.

Temuan ini konsisten dengan studi (Pitriani et al., 2025; Sarah et al., 2024) yang menyimpulkan bahwa penggunaan TikTok dapat memberikan pengaruh positif terhadap motivasi dan hasil belajar. Dengan demikian,

penelitian ini memperkuat bukti bahwa bagi Generasi Z, intensitas penggunaan TikTok memiliki hubungan yang erat dengan motivasi akademik.

Secara umum, hasil penelitian ini memberikan bukti empiris bahwa perilaku digital mahasiswa, khususnya dalam penggunaan TikTok, memiliki relevansi langsung terhadap aspek motivasional dalam proses belajar. Hubungan positif yang ditemukan memperlihatkan bahwa media sosial tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat berfungsi sebagai sarana akademik pendukung apabila dikelola secara tepat. Temuan ini memperkaya kajian mengenai motivasi akademik mahasiswa Generasi Z di era digital, serta memperluas temuan penelitian sebelumnya yang umumnya berfokus pada motivasi belajar umum, bukan motivasi akademik secara spesifik.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi baru dalam kajian literatur terkait pemanfaatan media sosial berbasis video singkat dalam konteks pendidikan tinggi. Meskipun demikian, penggunaan TikTok yang berlebihan tetap berpotensi menurunkan produktivitas apabila tidak diimbangi dengan kontrol diri yang baik. Oleh karena itu, peningkatan motivasi akademik tidak hanya bergantung pada intensitas penggunaan TikTok, tetapi juga pada kualitas konten yang dikonsumsi serta tujuan penggunaan aplikasi tersebut oleh mahasiswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menegaskan bahwa: H_0 ditolak, dan H_a diterima. Dengan hasil tersebut, terbukti

bahwa terdapat hubungan positif dan signifikan antara intensitas penggunaan TikTok dan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z. TikTok berpotensi menjadi sarana pendukung pembelajaran apabila digunakan secara terarah pada konten-konten yang edukatif dan bermanfaat.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan aplikasi TikTok dengan motivasi akademik mahasiswa Generasi Z. Berdasarkan hasil analisis data, diperoleh bukti empiris bahwa intensitas penggunaan TikTok memiliki hubungan positif dan signifikan dengan motivasi akademik. Temuan tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi keterlibatan mahasiswa dalam menggunakan TikTok khususnya untuk tujuan edukatif, pencarian informasi, maupun peningkatan minat belajar semakin tinggi pula motivasi akademik yang mereka miliki. Dengan demikian, TikTok tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, tetapi juga dapat menjadi media yang mendukung proses pembelajaran apabila digunakan secara terarah dan selektif.

Penelitian ini memajukan kajian ilmiah terkait perilaku digital mahasiswa dengan memberikan pemahaman baru bahwa penggunaan media sosial berbasis video singkat dapat berkontribusi terhadap aspek psikologis pembelajaran, terutama motivasi akademik. Selain menambahkan bukti empiris pada literatur sebelumnya, penelitian ini juga membuka peluang pengembangan lebih lanjut, seperti pengujian pengaruh tipe konten,

algoritma rekomendasi, atau pola penggunaan TikTok dalam konteks *micro-learning* pada mahasiswa. Hasil ini dapat menjadi acuan bagi pendidik dan institusi pendidikan dalam merancang strategi pembelajaran yang lebih adaptif terhadap budaya digital Generasi Z.

UCAPAN TERIMAKASIH

Peneliti menyampaikan terima kasih kepada seluruh mahasiswa yang telah bersedia menjadi responden dalam penelitian ini. Ucapan terima kasih juga diberikan kepada pihak perguruan tinggi serta rekan-rekan yang telah membantu dalam proses penyebaran kuesioner dan penyelesaian penelitian ini. Dukungan berbagai pihak sangat membantu terselesaikannya penelitian ini dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdillah, S. R. (2023). *Pengaruh Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Remaja di SMA Negeri 1 Sirampog Brebes* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Gombong).
- Achmad, N., & Dewi, D. K. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial terhadap Prokrastinasi Akademik pada Mahasiswa yang Menyelesaikan Skripsi. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 7(9), 97. <https://ejournal.unesa.ac.id/index.php/character/article/view/48071>
- Agustin, N. (2021). Dampak Penggunaan Aplikasi Tik Tok Terhadap Karakter Mahasiswa Pgmi Stai Al-Azhar Menganti Gresik. *Jurnal Primary (Kajian Ilmu Pendidikan Dasar dan Humaniora)*, 2(1), 45-52.
- Aini, Q. (2023). Hubungan media sosial TikTok terhadap konsentrasi belajar siswa. *At-Taujih; Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, 2(1), 1-12.

- Akmal, M. F., Ratumbusang, M. F. N. G., Hasanah, M., & Nor, B. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Ekonomi FKIP ULM. *Jurnal Pendidikan Ekonomi (JUPE)*, 12(2), 168–175.
<https://doi.org/10.26740/jupe.v12n2.p168-175>
- Anggraini, R., & Sugoto, S. (2016). Hubungan Antara Persepsi Siswa Terhadap Kompetensi Guru Kimia Dan Motivasi Akademik Dengan Prestasi Belajar Kimia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Surabaya*, 5(2), 1–12.
- Azis, A. L., “Pengaruh Motivasi Intrinsik dan Motivasi ekstrinsik Terhadap Prestasi Belajar Ekonomi Bisnis Kelas X Peserta Didik Kelas X di SMKN 4 Makassar”, Universitas Negeri Makassar, Makassar, 2017, hlm. 76
- Bu’ulolo, W., & Hulu, M. K. (2025). Peran media sosial dalam meningkatkan citra perusahaan. *IDENTIK: Jurnal Ilmu Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(1), 51–59.
- DataIndonesia.id. (2025, Juni 9). *Kumpulan Data Seputar TikTok di Dunia dan Indonesia hingga April 2025* [PDF]. Diakses dari https://assets.dataindonesia.id/2025/06/11/1749609527981-78-PPT-Report_Kumpulan-Data-Seputar-TikTok.pdf
- Fatika, R. A. (2024, 8 Oktober). *10 Negara dengan Pengguna TikTok Terbesar, Indonesia Urutan Berapa?* GoodStats Data. Diakses dari <https://data.goodstats.id/statistic/10-negara-dengan-pengguna-tiktok-terbesar-indonesia-urutan-berapa-xFOgI>
- Juliana, D., Tambunan, A. R. S., & Pane, I. I. (2024). The Use of YouTube and TikTok in Improving the Students’ Vocabulary Achievement. *Journal of English for Academic and Specific Purposes (JEASP)*, 7(2), 140–148.
<https://doi.org/10.18860/jeasp.v7i2.29036>
- Li, G., Geng, Y., & Wu, T. (2024). Effects of short-form video app addiction on academic anxiety and academic engagement: The mediating role of mindfulness. *Frontiers in Psychology*, 15(October), 1–8.
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1428813>
- Lopes, C., Morais, N. S., Gouveia, T., & Raposo, R. (2025). Motivations and Consumption Patterns on TikTok among Higher Education Students. *Proceedings of the 12th European Conference on Social Media, ECSM 2025*, 166–176.
<https://doi.org/10.34190/ecsm.12.1.3294>
- Pitriani, N., Nurhayati, Handayani, K. S., Rizq, A. Y., Assyifa, N., & Putri, H. E. (2025). Pengaruh Intensitas Waktu Penggunaan Tiktok Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa UPI Di Purwakarta. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 8(6), 3111–3120.
<https://doi.org/10.56338/jks.v8i6.7678>
- Rabaani, S., & Indriyani, D. (2024). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Prestasi Akademik Mahasiswa. *Pubmedia Jurnal Penelitian Tindakan Kelas Indonesia*, 1(3), 10.
<https://doi.org/10.47134/ptk.v1i3.433>
- Ramadhan, H., Zen, Z., Supendra, D., & Amilia, W. (2023). 2233|Students’ Perceptions on Tiktok’s Educational Content in Increasing Learning Motivation (Haekal Ramadhan) Students’ Perceptions on Tiktok’s Educational Content in Increasing Learning Motivation. *Jurnal Ilmiah Mandala Education (JIME)*, 9(4), 2656–5862.
<https://doi.org/10.58258/jime.v9i1.5878/http>
- Sahabuddin, R., Azhari, A., Nurjannati, N., Saparuddin, R., Rifki, M., & Irwan, M. (2025). Pengaruh Intensitas dan Penggunaan TikTok terhadap Produktivitas Mahasiswa Universitas Negeri Makassar di Era Digital Ditinjau dari Motivasi Belajar. *Jurnal Rumpun Manajemen dan Ekonomi*, 2(3), 246–255.
<https://doi.org/10.61722/jrme.v2i3.4486>

- Sarah, C. A., Rifqa, D., Linas, P., Nurhasanah, N., Amalia, Y., & Nurhalizah, Z. (2024). Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Semester 6 Pendidikan Bahasa Inggris Universitas Negeri Medan the Influence of the Tiktok Application on the Learning Motivation of Semester 6 English Education Students , Medan State University. *JHIC: Jurnal Intelek Insan Cendikia*, 1(4), 700–704. <https://jicnusantara.com/index.php/jiic/article/view/500>
- Setiawati, I. (2022). *Aplikasi TikTok terhadap stabilitas motivasi belajar siswa dalam pembelajaran kelas VI di SDN 125 Rejang Lebong* (Skripsi, Institut Agama Islam Negeri Curup). IAIN Curup Repository. <https://e-theses.iaincurup.ac.id/1299/1/Isnaini%20Setiawati.pdf>
- Setiawati, I., Hamengkubuwono, H., & Supardan, D. (2022). *Aplikasi Tiktok Terhadap Stabilitas Motivasi Belajar Siswa Dalam Pembelajaran Kelas Vi di Sdn 125 Rejang Lebong* (Doctoral dissertation, IAIN Curup).
- Siam, K. N., Ason, Y., & Tirsa, A. (2015). Penggunaan Media Nyata Untuk Meningkatkan Motivasi Belajar Bahasa Indonesia Siswa Kelas Vi Sekolah Dasar. *Jurnal Pendidikan Dasar*, 3(2), 166–174.
- Tatasari, T., Ambadar, R. T., Anjani, N., & Agustin, F. (2025). *Titis Tatasari 1 Rizco Turino Ambadar 2 Nabila Anjani Faradiba Agustin 3*. 3(1), 59–66.
- Vanissa Dhia Nur Lestari, & Bagus Setiawan. (2025). Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Motivasi Belajar Siswa Kelas X di MAN Kota Blitar. *RISOMA : Jurnal Riset Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 3(5), 189–209. <https://doi.org/10.62383/risoma.v3i5.1135>
- Virós-Martín, C., Montaña-Blasco, M., & Jiménez-Morales, M. (2024). Can't stop scrolling! Adolescents' patterns of TikTok use and digital well-being self-perception. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1), 1–11. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03984-5>
- Wulandari, S., Zahiroh, M., Maknunah, L., & Halizah, S. N. (2025). Peran Konten TikTok dalam Mengembangkan Branding sebagai Media Bisnis Digital yang Berprofitabilitas. *Journal of Science and Education Research*, 4(1), 71–78. <https://doi.org/10.62759/jser.v4i1.175>.