



ANALISIS *USER ENGAGEMENT* TERHADAP PENGGUNAAN TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA MENGGUNAKAN *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT THEORY*

TUGAS AKHIR

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Komputer pada
Program Studi Sistem Informasi

Oleh:

SITI RAHMAH

12250323624



UIN SUSKA RIAU

UIN SUSKA RIAU

FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2026

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

LEMBAR PERSETUJUAN

ANALISIS *USER ENGAGEMENT* TERHADAP PENGGUNAAN TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA MENGGUNAKAN *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT THEORY*

TUGAS AKHIR

Oleh:

SITI RAHMAH
12250323624

Telah diperiksa dan disetujui sebagai Laporan Tugas Akhir
di Pekanbaru, pada tanggal 22 Januari 2026

Ketua Program Studi



Anraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D.
NIP. 198408212009012008

Pembimbing



Anraini, S.Kom, M.Eng., Ph.D.
NIP. 198408212009012008

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS *USER ENGAGEMENT* TERHADAP PENGGUNAAN TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA MENGGUNAKAN *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT THEORY*

TUGAS AKHIR

Oleh:

SITI RAHMAH

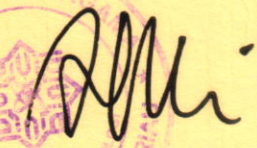
12250323624

Telah dipertahankan di depan sidang dewan penguji
sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer
Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
di Pekanbaru, pada tanggal 14 Januari 2026

Pekanbaru, 14 Januari 2026

Mengesahkan,

Dekan


Dr. Yuslenita Muda, S.Si., M.Sc.
NIP. 197701032007102001

Ketua Program Studi


Angraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D.
NIP. 198408212009012008

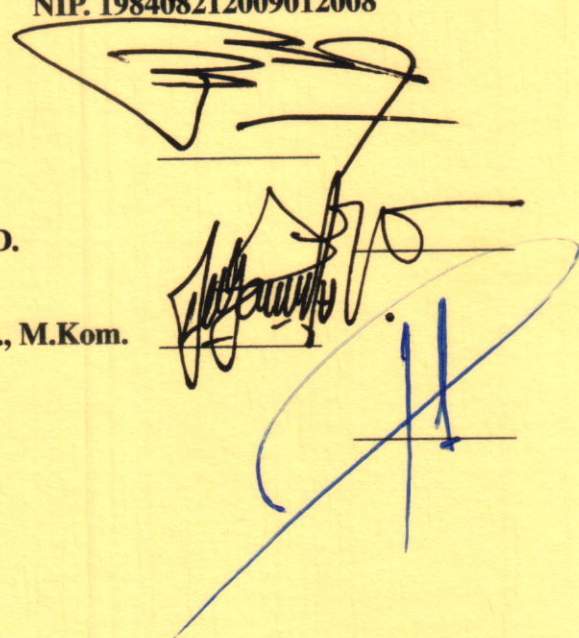
DEWAN PENGUJI:

Ketua : Eki Saputra, S.Kom., M.Kom.

Sekretaris : Angraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D.

Anggota 1 : Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom.

Anggota 2 : Syaifullah, SE., M.Sc.



Lampiran Surat :
Nomor : Nomor 25/2021
Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Siti Rahmah
NIM : 12250323624
Tempat/Tgl. Lahir : Kota Tengah, 09 Juni 2009
Fakultas/Pascasarjana : Sains dan Teknologi
Prodi : Sistem Informasi
Judul ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~ *:

Analisis User Engagement Terhadap Penggunaan Tiktok di Kalangan
Mahasiswa Menggunakan Social Media Engagement Theory

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

1. Penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~ * dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
2. Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
3. Oleh karena itu ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya~~ * saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
4. Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan ~~Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)~~ * saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.

Pekanbaru, 26 Januari 2026

embuat pernyataan



Siti Rahmah
NIM : 12250323624

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis



LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL

Tugas Akhir yang tidak diterbitkan ini terdaftar dan tersedia di Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah terbuka untuk umum, dengan ketentuan bahwa hak cipta ada pada penulis. Referensi kepustakaan diperkenankan dicatat, tetapi pengutipan atau ringkasan hanya dapat dilakukan atas izin penulis dan harus dilakukan mengikuti kaedah dan kebiasaan ilmiah serta menyebutkan sumbernya.

Penggandaan atau penerbitan sebagian atau seluruh Tugas Akhir ini harus memperoleh izin tertulis dari Dekan fakultas universitas. Perpustakaan dapat meminjamkan Tugas Akhir ini untuk anggotanya dengan mengisi nama, tanda peminjaman dan tanggal pinjam pada *form* peminjaman.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



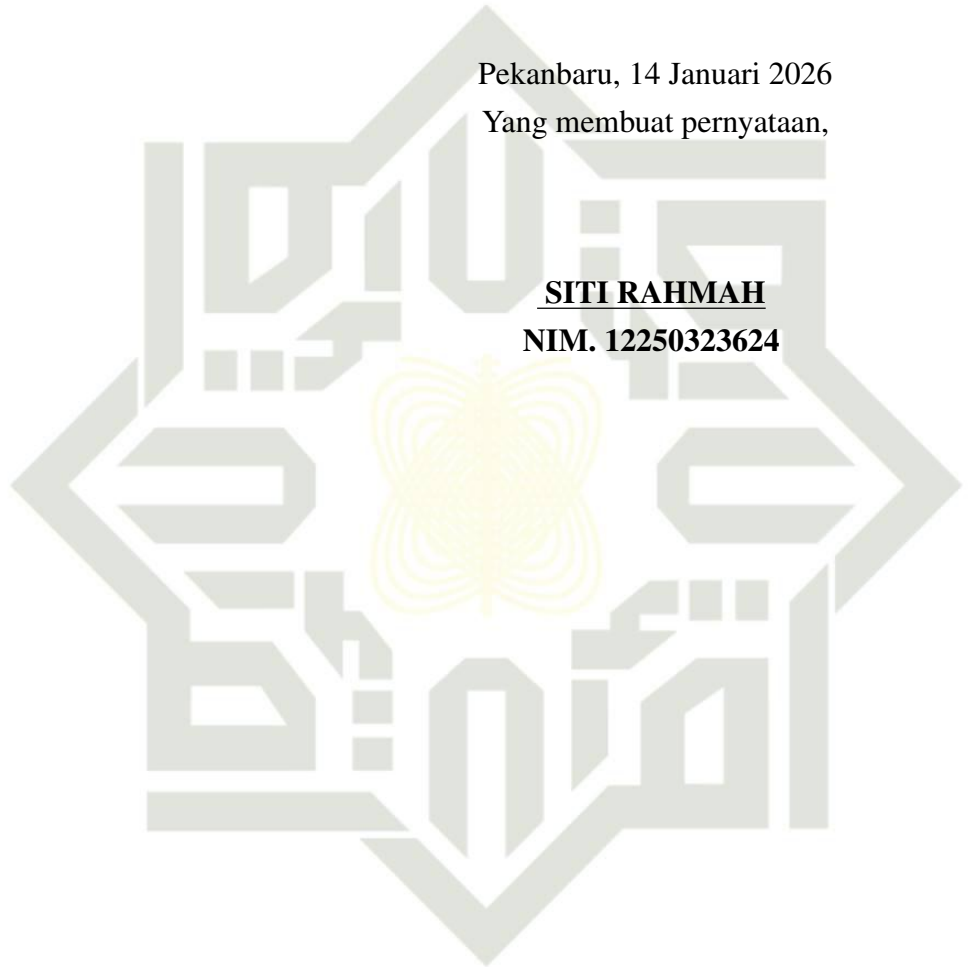
LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam Tugas Akhir ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu Perguruan Tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan di dalam daftar pustaka.

Pekanbaru, 14 Januari 2026

Yang membuat pernyataan,

SITI RAHMAH
NIM. 12250323624



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



LEMBAR PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* atas segala rahmat, karunia, dan pertolongan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan baik. Sholawat dan salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan kita Nabi Muhammad *Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam*, beserta keluarga dan para sahabatnya.

Dengan penuh rasa syukur dan ketulusan hati, karya sederhana ini peneliti persembahkan kepada kedua orang tua tercinta, ayah dan umi, sebagai wujud bakti, rasa hormat, dan terima kasih yang tak terhingga. Terima kasih atas doa yang tidak pernah terputus, kasih sayang, pengorbanan, serta dukungan yang senantiasa mengiringi setiap langkah peneliti hingga mampu menyelesaikan pendidikan dan meraih gelar sarjana. Semoga Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan umur, dan kebahagiaan kepada ayah dan umi di dunia maupun di akhirat.

Karya ini juga peneliti persembahkan kepada Maklong, Maklang, Ibu, dan Uwan tercinta yang telah memberikan dukungan dengan penuh ketulusan, baik dalam bentuk doa, perhatian, dukungan moral, maupun bantuan materi selama proses pendidikan peneliti. Segala bantuan dan kepedulian yang diberikan menjadi penguat langkah peneliti dalam menghadapi setiap tahapan perkuliahan hingga penyusunan Tugas Akhir ini. Semoga Allah *Subhanahu Wa Ta'ala* membalas seluruh kebaikan tersebut dengan pahala yang berlipat ganda.

Peneliti juga mempersembahkan karya ini kepada abang, kakak dan adik tercinta yang senantiasa memberikan semangat, doa, dan kebersamaan yang berarti. Terima kasih atas dukungan dan motivasi yang terus menguatkan peneliti dalam menyelesaikan studi ini.

Terakhir, dan tidak kalah penting, karya ini penulis persembahkan kepada diri penulis sendiri. Terima kasih atas keteguhan hati, kesabaran, dan keberanian untuk terus melangkah meskipun dihadapkan pada berbagai keterbatasan dan tantangan. Setiap lelah, air mata, serta proses panjang yang dilalui menjadi bukti bahwa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penulis mampu bertahan, bangkit, dan menyelesaikan apa yang telah dimulai. Semoga pencapaian ini menjadi pengingat untuk terus belajar, berkembang, dan tidak berhenti berusaha di masa yang akan datang. Semoga karya ini dapat memberikan manfaat dan menjadi langkah awal bagi peneliti untuk terus belajar, berkembang, dan berkarya di masa yang akan datang.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.



UIN SUSKA RIAU

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Rabbil 'Alamin, peneliti mengucapkan syukur kehadiran Allah Subhanahu Wa Ta'ala atas rahmat dan karunia-Nya sehingga Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad Shallallahu 'Alaihi Wa Sallam. Tugas Akhir ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Komputer pada Program Studi Sistem Informasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam proses penyusunan Tugas Akhir ini, peneliti memperoleh banyak bantuan, dukungan, serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Hj. Leny Nofianti, MS., SE., M.Si., Ak., CA sebagai Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
2. Ibu Dr. Yuslenita Muda, S.Si., M.Sc. sebagai Dekan Fakultas Sains dan Teknologi.
3. Ibu Angraini, S.Kom., M.Eng., Ph.D sebagai Ketua Program Studi Sistem Informasisekaligus Dosen Pembimbing Tugas Akhir yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, serta masukan yang sangat berharga sejak tahap perencanaan hingga penyelesaian Tugas Akhir ini.
4. Ibu Dr. Rice Novita, S.Kom., M.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Sistem Informasi.
5. Bapak Saide, S.Kom., M.Kom., ICTPM., M.IM., Ph.D selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah memberikan bimbingan, arahan, serta nasihat akademik kepada peneliti selama masa perkuliahan.
6. Bapak Eki Saputra, S.Kom., M.Kom selaku Ketua Sidang yang telah meluangkan waktu dan memimpin jalannya sidang Tugas Akhir dengan baik, sehingga proses sidang dapat berjalan dengan lancar.
7. Bapak Tengku Khairil Ahsyar, S.Kom., M.Kom selaku Dosen Penguji I atas saran, kritik, dan masukan yang berharga dalam penyempurnaan Tugas Akhir ini. Peneliti juga berterima kasih atas bimbingan yang diberikan sejak pelaksanaan Kerja Praktek hingga penyusunan Tugas Akhir, serta nasihat dan pengingat selama masa perkuliahan yang menjadi motivasi dan pedoman bagi peneliti.
8. Bapak Syaifullah, SE., M.Sc selaku Dosen Penguji II atas masukan dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

saran dalam penyusunan Tugas Akhir ini, serta nasihat dan perhatian yang diberikan selama masa perkuliahan.

Seluruh Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Sistem Informasi atas ilmu, pembelajaran, dan pengalaman akademik yang telah diberikan selama masa perkuliahan, yang menjadi bekal penting bagi peneliti dalam menyelesaikan studi dan penyusunan Tugas Akhir ini.

Kedua orang tua tercinta, Ayah Darmawi dan Umi Afrida, yang senantiasa memberikan doa, kasih sayang, dukungan moral maupun material, serta motivasi yang tiada henti. Meskipun tidak pernah mengenyam pendidikan di bangku perkuliahan, Ayah dan Umi telah berjuang tanpa kenal lelah mengusahakan pendidikan anak-anaknya. Peneliti sangat berterima kasih atas setiap pengorbanan, keringat, dan doa yang tidak pernah putus. Terima kasih karena selalu berusaha melakukan yang terbaik demi pendidikan anak-anakmu. Terima kasih telah menjadikan rumah sebagai tempat yang hangat dan penuh rasa aman, serta selalu meluangkan waktu untuk mendengarkan setiap cerita dan keluh kesah peneliti tanpa menghakimi. Semua perhatian dan kasih sayang tersebut menjadi kekuatan yang sangat berarti hingga peneliti mampu menyelesaikan Tugas Akhir ini.

11. Uwan Hj. Marianis, yang senantiasa memberikan dukungan, doa, serta perhatian tanpa henti agar proses perkuliahan dan seluruh urusan peneliti dapat berjalan dengan lancar, termasuk dukungan secara materi selama ini. Semoga segala kebaikan yang telah diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda.

12. Maklong Mukhlis, Maklang Khairul Fahmi, S.T., M.T., serta Ibu Karnila S.Pd, yang selalu memberikan dukungan, motivasi, serta nasihat yang sangat berarti bagi peneliti dalam menghadapi berbagai proses dan tantangan selama masa perkuliahan.

13. Abang Jidan Pradana Putra, S.H., kakak Nana Aulia, S.P., Afid Purrahman, dan Hayatul Ismi, selaku saudara kandung peneliti yang senantiasa memberikan doa, dukungan, semangat, serta keceriaan yang menguatkan peneliti untuk terus berjuang dan menyelesaikan studi ini dengan sebaik-baiknya.

14. Rahma Nur Fadillah, Hanifatul Syahidah, dan Novila Irsandi, atas dukungan, kebersamaan, serta perjuangan yang telah dilalui bersama sejak masa mahasiswa baru hingga proses penyusunan Tugas Akhir ini. Terima kasih atas cerita, kebersamaan, dan semangat yang terus menguatkan langkah peneliti selama masa perkuliahan.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

15. Stevani dan Rifka Anrahvi, atas bantuan, dukungan, semangat, serta kebersamaan yang telah diberikan selama proses penyusunan Tugas Akhir ini.
16. Teman-teman "kontrakan Bersama", yaitu Suria, Igo, Lian, Ican, Pedro, Bivan, dan Muthi, atas segala bantuan, kebersamaan, serta dukungan yang diberikan selama masa perkuliahan hingga tahap akhir penyelesaian studi.
17. Meila, Mumut, Rapika, Yati, dan Zhila yang senantiasa menemani, membantu, serta memberikan dukungan dan semangat selama masa perkuliahan hingga penulis menyelesaikan studi.
18. Seluruh pihak yang tidak dapat Peneliti sebutkan satu per satu, yang telah memberikan bantuan, doa, perhatian, serta dukungan selama proses penyusunan dan penyelesaian Tugas Akhir ini.
19. Peneliti sendiri, yang senantiasa berusaha untuk terus belajar dan berkembang. Terima kasih karena telah berani menyelesaikan setiap tanggung jawab yang telah diambil. Perjalanan ini bukanlah akhir, melainkan awal dari langkah selanjutnya. Terima kasih karena tidak menyerah, tetap bertahan, dan terus percaya pada kemampuan diri sendiri.

Semoga segala doa serta dukungan yang telah diberikan menjadi amal jariyah dan mendapatkan balasan terbaik dari Allah SWT. Peneliti menyadari bahwa laporan ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, peneliti sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun, atau pertanyaan melalui surel di 12250323624@students.uin-suska.ac.id. Semoga hasil penelitian ini membawa manfaat luas bagi kita semua. Akhir kata, peneliti haturkan terima kasih. Wassalamualikum Warahmatullahi Wabarakatuh."

Pekanbaru, 22 Januari 2026

Penulis,

SITI RAHMAH
NIM. 12250323624



ANALISIS *USER ENGAGEMENT* TERHADAP PENGGUNAAN TIKTOK DI KALANGAN MAHASISWA MENGGUNAKAN *SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT THEORY*

SITI RAHMAH
NIM: 12250323624

Tanggal Sidang: 14 Januari 2026
Periode Wisuda:

Program Studi Sistem Informasi
Fakultas Sains dan Teknologi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Jl. Soebrantas, No. 155, Pekanbaru

ABSTRAK

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang banyak digunakan oleh mahasiswa di Indonesia. Tingginya tingkat penggunaan TikTok tidak terlepas dari pengalaman pengguna (*user experience*) yang ditawarkan, baik dari aspek sosial maupun teknis, yang berpotensi memengaruhi keterlibatan pengguna (*user engagement*) dan perilaku penggunaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh faktor-faktor *user experience* terhadap *user engagement* mahasiswa dalam penggunaan TikTok, serta menganalisis pengaruh *user engagement* terhadap frekuensi penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa aktif UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau yang menggunakan TikTok. Analisis data dilakukan menggunakan metode *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan bantuan perangkat lunak SmartPLS 4. Model penelitian mengadopsi *Social Media Engagement Theory* (SME) yang mencakup pengalaman sosial dan pengalaman teknis sebagai prediktor *user engagement*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak seluruh faktor *user experience* berpengaruh signifikan terhadap *user engagement*. Namun demikian, beberapa aspek pengalaman pengguna terbukti berpengaruh signifikan terhadap *user engagement*. Selanjutnya, *user engagement* terbukti berpengaruh signifikan terhadap frekuensi penggunaan TikTok. Temuan ini menegaskan bahwa *user engagement* berperan penting dalam menjembatani hubungan antara pengalaman pengguna dan perilaku penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa.

Kata Kunci: *User Engagement*, *User Experience*, Mahasiswa, Media Sosial, TikTok

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ANALYSIS OF USER ENGAGEMENT IN TIKTOK USE AMONG UNIVERSITY STUDENTS USING SOCIAL MEDIA ENGAGEMENT THEORY

SITI RAHMAH
NIM: 12250323624

Date of Final Exam: January 14th 2026
Graduation Period:

Department of Information System
Faculty of Science and Technology
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
Soebrantas Street, No. 155, Pekanbaru

ABSTRACT

TikTok is one of the short video-based social media platforms widely used by students in Indonesia. The high level of TikTok usage is inseparable from the user experience it offers, both in terms of social and technical aspects, which have the potential to influence user engagement and usage behavior. This study aims to analyze the influence of user experience factors on student user engagement in using TikTok, as well as to analyze the influence of user engagement on the frequency of TikTok use among students. This study uses a quantitative approach with a survey method. Data were collected through questionnaires distributed to active students at UIN Sultan Syarif Kasim Riau and Riau University who use TikTok. Data analysis was performed using the Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) method with the help of SmartPLS 4 software. The research model adopted the Social Media Engagement Theory (SME), which includes social experience and technical experience as predictors of user engagement. The results of the study indicate that not all user experience factors have a significant effect on user engagement. However, several aspects of user experience have been proven to have a significant effect on user engagement. Furthermore, user engagement has been proven to have a significant effect on the frequency of TikTok usage. These findings confirm that user engagement plays an important role in bridging the relationship between user experience and social media usage behavior among students.

Keywords: *User Engagement, User Experience, Social Media, Students, Tiktok*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR HAK ATAS KEKAYAAN INTELEKTUAL	iv
LEMBAR PERNYATAAN	v
LEMBAR PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	viii
ABSTRAK	xi
ABSTRACT	xii
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR SINGKATAN	xviii
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	2
1.3 Batasan Masalah	2
1.4 Tujuan	3
1.5 Manfaat	3
1.6 Sistematika Penulisan	3
LANDASAN TEORI	5
2.1 <i>Social Media</i> (Media Sosial)	5
2.1.1 Fungsi Media Sosial	5
2.1.2 Jenis-Jenis Media Sosial	6
2.1.3 Perkembangan dan popularitas TikTok di kalangan mahasiswa	8

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.2	Tiktok	8
2.2.1	Karakteristik Mahasiswa Sebagai Pengguna Tiktok	9
2.3	<i>Social Media Engagement Theory</i> (SME)	9
2.4	<i>User Experience</i> (Pengalaman Pengguna)	10
2.4.1	<i>Social Interaction</i> (Interaksi Sosial)	11
2.4.2	Technical Features	13
2.4.3	<i>User Engagement</i>	14
2.5	Pendahuluan Terdahulu	15
3	METODOLOGI PENELITIAN	18
3.1	Alur Penelitian	18
3.2	Tahap Perencanaan	19
3.2.1	Penentuan Topik	19
3.2.2	Identifikasi Masalah	19
3.2.3	Penentuan Tujuan	20
3.2.4	Manfaat Penelitian	20
3.2.5	Batasan Masalah	20
3.2.6	Model Penelitian	20
3.2.7	Studi Pustaka	21
3.3	Tahap Pengumpulan Data	21
3.4	Tahap Pengolahan Data	27
3.5	Tahap Analisa dan Hasil	27
4	ANALISIS DAN HASIL	29
4.1	Karakteristik Responden	29
4.1.1	Jenis Kelamin	29
4.1.2	Usia	30
4.1.3	Asal Universitas	30
4.1.4	<i>Tenure</i> (Lama Penggunaan)	31
4.1.5	<i>Expertise</i> (Tingkat Keahlian)	31
4.1.6	<i>Habit</i> (Kebiasaan Dalam Menggunakan Tiktok)	32
4.2	Analisa Data	32
4.3	Uji Validitas	34
4.4	Anilisis Uji Validitas Diskriminan	36
4.5	Analisis Uji Reliabilitas	38
4.6	Analisis Model Struktural	38
4.7	Analisa Hasil Uji Hipotesis	41



5	PENUTUP	46
5.1	Kesimpulan	46
5.1.1	Pengaruh faktor-faktor user experience terhadap user en- gagement	46
5.1.2	Pengaruh User Engagement Terhadap Frekuensi Penggu- naan Tiktok	46
5.2	Saran	47
5.3	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	47

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN A	PERTANYAAN KUESIONER	A - 1
LAMPIRAN B	DOKUMENTASI PENGISIAN KUESIONER	B - 1
LAMPIRAN C	DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER MELALUI GRUP WHATSAPP	C - 1



DAFTAR GAMBAR

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1	Model Penelitian	10
3.1	Alur Penelitian	18
4.1	Jenis Kelamin	29
4.2	Rentang Usia	30
4.3	Asal Universitas Responden	30
4.4	<i>PLS-sem Algorithm</i>	33
4.5	<i>SEM-PLS Bootstrapping</i>	40
B.1	Dokumentasi Mahasiswa UIN SUSKA RIAU	B - 1
B.2	Dokumentasi Mahasiswa UNRI	B - 1
B.3	Dokumentasi Mahasiswa UNRI	B - 2



DAFTAR TABEL

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.1	Penelitian Terdahulu	16
3.1	Tabel Krejcie dan Morgan	22
3.2	Pertanyaan Kuesioner Penelitian	23
4.1	Lama Penggunaan Tiktok	31
4.2	Tingkat Keahlian dan Pemahaman dalam Fitur Tiktok	31
4.3	Habit (Kebiasaan Dalam MenggunakanTiktok)	32
4.4	Tabel Uji Validitas	34
4.5	<i>Heterotrait-Monotrait Ratio</i> (HTMT)	36
4.6	Uji Reliabilitas Konstruk	38
4.7	Uji Hipotesis	42
A.1	Item Kuesioner Variabel Expertise dan Habit	A - 1
A.2	Instrumen Penelitian	A - 2



DAFTAR SINGKATAN

ASR	: <i>Access to Social Resources</i>
C	: <i>Completeness</i>
CM	: <i>Critical Mass</i>
E	: <i>Evolvability</i>
FOU	: <i>Frequency of Use</i>
FYP	: <i>For You Page</i>
HTMT	: <i>Heterotrait–Monotrait Ratio</i>
I	: <i>Integration</i>
P	: <i>Personalization</i>
R	: <i>Risk</i>
SME	: <i>Social Media Engagement</i>
TR	: <i>Transparency</i>
UE	: <i>User Engagement</i>
UX	: <i>User Experience</i>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial merupakan platform berbasis daring yang memungkinkan terjadinya interaksi sosial antar pengguna tanpa batasan ruang dan waktu (Fraccastoro, Gabriellsson, dan Pullins, 2021; Lipschultz, 2015). Secara konseptual, media sosial merujuk pada kumpulan program berbasis web yang didasarkan pada konsep dan teknologi Web 2.0 yang memfasilitasi produksi dan berbagi konten yang dibuat oleh pengguna (Kaplan dan Haenlein, 2010). Dalam perkembangannya, media sosial telah menjadi sumber utama informasi, komunikasi, hiburan, dan pembelajaran bagi penggunanya. (Abu Backer dan Awad, 2025). Pola konsumsi konten media sosial juga mengalami pergeseran. Pengguna cenderung menonton video pendek yang mudah ditelusuri, serta lebih tertarik pada tampilan audiovisual, sehingga dapat mendorong aktivitas interaksi seperti *like*, komentar, dan *share* (Lestari, 2025; Zhang, Qiu, dan Ye, 2025). Pergeseran pola konsumsi ke video pendek tersebut mendorong munculnya platform yang berfokus pada konten singkat, salah satunya TikTok.

TikTok adalah aplikasi media sosial berbasis video pendek yang memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menciptakan, mengedit, dan menyebarkan konten secara menarik. Saat ini, TikTok menjadi salah satu aplikasi yang populer dan banyak digunakan oleh berbagai kalangan, terutama di Indonesia (Lubis, Rohani, dan Devianty, 2022). Pada Februari 2025, We are Social melaporkan bahwa jumlah pengguna tiktok di Indonesia mencapai sekitar 108 juta (We Are Social, 2025). Sedangkan menurut data APJII 2025, TikTok tercatat sebagai media sosial yang paling sering digunakan oleh masyarakat Indonesia dengan tingkat penggunaan sebesar 35,17% jauh di atas YouTube 23,76%, Facebook 21,58%, Instagram 15,94%, Sementara itu, Twitter/X hanya memiliki persentase penggunaan yang sangat kecil, yaitu 0,56%, diikuti kategori “Lainnya” 1,68% dan “Tidak tahu” 1,31% (APJII, 2025). Perbedaan urutan dan persentase penggunaan ini disebabkan oleh variasi karakteristik responden.

Beragamnya konten hiburan dan inspiratif yang tersedia membuat TikTok diminati oleh pengguna dari berbagai kelompok usia (Lubis dkk., 2022). Salah satu kelompok usia yang paling populer dalam penggunaan media sosial adalah mahasiswa (Dumford, Miller, Lee, dan Caskie, 2023). Mahasiswa saat ini memanfaatkan media sosial untuk berbagai tujuan, termasuk memperoleh informasi, berkolaborasi,



Hak Cipta Ditilindungi Undang-Undang

1. Dianggap mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

serta membangun interaksi dengan pengguna lain. TikTok menawarkan pengalaman konsumsi konten yang dipersonalisasi melalui *feed* “For You Page (FYP)” yang menyesuaikan rekomendasi video berdasarkan sinyal interaksi pengguna seperti tontonan, like, komentar, dan akun yang diikuti. Mekanisme personalisasi ini membuat konten terasa relevan bagi pengguna, sehingga mendorong mereka untuk terus menonton, berinteraksi, dan kembali menggunakan aplikasi (Falgoust dkk., 2022; TikTok Support FAQ (Web Account), 2025).

Karena itu, penelitian ini mengadopsi *Social Media Engagement Theory* (SME Theory) sebagai kerangka teoritis utama untuk mengukur dan menjelaskan mekanisme tersebut secara sistematis. Teori ini memodelkan pengalaman sosial (*personalization, transparency, access to social resources, critical mass, risk*) dan pengalaman teknis (*completeness, flexibility, integration, evolvability*) sebagai prediktor langsung *user engagement*, yang bertindak sebagai mediasi kunci menuju perilaku penggunaan (*frequency of use, durasi, intensitas*) di kalangan mahasiswa Indonesia. (Di Gangi dan Wasko, 2016)

1.2 Perumusan Masalah

Rumusan dari masalah penelitian ini yaitu, apa faktor-faktor yang mempengaruhi keterlibatan mahasiswa terhadap media sosial, serta sejauh mana keterlibatan tersebut memengaruhi perilaku penggunaan media sosial, khususnya di kalangan mahasiswa.

1.3 Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih terarah dan terfokus, maka batasan masalah yang digunakan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini melibatkan responden dari kalangan mahasiswa aktif UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan Universitas Riau.
2. Penelitian dibatasi pada mahasiswa usia 18–23 tahun yang aktif menggunakan TikTok.
3. Variabel penelitian dibatasi pada faktor pengalaman sosial (*personalization, access to social resource, critical mass, perceived risk, transparency*) dan fitur teknis (*completeness, flexinility, evolvabilitas dan integration*), dengan pengukuran *user engagement* dan frekuensi penggunaan.
4. Menggunakan platform media sosial TikTok
5. Pengolahan dan analisis data dilakukan menggunakan SmartPLS 4 melalui pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling (PLS-SEM)*.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1.4 Tujuan

Tujuan dari tugas akhir ini adalah:

1. Menganalisis pengaruh faktor-faktor *user experience* terhadap *user engagement* mahasiswa dalam penggunaan media sosial.
2. Menganalisis pengaruh *user engagement* terhadap frekuensi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa.

1.5 Manfaat

Manfaat yang diharapkan dari pelaksanaan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Menjadi dasar empiris untuk mengetahui aspek pengalaman pengguna mana yang paling berperan dalam membentuk keterlibatan mahasiswa di media sosial.
2. Memberikan gambaran mengenai sejauh mana tingkat keterlibatan pengguna mendorong intensitas penggunaan media sosial.

1.6 Sistematika Penulisan

Penyusunan laporan Tugas Akhir ini disajikan secara sistematis dalam lima bab sebagai berikut:

BAB 1. PENDAHULUAN

Bab ini menguraikan latar belakang penelitian, perumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan laporan.

BAB 2. LANDASAN TEORI

Bab ini menjelaskan teori-teori yang mendukung dalam pembuatan Laporan Tugas Akhir, serta didalam bab ini juga membahas penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi.

BAB 3. METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan metode penelitian yang digunakan, meliputi: jenis dan pendekatan penelitian, objek dan subjek penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, instrumen penelitian, definisi operasional variabel, serta teknik analisis data dengan pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM). **BAB 4. ANALISA DAN HASIL**

BAB 4 pada tugas akhir ini berisi tentang hasil pengolahan dan analisis data penelitian. Pembahasan dalam bab ini meliputi: deskripsi data dan karakteristik responden, evaluasi model pengukuran (*outer model*) yang mencakup uji validitas dan reliabilitas, evaluasi model struktural (*inner model*), serta pengujian hipotesis dan pembahasan hasil penelitian berdasarkan teori dan penelitian terdahulu.

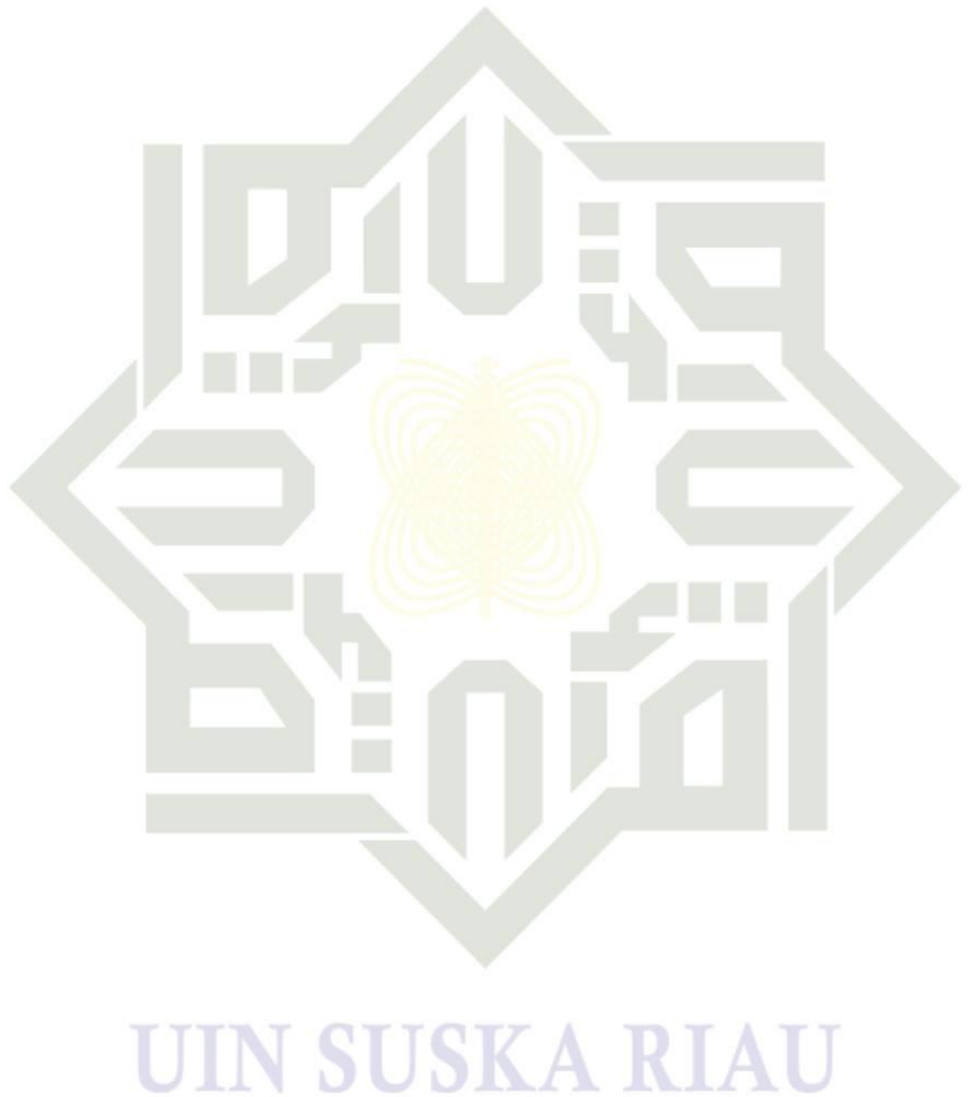


BAB 5. PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dan saran. Kesimpulan merupakan ringkasan hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah, sedangkan saran berisi rekomendasi yang ditujukan bagi pihak terkait serta untuk pengembangan penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



BAB 2

LANDASAN TEORI

2.1 *Social Media (Media Sosial)*

Media sosial merupakan pemanfaatan teknologi web dan perangkat seluler yang menyediakan wadah interaktif bagi individu maupun komunitas untuk berbagi informasi, berkolaborasi dalam mencipta, berdiskusi, serta mengolah kembali konten yang dihasilkan pengguna (Kietzmann, Hermkens, McCarthy, dan Silvestre, 2011). Sedangkan menurut (Kaplan dan Haenlein, 2010) Media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas prinsip dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. Media sosial dapat dipahami sebagai layanan daring yang menghubungkan individu dalam aktivitas komunikasi, networking, dan kolaborasi (Russo, Watkins, Kelly, dan Chan, 2008). Infrastruktur informasi dan perangkat yang digunakan untuk menciptakan dan menyebarkan konten, termasuk konten digital berupa pesan pribadi, berita, ide, atau produk budaya, serta individu, perusahaan, dan industri yang bertindak sebagai produsen dan konsumen konten digital, membentuk definisi yang kompleks tentang media sosial. (Howard dan Parks, 2012). Media sosial merupakan platform berbasis internet yang bekerja secara berkelanjutan, meskipun tidak selalu sinkron, yang menghubungkan komunikasi personal dengan komunikasi massa, serta mendapatkan nilai utamanya dari konten yang dibuat dan dibagikan pengguna (Carr dan Hayes, 2015).

2.1.1 Fungsi Media Sosial

Sebagai salah satu platform digital dengan jumlah pengguna terbesar di dunia, media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana komunikasi, tetapi juga memiliki berbagai fungsi lain seperti membangun jaringan sosial, menyebarkan informasi, serta menjadi wadah ekspresi diri bagi penggunanya. Adapun fungsi-fungsi utama media sosial dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Komunikasi

Media sosial digunakan sebagian besar untuk berkomunikasi. Media sosial memungkinkan individu dan kelompok bertukar pesan tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial memungkinkan penggunanya untuk tetap terhubung secara real-time serta memperluas jaringan komunikasi mereka dengan fitur seperti pesan instan, komentar, dan forum diskusi (Liu, Wang, dan Chen, 2023; Sundar dan Lim, 2023).

b. Branding

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Selain berfungsi sebagai alat komunikasi, media sosial memainkan peran penting dalam membentuk citra organisasi dan individu. Sementara individu dapat menunjukkan identitas pribadi mereka, organisasi atau organisasi dapat menggunakan media sosial untuk meningkatkan citra brand mereka. Media sosial menjadi alat strategis untuk meningkatkan reputasi di dunia digital dengan mengunggah konten yang konsisten dan sesuai dengan nilai yang ingin ditampilkan (Lee, 2024; Smith dan Taylor, 2023).

Bisnis

Media sosial juga berfungsi sebagai sarana bagi pengguna untuk menjalankan aktivitas usaha. Setelah sebelumnya dimanfaatkan untuk komunikasi dan membangun citra (branding), media sosial terus berkembang hingga memungkinkan siapa saja mendirikan serta mengelola bisnis secara daring (Kim, Park, dan Lee, 2023; Patel dan Nguyen, 2024). Dengan karakteristik yang dapat diakses kapan saja, media sosial mempermudah pelaku usaha dalam mengembangkan bisnis berbasis online. Kondisi ini membuka peluang yang jauh lebih luas dalam menjangkau konsumen dibandingkan dengan usaha yang hanya mengandalkan interaksi secara langsung di dunia nyata.

d. Marketing

Fungsi lain dari media sosial adalah sebagai media pemasaran. Sebagai platform digital yang hampir selalu digunakan oleh masyarakat, media sosial menyediakan berbagai fitur yang memudahkan pelaku bisnis untuk memperkenalkan produk maupun layanan mereka kepada audiens yang lebih luas. Strategi pemasaran melalui media sosial terbukti lebih efektif dalam meningkatkan keuntungan sekaligus memberikan kemudahan bagi konsumen dalam menemukan dan memenuhi kebutuhannya (Chen dan Zhang, 2023; Gupta, Lee, dan Torres, 2025).

2.1.2 Jenis-Jenis Media Sosial

a. Jejaring sosial

Jejaring sosial adalah platform yang dirancang sebagai ruang pertemuan virtual di mana banyak orang dapat berinteraksi dan membangun hubungan sosial. Jejaring sosial merupakan bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa dan merupakan teknologi untuk terhubung dan berkomunikasi dengan orang lain (Dumford et al., 2023). Penggunaannya biasanya saling bertukar pesan, berbagi informasi, foto, hingga video. Contohnya Face-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

book, LinkedIn, dan Instagram. Fungsi utamanya adalah memungkinkan pengguna berbagi informasi, memperkuat identitas digital, serta menjalin koneksi sosial maupun profesional.

b. Media sharing network

Media sharing network berfokus pada distribusi konten multimedia, seperti foto, video, atau audio. Contohnya YouTube, Instagram, TikTok, dan Flickr. Platform ini memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri melalui konten kreatif sekaligus mengonsumsi karya orang lain. Nilai tambah dari jenis ini adalah viralitas konten yang dapat menjangkau audiens luas dalam waktu singkat

c. Forum diskusi

Forum diskusi merupakan ruang percakapan daring berbasis topik tertentu, di mana pengguna dapat bertukar pengetahuan, pengalaman, atau opini. Contohnya Reddit, Kaskus, dan Quora. Studi menunjukkan forum diskusi berperan penting dalam inovasi produk maupun penyebaran ide di masyarakat

d. Blogging

Blogging adalah bentuk media sosial yang berbasis pada konten tulisan panjang, biasanya bersifat personal, opini, atau profesional. Platform populer antara lain Blogger, WordPress, dan Medium. Blog memungkinkan pengguna membangun otoritas di bidang tertentu serta menjadi sarana refleksi dan dokumentasi digital

e. Social audio network

Social audio network adalah media sosial berbasis percakapan audio real-time, seperti Clubhouse dan Twitter/X Spaces. Jenis ini menekankan interaksi spontan melalui suara, yang dianggap lebih autentik dan membangun kedekatan antar pengguna

f. Live streaming

Live streaming merupakan bentuk media sosial interaktif yang memungkinkan pengguna menyiarkan aktivitas secara langsung dan berinteraksi dengan audiens melalui komentar atau hadiah virtual. Platform populer termasuk Twitch, YouTube Live, dan TikTok Live. Live streaming tidak hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga pemasaran dan pendidikan.

Review networks

Review networks adalah platform yang menyediakan ulasan pengguna terhadap produk, jasa, maupun tempat. Contohnya TripAdvisor, Yelp, dan



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Google Reviews. Peran utamanya adalah memberikan informasi berbasis pengalaman nyata yang memengaruhi keputusan konsumen serta membangun reputasi bisnis.

2.1.3 Perkembangan dan popularitas TikTok di kalangan mahasiswa

Bagi mahasiswa, media sosial dipandang sebagai hasil perkembangan teknologi digital yang berperan penting dalam mendukung aktivitas akademik dan sosial. Melalui media sosial, mahasiswa memperoleh kemudahan dalam mengakses berbagai informasi, memperluas jaringan komunikasi, serta mengikuti perkembangan ilmu pengetahuan secara cepat dan berkelanjutan. Platform ini memungkinkan mahasiswa untuk berinteraksi tidak hanya dengan sesama mahasiswa, tetapi juga dengan dosen dan kalangan profesional lintas wilayah dan negara.

Pemanfaatan media sosial telah mengubah pola pembelajaran yang sebelumnya terpusat di ruang kelas menjadi lebih fleksibel, sehingga proses belajar dapat berlangsung tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Selain sebagai sarana pembelajaran, media sosial juga berfungsi sebagai ruang partisipasi publik bagi mahasiswa untuk menyampaikan pandangan, bertukar gagasan, serta terlibat dalam diskusi mengenai isu sosial, politik, dan budaya. Interaksi yang intens dengan beragam informasi melalui media sosial turut mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis dan analitis dalam menilai informasi yang diterima. Di samping itu, media sosial memfasilitasi terbentuknya komunitas akademik yang memungkinkan terjadinya pertukaran ide, referensi ilmiah, dan pengalaman akademik. Bagi mahasiswa dengan minat tertentu, media sosial juga dapat dimanfaatkan sebagai sarana pengembangan diri, pembentukan portofolio, serta pembangun reputasi profesional yang berpotensi mendukung kesiapan karier di masa mendatang.

2.2 Tiktok

Dengan dukungan untuk berbagai elemen artistik, termasuk musik, filter, dan efek visual, pengguna platform media sosial berbasis video pendek TikTok dapat membuat, mengedit, dan mendistribusikan materi audiovisual singkat (Kaye, Zeng, dan Wikstrom, 2022). Seiring dengan meningkatnya peran TikTok tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media pencarian dan konsumsi informasi, platform ini terus mengembangkan berbagai fitur yang mendukung kemudahan pengguna dalam menemukan konten yang relevan. Kemampuan pengguna untuk mengakses informasi secara cepat dan tepat menjadi salah satu aspek penting dalam pengalaman penggunaan TikTok, khususnya di kalangan mahasiswa



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

yang kerap memanfaatkan platform digital untuk kebutuhan informasi dan pembelajaran (O'Brien, Davoudi, dan Nelson, 2025). Fitur pencarian internal TikTok memungkinkan pengguna untuk menemukan konten dengan menggunakan kata kunci, tagar, atau nama akun. Selain melalui kolom pencarian, TikTok juga menyediakan fitur "komentar biru" yang mengubah pertanyaan yang sering muncul pada video menjadi tombol pencarian berbentuk tautan. Untuk beberapa kueri pencarian tertentu, TikTok menghadirkan fitur "search highlights" berbasis kecerdasan buatan yang menyajikan satu video contoh serta daftar poin ringkasan yang merangkum informasi utama terkait dengan kueri yang dicari.

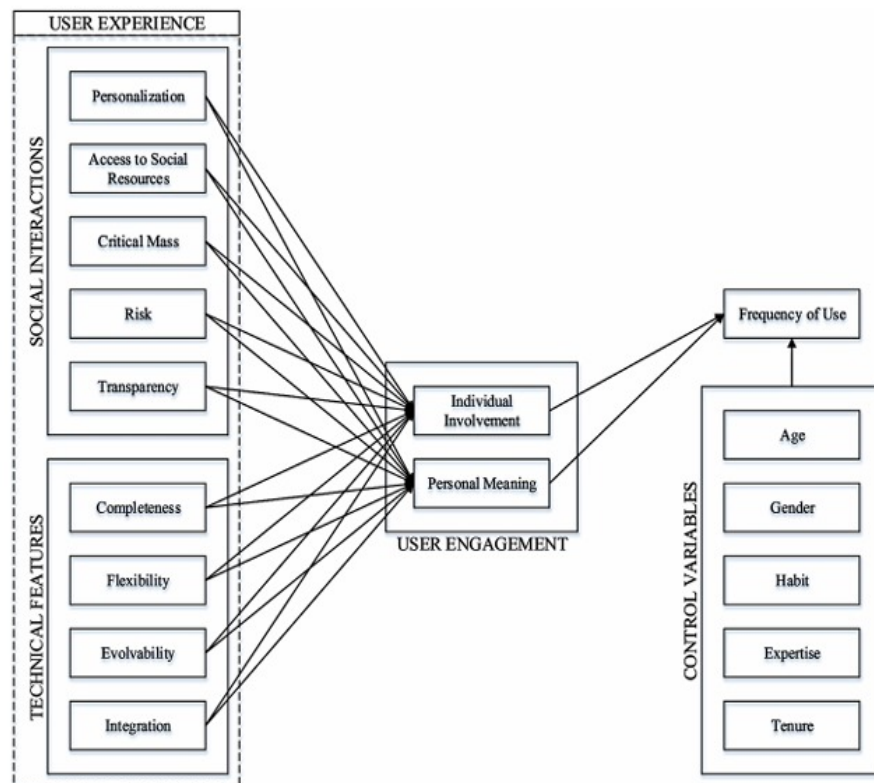
2.2.1 Karakteristik Mahasiswa Sebagai Pengguna Tiktok

TikTok dirancang sebagai platform media sosial yang mengedepankan konten video berdurasi singkat yang bersifat ringkas, menarik, dan mudah dikonsumsi dalam berbagai situasi aktivitas pengguna. Penyajian konten pada TikTok didukung oleh sistem rekomendasi berbasis algoritma yang berfungsi menyesuaikan tampilan video dengan preferensi individu pengguna, dengan mempertimbangkan pola interaksi seperti kebiasaan menonton, respons terhadap konten, serta intensitas penggunaan aplikasi. Konten yang direkomendasikan disajikan melalui halaman utama For You Page (FYP), yang memungkinkan pengguna menemukan berbagai video dari kreator yang tidak mereka ikuti, sehingga mempercepat penyebaran konten secara luas (Kendall, 2021). Selain itu, TikTok menyediakan beragam fitur kreatif, termasuk pustaka musik, efek visual, dan filter, yang memfasilitasi pengguna, khususnya mahasiswa untuk mengekspresikan ide dan kreativitas secara lebih mudah. Visibilitas suatu konten dalam sistem TikTok juga dipengaruhi oleh bentuk interaksi pengguna, seperti mengikuti akun, memberikan tanda suka, berkomentar, membagikan, dan menyimpan video, yang secara kolektif berperan dalam meningkatkan jangkauan dan keterlibatan terhadap konten tersebut.

2.3 Social Media Engagement Theory (SME)

Penelitian ini mengembangkan model ko-kreasi yang dikemukakan oleh Pahalad dan Ramaswamy si tahun 2004, pada sektor jasa dengan melakukan adaptasi sehingga terbentuk kerangka teoretis yang lebih sederhana untuk menjelaskan *Social Media Engagement* (SME). Model yang awalnya dirancang sebagai bentuk interaksi antara pengguna dan organisasi, dalam penelitian ini diperluas dengan menekankan pada interaksi sosial antar pengguna yang difasilitasi oleh platform media sosial milik organisasi. Dengan mengadopsi perspektif sistem sosial-teknis, penelitian ini juga berupaya menjelaskan bagaimana *user experience* bisa mempen-

garuhi engagement, yang pada akhirnya berdampak pada tingkat penggunaan media sosial. Teori SME menekankan bahwa teknologi (seperti aplikasi media sosial) adalah fondasi utama yang memungkinkan orang-orang di seluruh dunia bisa berinteraksi, meskipun mereka berada di tempat dan waktu yang berbeda. Media sosial berkembang pesat karena teknologi terus maju, sehingga pengalaman pengguna menjadi semakin menarik dan berbeda dari sebelumnya (Di Gangi & Wasko, 2016). Berikut adalah model Social Media Engagement Theory (SME) pada gambar 2.1



Gambar 2.1. Model Penelitian

2.4 User Experience (Pengalaman Pengguna)

User experience adalah persepsi dan tanggapan pengguna meliputi berbagai aspek seperti emosi, kepercayaan, preferensi, persepsi, tingkat kenyamanan, perilaku, serta hasil atau pencapaian yang dirasakan baik sebelum, saat, maupun setelah mereka menggunakan suatu platform atau layanan (International Organization for Standardization, 2018). Dalam kerangka *Social Media Engagement (SME) Theory*, *User Experience* diartikan sebagai hasil dari serangkaian persepsi yang terbentuk melalui keterlibatan aktif pengguna, baik secara langsung maupun melalui interaksi dengan berbagai aktivitas di dalam platform media sosial. Pengalaman ini muncul



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dari proses pengguna berinteraksi, mengamati, dan berpartisipasi dalam lingkungan sosial yang difasilitasi oleh media sosial. Secara umum, *User Experience* mencakup dua komponen utama. Pertama, pengalaman sosial (*social interaction*), yaitu pengalaman yang muncul dari interaksi, komunikasi, dan hubungan antar pengguna di dalam platform. Kedua, pengalaman teknis (*technical features*), yaitu pengalaman yang berasal dari cara pengguna berinteraksi dengan fitur-fitur dan interface yang disediakan oleh media sosial.

2.4.1 Social Interaction (Interaksi Sosial)

Interaksi sosial dalam media sosial merupakan bentuk komunikasi yang terjadi antar pengguna melalui platform digital. Interaksi ini menggambarkan bagaimana individu saling berkomunikasi, berpartisipasi, serta berupaya membangun hubungan yang bermakna di ruang virtual. Melalui interaksi tersebut, pengguna tidak hanya bertukar informasi, tetapi juga membangun relasi sosial yang dapat memengaruhi pengalaman serta tingkat keterlibatan mereka terhadap platform yang digunakan (Wood dan Watson, 2023). Interaksi sosial di media sosial melibatkan berbagai bentuk aktivitas seperti bertukar pesan, berbagi informasi, memberikan tanggapan atau umpan balik, hingga berpartisipasi dalam kegiatan sosial secara daring. Aktivitas-aktivitas tersebut menjadi dasar terbentuknya hubungan sosial di ruang digital yang bersifat dua arah dan saling memengaruhi. Melalui interaksi yang terus berlangsung, pengguna membangun pengalaman digital yang lebih bermakna, misalnya dengan menjalin hubungan personal antar pengguna, menjadikan media sosial sebagai sarana komunikasi yang terbuka dan jujur, serta memperluas akses terhadap sumber daya sosial seperti jaringan teman, keluarga, dan komunitas. Selain itu, interaksi di media sosial juga membantu pengguna untuk menilai manfaat maupun risiko dari keterlibatan mereka, baik secara sosial, emosional, maupun kognitif. Dengan kata lain, interaksi sosial di media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai proses pembentukan makna, identitas diri, dan hubungan sosial yang pada akhirnya memengaruhi tingkat keterlibatan pengguna (*user engagement*) di dalam platform tersebut.

Berikut akan dijelaskan dimensi-dimensi yang mempengaruhi interaksi sosial yaitu :

1. Personalization

Dimensi pertama dari social interactions adalah personalisasi, yaitu tingkat sejauh mana komunikasi antar pengguna dipersepsikan sebagai perhatian yang bersifat pribadi dan sesuai dengan kebutuhan individu. Ketika sese-



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

orang dapat terlibat dalam percakapan yang sesuai dengan minat, permasalahan atau kegelisahannya, maka ia akan lebih betah dan tidak mudah terdistraksi oleh hal-hal yang kurang penting disekitarnya. Akibatnya adalah pengguna akan merasa lebih puas dan dihargai. Platform media sosial umumnya menggunakan algoritma personalisasi untuk menyesuaikan layanan mereka pada tingkat individu. Dengan demikian, personalisasi pada media sosial bertujuan untuk membuat penawaran dan fitur yang tersedia menjadi lebih relevan serta menarik bagi setiap pengguna (Eg et al., 2023). Hal ini penting karena yang benar-benar membuat interaksi bernilai bukanlah seberapa sering seseorang berkomunikasi, melainkan seberapa relevan dan bermakna isi dari komunikasi tersebut. Jadi, walaupun interaksi terjadi tidak terlalu sering, jika pesannya sesuai dengan kebutuhan dan dirasakan penting, pengaruhnya tetap lebih besar dibanding interaksi yang sering namun dangkal. Dari sinilah personalisasi berperan penting, karena mampu membuat pengguna lebih nyaman, betah, dan akhirnya semakin terlibat aktif dengan platform media sosial. Dengan kata lain, pengalaman yang personal bisa secara langsung meningkatkan *user engagement*.

2. *Access to social resources*

Dimensi kedua dalam interaksi sosial adalah aksesibilitas sosial. Aksesibilitas sosial berarti kemampuan untuk mengakses sumber daya sosial dengan tujuan berinteraksi. Sumber daya ini dapat berupa informasi, keahlian, maupun hubungan dengan orang lain yang relevan bagi pengguna. Pertama, akses ke sumber daya sosial. Ketika sebuah platform memungkinkan pengguna menemukan pengetahuan baru, menghubungi orang dengan keahlian tertentu, serta memperluas jaringan sosialnya, maka pengalaman pengguna akan terasa lebih bernilai. Misalnya, ketika seseorang membutuhkan rekomendasi tempat makan, ia cukup membuka TikTok atau YouTube untuk melihat ulasan, pengalaman, dan saran dari pengguna lain.

3. *Critical mass*

Dimensi ketiga dalam interaksi sosial adalah critical mass. Critical mass adalah situasi di mana cukup banyak teman atau orang yang penting bagi seseorang sudah aktif di satu platform, sehingga platform itu jadi menarik dan bermakna untuk digunakan. Situasi ini membuat pengguna merasa lebih betah dan termotivasi untuk ikut aktif, karena mereka bisa tetap terhubung dan berbagi pengalaman bersama lingkaran sosialnya. Dengan kata lain, keberadaan orang-orang penting di platform tersebut memberikan rasa

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kebersamaan dan relevansi, sehingga pengalaman pengguna terasa lebih bermakna dan mendorong keterlibatan yang lebih tinggi.

Risk

Dimensi keempat adalah persepsi risiko, yaitu pandangan atau kekhawatiran pengguna terhadap potensi bahaya saat menggunakan media sosial. Risiko ini dapat berupa kebocoran privasi, penyalahgunaan data, hingga ancaman terhadap identitas online. Isu-isu tersebut semakin sering menjadi sorotan beberapa tahun terakhir, sehingga menimbulkan rasa waspada di kalangan pengguna. Ketika pengguna merasa risikonya tinggi, mereka cenderung lebih berhati-hati, membatasi aktivitas, atau bahkan memilih untuk tidak terlalu aktif di media sosial tersebut. Akibatnya, keterlibatan pengguna berkurang karena rasa khawatir lebih besar daripada manfaat yang dirasakan.

Transparency

Dimensi terakhir adalah transparansi, maksudnya adalah seberapa tinggi tingkat keterbukaan informasi diantara sesama pengguna media sosial. Artinya, semua orang dapat memahami informasi yang dibagikan secara jelas, sehingga tidak ada yang merasa dirugikan atau dimanfaatkan secara diam-diam. Ketika platform bersifat transparan, pengguna akan merasa lebih aman dan percaya karena mereka tahu aturan, proses, serta siapa saja yang dapat melihat atau menggunakan informasi mereka. Keterbukaan ini penting untuk mencegah perilaku merugikan, seperti penyalahgunaan data atau manipulasi informasi. Sebaliknya, apabila pengguna merasa ada pihak yang mengambil keuntungan secara tidak adil, hal tersebut dapat menurunkan rasa nyaman dan membuat mereka kurang aktif. Dengan demikian, semakin transparan sebuah platform, semakin besar pula rasa percaya dan tingkat keterlibatan pengguna di dalamnya.

2.4.2 **Technical Features**

Fitur teknis didefinisikan sebagai kemampuan yang dirasakan dari teknologi tersebut. Fitur teknis menyediakan alat bagi pengguna untuk melakukan interaksi, dan mempengaruhi arah, besarnya, dan ruang lingkup manfaat bagi pengguna individu maupun organisasi. Prahalad dan Ramaswamy (2004) mengidentifikasi empat fitur teknologi utama yang memengaruhi pengalaman pengguna, yaitu:

a. **Completeness**

Kelengkapan di media sosial itu maksudnya seberapa baik platform bisa menyediakan informasi yang dibutuhkan pengguna, sesuai dengan keing-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

inan dan kebutuhan masing-masing. Setiap orang punya kebutuhan yang berbeda-beda, jadi platform harus bisa menyesuaikan dan memberikan informasi yang lengkap dan mudah diakses. Kalau pengguna merasa semua informasi yang mereka cari tersedia dan gampang ditemukan, mereka akan lebih nyaman dan aktif menggunakan media sosial tersebut.

b. *Flexibility*

Fleksibilitas di media sosial adalah seberapa bebas pengguna bisa memakai fitur-fitur yang tersedia dengan cara yang sesuai keinginan mereka. Misalnya, ada yang menggunakan fitur komentar untuk berdiskusi serius, ada juga yang memakainya untuk bercanda atau sekadar menyapa. Semakin fleksibel sebuah platform, semakin besar kemungkinan pengguna merasa puas, karena mereka bisa menyesuaikan pengalaman sesuai kebutuhan dan gaya masing-masing. Fleksibilitas ini membuat pengguna merasa nyaman, betah, dan menganggap platform sebagai sesuatu yang penting dalam kesehariannya.

c. *Evolvability*:

Selanjutnya adalah evolubilitas, yaitu kemampuan platform untuk terus berkembang mengikuti kebutuhan pengguna yang selalu berubah. Seiring waktu, pengguna biasanya punya ekspektasi baru. Kalau platform bisa menambahkan fitur-fitur segar dan relevan, pengguna akan merasa bahwa media sosial tersebut tetap menarik dan bermanfaat, sehingga mereka lebih aktif dan terlibat..

d. *Integration*

Terakhir, ada integrasi, yaitu kemampuan platform untuk menggabungkan konten dari berbagai sumber menjadi satu tempat yang mudah diakses. Dengan integrasi, pengguna tidak perlu repot membuka banyak aplikasi atau situs berbeda, karena semuanya bisa terkumpul di satu platform. Hal ini memudahkan pengguna dalam mencari, berbagi, maupun menciptakan konten yang bermakna bagi mereka.

2.4.3 *User Engagement*

User engagement dalam konteks media sosial dapat dipahami sebagai suatu kondisi psikologis yang intens, di mana pengguna merasakan keterlibatan emosional, kognitif, dan sosial yang tinggi terhadap aktivitas di platform digital (Trunfio dan Rossi, 2021). Kondisi ini bukan hanya diukur dari seberapa sering seseorang menggunakan media sosial, tetapi lebih kepada keterlibatan individu dan makna



pribadi yang dirasakan saat berinteraksi dengan konten atau pengguna lain. Penelitian ini menekankan bahwa *user engagement* tidak hanya berkaitan dengan seberapa sering seseorang menggunakan media sosial, tetapi lebih kepada kondisi mental dan psikologis yang mendorong pengguna untuk berpartisipasi secara aktif. Engagement menggambarkan keadaan pikiran (state of mind) ketika seseorang merasa tertarik, terlibat secara emosional, serta memperoleh manfaat pribadi dari aktivitasnya di media sosial.

Definisi ini membedakan antara:

1. Keadaan psikologis (misalnya: merasa tertarik, merasa peran kita penting) dan perilaku nyata (misalnya: memberi komentar, membagikan postingan).
2. Lingkungan pengalaman (apa yang disediakan platform) dan engagement sebagai kondisi mental (bagaimana perasaan dan motivasi pengguna).

Teori Social Media Engagement (SME) menyatakan bahwa semakin tinggi keterlibatan pengguna, baik karena merasa perannya penting (individual involvement) maupun karena merasa kebutuhannya terpenuhi (personal meaning), maka semakin sering dan aktif seseorang menggunakan media sosial, seperti membuat postingan, memberi komentar, mencari informasi, atau menjelajah konten. Semakin aktif pengguna berinteraksi, semakin besar pula nilai yang tercipta, baik untuk dirinya sendiri, pengguna lain, maupun organisasi yang mengelola platform. Nilai ini terbentuk bersama-sama melalui interaksi antar pengguna, yang disebut co-creation of value. Dengan kata lain, engagement adalah dasar psikologis yang mendorong perilaku aktif di media sosial, dan semakin tinggi engagement, semakin besar manfaat serta nilai yang dihasilkan dari penggunaan platform tersebut.

User engagement terdiri dari dua bagian utama:

1. Keterlibatan Individu
Keterlibatan individu adalah seberapa besar seseorang merasa dirinya penting dan perannya berarti di media sosial. Jika seseorang merasa perannya penting, ia akan lebih termotivasi dan bersemangat untuk ikut serta.
2. Makna pribadi
Makna pribadi adalah sejauh mana pengguna merasa kebutuhan dan minat pribadinya terpenuhi melalui pengalaman di media sosial. Ketika pengguna merasa bahwa media sosial benar-benar bermanfaat dan sesuai dengan apa yang mereka cari atau butuhkan, mereka akan merasa puas dan lebih terlibat.

2. Pendahuluan Terdahulu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu

Nama dan Tahun	Peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
Di Gangi dan Wasko (2016)		Social Media Engagement Theory: Exploring the Influence of User Engagement on Social Media Usage	User Engagement, Social Media Usage	Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan pengguna memiliki peran penting dalam memengaruhi intensitas dan keberlanjutan penggunaan media sosial.
Arunfio dan Rossi (2021)		Conceptualising and Measuring Social Media Engagement: A Systematic Literature Review	User Engagement	Penelitian ini menyimpulkan bahwa user engagement merupakan konstruk multidimensional yang mencakup aspek kognitif, afektif, dan perilaku pengguna media sosial.
Eg, dan (2023)	Tonnesen, Tennfjord	A Scoping Review of Personalized User Experiences on Social Media	Personalization, User Experience	Hasil penelitian menemukan bahwa personalisasi meningkatkan relevansi konten dan keterlibatan pengguna, meskipun juga menimbulkan potensi risiko terkait privasi dan kontrol informasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Nama Peneliti dan Tahun	Judul Penelitian	Variabel yang Digunakan	Hasil Penelitian
Abu Backer dan Awad (2025)	The Extensive Use of Social Media by Arab University Students (Gratifications, Impact, and Risks)	Penggunaan Media Sosial, Risiko, Mahasiswa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa tetap menggunakan media sosial secara intensif meskipun menyadari berbagai risiko, karena manfaat dan gratifikasi yang dirasakan lebih dominan.
Hurley et al. (2024)	Social Media Use among Australian University Students: Understanding Links with Stress and Mental Health	Penggunaan Media Sosial, Mahasiswa, Keterlibatan Penggunaan	Penelitian ini menemukan bahwa intensitas dan keterlibatan mahasiswa dalam penggunaan media sosial berkaitan dengan pengalaman psikologis pengguna, termasuk rasa keterikatan dan dampak emosional yang dirasakan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Alur Penelitian

Alur penelitian ini disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai langkah-langkah yang ditempuh peneliti secara terarah dan sistematis. Dengan adanya alur ini, proses penelitian diharapkan dapat berjalan lebih efektif dan efisien, mulai dari tahap perencanaan hingga penyusunan laporan akhir. Setiap tahapan memiliki keterkaitan satu sama lain, sehingga membantu peneliti dalam menjaga konsistensi serta memastikan setiap kegiatan dilakukan secara terstruktur dan logis sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai. Selain itu, alur penelitian juga berfungsi sebagai pedoman agar seluruh proses berjalan sesuai rencana dan menghasilkan temuan yang valid serta dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Gambaran umum mengenai tahapan penelitian dapat dilihat pada Gambar 3.1 Alur Penelitian berikut.



Gambar 3.1. Alur Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yang menekankan pada pengukuran data secara numerik dan analisis statistik untuk menjelaskan hubungan antarvariabel. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggambarkan fenomena secara objektif berdasarkan data yang terukur. Melalui pendekatan kuantitatif, peneliti dapat menguji hipotesis yang telah dirumuskan dan menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan sesuai dengan tujuan penelitian. Data dalam penelitian ini diperoleh menggunakan kuesioner dengan skala Likert, kemudian diolah



dan dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS4 untuk menguji validitas, reliabilitas, serta hubungan antarvariabel dalam model penelitian yang dibangun.

3.2 Tahap Perencanaan

Penelitian diawali dengan memilih topik dan fenomena spesifik yang memiliki gap riset, lalu merumuskan masalah dan batasan agar ruang lingkup jelas (populasi, platform, periode). Tujuan dan manfaat diturunkan langsung dari masalah, kemudian disusun model konseptual yang memetakan konstruk dan arah hubungan. Setiap variabel didefinisikan operasional beserta indikatornya, hipotesis dirumuskan berdasarkan teori dan temuan empiris, serta ditetapkan strategi metode PLS-SEM. Terakhir, ditentukan populasi, kriteria sampel, teknik sampling, serta estimasi ukuran sampel yang memadai agar kekuatan uji terpenuhi.

3.2.1 Penentuan Topik

Tahap penentuan topik dilakukan dengan menimbang bidang keilmuan Sistem Informasi dan minat peneliti terhadap fenomena penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. Topik “Analisis *User Engagement* terhadap Penggunaan TikTok di Kalangan Mahasiswa Menggunakan *Social Media Engagement Theory*” dipilih karena relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi, pergeseran pola interaksi digital di kampus, dan kebutuhan praktis institusi/organisasi mahasiswa dalam merancang strategi konten. Penelusuran literatur awal dan studi pendahuluan menunjukkan adanya celah riset pada pemahaman mekanisme *user experience* (fitur sosial dan teknis) yang mendorong *user engagement*, serta bagaimana *frequency of use* berperan sebagai penghubung menuju perilaku penggunaan. Topik ini dinilai memiliki urgensi, kontribusi teoretis dan praktis, serta ketersediaan data yang memadai untuk diteliti.

3.2.2 Identifikasi Masalah

Penelitian ini berangkat dari kebutuhan untuk memahami faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan mahasiswa dalam penggunaan media sosial. Fokus kajian diarahkan pada peran berbagai aspek *user experience* seperti personalisasi, akses terhadap sumber daya sosial, transparansi, kelengkapan, fleksibilitas, evolubilitas, dan integrasi dalam membentuk *user engagement*. Selain itu, penelitian ini juga mengkaji keterkaitan karakteristik pengguna, meliputi usia, pengalaman menggunakan media sosial, serta intensitas penggunaan, terhadap frekuensi penggunaan platform media sosial. Analisis selanjutnya mempertimbangkan kemungkinan perbedaan hubungan antarvariabel berdasarkan platform media sosial utama yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

digunakan mahasiswa maupun karakteristik responden, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai pola keterlibatan mahasiswa di lingkungan kampus.

3.2.3 Penentuan Tujuan

Penelitian ini juga bertujuan untuk mengkaji pengaruh user engagement terhadap frekuensi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. Hubungan antar variabel tersebut dianalisis untuk memahami bagaimana pengalaman pengguna yang dirasakan mahasiswa dapat mendorong keterlibatan mereka, serta bagaimana keterlibatan tersebut berdampak pada intensitas penggunaan media sosial.

3.2.4 Manfaat Penelitian

Secara teoretis, penelitian ini memperkaya penerapan Social Media Engagement Theory pada konteks mahasiswa Indonesia dengan memetakan peran *user experience* dan *frequency of use* sebagai mekanisme yang menjembatani engagement dan penggunaan. Secara praktis, temuan diharapkan menjadi rujukan bagi perguruan tinggi, organisasi kemahasiswaan, dan pengembang aplikasi dalam merancang konten/fitur yang selaras dengan keterlibatan bermakna, melakukan segmentasi berdasarkan karakteristik pengguna dan durasi penggunaan, serta menyesuaikan strategi lintas platform agar pesan dan pengalaman pengguna lebih tepat sasaran.

3.2.5 Batasan Masalah

Penelitian ini dibatasi pada mahasiswa aktif dari dua perguruan tinggi negeri di Kota Pekanbaru dengan rentang usia 18–23 tahun. Fokus penelitian diarahkan pada penggunaan media sosial TikTok sebagai platform yang umum digunakan di kalangan mahasiswa dalam konteks keterlibatan pengguna (*user engagement*). Variabel yang dianalisis terbatas pada variabel yang diadopsi dari *Social Media Engagement Theory*, yaitu *Personalization*, *Access to Social Resources*, *Critical Mass*, *Transparency*, *Risk*, *Completeness*, *Flexibility*, *Integration*, dan *Evolvability*, serta variabel *User Engagement* dan *Frequency of Use*.

3.2.6 Model Penelitian

Penelitian ini mengadopsi Social Media Engagement Theory dengan penyelesaian konteks mahasiswa. *User Experience* (UX) dipahami sebagai gabungan fitur sosial dan fitur teknis, mencakup: *personalization, access to social resources* dan *critical mass*), *risk, transparency, completeness, flexibility, evolvability*, dan *integration*. UX diharapkan meningkatkan *User Engagement* (UE) yang mencakup



keterlibatan kognitif, afektif, dan perilaku. Selanjutnya, UE mendorong *Frequency of Use* (FOU). FOU diposisikan sebagai mediator yang menjelaskan bagaimana UE bertranslasi menjadi perilaku penggunaan yang berkelanjutan.

3.2.7 Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan sebagai dasar teoretis dan empiris dalam menyusun kerangka penelitian serta merumuskan hipotesis. Tahapan ini bertujuan untuk mengidentifikasi konsep, definisi, dan temuan penelitian terdahulu yang relevan dengan topik *user experience*, *user engagement*, serta penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa. Melalui studi pustaka, peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai variabel-variabel penelitian dan hubungan antarvariabel yang telah diuji pada penelitian sebelumnya.

Penelusuran literatur dilakukan dengan mengkaji artikel ilmiah dari jurnal nasional dan internasional bereputasi yang terindeks pada basis data ilmiah seperti *Google Scholar* dan *ScienceDirect*. Literatur yang dipilih difokuskan pada penelitian yang membahas *Social Media Engagement Theory* (SME), *user experience*, *user engagement*, serta perilaku penggunaan media sosial, khususnya pada konteks mahasiswa atau pengguna muda. Kajian terhadap literatur tersebut digunakan untuk memastikan bahwa konstruk dan indikator yang digunakan dalam penelitian ini memiliki dasar teoretis yang kuat dan telah teruji secara empiris.

3.3 Tahap Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode survei dengan instrumen kuesioner sebagai teknik pengumpulan data. Proses pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden secara online maupun offline. Data yang diperoleh kemudian dihimpun dan dikelola menggunakan *Microsoft Excel* guna menghasilkan data yang terstruktur dan siap untuk dianalisis. Kuesioner dipilih karena mampu mengumpulkan data secara efisien dari jumlah responden yang relatif besar serta sesuai untuk mengukur persepsi dan pengalaman pengguna tiktok. Responden dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari dua perguruan tinggi, yaitu Universitas Riau (UNRI) dan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau) yang berusia 18-23 tahun yang aktif menggunakan tiktok. Pemilihan mahasiswa sebagai responden didasarkan pada pertimbangan bahwa kelompok ini merupakan pengguna aktif media sosial dan memiliki pengalaman yang relevan dengan objek penelitian, sehingga dinilai mampu memberikan informasi yang sesuai dengan tujuan penelitian.

Dalam penelitian ini teknik sampling yang digunakan yaitu nonprobability

sampling dengan teknik purposive sampling. menggunakan tabel Krejcie dan Morgan 3.1.

Tabel 3.1. Tabel Krejcie dan Morgan

Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)	Populasi (N)	Sampel (n)
10	10	220	140	1200	291
15	14	230	144	1300	297
20	19	240	148	1400	302
25	24	250	152	1500	306
30	28	260	155	1600	310
35	32	270	159	1700	313
40	36	280	162	1800	317
45	40	290	165	1900	320
50	44	300	169	2000	322
55	48	320	175	2200	327
60	52	340	181	2400	331
65	56	360	186	2600	335
70	59	380	191	2800	338
75	63	400	196	3000	341
80	66	420	201	3500	346
85	70	440	205	4000	351
90	73	460	210	4500	354
95	76	480	214	5000	357
100	80	500	217	6000	361
110	86	550	226	7000	364
120	92	600	234	8000	367
130	97	650	242	9000	368
140	103	700	248	10000	370
150	108	750	254	15000	375
160	113	800	260	20000	377
170	118	850	265	30000	379
180	123	900	269	40000	380
190	127	950	274	50000	381
200	132	1000	278	75000	382

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

210	136	1100	285	1000000	384
-----	-----	------	-----	---------	-----

Berdasarkan gambar 3.1, populasi mahasiswa UNRI (31.136) dan UIN SUSKA RIAU (23.677) dengan total yaitu 53.803 orang, maka jumlah sampel yang digunakan yaitu 382 responden. Menurut Creswell (2017) teknik purposive sampling adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. Penggunaan teknik *purposive sampling* dilakukan karena hanya sampel dengan karakteristik tertentu yang relevan dengan fenomena penelitian yang dapat memberikan data sesuai dengan tujuan penelitian.

Kuesioner disusun berdasarkan indikator-indikator dari setiap konstruk penelitian yang mengacu pada *Social Media Engagement Theory* (SME). Berikut merupakan pertanyaan- pertanyaan yang di susun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel yang bisa dilihat pada tabel 3.2 berikut.

Tabel 3.2. Pertanyaan Kuesioner Penelitian

Variabel	Kode	Pernyataan
Personalization	P1	Konten yang muncul di TikTok terasa sesuai dengan minat pribadi saya.
	P2	Pengalaman saya di TikTok terasa relevan dengan minat dan kebutuhan saya.
	P3	Konten yang ditampilkan TikTok sesuai dengan hal-hal yang penting bagi saya.
	P4	TikTok menampilkan konten yang sesuai dengan kebutuhan atau preferensi saya.
Access to Social Resources	ASR1	TikTok memudahkan penggunanya untuk saling menghubungi.
	ASR2	TikTok memudahkan pengguna mengetahui pengalaman pengguna lain.
	ASR3	TikTok membuat informasi mudah didapatkan oleh pengguna.
	ASR4	TikTok membuat berbagai informasi sangat mudah diakses.
	ASR5	TikTok membuat informasi jadi mudah untuk ditemukan.



Variabel	Kode	Pernyataan
Critical Mass	CM1	Orang terdekat saya, seperti teman dekat, pasangan, atau keluarga, juga menggunakan TikTok.
	CM2	Orang di sekitar saya yang memengaruhi saya, seperti teman kampus, lingkaran pertemanan, atau influencer, juga menggunakan TikTok.
	CM3	Saya menggunakan TikTok karena sebagian besar teman saya juga menggunakannya.
Risk	R1	Saya merasa kecil kemungkinan saya akan dirugikan ketika berkontribusi di TikTok, seperti mengunggah konten atau berinteraksi.
	R2	Saya merasa penggunaan TikTok memiliki risiko yang rendah bagi saya.
	R3	Saya merasa kecil kemungkinan penggunaan TikTok akan membahayakan atau merugikan saya.
	R4	Secara keseluruhan, saya merasa berkontribusi di TikTok memiliki risiko yang rendah bagi saya.
Transparency	T1	Dalam hal transparansi, saya menilai TikTok cukup transparan.
	T2	Secara keseluruhan, pengguna TikTok cukup transparan dalam berinteraksi.
	T3	Saya menilai TikTok memiliki tingkat keterbukaan yang tinggi.
	T4	Secara keseluruhan, pengguna TikTok cukup terbuka dalam berinteraksi.
Completeness	C1	TikTok menyediakan informasi atau konten yang lengkap bagi saya.
	C2	TikTok memberikan informasi yang menyeluruh tentang hal-hal yang saya cari.
	C3	TikTok menyediakan semua informasi atau konten yang saya butuhkan.
Flexibility	F1	TikTok dapat menyesuaikan konten untuk memenuhi berbagai kebutuhan saya.
	F2	TikTok dapat beradaptasi dengan minat atau kebutuhan baru saya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel	Kode	Pernyataan
© Hak Cipta milik UIN Suska Riau <i>Evolvability</i>	F3	TikTok cukup fleksibel dalam memberikan konten ketika kebutuhan saya berubah.
	E1	TikTok membentuk dan menyesuaikan konten berdasarkan kebutuhan dan preferensi saya.
	E2	Saya merasa TikTok berkembang mengikuti pola penggunaan dan preferensi saya.
	E3	Konten yang muncul di TikTok berubah seiring waktu untuk menyesuaikan kebutuhan saya.
	E4	TikTok beradaptasi dengan perubahan minat dan kebutuhan saya.
	E5	Fitur atau konten TikTok memenuhi kebutuhan dan minat saya yang terbaru.
<i>Integration</i>	E6	TikTok menghasilkan konten atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan minat saya saat ini.
	I1	TikTok mampu mengintegrasikan informasi atau konten dari berbagai bagian fitur di aplikasi dengan baik.
	I2	TikTok menarik informasi atau konten dari berbagai sumber dalam situs web untuk ditampilkan kepada saya.
<i>User Engagement</i>	I3	TikTok secara efektif menggabungkan data dari berbagai area situs web.
	UE1	TikTok sangat penting bagi saya.
	UE2	Saya peduli terhadap TikTok.
	UE3	TikTok adalah aplikasi yang relevan bagi saya.
	UE4	TikTok merupakan aplikasi yang menarik bagi saya.
	UE5	TikTok adalah sesuatu yang berarti bagi saya.
	UE6	TikTok memiliki makna yang signifikan dalam penggunaan saya sehari-hari.
	UE7	TikTok terasa penting bagi saya dalam aktivitas sehari-hari.
	UE8	TikTok adalah aplikasi yang menyenangkan bagi saya.
	UE9	Pengalaman saya menggunakan TikTok sangat bermakna bagi saya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Variabel	Kode	Pernyataan
<p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p> <p>Frequency of Use</p>	UE10	Ketika saya menggunakan TikTok, saya merasakan kepuasan seolah-olah telah mencapai sesuatu.
	UE11	Saya merasa saya benar-benar dapat memperoleh apa yang saya inginkan dari TikTok.
	UE12	Saya begitu bersemangat ketika melakukan sesuatu di TikTok sehingga saya menemukan energi baru yang tidak saya sadari sebelumnya.
	UE13	Saya memiliki ketertarikan (passion) yang kuat terhadap TikTok.
	FOU1	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk mengunggah atau membagikan konten?
	FOU2	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk melihat atau mendapatkan konten dari pengguna lain?
	FOU3	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk menjelajahi atau mencari konten baru?
	FOU4	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk mengunggah atau membagikan konten kepada teman Anda?
	FOU5	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk melihat atau mendapatkan konten dari teman Anda?
	FOU6	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk menjelajahi atau mencari konten dari teman Anda?
	FOU7	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk mengunggah atau membagikan konten kepada kenalan Anda?
	FOU8	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk melihat atau mendapatkan konten dari kenalan Anda?
	FOU9	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk menjelajahi konten dari kenalan Anda?

Setiap pernyataan dalam kuesioner diukur menggunakan skala Likert, dengan rentang penilaian yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing variabel. Skala Likert 1–5 digunakan untuk mengukur variabel expertise dan habit, sedangkan skala Likert 1–7 digunakan untuk mengukur variabel penelitian lainnya. Perbedaan skala ini bertujuan untuk memperoleh variasi jawaban responden yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lebih representatif (Di Gangi dan Wasko, 2016).

Pengumpulan data dilakukan secara daring melalui *Google Form*. Tautan kuesioner disebarkan melalui berbagai media yang umum digunakan oleh mahasiswa, seperti grup Whatsapp, Instagram *Story*, serta melalui pembuatan konten di platform TikTok. Strategi penyebaran ini dilakukan untuk memperluas jangkauan responden dan meningkatkan tingkat partisipasi dalam pengisian kuesioner.

3.4 Tahap Pengolahan Data

Pada tahap ini data yang dikumpulkan terlebih dahulu dilakukan tahap *cleaning data* untuk memastikan bahwa tidak ada data noise atau data yang tidak lengkap, kemudian data selanjutnya dikelompokkan berdasarkan karakteristik responden seperti rentang umur, jenis kelamin, dan universitas asal. Setelah dikelompokkan data-data tersebut diinputkan kedalam *Microsoft Excel* untuk dirapikan dan diubah kedalam format file csv kemudian diinputkan kedalam tools SmartPLS untuk selanjutnya dilakukan pengolahan data.

3.5 Tahap Analisa dan Hasil

Setelah semua proses telah dilakukan, maka tahap terakhir melakukan tahap analisis terhadap hasil yang diperoleh dari pengolahan data melalui SmartPLS. Pada tahap ini peneliti akan menjabarkan hasil yang didapatkan melalui proses pengolahan data yang dinilai berdasarkan tingkat jawaban pada kuesioner yang diukur dengan menggunakan lima skala likert. Dimulai dari Sangat Setuju, Setuju, Netral, Tidak Setuju, dan Sangat Tidak Setuju. Tujuh skala *likert* yaitu, Sangat Tidak Setuju, Tidak Setuju, Agak Tidak Setuju, Tidak Setuju maupun Tidak Setuju, Agak Setuju, Setuju, dan Sangat Setuju.

BAB 5

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Pengaruh faktor-faktor user experience terhadap user engagement

Berdasarkan hasil analisis model struktural menggunakan pendekatan *Partial Least Squares–Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), dapat disimpulkan bahwa tidak seluruh faktor user experience berpengaruh signifikan terhadap *user engagement* mahasiswa dalam penggunaan media sosial. Hasil pengujian menunjukkan bahwa faktor *personalization, integration, dan risk* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap *user engagement*. Temuan ini mengindikasikan bahwa kesesuaian konten dengan preferensi pengguna, keterpaduan fitur *platform*, serta persepsi risiko yang rendah merupakan faktor penting dalam mendorong keterlibatan mahasiswa dalam penggunaan media sosial. Sebaliknya, faktor *access to social resources, completeness, critical mass, evolvability, flexibility, dan transparency* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap *user engagement*, yang mengindikasikan bahwa faktor-faktor tersebut belum menjadi penentu utama keterlibatan pengguna dalam konteks penelitian ini.

Meskipun tidak semua faktor *user experience* berpengaruh signifikan, hasil evaluasi model menunjukkan bahwa model struktural yang dikembangkan tetap memiliki kemampuan penjelasan yang baik. Hal ini tercermin dari nilai koefisien determinasi yang berada pada kategori moderat, sehingga model dinilai valid dan layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara *user experience* dan *user engagement* dalam penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa.

5.1.2 Pengaruh User Engagement Terhadap Frekuensi Penggunaan Tiktok

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *user engagement* berpengaruh positif dan signifikan terhadap frekuensi penggunaan media sosial. Temuan ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat keterlibatan mahasiswa dalam berinteraksi dengan platform media sosial, maka semakin tinggi pula intensitas atau frekuensi penggunaan media sosial tersebut. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua tujuan penelitian, yaitu menganalisis pengaruh faktor-faktor *user experience* terhadap *user engagement* serta menganalisis pengaruh *user engagement* terhadap frekuensi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa, telah tercapai.



5.2 Saran

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

1. Bagi pengembang platform TikTok, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengalaman pengguna, baik dari sisi sosial maupun teknis, berperan penting dalam membentuk keterlibatan mahasiswa. Oleh karena itu, TikTok disarankan untuk terus meningkatkan mekanisme personalisasi konten, memperkuat transparansi informasi, serta mengembangkan fitur yang adaptif terhadap kebutuhan pengguna agar keterlibatan pengguna dapat dipertahankan secara berkelanjutan.
2. Bagi institusi pendidikan dan organisasi kemahasiswaan, temuan penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai dasar dalam merancang strategi pemanfaatan TikTok sebagai media komunikasi, edukasi, dan penyebaran informasi. Dengan memahami faktor-faktor yang memengaruhi keterlibatan mahasiswa, konten yang disajikan dapat dibuat lebih relevan, interaktif, dan bermakna sehingga mampu meningkatkan partisipasi mahasiswa secara positif.
3. Bagi pengguna mahasiswa, penelitian ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran terhadap pola penggunaan TikTok. Mahasiswa disarankan untuk menggunakan media sosial secara bijak dengan mempertimbangkan manfaat akademik dan sosial yang diperoleh, serta mengelola intensitas penggunaan agar tidak berdampak negatif terhadap produktivitas dan aktivitas akademik.

5.3 Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Meskipun penelitian ini telah memberikan gambaran empiris mengenai user engagement dan penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa, terdapat beberapa keterbatasan yang dapat menjadi peluang bagi penelitian selanjutnya, antara lain:

1. Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas objek dan populasi penelitian, tidak hanya terbatas pada mahasiswa di satu wilayah atau dua perguruan tinggi. Dengan melibatkan mahasiswa dari berbagai daerah atau kelompok usia yang berbeda, hasil penelitian diharapkan dapat digeneralisasikan secara lebih luas.
2. Penelitian selanjutnya juga disarankan untuk membandingkan beberapa platform media sosial, seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, guna mengidentifikasi perbedaan mekanisme keterlibatan pengguna pada masing-masing platform serta menguji konsistensi Social Media Engagement Theory dalam konteks yang lebih luas.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sate Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



DAFTAR PUSTAKA

- Abu Backer, H. G., dan Awad, I. (2025). The extensive use of social media by arab university students (gratifications, impact, and risks). *Entertainment Computing*, 53, 100926. (Issue labeled "December 2024" in journal) doi: 10.1016/j.entcom.2025.100926
- APJII. (2025). *Survei internet apjii 2025*. Retrieved from <https://survei.apjii.or.id/>
- Carr, C. T., dan Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic Journal of Communication*, 23(1), 46–65. doi: 10.1080/15456870.2015.972282
- Chen, Y., dan Zhang, L. (2023). Social media marketing strategies and consumer response. *Journal of Interactive Marketing*, 61, 58–76.
- Dr. Gangi, P. M., dan Wasko, M. (2016). Social media engagement theory: Exploring the influence of user engagement on social media usage. *Journal of Organizational and End User Computing*, 28(2), 53–73. doi: 10.4018/JOEUC.2016040104
- Dumford, A. D., Miller, A. L., Lee, C. H. K., dan Caskie, G. (2023). Social media usage in relation to their peers: Comparing male and female college students' perceptions. *Computers and Education Open*, 4, 100121. (Issue labeled "December 2022") doi: 10.1016/j.caeo.2022.100121
- Falgoust, G., Winterlind, E., Moon, P., Parker, A., Zinzow, H., dan Chalil Madathil, K. (2022). Applying the uses and gratifications theory to identify motivational factors behind young adult's participation in viral social media challenges on tiktok. *Human Factors in Healthcare*, 2, 100014. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772501422000112> doi: <https://doi.org/10.1016/j.hfh.2022.100014>
- Fraccastoro, S., Gabrielsson, M., dan Pullins, E. B. (2021). The integrated use of social media, digital, and traditional communication tools in the b2b sales process of international smes. *International Business Review*, 30(4), 101776. doi: 10.1016/j.ibusrev.2020.101776
- Cipta, S., Lee, R., dan Torres, E. (2025). Marketing analytics for social media campaign performance. *Marketing Science*, 42, 12–29.
- Hair, J., dan Alamer, A. (2022). Partial least squares structural equation modeling (pls-sem) in second language and education research: Guidelines using an applied example. *Research Methods in Applied Linguistics*, 1(3), 100027. Re-

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta dilindungi undang-undang UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

trieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2772766122000246> doi: <https://doi.org/10.1016/j.rmal.2022.100027>

Hair, J. F., Risher, J. J., Sarstedt, M., dan Ringle, C. M. (2019, 01). When to use and how to report the results of pls-sem. *European Business Review*, 31(1), 2-24. Retrieved from <https://doi.org/10.1108/EBR-11-2018-0203> doi: 10.1108/EBR-11-2018-0203

Howard, P. N., dan Parks, M. R. (2012). Social media and political change: Capacity, constraint, and consequence. *Journal of Communication*, 62(2), 359–362. doi: 10.1111/j.1460-2466.2012.01626.x

International Organization for Standardization. (2018). *Ergonomics of human-system interaction — part 11: Usability: Definitions and concepts (iso 9241-11:2018)*. Geneva. Retrieved from <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9241:-11:ed-2:v1:en> (International Standard)

Kaplan, A. M., dan Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! the challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. doi: 10.1016/j.bushor.2009.09.003

Kaye, D. B. V., Zeng, J., dan Wikstrom, P. (2022). *Tiktok: Creativity and culture in short video*. Cambridge: Polity Press. Retrieved from <https://research-portal.uu.nl/en/publications/tiktok-creativity-and-culture-in-short-video> doi: 10.1002/9781119744924

Kendall, T. (2021, 09). From binge-watching to binge-scrolling: Tiktok and the rhythms of lockdownlife. *Film Quarterly*, 75(1), 41-46. Retrieved from <https://doi.org/10.1525/fq.2021.75.1.41> doi: 10.1525/fq.2021.75.1.41

Ketzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., dan Silvestre, B. S. (2011). Social media? get serious! understanding the functional building blocks of social media. *Business Horizons*, 54(3), 241–251. doi: 10.1016/j.bushor.2011.01.005

Kim, H., Park, S., dan Lee, J. (2023). Social commerce practices and digital business development. *Electronic Commerce Research and Applications*, 55, 101271.

Lee, M.-J. (2024). Strategic social media branding in the digital era. *International Journal of Advertising*, 43, 124–142.

Restari, A. S. A. (2025). *Pengaruh penggunaan video pendek tiktok terhadap keterampilan sosial remaja di era digital* (Unpublished doctoral dissertation).



UNIVERSITAS ATMA JAYA YOGYAKARTA.

- Lipschultz, J. H. (2015). *Social media communication: Concepts, practices, data, law and ethics* (Third ed.). Routledge. (Year not specified in provided source)
- Liu, J., Wang, X., dan Chen, R. (2023). Social media communication and digital interaction: trends and impacts. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 28, 1–15.
- Libis, N. S., Rohani, L., dan Devianty, R. (2022). Motif pengguna aplikasi tik tok di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial prodi ilmu komunikasi unversi-tas islam negeri sumatera utara medan. *SIBATIK JOURNAL: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 1(12), 2835–2844.
- O'Brien, H. L., Davoudi, N., dan Nelson, M. (2025). Tiktok as information space: A scoping review of information behavior on tiktok. *Library Information Science Research*, 47(4), 101379. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0740818825000404> doi: <https://doi.org/10.1016/j.lisr.2025.101379>
- Patel, R., dan Nguyen, T. (2024). Impact of social media on small business growth. *Journal of Business Research*, 153, 234–246.
- Russo, A., Watkins, J., Kelly, L., dan Chan, S. (2008). Participatory communication with social media. *Curator: The Museum Journal*, 51(1), 21–31. doi: 10.1111/j.2151-6952.2008.tb00292.x
- Smith, A., dan Taylor, B. (2023). Brand identity development through social media engagement. *Journal of Marketing Communications*, 29, 417–435.
- Sindar, S., dan Lim, J. (2023). Instant messaging, real-time feedback, and social interaction online. *New Media & Society*, 25, 1034–1050.
- Tiktok support faq (web account). (2025). Retrieved 2026-01-13, from https://www.tiktok.com/support/faq_detail?id=7543897458892577336&category=web_account
- Trunfio, M., dan Rossi, S. (2021). Conceptualising and measuring social media engagement: A systematic literature review. *Italian Journal of Marketing*(3), 267–292. doi: 10.1007/s43039-021-00035-8
- We Are Social. (2025). *Digital 2025 global overview report*. Report. Retrieved from <https://wearesocial.com/uk/blog/2025/02/digital-2025-the-essential-guide-to-the-global-state-of-digital/>
- Wood, H. C., dan Watson, P. M. (2023). Critical consumers: How do young women with high autonomous motivation for exercise navigate fitness social

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

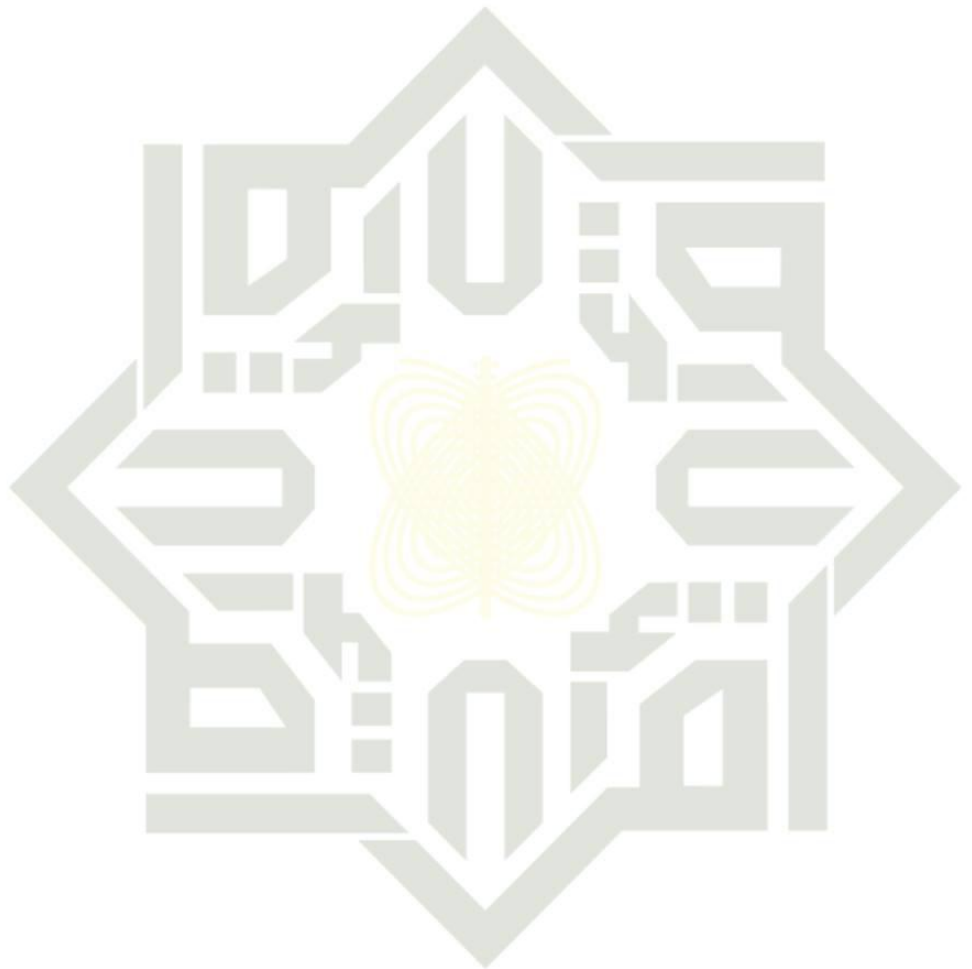


Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

media? *Computers in Human Behavior*, 148, 107893. doi: 10.1016/j.chb.2023.107893

Zhang, Z., Qiu, K., dan Ye, Y. (2025). Influence of audiovisual features of short video advertising on consumer engagement behaviors: Evidence from tiktok. *Journal of Business Research*, 201, 115662.



UIN SUSKA RIAU



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN A

PERTANYAAN KUESIONER

I. Identitas Responden

Isilah data berikut sesuai dengan kondisi Anda yang sebenarnya.

1. Nama Lengkap :
2. Usia (dalam angka) :
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan
4. Asal Universitas : ☐ UIN Sultan Syarif Kasim Riau ☐ Universitas Riau
5. *Tenure* (Lama Menggunakan TikTok) : ... bulan

Tabel A.1. Item Kuesioner Variabel Expertise dan Habit

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Expertise (Pemahaman Topik)						
1	Saya memahami topik-topik yang dibahas di TikTok.					
Expertise (Kemampuan Teknologi)						
2	Saya merasa ahli dalam menggunakan teknologi atau fitur-fitur yang tersedia di TikTok.					
Habit (Kebiasaan Penggunaan TikTok)						
3	Menggunakan TikTok adalah hal yang saya lakukan secara otomatis.					
4	Saya dapat membuka TikTok tanpa harus mengingatnya terlebih dahulu.					
5	Saya sering menggunakan TikTok tanpa berpikir panjang.					
6	Menghentikan kebiasaan menggunakan TikTok membutuhkan usaha bagi saya.					
7	Menggunakan TikTok adalah sesuatu yang mulai saya lakukan sebelum saya sadar sedang melakukannya.					
8	Menggunakan TikTok adalah sesuatu yang sulit saya hentikan.					



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Kuesioner ini menggunakan skala Likert 1–7. Pilihlah satu jawaban yang paling menggambarkan pendapat atau perasaan Anda terhadap setiap pernyataan.

Keterangan Skala: **Keterangan:**

- = Sangat Tidak Setuju
- = Tidak Setuju
- = Agak Tidak Setuju
- = Netral
- = Agak Setuju
- = Setuju
- = Sangat Setuju

Tidak ada jawaban benar atau salah. Jawablah setiap pernyataan secara jujur sesuai dengan pengalaman dan kondisi yang Anda alami sendiri.

Tabel A.2. Instrumen Penelitian

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
		1	2	3	4	5	6	7
Personalisasi (Personalization)								
1	Konten yang muncul di TikTok terasa sesuai dengan minat pribadi saya.							
2	Pengalaman saya di TikTok terasa relevan dengan minat dan kebutuhan saya.							
3	Konten yang ditampilkan TikTok sesuai dengan hal-hal yang penting bagi saya.							
4	TikTok menampilkan konten yang sesuai dengan kebutuhan atau preferensi saya.							
Akses terhadap Sumber Daya Sosial (Access to Social Resources)								
5	TikTok memudahkan penggunanya untuk saling menghubungi.							
6	TikTok memudahkan pengguna mengetahui pengalaman pengguna lain.							
	TikTok membuat informasi mudah didapatkan oleh pengguna.							



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
		1	2	3	4	5	6	7
8	TikTok membuat berbagai informasi sangat mudah diakses.							
Massa Kritis (Critical Mass)								
9	Orang terdekat saya (misalnya teman dekat, pasangan, atau keluarga) juga menggunakan TikTok.							
10	Orang di sekitar saya yang memengaruhi saya (seperti teman kampus, circle pertemanan, atau influencer) juga menggunakan TikTok.							
11	Saya menggunakan TikTok karena sebagian besar teman saya juga menggunakannya.							
Risiko (Risk)								
12	Saya merasa kecil kemungkinan saya akan dirugikan ketika berkontribusi di TikTok (misalnya mengunggah konten atau berinteraksi).							
13	Saya merasa penggunaan TikTok memiliki risiko yang rendah bagi saya.							
14	Saya merasa kecil kemungkinan penggunaan TikTok akan membahayakan atau merugikan saya.							
15	Secara keseluruhan, saya merasa berkontribusi di TikTok memiliki risiko yang rendah bagi saya.							
Transparansi (Transparency)								
16	Dalam hal transparansi, saya menilai TikTok cukup transparan.							
17	Secara keseluruhan, pengguna TikTok cukup transparan dalam berinteraksi.							



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
		1	2	3	4	5	6	7
8	Saya menilai TikTok memiliki tingkat keterbukaan yang tinggi.							
9	Secara keseluruhan, pengguna TikTok cukup terbuka dalam berinteraksi.							
Kelengkapan Informasi (Completeness)								
20	TikTok menyediakan informasi atau konten yang lengkap bagi saya.							
21	TikTok memberikan saya informasi yang menyeluruh tentang hal-hal yang saya cari.							
22	TikTok menyediakan semua informasi atau konten yang saya butuhkan.							
Fleksibilitas (Flexibility)								
23	TikTok dapat menyesuaikan konten untuk memenuhi berbagai kebutuhan saya.							
24	TikTok dapat beradaptasi dengan minat atau kebutuhan baru saya.							
25	TikTok cukup fleksibel dalam memberikan konten ketika kebutuhan saya berubah.							
Kemampuan Berkembang (Evolvability)								
26	TikTok membentuk dan menyesuaikan konten berdasarkan kebutuhan dan preferensi saya.							
27	Saya merasa TikTok berkembang mengikuti pola penggunaan dan preferensi saya.							
28	Konten yang muncul di TikTok berubah seiring waktu untuk menyesuaikan kebutuhan saya.							

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
		1	2	3	4	5	6	7
29	TikTok beradaptasi dengan perubahan minat dan kebutuhan saya.							
30	Fitur atau konten TikTok memenuhi kebutuhan dan minat saya yang terbaru.							
31	TikTok menghasilkan konten atau layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan minat saya saat ini.							
Integrasi (Integration)								
32	TikTok mampu mengintegrasikan informasi atau konten dari berbagai bagian fitur di aplikasi dengan baik.							
33	TikTok menarik informasi atau konten dari berbagai sumber dalam situs web untuk ditampilkan kepada saya.							
34	TikTok secara efektif menggabungkan data dari berbagai area situs web.							
Keterlibatan Pengguna (User Engagement)								
35	TikTok sangat penting bagi saya.							
36	Saya peduli terhadap TikTok.							
37	TikTok adalah aplikasi yang relevan bagi saya.							
38	TikTok merupakan aplikasi yang menarik bagi saya.							
39	TikTok adalah sesuatu yang berarti bagi saya.							
40	TikTok memiliki makna yang signifikan dalam penggunaan saya sehari-hari.							
41	TikTok terasa penting bagi saya dalam aktivitas sehari-hari.							
42	TikTok adalah aplikasi yang menyenangkan bagi saya.							

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
		1	2	3	4	5	6	7
43	Pengalaman saya menggunakan TikTok sangat bermakna bagi saya.							
44	Ketika saya menggunakan TikTok, saya merasakan kepuasan seolah-olah telah mencapai sesuatu.							
45	Saya merasa saya benar-benar dapat memperoleh apa yang saya inginkan dari TikTok.							
46	Saya begitu bersemangat ketika melakukan sesuatu di TikTok sehingga saya menemukan energi baru yang tidak saya sadari sebelumnya.							
47	Saya memiliki ketertarikan (passion) yang kuat terhadap TikTok.							
Frekuensi Penggunaan Media Sosial (Frequency of Use)								
48	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk mengunggah atau membagikan konten?							
49	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk melihat atau mendapatkan konten dari pengguna lain?							
50	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk menjelajahi atau mencari konten baru?							
51	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk mengunggah atau membagikan konten kepada teman Anda?							
52	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk melihat atau mendapatkan konten dari teman Anda?							

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

No	Pernyataan	STS	TS	ATS	N	AS	S	SS
		1	2	3	4	5	6	7
3	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk menjelajahi atau mencari konten dari teman Anda?							
4	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk mengunggah atau membagikan konten kepada kenalan Anda (acquaintances)?							
5	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk melihat atau mendapatkan konten dari kenalan Anda?							
6	Seberapa sering Anda menggunakan TikTok untuk menjelajahi konten dari kenalan Anda?							

LAMPIRAN B

DOKUMENTASI PENGISIAN KUESIONER

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar B.1. Dokumentasi Mahasiswa UIN SUSKA RIAU



Gambar B.2. Dokumentasi Mahasiswa UNRI

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Gambar B.3. Dokumentasi Mahasiswa UNRI

UIN SUSKA RIAU



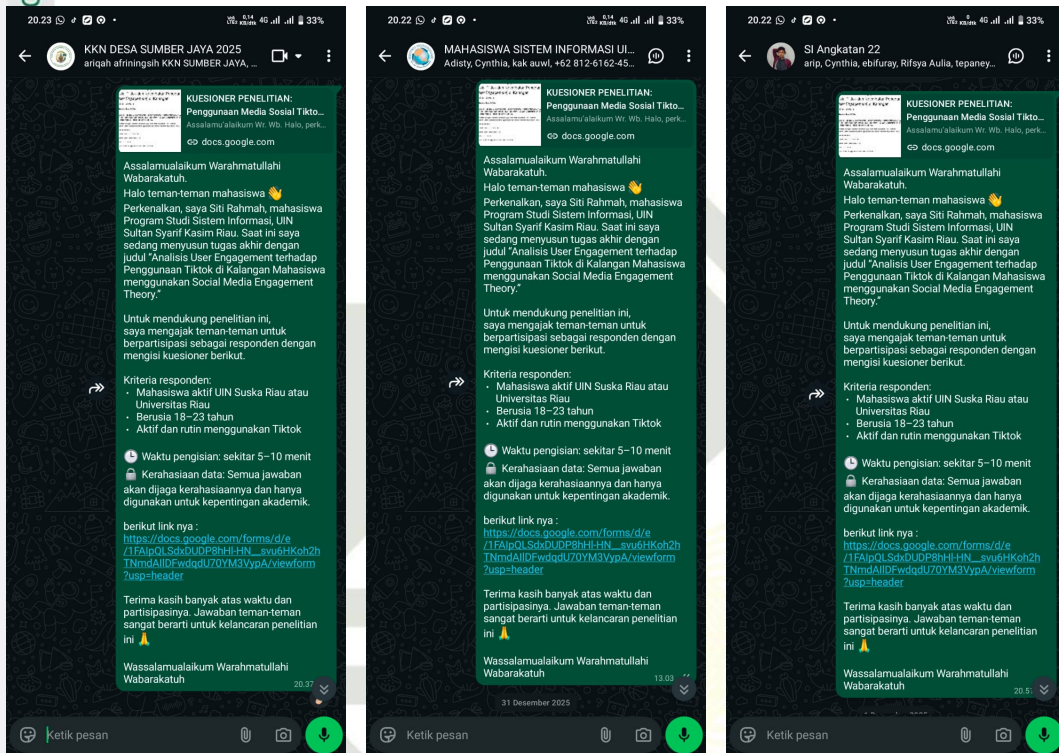
LAMPIRAN C

DOKUMENTASI PENYEBARAN KUESIONER MELALUI GRUP WHATSAPP

© Hak cipta

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarangi mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Siti Rahmah lahir di Kota Tengah pada tanggal 9 Juni 2004. Penulis merupakan anak ketiga dari lima bersaudara, dari pasangan Bapak Darmawi dan Ibu Afrida. Pendidikan formal penulis dimulai pada tahun 2010 di SD Negeri 005 Kepenuhan. Setelah menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di MTs Negeri 04 Pekanbaru dan dinyatakan lulus pada tahun 2019. Selanjutnya, penulis menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di MAS TMI PP Khalid Bin Walid dan dinyatakan lulus pada tahun 2022. Setelah itu, penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang Strata Satu (S1) sebagai mahasiswa Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Selama masa perkuliahan, penulis aktif dalam berbagai kegiatan organisasi dan kepanitiaan, di antaranya tergabung dalam Information System Networking Club (ISNC) Research Pada tahun 2023-2025 dan Himpunan Mahasiswa Sistem Informasi (HIMASI) periode 2025/2026 dengan menjabat sebagai Bendahara Umum. Selain aktif dalam kegiatan akademik di dalam kelas, penulis juga aktif dalam kegiatan kemahasiswaan di lingkungan fakultas dan universitas. Penulis menyelesaikan pendidikan Strata Satu dalam waktu tujuh semester dengan menyelesaikan tugas akhir yang berjudul “Analisis *User Engagement* terhadap Penggunaan TikTok di Kalangan Mahasiswa Menggunakan *Social Media Engagement Theory*.”

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.