

PENGARUH SARANA PEMBELAJARAN TERHADAP MOTIVASI INTRINSIK MELALUI PEMANFAATAN TIKTOK DALAM PEMBELAJARAN DIGITAL MARKETING

Nama_1 Siqu Astika Maulida¹,
Nama_2 Dr. Shendy Andrie Wijaya, S.Pd., M.Pd.²,
Nama_3 Dr. David K. Susilo, SET, MM²
Institusi / lembaga Penulis ¹Universitas PGRI Argopuro Jember
Institusi / lembaga Penulis ²Universitas PGRI Argopuro Jember
Institusi / lembaga Penulis ³Universitas PGRI Argopuro Jember

Alamat e-mail : 1samauluda13@gmail.com, Alamat e-mail :
2shendyandrie802@gmail.com, Alamat e-mail : 3david.jfc12@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to assess the impact of the availability of learning facilities on students' intrinsic motivation, emphasizing the role played by the use of TikTok as a digital learning medium in the context of digital marketing. Learning facilities include essential infrastructure such as technological tools, internet access, and a supportive learning environment. This study applies a quantitative method with paths to investigate both direct and indirect relationships between various variables. The study population consisted of 79 12th-grade students at SMK Islam Bustanul Ulum Pakusari, selected through a purposive sampling technique. The study findings indicate that learning facilities have a significant impact on TikTok use (path coefficient = 0.628; $p = 0.000$). In addition, both learning facilities and TikTok use significantly influence students' intrinsic motivation, with coefficients of 0.377 ($p = 0.007$) and 0.478 ($p = 0.001$), respectively. Further mediation analysis revealed that TikTok effectively mediates the relationship between learning facilities and intrinsic motivation (coefficient = 0.300; $p = 0.006$). These findings emphasize the importance of interactive tools like TikTok in enhancing self-directed learning motivation and encourage educational institutions to integrate digital media into vocational learning strategies.

Keywords: Learning Facilities 1, Intrinsic Motivation 2, TikTok 3, Digital Marketing 4, Vocational Students 5

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menilai dampak ketersediaan fasilitas pembelajaran terhadap motivasi intrinsik siswa, dengan menekankan peran yang dimainkan oleh penggunaan TikTok sebagai media pembelajaran digital dalam konteks pemasaran digital. Fasilitas pembelajaran mencakup infrastruktur penting seperti alat teknologi, akses internet, serta suasana belajar yang mendukung. Penelitian ini menerapkan

metode kuantitatif dengan analisis jalur untuk menyelidiki hubungan baik yang langsung maupun tidak langsung antara berbagai variabel. Populasi penelitian terdiri dari 79 siswa kelas XII di SMK Islam Bustanul Ulum Pakusari yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Temuan penelitian menunjukkan bahwa fasilitas pembelajaran memiliki dampak yang signifikan terhadap penggunaan TikTok (koefisien jalur = 0,628; $p = 0,000$). Selain itu, baik fasilitas pembelajaran maupun penggunaan TikTok secara signifikan memengaruhi motivasi intrinsik siswa, dengan koefisien masing-masing sebesar 0,377 ($p = 0,007$) dan 0,478 ($p = 0,001$). Analisis mediasi lebih lanjut mengungkapkan bahwa TikTok dengan efektif menjadi perantara dalam hubungan antara fasilitas pembelajaran dan motivasi intrinsik (koefisien = 0,300; $p = 0,006$). Temuan ini menekankan pentingnya alat interaktif seperti TikTok dalam meningkatkan motivasi belajar mandiri serta mendorong institusi pendidikan untuk mengintegrasikan media digital dalam strategi pembelajaran vokasional.

Kata Kunci: Sarana Pembelajaran¹, Motivasi Intrinsik², TikTok³, Digital Marketing⁴, Siswa SMK⁵

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi informasi telah secara substansial mengubah pendekatan pendidikan, terutama dalam implementasi strategi pembelajaran digital. Perubahan ini mendorong guru dan siswa untuk menggunakan teknologi secara maksimal agar kegiatan pembelajaran berjalan lebih efektif.. Salah satu fenomena menarik yang muncul adalah penggunaan media sosial, seperti TikTok, sebagai sarana pembelajaran yang inovatif dan mudah diakses oleh generasi digital saat ini.

TikTok sebagai platform berbasis video pendek telah menunjukkan potensi besar dalam menyampaikan materi ajar secara menarik, interaktif, dan sesuai dengan gaya belajar siswa masa kini. Perubahan ini mendorong guru dan siswa untuk menggunakan teknologi secara maksimal agar kegiatan pembelajaran berjalan lebih efektif., yaitu dorongan dari dalam diri siswa untuk belajar secara mandiri dan berkelanjutan.

Namun, optimalisasi pemanfaatan media digital seperti TikTok sangat dipengaruhi oleh ketersediaan sarana pembelajaran yang memadai, seperti perangkat

teknologi, jaringan internet, dan dukungan infrastruktur digital lainnya. Di sisi lain, motivasi intrinsik siswa dalam pembelajaran masih menjadi tantangan, terutama ketika proses belajar dilakukan secara daring atau berbasis digital. Kurangnya fasilitas serta belum maksimalnya integrasi media digital dalam pembelajaran dapat menjadi faktor penghambat tercapainya hasil belajar yang optimal.

Dengan merujuk pada latar belakang tersebut, studi ini bertujuan untuk mengevaluasi sejauh mana sarana pembelajaran berpengaruh terhadap motivasi intrinsik siswa melalui penggunaan TikTok sebagai media dalam proses pembelajaran digital marketing. Penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan bukti empiris mengenai efektivitas media sosial dalam dunia pendidikan, serta mendorong institusi pendidikan untuk lebih adaptif terhadap perubahan teknologi dengan memperkuat infrastruktur dan inovasi pembelajaran berbasis digital.

B. Metode Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif yang dikombinasikan dengan mengadopsi metode survei serta analisis jalur

sebagai teknik analisis data.. Penelitian ini melibatkan seluruh siswa kelas XII jurusan Pemasaran di SMK Islam Bustanul Ulum Pakusari, dengan pengambilan sampel acak sebanyak 79 orang menggunakan perhitungan Slovin.. Data dikumpulkan melalui kuesioner, kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SmartPLS.

C.Hasil Penelitian dan Pembahasan

Data dianalisis melalui pengujian validitas, reliabilitas, dan evaluasi model struktural, yang keseluruhannya dilakukan menggunakan aplikasi SmartPLS untuk mengamati hubungan antarvariabel dalam model..

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas dilakukan melalui dua pendekatan, yaitu konvergen dan diskriminan. Validitas konvergen terbukti dengan nilai loading luar yang melebihi 0,70 dan AVE yang lebih dari 0,50 untuk seluruh indikator, menunjukkan bahwa semua syarat telah dipenuhi. Di sisi lain, reliabilitas diukur melalui nilai Alpha Cronbach dan Keandalan Komposit, di mana semua konstruk menunjukkan nilai di atas 0,70, yang berarti semua variabel dapat

diandalkan memiliki konsistensi internal yang tinggi

Tabel 1
Uji Validitas Konvergen dan Reliabilitas

Variabel	AVE	Cronbach's Alpha	Composite Reliability
Motivasi Intrinsik	0,566	0,890	0,912
Pemanfaatan TikTok	0,562	0,889	0,911
Sarana Pembelajaran	0,575	0,908	0,924

Uji Validitas Diskriminan (Cross Loading)

Validitas diskriminan diuji dengan mengevaluasi nilai cross loading, yaitu perbandingan kekuatan indikator terhadap konstruk yang diukur sejauh mana setiap indikator menunjukkan hubungan yang lebih kuat terhadap konstruk yang diukur dibandingkan dengan konstruk lainnya. Hasil ini mengindikasikan bahwa semua indikator secara konsisten merepresentasikan konstruk yang menjadi referensinya dibandingkan dengan konstruk lainnya, sehingga validitas diskriminan dapat disimpulkan telah terpenuhi.

Uji R-Square (R²)

R-Square Menggambarkan seberapa besar pengaruh variabel endogen dapat dijelaskan oleh variabel bebas. Semakin tinggi nilai

R², semakin baik daya prediktif model. Berikut merupakan hasil pengujian yang diperoleh R-Square:

Tabel 2
Nilai R-Square

Variabel Endogen	R Square	R Square Adjusted
Motivasi Intrinsik	0,596	0,585
Pemanfaatan TikTok	0,394	0,386

Nilai R² sebesar 0,596 pada variabel motivasi intrinsik menunjukkan bahwa 59,6% variabilitas motivasi intrinsik dapat dijelaskan oleh variabel sarana pembelajaran, sedangkan 40,4% sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian. Nilai R² sebesar 0,394 pada variabel pemanfaatan TikTok dalam pembelajaran digital marketing menunjukkan bahwa 39,4% variabilitasnya dapat berasal dari kontribusi motivasi intrinsik dan sarana pembelajaran, sementara 60,6% Selebihnya dipengaruhi oleh faktor eksternal lain yang tidak tercover dalam model. Oleh karena itu, model yang digunakan dalam penelitian ini memiliki daya penjelasan yang cukup baik untuk motivasi intrinsik dan cukup lemah untuk pemanfaatan TikTok dalam pembelajaran, namun masih dalam

batas yang dapat diterima dalam penelitian sosial dan pendidikan.

Uji Ukuran Efek (f²)

Analisis ukuran efek dilakukan untuk menentukan seberapa besar pengaruh variabel eksogen terhadap variabel terikat, berdasarkan ukuran f², yaitu 0,02 untuk efek kecil, 0,15 untuk efek sedang, dan 0,35 untuk efek besar

Tabel 3
Nilai Effect Size (f²)

Variabel	Variabel Tujuan	Nilai f ²
Motivasi Intrinsik	Pemanfaatan TikTok	0,342 (besar)
Sarana Pembelajaran	Motivasi Intrinsik	0,213 (sedang)
Sarana Pembelajaran	Pemanfaatan TikTok	0,651 (besar)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa:

Motivasi intrinsik memiliki pengaruh yang besar terhadap pemanfaatan TikTok dalam pembelajaran digital marketing dengan nilai f² sebesar 0,342.

Pengaruh sarana pembelajaran terhadap motivasi intrinsik tergolong sedang, ditunjukkan oleh nilai effect size (f²) sebesar 0,213. Sementara itu, sarana pembelajaran memiliki pengaruh yang besar terhadap pemanfaatan TikTok dalam

pembelajaran digital marketing, yang ditunjukkan oleh besarnya nilai f^2 sebesar 0,651.

Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa baik sarana pembelajaran maupun motivasi intrinsik secara individu memberikan kontribusi signifikan terhadap pemanfaatan TikTok dalam pembelajaran digital marketing, baik secara langsung maupun melalui motivasi intrinsik

Uji Relevansi Prediktif (Q^2)

Uji Q^2 atau relevansi prediktif dilakukan untuk mengevaluasi sejauh mana model struktural memiliki kemampuan dalam memprediksi nilai-nilai indikator konstruk endogen. Uji ini bersifat melengkapi uji R-Square dengan menitikberatkan pada aspek kemampuan prediksi model terhadap data yang tidak diamati secara langsung.

Tabel 4
Nilai Q-Square

Variabel Endogen	Q^2
Motivasi Intrinsik	0,320 (sedang)
Pemanfaatan TikTok	0,182 (lemah)

Berdasarkan tabel di atas, diketahui bahwa:

Q^2 senilai 0,320 untuk variabel motivasi intrinsik mengindikasikan bahwa model memiliki tingkat kemampuan prediksi yang cukup memadai. Sedangkan nilai Q^2 sebesar 0,182 untuk pemanfaatan TikTok mencerminkan kemampuan prediktif yang relatif rendah, namun tetap relevan karena nilainya masih positif.

Oleh karena itu, model secara keseluruhan memiliki tingkat prediksi yang cukup baik, terutama pada variabel motivasi intrinsik, dan tetap relevan untuk variabel pemanfaatan TikTok dalam konteks pembelajaran digital marketing.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis jalur langsung dilaksanakan untuk mengukur tingkat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara statistik. Dalam konteks penelitian ini, uji hipotesis diterapkan untuk mengevaluasi dampaknya langsung antara sarana pembelajaran terhadap motivasi intrinsik, serta pengaruh pemanfaatan TikTok terhadap motivasi intrinsik siswa. Hasil

pengujian menunjukkan bahwa ketiga hubungan tersebut signifikan ($p\text{-value} < 0,05$), yang berarti bahwa sarana pembelajaran dan pemanfaatan

TikTok secara langsung berkontribusi terhadap peningkatan motivasi intrinsik siswa dalam proses pembelajaran digital marketing. Temuan ini memperkuat argumentasi bahwa tersedianya fasilitas pembelajaran yang memadai serta pemanfaatan media digital yang sesuai terbukti mampu memperkuat partisipasi aktif dan motivasi belajar dari dalam diri siswa.

Tabel 5
Uji Hipotesis

Hubungan Antar Variabel	Koefisien Jalur (O)	T-Statistik	P-Value
Pemanfaatan TikTok → Motivasi Intrinsik	0.478	3.269	0.001
Sarana Pembelajaran n → Motivasi Intrinsik	0.377	2.696	0.007
Sarana Pembelajaran n → Pemanfaatan TikTok	0.628	6.417	0.000

Uji Mediasi

Di samping pengaruh secara langsung, studi ini turut menganalisis pengaruh tidak langsung dengan

menggunakan pendekatan mediasi.. Uji mediasi dilakukan untuk mengetahui apakah variabel TikTok dapat menjadi perantara (mediator) antara sarana pembelajaran dan motivasi intrinsik siswa. Hasil analisis menunjukkan bahwa TikTok secara signifikan memediasi hubungan antara sarana pembelajaran dan motivasi intrinsik ($p\text{-value} = 0,006$).

Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh sarana pembelajaran terhadap motivasi intrinsik tidak hanya bersifat langsung, tetapi juga diperkuat melalui pemanfaatan media digital interaktif seperti TikTok. Dengan demikian, TikTok berperan strategis sebagai jembatan yang mengoptimalkan efektivitas sarana pembelajaran dalam membangkitkan motivasi belajar siswa.

Tabel 6
Uji Mediasi

Jalur Mediasi	Koefisien Jalur (O)	T-Statistik	P-Value
Sarana Pembelajaran n → TikTok → Motivasi Intrinsik	0.300	2.763	0.006

E. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Sarana pembelajaran memiliki pengaruh langsung yang signifikan terhadap motivasi intrinsik siswa. Temuan ini menunjukkan bahwa ketersediaan fasilitas pembelajaran yang mencakup akses internet, perangkat digital, serta lingkungan belajar yang mendukung, dapat meningkatkan dorongan internal siswa untuk belajar secara mandiri dan berkelanjutan.
2. Sarana pembelajaran berpengaruh signifikan terhadap pemanfaatan TikTok sebagai media pembelajaran. Ketersediaan sarana yang memadai memungkinkan siswa untuk mengakses dan menggunakan media sosial, dalam hal ini TikTok, sebagai alat bantu dalam memahami materi pembelajaran secara lebih interaktif dan menarik.
3. Pemanfaatan TikTok berpengaruh signifikan terhadap motivasi intrinsik siswa. Media sosial tersebut terbukti mampu meningkatkan meningkatkan partisipasi aktif siswa dalam proses

pembelajaran dan berkontribusi terhadap peningkatan motivasi belajar yang bersifat intrinsik.

4. TikTok memediasi pengaruh sarana pembelajaran terhadap motivasi intrinsik siswa secara signifikan. Dengan demikian, TikTok berperan sebagai variabel intervening yang memperkuat pengaruh tidak langsung dari sarana pembelajaran terhadap peningkatan motivasi intrinsik siswa.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa optimalisasi sarana pembelajaran perlu dibarengi dengan pemanfaatan media digital yang adaptif dan sesuai dengan karakteristik peserta didik. Penggunaan TikTok sebagai media pembelajaran terbukti tidak hanya berfungsi secara efektif dalam menyajikan materi ajar, tetapi juga dapat menjadi strategi yang relevan untuk meningkatkan motivasi belajar siswa, khususnya dalam konteks pembelajaran digital marketing di jenjang pendidikan kejuruan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Mamary, Y. H., Al-Azri, A. R., & Al-Mandhari, A. (2014). The impact of e-learning on students' performance in higher education. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 5(1), 1-6.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing*. Pearson Education.
- Dahlstrom, E., Walker, J. D., & Dziuban, C. (2016). *ECAR Study of Undergraduate Students and Information Technology, 2016*. Educause.
- Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The "what" and "why" of goal pursuits: Human needs and the self-determination of behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227-268.
- Elina S.C. Nangoy. (2023). Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Digital Marketing Promotion. *Jurnal Pemasaran Digital*, 10(1), 67-75.
- Hwang, G. J., & Chang, H. F. (2011). A formative assessment-based mobile learning approach to improving the learning performance of students. *Computers & Education*, 56(1), 102-112.
- Kearney, M., Schuck, S., & Burden, K. (2012). Connective learning: The impact of mobile technologies on learning. *Computers & Education*, 59(2), 1002-1011.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
- Manca, S., & Ranieri, M. (2016). Facebook and education: A review of the literature. *Computers & Education*, 95, 1-10.
- Mayer, R. E. (2009). *Multimedia learning (2nd ed.)*. Cambridge University Press.
- Pratiwi, R., & Rahmawati, N. (2022). Pemanfaatan TikTok sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 11(2), 89-98.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.
- Rahman, A., & Sari, D. (2021). Motivasi intrinsik dan penggunaan media sosial dalam pembelajaran. *Jurnal Pendidikan dan Teknologi*, 8(1), 34-45.
- Smith, A. (2020). The role of TikTok in education: A new frontier. *Journal of Educational Technology*, 15(3), 45-58.
- Sutadi, S. (2022). Pengembangan model pembelajaran digital marketing. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 9(2), 123-135.

Vygotsky, L. S. (1978). Interaction between learning and development. In *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes* (pp. 79-91). Harvard University Press.