



Pengaruh Penggunaan Video Tiktok sebagai Media Pembelajaran terhadap Pemahaman Konsep Akuntansi Mahasiswa Pendidikan Akuntansi

Vika Aulia Putri¹, Mardi², Achmad Fauzi³, Wahyu Lestari⁴

^{1,2,3,4}Universitas Negeri Jakarta, Indonesia

E-mail: vika.aulia.putri@mhs.unj.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-11-05 Revised: 2025-12-19 Published: 2026-01-23 Keywords: <i>TikTok;</i> <i>Learning Media;</i> <i>Conceptual Understanding.</i>	This study aims to examine the influence of TikTok-based learning videos on accounting students' conceptual understanding. A quantitative approach with a survey design was employed, and data were collected through a Likert-scale questionnaire distributed to 70 students who met the inclusion criteria. The data were analyzed using Partial Least Squares-Structural Equation Modeling (PLS-SEM) through SmartPLS. The analytical procedures included an evaluation of the outer model to assess indicator validity and reliability, and an evaluation of the inner model to analyze the structural relationships using path coefficients, t-statistics, and the coefficient of determination (R^2). The results indicate that the use of TikTok learning videos has a positive and significant effect on students' conceptual understanding of accounting, as reflected by a path coefficient of $\beta = 0.826$, t-statistics = 23.759 (> 1.96), and a significance level = 0.000 (< 0.05). An R^2 value of 0.683 demonstrates that TikTok-based learning videos contribute to the variation in conceptual understanding. These findings highlight the potential of TikTok as a supportive learning medium aligned with the preferences of the digital generation.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-11-05 Direvisi: 2025-12-19 Dipublikasi: 2026-01-23 Kata kunci: <i>TikTok;</i> <i>Media Pembelajaran;</i> <i>Pemahaman Konsep.</i>	Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh penggunaan video pembelajaran berbasis TikTok terhadap pemahaman konsep akuntansi mahasiswa Pendidikan Akuntansi. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei, dan pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert yang disebarakan kepada 70 mahasiswa yang memenuhi kriteria inklusi. Analisis data dilakukan menggunakan <i>Partial Least Squares-Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM) melalui aplikasi SmartPLS. Tahapan analisis meliputi evaluasi <i>outer model</i> untuk menilai validitas dan reliabilitas instrumen, serta evaluasi <i>inner model</i> untuk melihat hubungan antarvariabel melalui <i>path coefficient</i>, <i>t-statistics</i>, dan nilai koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan video pembelajaran TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman konsep akuntansi mahasiswa, ditunjukkan oleh nilai <i>path coefficient</i> sebesar $\beta = 0.826$, <i>t-statistics</i> = 23.759, dan nilai signifikansi = 0.000 < 0.05. Nilai $R^2 = 0.683$ menunjukkan bahwa variabel penggunaan video TikTok memberikan kontribusi terhadap peningkatan pemahaman konsep akuntansi. Temuan ini mengindikasikan bahwa TikTok dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran pendukung yang relevan dengan karakteristik generasi digital.

I. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital dalam satu dekade terakhir telah mengubah cara mahasiswa mengakses dan memproses informasi. Laporan (Social, 2024) menunjukkan bahwa kelompok usia 18–24 tahun merupakan pengguna media sosial paling aktif di Indonesia, dengan tingkat penetrasi mencapai 95,9%. TikTok tercatat sebagai *platform* kedua yang paling sering diakses, dengan persentase penggunaan sebanyak 65,6%. Tingginya intensitas penggunaan TikTok menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi sekadar ruang hiburan, tetapi juga berpotensi menjadi sumber belajar informal bagi mahasiswa.

Dalam konteks pendidikan tinggi, khususnya pembelajaran akuntansi, pergeseran perilaku digital ini menjadi relevan. Akuntansi merupakan bidang studi yang didominasi konsep abstrak seperti jurnal umum, siklus akuntansi, dan penyusunan laporan keuangan. Konsep-konsep tersebut membutuhkan dukungan visual agar mahasiswa dapat memahami hubungan antar akun secara lebih konkret. Namun, data Survei Pembelajaran Perguruan Tinggi oleh (Kemdikbudristek, 2023) mencatat bahwa 72% dosen masih mengandalkan metode ceramah sebagai strategi utama pembelajaran. Ketidaksiapan antara karakteristik pembelajaran konvensional dan preferensi belajar mahasiswa

digital menimbulkan kesenjangan yang perlu ditindaklanjuti.

Pemanfaatan TikTok sebagai media *microlearning* menawarkan alternatif baru dalam pembelajaran akuntansi. Video berdurasi singkat memungkinkan penyampaian materi secara padat dan terfokus. (Samala et al., 2024) menemukan bahwa *short-video microlearning* meningkatkan retensi pengetahuan mahasiswa lebih tinggi dibanding metode konvensional. Penelitian (Conde-Caballero et al., 2024) juga menunjukkan bahwa TikTok mampu untuk meningkatkan motivasi dan pemahaman konsep mahasiswa. Pada konteks akuntansi, studi (Fanny Magdalena et al., 2024) membuktikan bahwa video TikTok yang memvisualisasikan konsep akuntansi membantu mahasiswa memahami materi secara lebih konkret.

Namun demikian, sebagian besar penelitian sebelumnya berbasis eksperimen di kelas atau fokus pada produksi konten oleh dosen. Penelitian berbasis survei yang mengukur bagaimana mahasiswa memanfaatkan TikTok secara mandiri untuk belajar akuntansi masih terbatas. Selain itu, belum banyak kajian yang menggunakan pendekatan PLS-SEM untuk menganalisis model hubungan antara penggunaan TikTok dan pemahaman konsep akuntansi.

Berdasarkan kesenjangan tersebut, penelitian ini bertujuan memberikan bukti empiris mengenai pengaruh penggunaan video pembelajaran berbasis TikTok terhadap pemahaman konsep akuntansi mahasiswa. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar pengembangan strategi pembelajaran akuntansi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan generasi digital.

II. METODE PENELITIAN

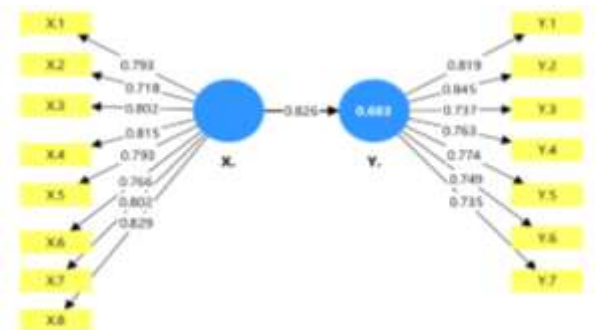
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Populasi penelitian terdiri dari 70 mahasiswa Program Studi Pendidikan Akuntansi FEB UNJ tahun akademik 2021-2025. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan kriteria mahasiswa yang pernah mengakses video pembelajaran akuntansi melalui TikTok. Jumlah sampel yang digunakan berjumlah 70 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert 1-5 yang terdiri dari indikator penggunaan video TikTok sebagai media pembelajaran (variabel X) dan indikator pemahaman konsep akuntansi (variabel Y). Instrumen diuji melalui uji validitas dan reliabilitas dalam tahap *outer model* menggunakan nilai *loading factor*, *Average Variance Extracted* (AVE), *Composite Reliability*

(CR), dan *Cronbach's Alpha*. Analisis data dilakukan menggunakan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) dengan aplikasi SmartPLS. Tahapan analisis meliputi:

1. Evaluasi *Outer Model*: menilai validitas konvergen, validitas diskriminan, dan reliabilitas konstruk.
2. Evaluasi *Inner Model*: meliputi pengujian *r-square*, *path coefficient*, *t-statistics*, dan *p-value* melalui proses *bootstrapping* untuk menilai hubungan antarvariabel.
3. Interpretasi Model: menentukan besaran pengaruh penggunaan TikTok terhadap pemahaman konsep akuntansi.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian



Gambar 1. Model Penelitian

Model penelitian PLS-SEM pada gambar menunjukkan dua konstruk laten utama, yaitu Penggunaan Video TikTok (X) dan Pemahaman Konsep Akuntansi (Y) yang masing-masing diukur dengan indikator reflektif. Konstruk Penggunaan Video TikTok diukur melalui delapan indikator (X1-X8) dengan nilai *outer loading* berkisar antara 0,718–0,829. Seluruh nilai loading berada di atas batas minimum 0,70, sehingga seluruh indikator dinilai valid dan mampu merepresentasikan konstruk secara konsisten. Sementara itu, konstruk Pemahaman Konsep Akuntansi terdiri atas tujuh indikator (Y1-Y7) dengan nilai *outer loading* antara 0,735–0,845, yang juga menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria validitas konvergen. Secara struktural, arah panah dari X menuju Y menggambarkan hubungan langsung antara kedua variabel, dengan koefisien jalur (β) sebesar 0,826. Nilai ini mengindikasikan bahwa penggunaan video TikTok berpengaruh positif dan cukup kuat terhadap pemahaman konsep akuntansi mahasiswa. Selain itu, nilai *R-square* pada konstruk Y sebesar 0,683 menunjukkan

bahwa 68,3% variasi pemahaman konsep akuntansi dapat dijelaskan oleh penggunaan video TikTok, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model.

B. Pembahasan

1. Evaluasi Outer Loading:

Tabel 1. Validitas Konvergen

	X.	Y.
X.1	0.793	
X.2	0.718	
X.3	0.802	
X.4	0.815	
X.5	0.793	
X.6	0.766	
X.7	0.802	
X.8	0.829	
Y.1		0.819
Y.2		0.845
Y.3		0.737
Y.4		0.763
Y.5		0.774
Y.6		0.749
Y.7		0.735

Validitas konvergen dinilai melalui nilai *outer loading* dan AVE. Berdasarkan hasil SmartPLS, seluruh indikator pada variabel Penggunaan Video TikTok (X1-X8) dan Pemahaman Konsep Akuntansi (Y1-Y7) memiliki nilai loading di atas 0,70. Nilai loading indikator X berada pada rentang 0,718-0,829, sedangkan indikator Y berada pada rentang 0,735-0,845. Dengan demikian, seluruh indikator memenuhi syarat validitas konvergen menurut (Lamb et al., 2021), yaitu *loading factor* $\geq 0,70$.

Tabel 2. Validitas Diskriminan

	X.	Y.
X.1	0.793	0.664
X.2	0.718	0.531
X.3	0.802	0.672
X.4	0.815	0.672
X.5	0.793	0.662
X.6	0.766	0.627
X.7	0.802	0.654
X.8	0.829	0.700
Y.1	0.681	0.819
Y.2	0.620	0.845
Y.3	0.651	0.737
Y.4	0.660	0.763
Y.5	0.610	0.774
Y.6	0.605	0.749
Y.7	0.647	0.735

Uji validitas diskriminan melalui *cross loadings* dilakukan untuk memastikan bahwa setiap indikator lebih merepresentasikan konstruk yang diukurnya dibandingkan dengan konstruk lain. Berdasarkan hasil analisis, seluruh indikator pada variabel Penggunaan Video TikTok (X1-X8) menunjukkan nilai *loading* yang lebih tinggi pada konstruk X dibandingkan pada konstruk Y, seperti indikator X1 dengan nilai *loading* sebesar 0.793 pada konstruk X dan 0.664 pada konstruk Y, serta indikator X8 dengan nilai *loading* 0.829 pada konstruk X dan 0.700 pada konstruk Y, dengan pola serupa yang konsisten pada indikator X lainnya. Demikian pula pada variabel Pemahaman Konsep Akuntansi (Y1-Y7), seluruh indikator memiliki nilai *loading* yang lebih tinggi pada konstruk Y dibandingkan pada konstruk X, seperti indikator Y2 dengan nilai *loading* 0.845 pada konstruk Y dan 0.620 pada konstruk X, serta indikator Y5 dengan nilai *loading* 0.774 pada konstruk Y dan 0.610 pada konstruk X. Konsistensi perbedaan nilai *loading* tersebut menunjukkan bahwa setiap indikator memiliki kemampuan yang lebih kuat dalam mengukur konstraknya masing-masing, sehingga dapat disimpulkan bahwa validitas diskriminan melalui *cross loadings* telah terpenuhi.

	Cronbach's alpha	Composite reliability (X...)	Composite reliability (Y...)	Average variance extrac...
X.	0.914	0.917	0.913	0.623
Y.	0.889	0.889	0.913	0.602

Gambar 2. Reliabilitas Konstruk

Uji reliabilitas dan validitas konstruk dilakukan untuk memastikan bahwa setiap variabel laten memiliki konsistensi internal yang baik serta mampu menjelaskan varians indikator secara memadai. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* untuk konstruk Penggunaan Video TikTok (0,914) dan Pemahaman Konsep Akuntansi (0,889) berada di atas batas minimum 0,70 sebagaimana direkomendasikan (Lamb et al., 2021), sehingga kedua konstruk dinyatakan reliabel. Konsistensi ini diperkuat oleh nilai *Composite Reliability* yang juga melampaui standar 0,70, yaitu 0,917-0,930 untuk variabel X dan 0,889-0,913 untuk variabel Y, menandakan bahwa kombinasi indikator pada masing-

masing konstruk memiliki reliabilitas yang sangat baik. Selain itu, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) turut memenuhi kriteria validitas konvergen karena berada di atas 0,50, dengan nilai 0,625 untuk konstruk X dan 0,602 untuk konstruk Y, yang berarti masing-masing konstruk mampu menjelaskan lebih dari 60% varians indikatornya. Dengan demikian, seluruh konstruk dalam model dapat dinyatakan valid dan reliabel.

	X.	Y.
X.	0.791	
Y.	0.826	0.776

Gambar 3. Reliabilitas Konstruk – Fornell Larcker

Uji *discriminant validity* dengan kriteria Fornell–Larcker dilakukan untuk memastikan bahwa setiap konstruk dalam model mampu dibedakan secara jelas satu sama lain. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai akar AVE untuk variabel Penggunaan Video TikTok (X) adalah 0,791, yang lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Pada variabel Pemahaman Konsep Akuntansi (Y), nilai akar AVE sebesar 0,776 juga lebih besar daripada korelasinya dengan variabel X (0,826). Meskipun korelasi antarkonstruk cukup kuat, nilai akar AVE pada masing-masing variabel tetap berada di atas korelasi antarvariabelnya, sehingga model memenuhi kriteria Fornell–Larcker. Dengan demikian, setiap konstruk dalam model memiliki validitas diskriminan yang memadai dan mampu mewakili konsep yang berbeda secara jelas.

2. Evaluasi Inner Model:

	R-square	R-square adjusted
Y.	0.683	0.678

Gambar 4. R-square

Nilai R-Square sebesar 0,683 menunjukkan bahwa 68,3% variasi pemahaman konsep akuntansi dapat dijelaskan oleh penggunaan video TikTok. Nilai R-Square Adjusted 0,678 yang hanya sedikit lebih rendah menandakan bahwa model stabil dan tidak mengalami *overfitting*. Dengan demikian, penggunaan video TikTok

memiliki kemampuan prediktif yang kuat terhadap pemahaman konsep akuntansi mahasiswa.

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (ST.)	T statistics (O/(STDEV))	P values
X → Y.	0.826	0.837	0.035	23.759	0.000

Gambar 5. Path coefficient, T-statistics, dan P-value

Hasil analisis *inner model* menunjukkan bahwa penggunaan video TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman konsep akuntansi. Nilai *path coefficient* sebesar $\beta = 0.826$ dengan *sample mean* 0.837 dan *standard deviation* 0.035 menunjukkan bahwa estimasi pengaruh bersifat stabil. Nilai *t-statistics* sebesar 23.759, yang jauh melampaui batas 1,96, serta *p-value* 0.000, menegaskan bahwa hubungan kedua variabel signifikan secara statistik. Dengan demikian, penggunaan video TikTok terbukti memberikan kontribusi nyata dalam meningkatkan pemahaman konsep akuntansi mahasiswa.

3. Interpretasi Model:

Berdasarkan hasil evaluasi *outer model*, seluruh indikator pada variabel Penggunaan Video TikTok dan Pemahaman Konsep Akuntansi dinyatakan valid karena memiliki nilai *outer loading* di atas 0,70 dan nilai AVE melebihi batas 0,50. Uji reliabilitas juga menunjukkan konsistensi internal yang sangat baik, ditunjukkan oleh nilai Cronbach's Alpha dan Composite Reliability yang seluruhnya berada di atas 0,80. Validitas diskriminan turut terpenuhi melalui kriteria Fornell–Larcker, di mana nilai akar AVE masing-masing konstruk lebih tinggi dibandingkan korelasinya dengan konstruk lain. Hasil ini menegaskan bahwa kedua konstruk telah terukur dengan tepat dan dapat dilanjutkan ke pengujian struktural.

Pada evaluasi *inner model*, hubungan struktural antara Penggunaan Video TikTok (X) dan Pemahaman Konsep Akuntansi (Y) menunjukkan pengaruh positif dan signifikan. Hal ini ditunjukkan melalui nilai koefisien jalur $\beta = 0.826$, dengan *t-statistics* sebesar 23.759 yang jauh melampaui batas signifikansi 1,96 serta *p-value* 0.000. Nilai R² sebesar 0.683 dan R² Adjusted sebesar 0.678

menunjukkan bahwa 68,3% variasi pemahaman konsep akuntansi dapat dijelaskan oleh penggunaan video TikTok, yang termasuk kategori kuat dalam PLS-SEM. Secara keseluruhan, integrasi temuan dari *outer* dan *inner model* mengindikasikan bahwa model penelitian memiliki kualitas pengukuran yang baik serta hubungan struktural yang kuat dan berarti, sehingga memberikan bukti empiris bahwa TikTok merupakan media pembelajaran yang efektif dalam mendukung pemahaman konsep akuntansi mahasiswa. Keseluruhan prosedur analisis mengacu pada pedoman *A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling* (PLS-SEM) oleh (Lamb et al., 2021).

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis menggunakan pendekatan *Partial Least Squares-Structural Equation Modeling* (PLS-SEM), dapat disimpulkan bahwa penggunaan video pembelajaran berbasis TikTok berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemahaman konsep akuntansi mahasiswa Pendidikan Akuntansi. Hasil evaluasi *outer model* menunjukkan bahwa seluruh indikator memenuhi kriteria validitas dan reliabilitas, yang ditandai oleh nilai *outer loading* di atas 0,70, nilai *Average Variance Extracted* (AVE) melebihi 0,50, serta nilai *Cronbach's Alpha* dan *Composite Reliability* yang berada di atas batas yang direkomendasikan (Lamb et al., 2021). Selain itu, validitas diskriminan juga terpenuhi berdasarkan kriteria Fornell-Larcker, sehingga konstruk penelitian dinyatakan terukur secara tepat.

Pada evaluasi *inner model*, penggunaan video TikTok terbukti memiliki pengaruh yang kuat terhadap pemahaman konsep akuntansi, dengan nilai koefisien jalur sebesar $\beta = 0.826$ dan *t-statistics* yang jauh melampaui batas signifikansi. Nilai R^2 sebesar 0.683 menunjukkan bahwa sebagian besar variasi pemahaman konsep akuntansi mahasiswa dapat dijelaskan oleh penggunaan video pembelajaran TikTok. Temuan ini memperkuat hasil penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa *microlearning* berbasis video pendek efektif dalam membantu pemahaman konsep yang bersifat abstrak (Conde-Caballero et al., 2024; Samala et al., 2024). Dengan demikian, TikTok dapat dipandang sebagai media pembelajaran

pendukung yang relevan dengan karakteristik dan kebiasaan belajar generasi digital.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang diperoleh, beberapa saran dapat diajukan. Pertama, bagi pendidik dan institusi pendidikan tinggi, hasil penelitian ini dapat dijadikan dasar untuk mengintegrasikan media pembelajaran berbasis video pendek, khususnya TikTok, sebagai pelengkap metode pembelajaran konvensional. Pemanfaatan konten visual yang ringkas dan kontekstual diharapkan mampu meningkatkan pemahaman mahasiswa terhadap konsep-konsep akuntansi yang kompleks, sejalan dengan tuntutan pembelajaran di era digital (Kemdikbudristek, 2023).

Kedua, bagi mahasiswa, penggunaan TikTok sebaiknya diarahkan secara lebih selektif dan terencana sebagai sumber belajar pendukung, dengan memilih konten edukatif yang relevan dan kredibel agar proses belajar tetap terfokus dan efektif. Ketiga, bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel lain, seperti motivasi belajar, literasi digital, atau kualitas konten, guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi pemahaman konsep akuntansi. Selain itu, penelitian lanjutan dapat menggunakan jumlah sampel yang lebih besar atau metode campuran untuk memperkuat generalisasi hasil penelitian.

DAFTAR RUJUKAN

- CONDE-CABALLERO, D., CASTILLO-SARMIENTO, C. A., BALLESTEROS-YÁÑEZ, I., RIVERO-JIMÉNEZ, B., & MARIANO-JUÁREZ, L., 2024. Microlearning through TikTok in higher education: An evaluation of uses and potentials. *Education and Information Technologies*, 29(2), 2365–2385. Cham: Springer.
- SAMALA, A. D., RAWAS, S., CRIOLLO-C, S., FORTUNA, A., FENG, X., PRASETYA, F., ULUÇAY, N. Ö., JAYA, P., & HIDAYAT, R., 2024. Social media in education: Trends, roles, challenges, and opportunities for digital-native generations – A systematic literature review. *Asian Journal of University Education*, 20(3), 524–539. Kedah: Universiti Utara Malaysia. <https://doi.org/10.24191/ajue.v20i3.27869>

- WE ARE SOCIAL, 2024. Digital Report Indonesia 2024. Singapore: We Are Social & Meltwater.
- Conde-Caballero, D., Castillo-Sarmiento, C. A., Ballesteros-Yáñez, I., Rivero-Jiménez, B., & Mariano-Juárez, L. (2024). Microlearning through TikTok in higher education: An evaluation of uses and potentials. *Education and Information Technologies*, 29(2), 2365–2385.
<https://doi.org/10.1007/s10639-023-11904-4>
- Fanny Magdalena, M., Alberto, M., Richardson, N., & Wahyono, A. (2024). Pembuatan video pembelajaran mata kuliah pengantar akuntansi kepada PT Cerdaskan Kehidupan Bangsa. *Jurnal Sinergi*, 6(2), 23–27.
<https://doi.org/10.59134/sinergi.v6i2.669>
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Republik Indonesia. (2023). Survei nasional pembelajaran daring tahun 2020–2023. Pusat Data dan Teknologi Informasi.
- Lamb, C. W., Hair, J. F., McDaniel, C., Boivin, M., & Gaudet, D. (2021). *Marketing*. Cengage Learning.
- Samala, A. D., Rawas, S., Criollo-C, S., Fortuna, A., Feng, X., Prasetya, F., Uluçay, N. Ö., Jaya, P., & Hidayat, R. (2024). Social media in education: Trends, roles, challenges, and opportunities for digital-native generations – A systematic literature review. *Asian Journal of University Education*, 20(3), 524–539.
<https://doi.org/10.24191/ajue.v20i3.27869>
- We Are Social. (2024). Digital report Indonesia 2024. We Are Social & Meltwater.