



Penguatan Pemahaman Research Gap melalui Media Sosial TikTok

Strengthening the Understanding of Research Gaps through TikTok as a Social Media Platform

Kartika Eka Pertiwi^{1*}, Rryan Jaya Sumantri², Oktari Pradina Anggi³, Ulfa Nurfitria Ardilla⁴,

^{1,3,4} Prodi PGSD, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

² Prodi Pendidikan Jasmani, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Lampung

* E-mail Penulis Korespondensi: kartikaekapertiwi@skip.unila.ac.id

Abstrak

Kata Kunci:

Media Sosial; Pemahaman; Research Gap; TikTok

Platform TikTok berpeluang besar dikembangkan membentuk budaya belajar yang baik namun masih didominasi oleh konten hiburan yang tidak edukatif. Berdasarkan observasi diberbagai institusi pendidikan tinggi, pemahaman terhadap elemen penting dalam penelitian dan tugas akhir seperti konsep *research gap*, masih menjadi tantangan besar bagi banyak mahasiswa. Hal ini berdampak pada rendahnya kualitas dan kontribusi akademik yang ditawarkan dari tugas akhir mahasiswa. Penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana edukasi terbukti efektif, namun keterlibatan dosen dalam menciptakan konten edukatif masih sangat terbatas. Pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan menjadikan TikTok sebagai media transformasi digital untuk memperkuat literasi riset, khususnya dalam memahami konsep *research gap*. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui 3 tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Persentase *engagement rate* video tersebut diketahui sebesar 16,51% dengan 404.000 tayangan, 32.100 suka, 142 komentar, dan 3.392 kali dibagikan, 31.500 simpan dan penambahan pengikut baru sebanyak 630.

Abstract

Keywords:

Research Gap; Social Media; TikTok; Understanding

TikTok presents a significant opportunity to foster a positive learning culture; however, the platform remains largely dominated by non-educational entertainment content. Based on observations across various higher education institutions, understanding essential elements of research and final academic projects particularly the concept of a research gap continues to pose a major challenge for many students. This lack of understanding often results in low quality theses and limited academic contribution. While the use of TikTok as an educational tool has proven effective, the involvement of university lecturers in producing academic content remains minimal. This community service initiative aims to utilize TikTok as a medium for digital transformation to strengthen research literacy, particularly in helping students understand the concept of a research gap. The activity was carried out in three phases: preparation, implementation, and evaluation. The video achieved an engagement rate of 16.51%, with 404.000 views, 32.100 likes, 142 comments, 3.392 shares, 31.500 saves, and 630 new followers gained.

e-ISSN: 2798-3684 | Copyright © 2025 Author(s)

License: This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Article info: Received: 10 Juli 2025 | Accepted: 15 Agustus 2025 | Online: 15 September 2025

How to cite this article: Eka Pertiwi, P., Jaya Sumantri, R., Pradina Anggi, Oktari., & Nurfitria Ardilla, Ulfa., (2025). *Penguatan Pemahaman Research Gap Melalui Media Sosial TikTok. Bakti: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(2), 10-19. <https://doi.org/10.51135/baktivol5iss2pp10-19>

1. Pendahuluan

Perkembangan Teknologi informasi semakin pesat dan memengaruhi berbagai lini kehidupan. Setiap orang sangat mudah mengakses berbagai informasi melalui berbagai platform, termasuk platform hiburan yang menawarkan berbagai jenis hiburan. Semua kalangan mulai dari anak-anak hingga orang dewasa bisa mengakses teknologi informasi, tidak terkecuali Gen Z, khususnya mahasiswa yang semakin akrab dengan berbagai jenis informasi yang tersebar di media sosial. Salah satu platform media sosial yang populer di kalangan Gen Z adalah TikTok, yang dikenal sebagai media berbasis video pendek dengan jangkauan yang sangat luas. Platform TikTok merupakan sebuah platform atau media yang berasal dari Tiongkok yang diluncurkan pada tahun 2016 yang memberikan keleluasaan kepada penggunanya untuk membuat video pendek milik mereka sendiri dan memiliki akses untuk melihat video pendek milik orang lain. Namun, platform TikTok masih didominasi konten hiburan yang bersifat tidak edukatif. Kondisi tersebut menjadi tantangan yang sangat serius dalam membentuk budaya belajar yang baik di lingkungan akademik.

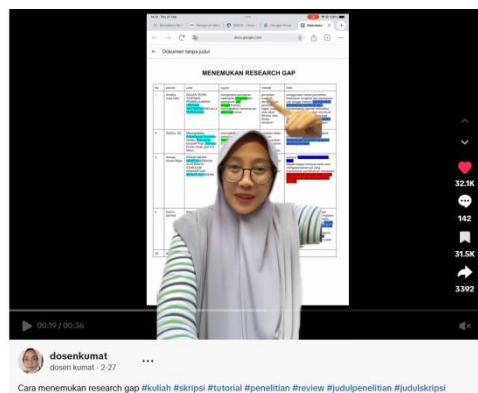
TikTok dapat menjadi platform yang memiliki peluang besar untuk dikembangkan dalam bidang pendidikan. Jika pendidik, siswa, dan mahasiswa mampu memahami dan memanfaatkan peluang tersebut, maka TikTok tidak hanya akan menjadi media hiburan semata, tetapi juga dapat berfungsi sebagai media edukatif yang efektif, kreatif, dan menjangkau generasi muda secara luas. Devi (2022) menyatakan bahwa pemanfaatan aplikasi TikTok merupakan strategi yang baik dan menarik yang dapat menjadi sarana dalam proses pembelajaran. Namun sayangnya, hingga saat ini banyak mahasiswa belum sepenuhnya memahami potensi tersebut. Sebagian besar masih terfokus pada aspek sosial atau hiburan, sementara kajian yang menyoroti TikTok sebagai sarana pembelajaran, peningkatan literasi digital, atau media komunikasi akademik masih terbatas.

Salah satu konsep yang bisa dibahas di media sosial TikTok adalah berkaitan dengan tugas akhir mahasiswa. Pemahaman terhadap elemen penting dalam penelitian dan tugas akhir seperti konsep *research gap*, masih menjadi tantangan besar bagi banyak mahasiswa. Berdasarkan observasi diberbagai institusi pendidikan tinggi, banyak mahasiswa kesulitan dalam menyusun latar belakang penelitian karena tidak mampu mengidentifikasi celah penelitian secara tepat (Jabu et al., n.d.). Banyak mahasiswa yang salah mengidentifikasi serta meletakkan *research gap* bahkan belum menyisipkannya dalam latar belakang penelitian mereka. Banyak mahasiswa merasa ketakuan menyelesaikan skripsi, lain diantaranya juga hanya dijadikan sebagai penggugur kewajiban tanpa memperhatikan proses penyusunannya serta pembelajaran ilmiah yang terjadi dibaliknya (Hasnawati et al., 2024). Hal ini berdampak pada kualitas proposal dan tugas akhir yang kurang inovatif serta rendahnya kontribusi akademik yang ditawarkan. Kurang inovatif dan rendahnya kontribusi akademik dari tugas akhir mahasiswa berdampak pada berakhirnya tugas akhir di lemari perpustakaan dan tidak dimanfaatkannya dalam pengembangan ilmu pengetahuan lebih lanjut.

Penggunaan media sosial TikTok sebagai sarana edukasi terbukti efektif untuk membantu mahasiswa dalam menyelesaikan tugas akhir seperti yang dilakukan oleh akun TikTok @buiramira (Putri et al., 2024). Namun demikian keterlibatan dosen secara langsung dalam menciptakan konten edukatif masih sangat terbatas. Oleh karena itu, pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan menjadikan TikTok sebagai media transformasi digital untuk memperkuat literasi riset, khususnya dalam memahami konsep *research gap*. Dengan strategi konten yang tepat dan berbasis pendekatan pedagogis visual, edukasi ini diharapkan dapat menarik minat mahasiswa serta mendorong terciptanya ekosistem digital yang lebih mendidik.

2. Pelaksanaan dan Metode

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan melalui 3 tahap, yaitu tahap persiapan, pelaksanaan, dan tahap evaluasi. Tahap persiapan dimulai dengan mengidentifikasi masalah dan menentukan target audiens, lalu perencanaan konsep, *story board*, dan *script*. Pesan utama dari video ini adalah bahwa *research gap* merupakan celah yang belum diteliti atau dibahas secara mendalam dalam studi sebelumnya, disarankan untuk membaca minimal 20 artikel yang relevan, lalu mengidentifikasi elemen yang belum diangkat inilah yang kemudian disebut sebagai celah penelitian. Tahap pelaksanaan dimulai dengan melakukan pembuatan dan pengeditan serta publikasi video di akun TikTok @dosenkumat. Video diunggah pada 27 Februari 2025 pukul 2.51 PM dan dilakukan pelaporan pada 26 Juli 2025, sehingga genap 5 bulan sejak video dipublikasikan. Gambar 1 merupakan cuplikan video TikTok yang mengangkat tema “Cara Menemukan *Research Gap*”, yang merupakan bagian dari media pengabdian kepada masyarakat berbasis digital yang dilakukan.



Gambar 1. Cuplikan video TikTok dengan tema “Cara Menentukan *Research Gap*”

Pada tahap evaluasi dilakukan pengumpulan data, analisis data, dan evaluasi keberhasilan pencapaian tujuan. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilakukan pada pertemuan di ruang digital melalui video media sosial TikTok yang *familiar* bagi masyarakat. Sasaran pengabdian ini adalah mahasiswa tingkat akhir pengguna media sosial TikTok. Bagian ini ditulis secara deskriptif dan harus memberikan pernyataan terkait metodologi yang digunakan pada penelitian.

3. Hasil dan Pembahasan

Konten video yang dipublikasikan melalui platform TikTok ini mengangkat tema “Cara Menemukan *Research Gap*”, yaitu salah satu bagian paling penting namun seringkali membingungkan dalam penulisan karya ilmiah. Terbukti dengan lebih dari 20% sumber lalu lintas berasal dari pencarian dengan kata kunci utama yang digunakan adalah *research gap*. Gambar 2 menunjukkan kata kunci utama dan beberapa turunan kata kunci lain yang digunakan penonton yang berhubungan dengan *research gap* diantaranya “fenomena dan *research gap*”, “*research gap* skripsi”, “*research gap* adalah”, “gap penelitian skripsi”, dan kata turunan lain yang berhubungan dengan *research gap*.

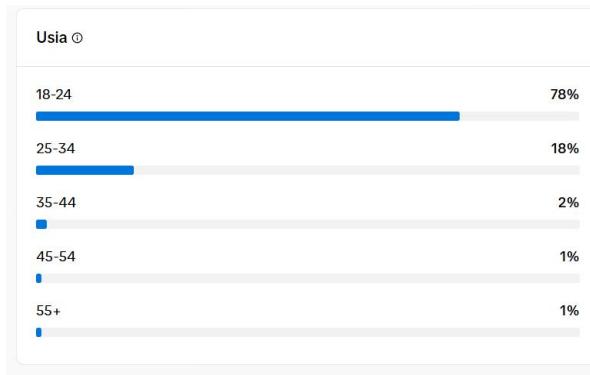
Penguatan Literasi Digital dan Pemahaman Research Gap melalui Media Sosial TikTok



Gambar 2. Sumber lalu lintas dan kata kunci pencarian terpopuler dari video

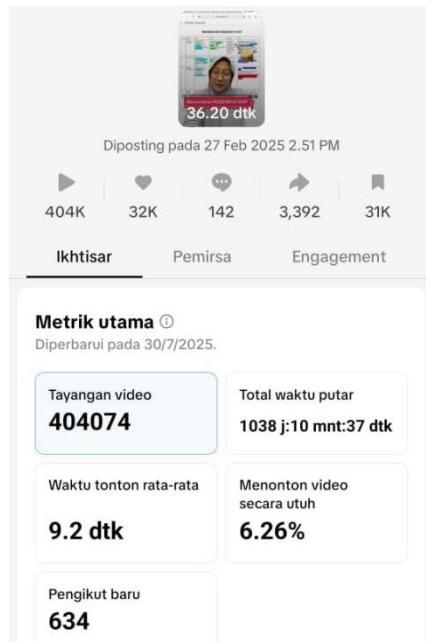
Video dikemas dengan gaya penyampaian yang santai dan ringan, menggunakan bahasa yang mudah dipahami mahasiswa, lalu dengan visual dinamis khas TikTok seperti subtitle cepat, ekspresi wajah yang komunikatif, dan narasi langsung ke kamera. Pendekatan ini disesuaikan dengan kebiasaan konsumsi media digital mahasiswa yang merupakan generasi Z. Sebagaimana pendapat bahwasannya generasi Z lebih banyak menghabiskan waktu untuk bermedia sosial (Hana Apriyanti et al., 2024). Putri et al. (2024) menyatakan bahwa meskipun diiringi dengan beberapa dampak negatif yang melekat seperti kecanduan media sosial sehingga merusak aktivitas seseorang, terpapar konten yang melanggar nilai-nilai budaya, serta adanya resiko terjadinya kejadian *cyber*, namun Tiktok juga bisa digunakan sebagai sarana edukatif. Putri, et al., (2022) menyatakan bahwa pemanfaatan aplikasi Tik Tok bagi media edukasi pada generasi Z yakni dimanfaatkan untuk mendapatkan ilmu pembelajaran baru serta sebagai sarana guna menyebarkan konten edukatif.

Pendekatan ini berhasil dilakukan dengan bukti analisis video yang menunjukkan penonton video terbesar berasal dari usia 18-24 tahun yaitu sebesar 78% pada gambar 3. Usia tersebut merupakan usia dimana seseorang mungkin sedang menghadapi tugas akhir kuliah.



Gambar 3. Analisis usia penonton video TikTok

Video mendapatkan 404.000 tayangan, 32.100 suka, 142 komentar, dan 3.392 kali dibagikan, 31.500 simpan dan penambahan pengikut baru sebanyak 630 ditunjukkan pada Gambar 4. Hal tersebut menunjukkan antusiasme penonton terhadap akun pemberi informasi.



Gambar 4. Analisis video TikTok

Namun dibalik itu diketahui waktu tonton rata-rata hanya berada pada 9,25 detik. Hal ini dikarenakan kebanyakan penonton berhenti menonton konten tersebut di 0,02 detik. Hal ini terjadi disebabkan karena algoritma TikTok yang merekomendasikan pada penonton. TikTok akan menyesuaikan informasi tentang konten apa yang mereka sukai, video apa yang rutin mereka bagikan, akun yang diikuti, komentar yang diberikan, dengan *caption*, suara, hingga tagar yang digunakan oleh creator untuk memunculkan video rekomendasi atau yang biasa disebut dengan For Your Page (FYP) (Ramby, 2022). Sehingga jika mereka tidak menyukai dan merasa tidak membutuhkan informasi didetik-detik awal tayangnya video, maka mereka akan meninggalkan video tersebut. Sebagaimana pendapat bahwa 5 detik pertama mempengaruhi keputusan penonton untuk tetap stay atau tidak (Pardianti et al., 2022).

Dengan sistem FYP tersebut penonton yang merasa tertarik dan membutuhkan video tersebut akan tetap tinggal untuk menontonnya sampai menemukan informasi yang mereka butuhkan. Bahkan ada yang akan menonton video tersebut sampai selesai secara utuh. Diketahui sebanyak 6,3% atau 25.389 penonton menonton video ini secara utuh. Angka yang sangat signifikan untuk konten akademik di platform media sosial seperti TikTok. Untuk mengukur efektivitas konten penulis mencoba menghitung persentase *engagement rate* video tersebut yang diketahui sebesar 16,51%. *Engagement rate* yang menyentuh angka 5% sudah termasuk dalam kategori yang baik (telkomsel.com, 2025).

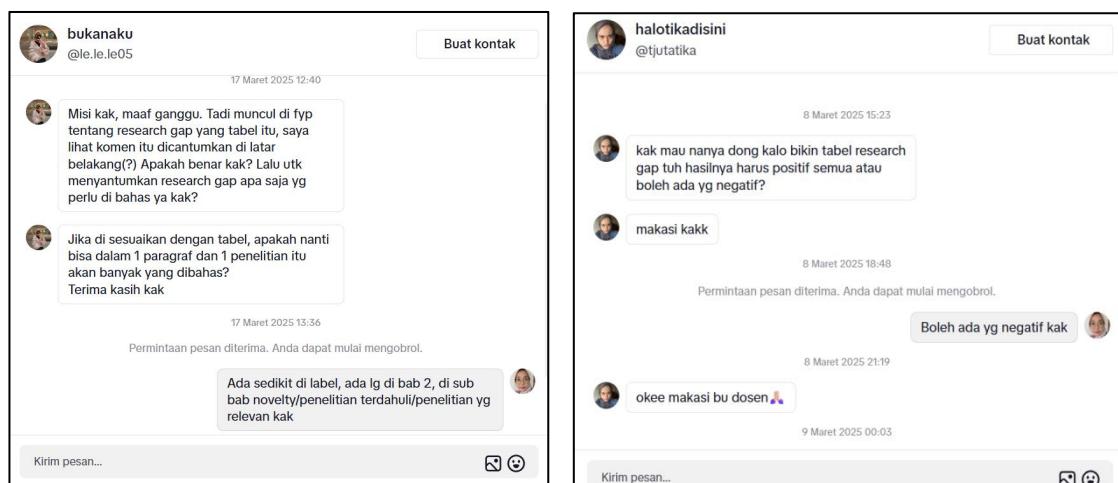
Video edukasi yang berhasil menjangkau dan melibatkan audiens secara luas serta membangun kepercayaan dan kepuasan penonton dibutuhkan untuk membantu mahasiswa dalam melakukan penulisan skripsi (Remeng & Claretta, 2023). Selain itu komentar atas beberapa masalah lain terkait *research gap* bermunculan melalui kolom komentar. Secara sederhana bertanya merupakan salah satu cara yang dapat dilakukan untuk memuaskan rasa ingin tahu terhadap sesuatu yang belum diketahui (Maimunah et al., 2021). Keterlibatan penonton dalam bertanya melalui komentar merupakan salah satu wujud interaksi yang baik. Interaksi ini tidak hanya mencerminkan reaksi penonton secara langsung terhadap konten edukasi yang dibutuhkan, namun juga sebagai refleksi dari hubungan yang terbangun antara penonton dan pengelola akun (Nikmah et al., 2024). Seperti terlihat dalam gambar 5 berikut.

Penguatan Literasi Digital dan Pemahaman Research Gap melalui Media Sosial TikTok



Gambar 5. Komentar yang berhubungan dengan permasalahan *research gap*

Konten edukatif terbukti dapat menggeser dominasi dari tayangan konten tidak edukatif di platform media social seperti TikTok, meningkatkan keinginan Gen Z untuk meningkatkan kemampuan kognitif mereka, serta memperbesar peluang Gen Z untuk memilih secara tayangan yang bermanfaat bagi mereka karena media social yang dibanjiri dengan konten edukatif (Asni Sari & Reftantia, 2024). Selain pertanyaan pada kolom komentar, beberapa audiens juga mengirim pesan melalui *Direct Message* (DM) TikTok untuk menanyakan kendala yang mereka hadapi. Pertanyaan melalui DM TikTok ini menunjukkan keinginan yang lebih untuk mendapatkan jawaban atas apa yang ingin mereka ketahui. Pertanyaan tersebut muncul melalui pertarungan kognitif antara konsep yang diterima dengan keyakinan personal yang berasal dari pengalaman lampau dan pengetahuan yang telah lama dimiliki (Hariyadi, 2014). Berikut gambar 6 menunjukkan beberapa hal yang ditanyakan melalui DM TikTok.



Gambar 6. Pertanyaan beberapa penonton melalui DM TikTok berkaitan dengan *research gap*

Video ini menunjukkan efektivitas pendekatan edukatif berbasis media sosial dalam menyampaikan materi akademik. Seperti pendapat yang menyatakan bahwa dampak positif penggunaan gadget salah satunya adalah memudahkan dalam mencari informasi dan pengetahuan baru (Yanny et al., 2024). Oleh karena itu tujuan PKM untuk meningkatkan literasi digital dan pemahaman *research gap* tercapai. Selain itu, konten video edukasi di platform TikTok juga ternyata dapat memfasilitasi berjalannya diskusi dikolom komentar seperti pada gambar 7 di bawah ini.



Gambar 7. Audiens berdiskusi berkaitan dengan konten *research gap*

Jumlah *share* yang tinggi pada video menunjukkan bahwa konten dianggap relevan dan bermanfaat oleh audiens. Tingginya komentar reflektif menunjukkan bahwa penonton tidak hanya menonton pasif, tapi juga memahami dan ingin tahu lebih jauh yang tentunya akan berpengaruh terhadap pengetahuan mahasiswa tentang tugas akhir (Vidyana & Atnan, 2022). Beberapa komentar apresiasi juga ditemukan dalam konten video tersebut. Hal tersebut memperkuat anggapan bahwa konten tersebut efektif dan bermanfaat. Berikut tangkapan layar terhadap komentar yang menunjukkan apresiasi ditunjukkan pada gambar 8.



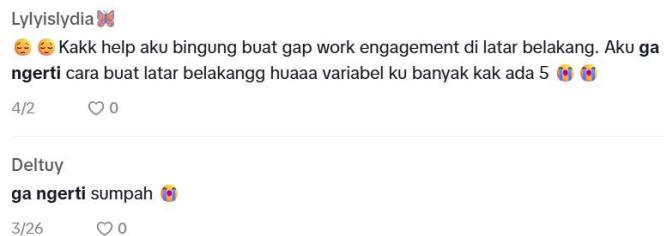
Gambar 8. Apresiasi yang diberikan penonton kepada pemilik video

Selain itu afirmasi positif juga datang dari DM TikTok yang langsung dikirimkan oleh audiens. Beberapa afirmasi positif ini merupakan bentuk komunikasi persuasif bukti perhatian dan penghargaan dari penonton (Kesuma Irawan et al., 2025). Berikut beberapa tangkapan layar yang menunjukkan masuknya afirmasi positif melalui DM TikTok pada gambar 9.



Gambar 9. Apresiasi yang diberikan penonton melalui DM TikTok

Pelaksanaan PKM ini tidak terlepas dari beberapa kendala diantaranya: 1). Durasi video terbatas sehingga penjelasan tidak bisa mendalam 2). Beberapa penonton tetap bingung meskipun sudah menonton (gambar 10) 3). Sulit menyampaikan konsep ilmiah tanpa kehilangan daya Tarik.



Gambar 10. Ditemukan penonton yang masih bingung

Terhadap beberapa kendala tersebut penulis melakukan beberapa hal yang dinilai mampu dijadikan sebagai solusi yang berkelanjutan diantaranya: 1). Membuat video lanjutan sebagai seri atau menjawab komentar dengan video 2). Memberikan ruang tanya jawab di kolom komentar dan fitur live TikTok 3). Menggunakan analogi ringan dan pendekatan visual menarik agar mudah dicerna. Video lanjutan yang merupakan seri tanya jawab dalam kolom komentar video ini telah menghasilkan 16 video lanjutan lain, baik yang berhubungan langsung dengan tema *research gap* maupun masalah lanjutan lainnya. Berikut gambar 11 yang menunjukkan beberapa contoh balasan pertanyaan dengan menggunakan video.



Gambar 11. Video lanjutan sebagai seri atau tanya jawab dari kolom komentar

Hal ini juga dijadikan wadah bagi penulis untuk terus memperluas pengabdian dengan pemanfaatan platform media sosial TikTok. Dari video-video lanjutan dari seri “Cara Menentukan *Research Gap*” juga berlanjut seri-seri lanjutan sesuai dengan pertanyaan yang muncul di kolom komentar.

4. Kesimpulan

Konten edukatif berbasis TikTok terbukti efektif dalam mengedukasi penonton tentang konsep *research gap*. Kegiatan ini tidak hanya memberikan dampak pada peningkatan literasi akademik, tapi juga berhasil menghadirkan konten positif yang mendidik di ruang digital yang dominan dengan hiburan. Hal ini menjadi bukti bahwa pengabdian masyarakat dapat dilakukan secara inovatif dan relevan melalui platform digital.

Kontribusi Penulis

KEP berperan dalam penyusunan konsep kegiatan, penyuntingan video, menyusun laporan kegiatan dan publikasi. RJS berperan dalam penyusunan konsep materi, menganalisis *engagement* video, menyusun laporan kegiatan. OPA berperan dalam penyusunan konsep

materi, dan menyusun laporan kegiatan. UNA berperan dalam pembuatan dan pengeditan video, dan menyusun laporan kegiatan.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih disampaikan kepada pengguna Platform TikTok atas dukungan dan partisipasi aktifnya.

Pendanaan

Kegiatan pengabdian ini bersumber dari pembiayaan mandiri.

Pernyataan Konflik Kepentingan

Para penulis menyatakan tidak ada konflik kepentingan dalam artikel, dan menyatakan tidak menggunakan teknologi intelelegensi buatan (*artificial intelengence*) dalam penulisan artikel ini.

Daftar Pustaka

- Asni Sari, K., & Reftantia, G. (2024). Hegemoni “Clash of Champions Ruang Guru” di Tengah Maraknya Tayangan Non Edukatif. *Iapa Proceedings Conference*, 130. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1047>
- Devi, A. A. (2022). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Media Pembelajaran. *Epistema*, 3(1), 10–17. <https://doi.org/10.21831/ep.v3i1.40990>
- Hana Apriyanti, Ira Safaat Aeni, Reva Sila Kinaya, Nasywa Hasna Nabilla, April Laksana, & Lika Mulki Latief. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 229–237. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.929>
- Hariyadi, S. (2014). Bertanya, Pemicu Kreativitas dalam Interaksi Belajar. *Jurnal Biology Science & Education*, 3(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.33477/bs.v3i2.518>
- Hasnawati, Astria, F. P., Erfan, M., & Putri, H. R. (2024). Workshop Penggunaan Aplikasi Vosviewer Dan Publish Or Perish Dalam Penentuan Research Gap Dan Novelty Pada Mahasiswa. *Indonesian Journal of Education and Community Services*, 4(1), 1–8.
- Jabu, B., Korompot, C. A., Inggris, J. B., Bahasa, F., & Sastra, D. (n.d.). *Research Gap: Pelatihan bagi Mahasiswa Prodi Pendidikan Bahasa Inggris di Universitas Negeri Makasar*.
- Kesuma Irawan, Z., Khohar, A., & Yuliani, M. (2025). Komunikasi Persuasif Live Streamer Akun TikTok @avoskinbeauty dalam Meningkatkan Direct Selling. *Jurnal Ilmiah Universitas Batanghari Jambi Lembaga Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 25(2), 1186–1198. <https://doi.org/10.33087/jiubj.v25i2.6233>
- Maimunah, I., Citradewi, A., Putro, N. B., Purba, H. N., Nitasari, N., Rodi'ah |, S., Andriani, M., Ladjar, B., Emi, |, Alfiyah, P., Noor, S., Nirmalasari, Y., Rakhmawati, I., Saidna, |, Bin Tahir, Z., & Korohama, K. E. P. (2021). *Akademisi dan Jurus Jitu Pembelajaran Daring* (A.

Wijayanto, Ed.; 1st ed.). Akademia Pustaka.
<https://doi.org/https://doi.org/10.31219/osf.io/5v8p6>

Nikmah, H., Chabibah, U., Al Irsyad, F., & Abadi, T. W. (2024). Analisis Interaksi Dan Pembentukan Kepribadian Dalam Kelompok (Studi Kasus Pada Akun Tik Tok @Komunitasparenting). *Jurnal Tahsinia*, 5(9), 1338–1352.
<https://doi.org/https://doi.org/10.57171/jt.v5i9.619>

Pardianti, M. S., Valiant, V., Sos, S., & Ikom, M. (2022). Pengelolaan Konten Tiktok Sebagai Media Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2022(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.37817/ikon.v27i2.1905>

Putri, L., Suriani, J., Alwaldi, M. A., Ananda, R., Mardhatillah, S. M. S., & Maura, W. (2024). *Analisis pemanfaatan tiktok edukasi buiramira dalam menambah pemahaman literasi mahasiswa ilmu komunikasi di UIN Suska Riau*. 1(1), 2998–0726.
<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Ramby, K. (2022). *Konsistensi Kreator Konten TikTok dalam Memproduksi Video sebagai Aplikasi Nomor Satu di App Store*. <https://repository.uin-suska.ac.id/58187/2/SKRIPSI%20GABUNGAN.pdf>

Remeng, M. D., & Claretta, D. (2023). Pengaruh tontonan konten tiktok @buiramira terhadap Kepuasan informasi dalam penyusunan skripsi mahasiswa. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 10(8). <https://doi.org/10.31604/jips.v10i8.2023.3942-3950>

telkomsel.com. (2025, May 9). *Cuma Butuh 5 Menit! Begini Cara Cek Engagement TikTok*. Telkomsel. <https://www.telkomsel.com/jelajah/jelajah-lifestyle/cuma-butuh-5-menit-begini-cara-cek-engagement-tiktok>

Vidyana, A. N., & Atnan, N. (2022). Pengaruh Konten Edukasi Tiktok Terhadap Pengetahuan Mahasiswa: Sebuah Kajian Sosiologi Pendidikan. *Jurnal Basicedu*, 6(4), 7131–7144.
<https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i4.3453>

Yanny, Mukarramah, S., & Mongkito, R. Y. S. (2024). Talk Show Pengaruh Gadget terhadap Kecerdasan dan Perilaku Anak. *Bakti : Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(2), 117–124.
<https://doi.org/10.51135/baktivol3iss2pp117-124>