



HULONDALO

JURNAL ILMU PEMERINTAHAN DAN ILMU KOMUNIKASI

Available online <https://ejournal.unisan.ac.id/index.php/jipik/index>

Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo Program Studi Ilmu Komunikasi

The Effect Of The Tiktok Application Use On The Creativity Of The Communication Science Study Program's Students At Universitas Ichsan Gorontalo

Ferdi Ente^{1*}, Dwi Ratnasari², Ariandi Saputra³

¹²³Prodi Ilmu Komunkasi, Universitas Ichsan Gorontalo, Indonesia

Email: ferdiente24@gmail.com*

Abstrak

Penerapan teknologi komunikasi yang juga dipandang sebagai penerapan prinsip komunikasi ilmiah melalui penemuan perangkat teknis di masa sekarang dimana teknologi sangat erat kaitannya dengan internet. Saat ini aplikasi yang sedang populer di kalangan remaja adalah "Tiktok". Para remaja kini menggunakan aplikasi Tiktok untuk membuat dan mengunggah video yang dibuatnya. Permasalahan inilah kemudian diangkat menjadi tema penelitian dalam artikel ini sehingga tujuannya adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap kreativitas mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survei. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah 29 orang. Metode analisis data menggunakan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok berpengaruh terhadap kreativitas mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo. Artinya, kreativitas mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo dapat dijelaskan oleh penggunaan aplikasi TikTok.

Kata kunci: Aplikasi TikTok; kreativitas; mahasiswa

Abstract

The application of communication technology is also seen as the application of scientific communication principles through the invention of technical devices in the present where technology is closely related to the internet. Currently the application that is popular among teenagers is "Tiktok". Teenagers now use the Tiktok application to create and upload the videos they make. This problem is then raised as the research theme in this article so that the aim is to find out the effect of using the TikTok application on the creativity of students of the Communication Studies Program, University of Ichsan Gorontalo. This study uses a quantitative approach using survey methods. The number of samples in this study were 29 people. Methods of data analysis using simple linear regression analysis. The results of the study show that the use of the TikTok application affects the creativity of students of the

Ichsan University Gorontalo Communication Study Program. This means that the creativity of Ichsan University Gorontalo University Communication Studies Program students' creativity can be explained by the use of the TikTok application.

Keywords: TikTok application use; creativity; students

I. PENDAHULUAN

Komunikasi memegang peranan krusial di mana pun dalam kehidupan seseorang, dengan semua orang baik secara individu maupun kelompok mengenal satu sama lain melalui komunikasi (Mulyana, 2008; Nasrullah, 2015; Rusdiana, 2017). Manusia sebagaimana makhluk sosial kita selalu ingin berasosiasi dengan manusia lain. Ia ingin tahu tentang lingkungan disekitarnya, bahkan ingin tahu apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tahu inilah yang mendorong manusia membutuhkan berkomunikasi.

Perubahan zaman yang kontemporer ini menjadi keprihatinan bersama baik dalam kehidupan sehari-hari maupun dalam komunikasi. Perubahan komunikasi saat ini sudah banyak kemajuan yang luar biasa. Banyak hal dalam lingkup kehidupan manusia yang telah berubah seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi (Rusdiana, 2017). Komunikasi sendiri dapat diartikan sebagai cara orang berbagi informasi dengan orang lain. Dengan menggunakan teknologi, komunikasi dapat terjadi tanpa adanya batasan untuk berbagi informasi.

Teknologi komunikasi adalah penerapan prinsip-prinsip ilmiah komunikasi untuk menghasilkan bahan demi efektivitas dan efisiensi proses komunikasi. Teknologi komunikasi juga dipandang sebagai penerapan prinsip komunikasi ilmiah melalui penemuan perangkat teknis untuk meningkatkan. Di masa sekarang, teknologi sangat erat kaitannya dengan internet. Internet merupakan kepanjangan dari *Interconnection Network* bisa ditafsirkan sebagai jaringan komputer universal yang luas dan besar, yang menghubungkan pengguna komputer dari satu negara ke negara lain diseluruh dunia, yang didalamnya terdapat berbagai sumber informasi. Internet memang merupakan kemajuan peradaban manusia yang luar biasa. Dengan adanya internet, aktivitas manusia sekarang tidak dapat dibatasi oleh ruang dan waktu. Seluruh bentuk informasi yang disampaikan melalui internet dapat diakses dimana saja dan kapan saja.

Salah satu hal yang hebat tentang internet adalah tidak ada batasan negara, ras, kelas, ekonomi, ideologi atau faktor lain apapun yang biasanya menghalangi pertukaran ide. Internet sangat demokratis dan memiliki kode etik yang dihormati. Pesatnya perkembangan teknologi internet seakan menghilangkan jarak antara ruang dan waktu, kita bisa terhubung dengan masyarakat dunia dimana dan kapan saja untuk mencari atau berbagi informasi maupun berpartisipasi atau menciptakan dan menyalurkan berbagai ide melalui media sosial (Fitri; Annisa Nurintha, 2021; Nasrullah, 2015; Ramdani et al., 2021; Setiadi; Ahmad Setiadi, 2012). Dengan banyaknya media sosial seperti aplikasi Instagram, Youtube dan

sebagainya menjadikannya sangat populer diberbagai kalangan terutama pada kalangan remaja. Aplikasi tersebut menyajikan video-video yang unik dan lucu yang dibagikan oleh para pengguna lainnya sehingga dapat menghibur.

Belakangan ini terdapat aplikasi yang sangat populer di kalangan remaja saat ini yakni aplikasi "Tiktok". Para remaja saat ini menggunakan aplikasi tiktok untuk membuat video dan mengunggahnya (Chotijah Fanaqi, 2021; Elfira, 2019; Ramdani et al., 2021; Rizkiani & Tamburian, 2022; Suhardiman & Muhammad kamaluddin, 2022; Tiktok & Rafina, 2022). Banyak remaja termasuk para mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo yang mengunduh aplikasi tersebut, terutama konten edukasi seputar penulisan tugas akhir atau skripsi, pelaksanaan sidang proposal dan sidang skripsi, dan menggunakannya sebagai ajang eksistensi diri dengan membuat video-video yang menarik dan sekreatif mungkin.

Mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo membuat video dengan berbagai macam *genre*, mulai dari video parodi, video joget, tutorial, *lypsync* suara dan menirukan berbagai gerakan. Tidak hanya itu, mereka juga dapat membuat video edukasi pendidikan (sidang ujian proposal dan skripsi), dengan cara mereka sendiri dengan menggunakan beberapa fitur aplikasi Tiktok. Mereka dapat menuangkan ide kreatifnya untuk mendapatkan *viewers* dan *likers* yang tinggi.

Permasalahan dalam artikel ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo sehingga tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo. Persamaan dengan penelitian sebelumnya ada pada penggunaan aplikasi tiktok sedangkan perbedaannya terdapat pada lokasi dan organisasinya.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo. Adapun yang menjadi lokasi penelitian yaitu Universitas Ichsan Gorontalo yang bertempat di Jl. Drs. Achmad Nadjamudin Nomor 10 Kecamatan Dulalowo Timur, Kota Tengah, Kota Gorontalo.

Penelitian merupakan kegiatan seseorang atau kelompok yang mencari suatu kebenaran terhadap suatu kejadian atau fakta yang terjadi. Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survey. Pendekatan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik (Sugiyono, 2013, 2014, 2016, 2018b, 2018a). Metode ini digunakan apabila masalah merupakan pentimpangan antara yang seharusnya dengan yang terjadi, antara aturan dan pelaksanaan, antara teori dan praktik, antara rencana dan pelaksanaan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dua variabel, yaitu satu variabel dependen dan satu variabel independen (Rizkiani & Tamburian, 2022; Zayyan & Saino, 2021). Analisis regresi pada dasarnya adalah studi mengenai ketergantungan satu variabel dependen dengan satu variabel independen dengan tujuan untuk mengistemasi dan atau prediksi rata-rata populasi atau nilai rata-rata variabel dependen berdasarkan nilai independen yang diketahui (Arikunto, 2006, 2010; Riduwan, 2018).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dipimpin oleh Dekan, dan dibantu oleh 2 (dua) wakil masing-masing Wakil Dekan Bidang Akademik dan Wakil Dekan Bidang Administrasi dan Keuangan. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik membina dua program studi, yakni Program Studi Ilmu Pemerintahan dan Program Studi Ilmu Komunikasi. Dalam sistem organisasi, program studi dipimpin oleh seorang ketua Program Studi dan dibantu oleh seorang sekretaris program studi. Tugas ketua Program Studi adalah menyelenggarakan proses belajar mengajar pada tingkat Program Studi, memimpin rapat-rapat Program Studi, serta kegiatan-kegiatan lainnya pada tingkat Program Studi. Melibatkan partisipasi para civitas akademika.

Partisipasi civitas akademika dalam pengembangan kebijakan ialah aktif menjadi penasehat akademika mahasiswa, membimbing dalam penulisan karya ilmiah mahasiswa, dan menjadi supervisi dalam kegiatan praktek kuliah kerja lapang plus (KKLP). Di samping itu, civitas akademika juga aktif memberikan masukan dalam perbaikan kurikulum program studi. Aktif dalam kegiatan penelitian, dan melanjutkan studi ke jenjang strata dua (S2) dan strata tiga (S3).

A. HASIL PENELITIAN

Dalam penelitian kuantitatif, kuesioner yang diedarkan dan akan dijawab oleh responden, terlebih dahulu harus diuji validitas dan reliabilitasnya untuk memastikan bahwa daftar pertanyaan yang dimuat dalam kuesioner, memang handal untuk dijadikan alat pengumpul data. Berikut akan diuraikan hasil uji validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian.

a). Uji Validitas Instrumen

Validitas instrumen penelitian menunjukkan sejauhmana nilai yang diperoleh benar-benar menyatakan hasil pengukuran/pengamatan yang ingin diukur. Cara mengukur validitas kuesioner yaitu dengan mencari korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total menggunakan rumus *korelasi product moment*. Adapun hasil uji validitas kuesioner dapat dilihat pada tabel 1.

Tabel 1. Uji validitas penggunaan aplikasi tiktok (X)

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel = 0,404	Keputusan
Aplikasi tiktok (variabel X)	1	0.586	0,404	valid
	2	0.632	0,404	valid
	3	0.745	0,404	valid
	4	0.486	0,404	valid
	5	0.786	0,404	valid
	6	0.641	0,404	valid

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel 1, dapat dilihat bahwa untuk validitas penggunaan aplikasi tiktok (variabel X) diajukan enam pertanyaan. Keenam pertanyaan tersebut, semuanya hasil nilai r hitung lebih besar daripada nilai t tabel atau nilai r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian dapat diputuskan bahwa keenam pertanyaan untuk indikator penggunaan aplikasi tiktok (variabel X), semuanya dinyatakan valid.

Tabel 2. Uji validitas kreativitas mahasiswa (Y)

Variabel	Pertanyaan	r hitung	r tabel = 0,404	Keputusan
Kreativitas mahasiswa (Y)	1	0.571	0,404	valid
	2	0.746	0,404	valid
	3	0.596	0,404	valid
	4	0.508	0,404	valid
	5	0.485	0,404	valid
	6	0.586	0,404	valid
	7	0.692	0,404	valid
	8	0.453	0,404	valid

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel 2 dapat dilihat bahwa untuk validitas kreativitas mahasiswa (Y) diajukan delapan pertanyaan. Kedelapan pertanyaan tersebut, semuanya menunjukkan bahwa hasil nilai r hitung lebih besar daripada nilai t tabel atau nilai r hitung $>$ r tabel. Dengan demikian dapat diputuskan bahwa ke

delapan pertanyaan untuk indikator kreativitas mahasiswa (Y), semuanya dinyatakan valid.

b). Uji Reliabilitas Instrumen

Reliabilitas suatu kuesioner penelitian menunjukkan bahwa kuesioner tersebut terpercaya dan handal untuk digunakan dalam mengukur indikator penelitian. Dalam penelitian ini, uji *reliabilitas* menggunakan *Cronbach Alpha*, dengan ketentuan, jika nilai *Cronbach Alpha* lebih besar dari pada nilai keofisiennya *reliabilitas* yakni 0,60, maka dinyatakan bahwa kuesioner tersebut reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas kuesioner.

Tabel 3. Uji reliabilitas aplikasi tiktok (X)

Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
0.855	6

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel 3 dapat dilihat bahwa ada 6 pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner untuk mengukur indikator aplikasi tiktok (variabel X) dan nilai Cronbach's Alphanya sebesar 0,855. Nilai ini lebih besar dari nilai keofisien reliabilitasnya yakni 0,60 ($Cronbach's\ Alpha = 0,855 > 0,60$). Dengan demikian dapat diputuskan bahwa semua pertanyaan aplikasi tiktok (variabel X) dinyatakan reliabel.

Tabel 4. Uji reliabilitas kreativitas mahasiswa (Y)

Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
0.788	8

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel 4 dapat dilihat bahwa ada 8 pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner untuk mengukur indikator kreativitas mahasiswa (variabel Y) dan nilai Cronbach's Alphanya sebesar 0,788. Nilai ini lebih besar dari nilai keofisien reliabilitasnya yakni 0,60 ($Cronbach's\ Alpha = 0,788 > 0,60$). Dengan demikian dapat diputuskan bahwa semua pertanyaan kreativitas mahasiswa (variabel Y) dinyatakan reliabel.

B. DESKRIPSI VARIABEL PENELITIAN

Berdasarkan hasil olahan kuesioner yang telah diedarkan dan dijawab oleh responden, maka terlebih dahulu akan diuraikan analisis deskriptif mengenai variabel X dan Y. Adapun deskripsi atau gambaran jawaban

responden terhadap masing-masing pertanyaan untuk masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

a). Distribusi jawaban responden tentang penggunaan aplikasi tiktok (X)

Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan delapan pertanyaan untuk mengukur aplikasi tiktok (variabel Y), melalui kuesioner kepada responden sebanyak 26 orang. Hasil jawaban responden bahwa tanggapan reponden tentang pesan yang disampaikan komunikator mudah dipahami, sebagian besar responden yakni sebanyak 12 orang atau 46,2% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden dapat memahami pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok. Tanggapan responden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi harus sama-sama saling mengerti fungsinya masing-masing dapat dilihat bahwa tanggapan reponden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi harus sama-sama saling mengerti fungsinya masing-masing, sebagian besar responden yakni sebanyak 11 orang atau 42,3% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden dan komunikator (pemeran tiktok) saling mengerti fungsinya masing-masing. Tanggapan responden tentang komunikasi berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak dapat dilihat bahwa tanggapan reponden tentang komunikasi berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak, sebagian besar responden yakni sebanyak 9 orang atau 34,6% mengatakan sangat setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasi antara komunikator (pemeran tiktok) dan komunikasi berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak. Tanggapan responden tentang terjadi perubahan pada perilaku komunikasi setelah setelah menonton tiktok dapat dilihat bahwa tanggapan reponden tentang terjadi perubahan pada perilaku komunikasi setelah setelah menonton tiktok, sebagian besar responden yakni sebanyak 11 orang atau 42,3% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa terjadi perubahan perilaku komunikasi setelah setelah menonton tiktok. Tanggapan responden tentang dapat meningkatkan kadar hubungan interpersonal antara komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi (mahasiswa) dapat dilihat bahwa tanggapan reponden tentang dapat meningkatkan kadar hubungan interpersonal antara komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi, sebagian besar responden yakni sebanyak 15 orang atau 57,7%. Hal ini berarti bahwa tiktok yang dilihat dapat meningkatkan kadar hubungan interpersonal antara komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi. Tanggapan responden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi memiliki persepsi yang sama tentang pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok dapat dilihat bahwa tanggapan reponden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi memiliki persepsi yang sama tentang pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok, sebagian

besar responden yakni sebanyak 11 orang atau 42,3% mengatakan ragu-ragu. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden masih ragu jika komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasikan memiliki persepsi yang sama tentang pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok (Olahan Kuesioner Aplikasi SPSS, 2023).

b). Distribusi jawaban responden tentang kreativitas mahasiswa (Y)

Dalam penelitian ini, peneliti mengajukan delapan pertanyaan untuk mengukur kreativitas mahasiswa (variabel Y), melalui kuesioner kepada responden sebanyak 26 orang. Hasil jawaban responden dapat disajikan sebagai berikut: Tanggapan responden tentang komunikasikan memiliki kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang komunikasikan memiliki kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan, sebagian besar responden yakni sebanyak 10 orang atau 38,5% mengatakan sangat setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasikan memiliki kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan setelah menonton tiktok. Tanggapan responden tentang komunikasikan memiliki kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang komunikasikan memiliki kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan, sebagian besar responden yakni sebanyak 11 orang atau 42,3% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasikan memiliki kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan setelah menonton tiktok. Tanggapan responden tentang komunikasikan memiliki kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang komunikasikan memiliki kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru, sebagian besar responden yakni sebanyak 14 orang atau 53,8% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasikan memiliki kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru setelah menonton tiktok. Tanggapan responden tentang komunikasikan memiliki kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai setiap kejadian dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang komunikasikan memiliki kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai setiap kejadian, sebagian besar responden yakni sebanyak 12 orang atau 46,2% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa setelah menonton tiktok, komunikasikan memiliki kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai setiap kejadian. Tanggapan responden tentang ada rasa ingin tahu dalam diri komunikasikan setelah menonton tiktok dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang ada rasa ingin tahu dalam diri komunikasikan setelah menonton tiktok, sebagian besar responden yakni sebanyak 14 orang atau 53,8% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa setelah menonton tiktok, ada rasa ingin tahu dalam diri komunikasikan. Tanggapan responden tentang muncul gagasan kreatif dalam diri komunikasikan setelah menonton tiktok dapat dilihat bahwa tanggapan

responden tentang muncul gagasan kreatif dalam diri komunikasi setelah menonton tiktok, sebagian besar responden yakni sebanyak 14 orang atau 53,8% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa setelah menonton tiktok, muncul gagasan kreatif dalam diri komunikasi. Tanggapan responden tentang ada keberanian mengambil keputusan dan risiko setelah menonton tiktok dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang ada keberanian mengambil keputusan dan risiko setelah menonton tiktok, sebagian besar responden yakni sebanyak 9 orang atau 34,6% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa setelah menonton tiktok, komunikasi memiliki keberanian mengambil keputusan dan risiko. Tanggapan responden tentang menunjukkan sikap sopan dan mendengar apa yang dikatakan orang lain (pemeran tiktok) dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang menunjukkan sikap sopan dan mendengar apa yang dikatakan orang lain (pemeran tiktok), sebagian besar responden yakni sebanyak 13 orang atau 50,0% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasi menunjukkan sikap sopan dan mendengar apa yang dikatakan orang lain sebagai pemeran tiktok (Olahan Kuesioner Aplikasi SPSS, 2023).

C. ANALISIS KORELASI, UJI HIPOTESIS DAN REGRESI SEDERHANA

a). Analisis Korelasi dan Pengujian Hipotesis

Analisis korelasi dilakukan untuk mengetahui besarnya hubungan (korelasi) antara dua variabel yang diteliti yakni aplikasi (variabel X) dan kreativitas mahasiswa (variabel Y). Penelitian ini menggunakan uji analisis korelasi product moment. Dengan menggunakan analisis korelasi product moment yang dapat dilihat pada tabel tersebut, dapat diketahui bahwa besaran korelasi $r = 0,795$, dengan tingkat signifikansi 0,05 dan jumlah N atau sampel sebesar 26 orang. Selanjutnya perhatikan tabel model summary untuk mengetahui tingkat signifikansi antara kedua variabel dan besaran r^2 . Tingkat signifikansi antara aplikasi tiktok (X) dan kreativitas mahasiswa (Y) diketahui bahwa hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara aplikasi tiktok (variabel X) dan kreativitas mahasiswa (variabel Y) adalah $r = 0,795$. Kemudian, untuk mengetahui pengaruh aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo, menghasilkan nilai R square, yakni sebesar 0,632 atau 63,2% (Olahan Kuesioner Aplikasi SPSS, 2023).

Dengan demikian dapat dikatakan bahwa 63,2% kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo dapat diterangkan oleh aplikasi tiktok (variabel X).

b). Analisis Regresi Sederhana

Analisis regresi sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk meramalkan atau memprediksi kreativitas mahasiswa (variabel Y) apabila

aplikasi tiktok (variabel X) dapat diketahui. Setelah melakukan uji analisis regresi terhadap dua variabel penelitian, didapatkan hasil sebagai berikut: Koefisien aplikasi tiktok (X) dan kreativitas mahasiswa (Y) memperlihatkan hasil koefisien antara aplikasi tiktok (X) dan kreativitas mahasiswa (Y), yang dapat digunakan untuk membuat persamaan struktural regresi sederhana sebagai berikut:

$$\begin{aligned}\hat{Y} &= a + b \cdot X \\ \hat{Y} &= 12,295 + 0,865 \cdot X\end{aligned}$$

Persamaan struktural tersebut bermakna bahwa konstanta sebesar 12,295 menyatakan bahwa jika tidak ada kenaikan nilai dari aplikasi tiktok (variabel X), maka nilai kreativitas mahasiswa (variabel Y) adalah 12,295. Koefisien regresi sebesar 0,865 menyatakan bahwa setiap penambahan (karena tanda +) satu skor atau nilai aplikasi tiktok (variabel X) akan memberikan kenaikan skor sebesar 0,865.

Selanjutnya, uji t untuk menguji signifikansi konstanta dan kreativitas mahasiswa (variabel Y). Kriteria uji koefisien regresi dari aplikasi tiktok (variabel X) terhadap kreativitas mahasiswa (variabel Y), yakni: Hipotesis yang diajukan dalam bentuk kalimat.

Ho : Tidak ada pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo.

Ha : Ada pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo.

Kemudian untuk mengetahui signifikansi regresi sederhana bandingkan antara nilai probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas *Sig* sebagai berikut.

- a) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih kecil atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \leq \text{Sig}$), maka Ho diterima dan Ha ditolak, artinya tidak signifikan.
- b) Jika nilai probabilitas 0,05 lebih besar atau sama dengan nilai probabilitas *Sig* atau ($0,05 \geq \text{Sig}$), maka Ho ditolak dan Ha diterima, artinya signifikan.

Keputusan pengujian: kolom *Sig* (signifikansi) dapat diketahui bahwa *coefficients* variabel YX, ternyata nilai probabilitas $\text{Sig} = 0,000$ lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $0,05 > 0,000$, maka Ho ditolak dan Ha diterima (Olahan Kuesioner Aplikasi SPSS, 2023). Artinya koefisien regresi adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa :

Ha : Ada pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo, diterima.

D. PEMBAHASAN

Teknologi informasi terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kondisi ini tentunya tentunya berdampak pada aktivitas komunikasi yang

mengarah pada perubahan interaksi dengan memanfaatkan media komunikasi berbasis teknologi. Beberapa alat utama dalam menyebarkan informasi pada saat ini ialah internet dan media sosial, yang sedikit banyak telah mengubah wajah media secara menyeluruh. Artinya, seiring dengan pesatnya kemajuan teknologi informasi, maka masyarakatpun banyak menggunakan media sebagai alat dalam berkomunikasi, seperti media sosial yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat melalui jaringan internet. Pada umumnya menurut (Setiadi; Ahmad Setiadi, 2012) masyarakat umum memanfaatkan media sosial untuk berbagi pesan yang berupa berita atau informasi, gambar atau foto, atau bahkan tautan video.

Media sosial dipilih masyarakat karena alat ini, selain bisa diakses di perangkat komputer, juga dapat diakses masyarakat melalui smartphone atau telepon pintar, sehingga dapat mempermudah masyarakat untuk mengaksesnya kapan saja dan dimanapun mereka berada atau beraktivitas. Media sosial saat ini merupakan alat komunikasi yang paling digemari oleh masyarakat dalam memperkenalkan kesenian maupun hiburan, dan tidak dapat ditolak kehadirannya di tengah-tengah aktivitas masyarakat sehari-hari. Media sosial juga merupakan perpanjangan lidah masyarakat sebagai pelaksanaan hak dan kebebasan mengeluarkan pendapat, dan juga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk kepentingan ekonomi, sosial dan aktivitas politik dan keagamaan (Fitri; Annisa Nurintha, 2021; Mailoor et al., 2017; Nasrullah, 2015; Ramdani et al., 2021; Setiawati et al., 2023).

Di kalangan mahasiswa, media sosial dapat dimanfaatkan sebagai alat komunikasi dalam pembelajaran mandiri dan pertukaran berita, karena memiliki jangkauan yang luas dan relatif cepat. Salah satu media sosial yang digemari oleh kalangan mahasiswa ialah tiktok. Tiktok merupakan salah satu media yang paling banyak menarik perhatian banyak kalangan, mulai dari kalangan anak-anak, remaja, mahasiswa hingga kalangan tua, dimana kebanyakan dari mereka menggunakan aplikasi tiktok sebagai media hiburan semata atau sebagai media pembelajaran. Aplikasi tiktok merupakan aplikasi yang dapat memberikan pengaruh khusus yang unik dan menarik dan dapat digunakan oleh siapa saja sebagai penggunaan aplikasi. Dengan aplikasi tiktok, para pengguna dapat membuat video-video pendek (memuat konten pendidikan, fashion, kuliner, dan konten menarik lainnya) sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan yang keren dan dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Dalam video tiktok tersebut, komunikasi dapat menyaksikan berbagai ekspresi masing-masing pembuat tiktok.

Penggunaan aplikasi tiktok (Adawiyah, 2020; Buana & Karawang, 2023; Elfira, 2019; Patimah, 2023; Tiktok & Rafina, 2022) yang digunakan sebagai media untuk mengekspresikan diri melalui video pendek secara intens, dapat menjadi pribadi yang kreatif dengan membagikan masukan berupa saran atau tips-tips yang unik atau bahkan inovasi terbaru yang diketahui. Dengan demikian, pemanfaatan aplikasi tiktok dapat melatih diri

untuk menjadi pribadi yang kreatif dan penuh inovasi. (Fitri et al., 2021) semakin sering mahasiswa membuat konten di aplikasi tiktok, maka kreativitas akan semakin terasah. Tentunya peningkatan kreativitas tersebut, juga harus didukung oleh pengalaman dan pembelajaran mengenai konten yang dibuat, sehingga mahasiswa yang memanfaatkan aplikasi tiktok juga akan terbawa pada kreativitas.

Hasil penelitian tentang aplikasi tiktok dan kreativitas mahasiswa menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi tiktok berpengaruh terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo sebesar 0,632 atau 63,2% dan termasuk kategori kuat berdasarkan interpretasi koefisien korelasi (Olahan Kuesioner Aplikasi SPSS, 2023). Dengan demikian dapat dikatakan bahwa pemanfaatan aplikasi tiktok oleh kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2022 dapat menimbulkan kreativitas mahasiswa, seperti berupaya menemukan cara belajar yang efektif, ada gagasan-gagasan baru terkait permasalahan sosial dan pendidikan, dan gagasan dalam mengevaluasi atau menilai setiap kejadian yang dialami atau bahkan menjadi pembuat konten tiktok. Kreativitas mahasiswa tersebut timbul setelah menemukan hal terbaru setelah menonton video tiktok yang menimbulkan keinginan untuk membuat sebuah hal baru namun berbeda dengan yang sudah ada sebelumnya, yang tentunya memiliki bermacam manfaat untuk mahasiswa yang bersangkutan. Hal ini sesuai dengan pendapat (Oktavia, 2014) yang mengatakan bahwa kreativitas merupakan hasil karya terbaru. Artinya terbaru untuk dunia ilmiah maupun budaya serta terbaru juga untuk individu yang bersangkutan. Saat ini, kreativitas semakin berkembang dan sudah semakin banyak individu yang mulai mengasah kreativitasnya untuk mengembangkan kemampuan diri pribadi guna bersaing dalam segala bidang kehidupan.

Pada masa ini, penggunaan aplikasi tiktok, tidak hanya dijadikan sebagai media hiburan semata, akan tetapi juga sudah dimanfaatkan sebagai media pendidikan (edukasi), seperti edukasi mengenai penyusunan tugas-tugas perkuliahan, penyusunan skripsi untuk mahasiswa tingkat sarjana. Beragam content kreator yang terkait penyajian konten pengetahuan seputar penulisan tugas akhir (Putry, H. M. E., & Muassomah, 2021) Dari website tiktok <https://www.tiktok.com/forgood> TikTok menjelaskan bahwa mereka memiliki program khusus yang bernama TikTok for good, dimana di dalamnya ada campaign yang dirancang untuk mendukung program ini dan salah satu campaignnya adalah #EduTok. Campaign #EduTok ini menantang pengguna untuk membuat konten pendidikan dan motivasi di berbagai tema edukasi.

Aplikasi tiktok merupakan salah satu aplikasi media social yang memberikan efek spesial, unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi tersebut dengan mudah untuk membuat video pendek yang bagus dan bisa menarik perhatian banyak orang yang menontonnya. Penggunaan aplikasi tiktok juga dapat mendorong kreativitas penggunaanya

menjadi pembuat konten, kemudian menyebarkan hasil konten berupa video edukasi tersebut kepada aplikasi media social lainnya, seperti twitter, Instagram, dan sebagainya, sehingga bisa saja si pembuat konten menjadi lebih dikenal banyak orang.

IV KESIMPULAN

Simpulan dari penelitian ini adalah penggunaan aplikasi tiktok berpengaruh terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo dapat diterangkan oleh aplikasi tiktok. Kreativitas mahasiswa tersebut yakni berupaya menemukan cara belajar yang efektif, ada gagasan-gagasan baru terkait permasalahan sosial dan pendidikan, dan gagasan dalam mengevaluasi atau menilai setiap kejadian yang dialami atau bahkan menjadi pembuat konten tiktok. Sebagai saran mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2022 dalam penggunaan aplikasi tiktok sebaiknya hanya menonton aplikasi tiktok yang berkaitan dengan edukasi atau pendidikan saja agar bisa memberikan dampak positif pada pengembangan ilmu pengetahuan mahasiswa yang bersangkutan. Kemudian, penggunaan aplikasi tiktok sebaiknya hanya dilakukan pada waktu luang saja, jangan terlalu sering menggunakan aplikasi tiktok karena akan berdampak pada kecanduan aplikasi tersebut. Peneliti juga menyarankan agar memilih video tiktok yang dianggap menyenangkan agar komunikasi berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak, karena suasana yang menyenangkan tersebut merupakan manfaat intrinsik (dari dalam diri diri) yang didapatkan dalam berkomunikasi melalui penggunaan teknologi, termasuk aplikasi tiktok.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi VI (ed.)). Jakarta : PT Rineka Cipta.
- Buana, U., & Karawang, P. (2023). *Analisis Dampak Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Buana Perjuangan Karawang Angkatan 2020*. 2(3).
- Chotijah Fanaqi. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 105–130.
- Elfira, A. (2019). *Dampak Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Remaja Di Kelurahan Cikoro Kecamatan Tompobulu Kabupaten Gowa*.
- Fitri; Annisa Nurintha. (2021). Pengaruh media sosial tiktok terhadap

- keaktivitas mahasiswa ilmu komunikasi universitas negeri jakarta angkatan 2019. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1).
- Fitri, A. N., Pertiwi, L. B., & Sary, M. P. (2021). Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019 [The Impact of Tiktok Social Media on the Creativity of Communication Studies Students, Jakarta State University Class of 2019]. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, 13(1), 37–46.
- Mailoor, A., Senduk, J. J., & Londa, j w. (2017). Pengaruh penggunaan media sosial. *Jurnal Acta Diurna*, VI(1), 1–10.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioeknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Oktavia, Y. (2014). Usaha kepala sekolah dalam meningkatkan kreativitas guru dalam pembelajaran di sekolah dasar. *..Urnal Administrasi Pendidikan*, 2(1), 808– 831.
- Olahan Kuesioner Aplikasi SPSS. (2023). *Olahan Kuesioner*.
- Patimah, L. (2023). *Pengaruh Media Sosial dengan Menggunakan Aplikasi Tiktok terhadap Hasil Belajar Matematika*. 12(1), 311–319. <https://doi.org/10.35194/jp.v12i1.2917>
- Putry, H. M. E., & Muassomah, M. (2021). *Tiktok Application as a Project Based Arabic Learning Media*. *ALSINATUNA*. 6(2), 139–154. <https://doi.org/10.28918/alsinatuna.v7i2.3286>
- Ramdani, N. S., Nugraha, H., & Hadiapurwa, A. (2021). Potensi Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Dalam Pembelajaran Daring. *Akademika*, 10(02), 425–436. <https://doi.org/10.34005/akademika.v10i02.1406>
- Riduwan. (2018). *Metode dan Teknik Menyusun Tesis*. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Rizkiani, F., & Tamburian, D. (2022). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok terhadap Kreativitas Murid SMA Yuppentek 1 Tangerang di Masa Pandemi. *Kiwari*, 1(2), 252. <https://doi.org/10.24912/ki.v1i2.15516>
- Rusdiana, Z. M. (2017). *Komunikasi dan Teknologi Informasi Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Setiadi; Ahmad Setiadi. (2012). *Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi*. *Jurnal AMIK BSI Kerawang*.
- Setiawati, T., Krisnawati, M., & Yuliani, F. (2023). *Pengaruh Pemanfaatan Tik Tok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan Universitas Negeri Semarang*. 12(1), 11–20.
- Sugiyono. (2013). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.

- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta cv.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018a). *Memahami penelitian kualitatif*. Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2018b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif R&D*. Alfabeta.
- Suhardiman, A., & Muhammad kamaluddin, M. kamaluddin. (2022). Literasi Digital Mahasiswa Pengguna Tiktok Di Universitas Muhammadiyah Cirebon. *Jurnal Komunikasi Pemberdayaan*, 1(1), 42–53. <https://doi.org/10.47431/jkp.v1i1.171>
- Tiktok, D. A., & Rafina, S. (2022). *Terhadap Kemampuan Kognitif Mahasiswa Universitas Medan Area Skripsi Oleh : Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Medan Area Medan Skripsi Diajukan sebagai syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universi*.
- Zayyan, S., & Saino. (2021). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Promosi Dan Trend Glow Up Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan. *Jurnal Manajemen*, Vol 13(No 2), 282–291.