

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO PRORAM
STUDI ILMU KOMUNIKASI**

Oleh
FERDI ENTE
NIM : S2217032

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Syarat Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



**PROGRAM SARJANA
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
2023**

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA UNIVERSITAS
ICHSAN GORONTALO PRORAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI

Oleh
FERDI ENTE
NIM: S2217032

SKRIPSI

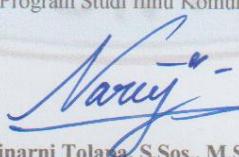
Pembimbing 1


Dwi Ratnasari, S.Sos., M.I.Kom
NIDN : 0928068903

Pembimbing 2


Ariandi Saputra, S.Pd,MAP
NIDN : 1602058701

Mengetahui
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


Minarni Tolana, S.Sos., M.Si
NIDN: 0922047803

HALAMAN PERSETUJUAN

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK
TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA UNIVERSITAS
ICHSAN GORONTALO PRORAM STUDI ILMU
KOMUNIKASI

Oleh

FERDI ENTE
NIM: S2217032

SKRIPSI

Skripsi ini telah memenuhi syarat dan disetujui
oleh tim pengaji pada tanggal, 6 Juni 2023

Tim Pengaji :

1. Dr. Andi Subhan, S.S., M.Pd
2. Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si
3. Ramansyah, S.Sos., M.I.Kom
4. Dwi Ratnasari, S.Sos., M.I.Kom
5. Ariandi Saputra, S.Pd., M.A.P



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ferdi Ente

NIM : S2217032

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo Program Studi Ilmu Komunikasi” adalah benar-benar asli/ merupakan karya sendiri dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar sarjana baik Universitas Ichsan Gorontalo maupun perguruan tinggi lainnya
2. Skripsi ini murni gagasan rumusan dan penelitian sendiri tanpa bantuan dari pihak lain kecuali arahan dan saran dari pembimbing dan pengaji
3. Dalam skripsi ini, tidak terdapat karya atau pendapat yang dipublikasikan orang lain kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka
4. Pernyataan ini dibuat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terbukti pernyataan yang saya buat tidak benar, maka saya bersedia sanksi akademik yang berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh

Gorontalo, Juni 2023

Yang Membuat Pernyataan



Ferdi Ente

ABSTRACT

FERDI ENTE. S2217032. THE EFFECT OF THE TIKTOK APPLICATION USE ON THE CREATIVITY OF THE COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM'S STUDENTS AT UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

This research aims to find the effect of the TikTok application use on the creativity of the Communication Science Study Program's students at Universitas Ichsan Gorontalo. This research employs a quantitative approach using a survey method. The number of samples in this study is 29 people. The data analysis method uses simple linear regression analysis. The results of the research indicate that the use of the TikTok application use affect the creativity of the Communication Science Study Program's students at Universitas Ichsan Gorontalo. It means that the creativity of the Communication Science Study Program's students at Universitas Ichsan Gorontalo can be explained by the TikTok application use.

Keywords: *TikTok application use, creativity, students*

Keywords : *TikTok application use, creativity, students*

ABSTRAK

FERDI ENTE. S2217032. PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

Penelitian ini bertujuan 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: penggunaan aplikasi TikTok, kreativitas, mahasiswa

Motto dan Persembahan

MOTTO

“Tidak pernah ada kata terlambat untuk menjadi apa yang kamu inginkan”

-Nepoleon Hill-

PERSEMBAHAN

Syukurku kepada Allah Subhanallahu Wa Ta’ala atas segala Rahmat dan Hidayah dalam menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Skripsi ini aku persembahkan untuk Ayahku dan Ibuku tercinta yang selalu menyemangati dan membantu seluruh perjuanganku selama ini. Semoga Allah Subhanallahu Wa Ta’ala senantiasa memberi umur panjang dan membalas semua kebaikan dan pengorbanan kalian dengan kesehatan dan pahala yang tiada hentinya. Aamiin

Terima kasih tak terhingga kepada Ibu Dwi Ratnasari, S.Sos., M.I.Kom dan Bapak Ariandi Saputra, S.Pd., MAP selaku pembimbing dalam penyelesaian skripsi ini serta para dosen penguji. Semoga Allah Subhanallahu Wa Ta’ala membalas segala lelahnya menjadi pahala yang akan menjadi pemberat timbang amal baik di akhirat. Aamiin.

Tidak lupa kepada teman seperjuangan angkatan 2017, terima kasih untuk segalanya.

KATA PENGANTAR

Tidak ada kata yang peneliti dapat ungkapkan selain puji syukur kepada ALLAH SUBHANA WATAALA atas limpahan nikmat kesehatan dan waktu sehingga skripsi yang sederhana dengan judul **PENGARUH APLIKASI TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO PRORAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**, dapat terselesaikan.

Banyak hambatan dan tamtangan yang peneliti hadapi, namun berkat dukungan doa dan materi dari orang tua ayahanda Harnan Ente dan ibunda Ratna Haliu, keluarga, dan teman-teman kulia, akhirnya peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Dalam kesempatan ini, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada bapak dan ibu dosen yang telah banyak memberikan arahan dan masukan, baik dosen-dosen penguji dan terutama sekali dosen pembimbing dalam penyelesaian Skripsi ini.

Pada kesempatan ini pula, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Juriko Abdussamad, M.Si selaku ketua Yayasan pengembangan ilmu pengtahuan dan teknologi (YPIPT) Universitas Ichsan Gorontalo.
2. Bapak Dr. Abdul Gaffar Latjokke, M.Si, selaku Rektor Universitas Ichsan Gorontalo.

3. Bapak Dr. Moch. Sakir. S.Sos, S.I.Pem., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo.
4. Ibu Minarni Tolapa, S.Sos., M.Si selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik.
5. Ibu Dwi Ratnasari, S.Sos., M.I.Kom selaku pembimbing I dalam penulisan Skripsi ini, yang telah banyak mengarahkan dan memberikan koreksi perbaikan.
6. Bapak Ariandi Saputra, S.Pd., M.AP selaku Pembimbing II yang juga telah mengarahkan dan memberikan masukan perbaikan Skripsi ini.
7. Terima kasih juga peneliti ucapan kepada seluruh Dosen Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo, yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada peneliti, dan staf yang telah membantu pengurusan administrasi selama menempuh perkuliahan.
8. Semua saudara, teman sekaligus sahabat yang senantiasa berdiskusi selama menempuh Pendidikan di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo.

Akhirnya, peneliti berharap semoga Skripsi ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang berkesempatan membacanya. Dan mohon maaf kepada semua pihak atas khilaf yang tidak sengaja dilakukan. Wassalam.

Gorontalo, 1 Juni 2023

(Penulis)

DAFTAR ISI

Oleh	1
SKRIPSI.....	1
 <i>ABSTRACT</i>	5
 ABSTRAK	6
	7
 KATA PENGANTAR	8
 DAFTAR ISI	10
 DAFTAR TABEL	13
 BAB 1	1
 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	3
1.3 Tujuan Penelitian	3
1.4 Manfaat Penelitian	4
 BAB II	5
 TINJAUAN PUSTAKA	5
2.1 Pengertian Komunikasi	5
2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	7
2.1.3 Fungsi Komunikasi	8
2.1.4 Teknologi Komunikasi.....	9
2.2 Internet	10
2.3 Media Sosial.....	10
2.4 Aplikasi Tiktok	11
2.5 Kreativitas	13

2.6 Kerangka Pikir	16
2.7 Hipotesis.....	18
BAB III.....	19
OBJEK DAN METODE PENELITIAN	19
3.1 Objek penelitian	19
3.2 Lokasi dan waktu penelitian.....	19
3.3 Metode Penelitian.....	19
3.4 Operasionalisasi variabel	20
3.5 Populasi	21
3.6 Sampel21	
3.7 Instrumen Penelitian.....	22
3.7.1 Uji Validitas	22
3.7.2 Uji Reabilitas.....	23
3.8 Teknik Analisis Data.....	24
$\Sigma Y (\sum X^2) - \sum n \sum X^2 - (\sum)^2$	25
$n \sum XY - \sum n \sum X^2 - (\sum)$	25
BAB IV	26
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	26
4.1 Gambaran umum lokasi penelitian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik	26
4.1.1 Dekan	27
4.1.2 Wakil Dekan Bidang Akademik	28
4.1.3 Wakil Dekan Bidang Administrasi dan Keuangan	29
4.1.4 Ketua Prodi.....	30
4.1.5 Tata Usaha.....	31
4.2 Jurusan Ilmu Komunikasi	32
4.3 Hasil penelitian.....	33
4.3.1 Uji validitas instrumen	33
4.3.3 Uji reliabilitas instrumen.....	35
4.4 Deskripsi variabel penelitian.....	36
4.4.1 Distribusi jawaban responden tentang penggunaan aplikasi tiktok (X).36	

4.4.2 Distribusi jawaban responden tentang kreativitas mahasiswa (Y).....	40
4.5 Analisis korelasi, uji hipotesis dan regresi sederhana.....	45
4.5.1 Analisis korelasi dan pengujian hipotesis	45
4.5.2 Analisis regresi sederhana.....	47
4.6 Pembahasan.....	49
BAB V.....	53
KESIMPULAN DAN SARAN	53
5.1 Kesimpulan	53
5.2 Saran	53
DAFTAR PUSTAKA	55

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Operasionalisasi variable X dan Y	21
Tabel 3.2 Bobot nilai variabel	21
Tabel 3.3 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi.....	26
Tabel 4.1 Uji validitas penggunaan aplikasi tiktok (X).....	34
Tabel 4.2 Uji validitas kreativitas mahasiswa (Y)	35
Tabel 4.3 Uji reliabilitas aplikasi tiktok (X).....	36
Tabel 4.4 Uji reliabilitas kreativitas mahasiswa (Y)	36
Tabel 4.5 Tanggapan responden tentang pesan yang disampaikan komunikator mudah dipahami	37
Tabel 4.6 Tanggapan responden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi harus sama-sama saling mengerti fungsinya masing-masing ..	38
Tabel 4.7 Tanggapan responden tentang komunikasi berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak	39
Tabel 4.8 Tanggapan responden tentang terjadi perubahan pada perilaku komunikasi setelah setelah menonton tiktok	39
Tabel 4.9 Tanggapan responden tentang dapat meningkatkan kadar hubungan interpersonal antara komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi ..	40
Tabel 4.10 Tanggapan responden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi memiliki persepsi yang sama tentang pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok	40
Tabel 4.11 Tanggapan responden tentang komunikasi memiliki kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan.....	41
Tabel 4.12 Tanggapan responden tentang komunikasi memiliki kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan	42
Tabel 4.13 Tanggapan responden tentang komunikasi memiliki kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru	42
Tabel 4.14 Tanggapan responden tentang komunikasi memiliki kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai setiap kejadian.....	43
Tabel 4.15 Tanggapan responden tentang ada rasa ingin tahu dalam diri	

komunikasi setelah menonton tiktok	44
Tabel 4.16 Tanggapan responden tentang muncul gagasan kreatif dalam diri komunikasi setelah menonton tiktok	44
Tabel 4.17 Tanggapan responden tentang ada keberanian mengambil keputusan dan risiko setelah menonton tiktok	45
Tabel 4.18 Tanggapan responden tentang menunjukkan sikap sopan dan mendengar apa yang dikatakan orang lain (pemeran tiktok)	45
Tabel 4.19 Korelasi (correlations)	46
Tabel 4.20 Tingkat signifikansi antara aplikasi tiktok (X) dan kreativitas mahasiswa (Y)	47
Tabel 4.21 Koefisien aplikasi tiktok (X) dan kreativitas mahasiswa (Y).....	48

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi memegang peranan krusial di mana pun dalam kehidupan seseorang, dengan semua orang baik secara individu maupun kelompok mengenal satu sama lain melalui komunikasi. 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. 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

kualitas dan kuantitas elemen komunikasi seperti sumber, pesan, media, penerima, dan umpan balik(Liliweri, 2011).

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. 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. 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.

Berdasarkan uraian tersebut, inilah yang mendasari peneliti untuk melakukan penelitian sejauh mana *Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, untuk rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan dari tujuan penelitian yang akan dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat bagi para pembacanya. Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1.4.1 Manfaat Teoritis

1. Untuk memberikan sumbangan pemikiran bagi pembangunan keilmuan khususnya ilmu komunikasi
2. Dapat menyajikan informasi mengenai pengaruh aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa
3. Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat untuk dijadikan referensi serta menambah pengetahuan dan wawasan.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber masukan yang membicarakan tentang pengaruh aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa
2. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan informasi baru tentang pengaruh aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa
3. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memperkaya pengetahuan positif bagi masyarakat umum dan mahasiswa ilmu komunikasi khususnya untuk mengetahui pengaruh aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan sarana untuk menjalin hubungan antara satu orang dengan orang lain. Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia karena manusia merupakan makhluk sosial. Tidaklah mungkin seseorang yang masih hidup tidak membutuhkan komunikasi karena komunikasi terjadi dalam hampir setiap kegiatan manusia.

Komunikasi dalam teori Hovland, Janis dan Kelly(Saefullah, 2013) adalah proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan suatu stimulus (biasanya berupa kata-kata) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan).

Sebuah keterangan yang di buat oleh kelompok sarjana komunikasi yang mengkhususkan diri pada studi komunikasi antarmanusia (*human communication*) bahwa:

“komunikasi adalah sebuah transaksi,proses simbolik yang menuntut orang orang mengatur lingkungannya dengan

- (1) membangun hubungan antarsesam manusia; (2)melalui pertukaran informasi (3)untuk menguatkan sikap dan tingkah laku sorang lain;serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu ”. (book,1980).

Rogers dalam Cangara (2016 : 21) mendefenisikan komunikasi adalah proses yang didalamnya terdapat suatu gagasan yang di alihkan dari sumber kepada satu penerimaan atau lebih,dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.

Definisi ini kemudian di kembangkan oleh Rogers Bersama D.Lawrence Kincaid (1981) sehingga melakukan melahirkan sesuatu definisi baru yang menyatakan bahwakomunikasi adalah suatu proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainya,yang pada giliranya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam, Cangara (2016 : 21).

Rogers dalam Cangara (2016 : 22 berusaha merinci hakikat suatu hubungan dengan adanyapertukaran informasi (pesan),di mana ia menginginkan adanya perubahan sikap dan perilaku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Definetyang di kemukakan di atas tentunya belum mewakili semua definisi komunikasi yangdi buat oleh banyak pakar,namun kurang lebih kita telah dapat memperoleh gambar seperti apa yang di ungkapkan oleh Shannon dan Weaver (1949) bahwa komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang mempengaruhi satu sama lainya,sengaja atau tidak sengaja.tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan Bahasa verbal,tetapi juga dalam hal ekspresi muka,lukisan,seni,dan teknologi.

Oleh Karena itu,jika kita berada dalam suatu situasi berkomunikasi,kita memiliki beberapa kesamaan dengan orang lain,seperti kesamaan Bahasa atau kesamaan arti dari symbol symbol yang di gunakan dalam berkomunikasi.

Pengertian lain tentang komunikasi menurut (Hefini, 2015) komunikasi adalah proses pertukaran informasi antar individu melaui sistem simbol, tanda dan perilaku. Komunikasi juga diartikan sebagai cara untuk mengkomunikasikan gagasan dengan pihak lain, baik dengan berbicara, berpidato, menulis, atau melakukan korespondensi.

Jadi, komunikasi menurut peneliti merupakan aktivitas pertukaran pesan dari komunikator ke komunikan baik melalui kata-kata atau melalui simbol dan lambang-lambang.

2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang ke orang lain dengan tujuan mempengaruhi pengetahuan atau perilaku seseorang. Dari pengertian komunikasi ini, dapat dikatakan bahwa proses komunikasi tidak dapat berlangsung tanpa dukungan unsur-unsur, pengirim (*source*), pesan (*message*), saluran/media (*channel*), penerima (*receiver*) dan akibat/pengaruh (*effect*). Unsur-unsur tersebut komponen atau unsur komunikasi(Cangara, 2016)

1. Pengirim pesan, biasa disebut juga sebagai komunikator. Komunikator adalah orang yang bertindak sebagai sumber informasi
2. Pesan, adalah suatu informasi berupa ide, gagasan, dan pikiran yang disampaikan dari seseorang kepada orang lain.

3. Saluran/Media, merupakan alat atau sarana yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.
4. Penerima, biasa disebut juga sebagai komunikan, yakni seseorang yang menerima pesan atau informasi.
5. Akibat/Pengaruh, adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan

2.1.3 Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut (Mulyana, 2008) ada empat, yaitu :

6. Fungsi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial menendakan bahwa komunikasi penting bagi manusia untuk dapat mengetahui atau membentuk konsep diri.

7. Komunikasi Ekspresif

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi ekspresif adalah seseorang dapat menyampaikan perasan maupun emosi yang dirasakan kepada orang lain.

8. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual memungkinkan seseorang atau kelompok untuk mengekspresikan komitmen mereka terhadap tradisi keluarga, komunitas, suku, ideologi, atau agama mereka sehingga bisa tetap terjaga.

9. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental memiliki beberapa tujuan umum : menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga menghibur.

2.1.4 Teknologi Komunikasi

Teknologi Komunikasi terdiri dari dua kata yakni Teknologi dan komunikasi. Teknologi tidak hanya berbicara masalah teknis atau mekanis, tapi mencakup pengertian luas yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari. Teknologi dapat berkembang lebih cepat dari waktu ke waktu karena penemuan satu teknologi baru dapat mempercepat penemuan teknologi berikutnya. Teknologi bukan hanya sekadar barang, tetapi dapat berupa sesuatu yang abstrak seperti metode, ilmu pengetahuan, atau segala fasilitas yang dapat bersifat fisik maupun non fisik.

Menurut Roger dalam (Sucayahya, 2013) pengertian teknologi komunikasi adalah perangkat keras dalam suatu struktur organisasi dengan nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap orang mengumpulkan, mengolah dan bertukar informasi dengan orang yang lain.

Pengertian lain mengenai teknologi komunikasi menurut Munir dalam (Rusdiana, 2017) adalah perangkat teknis yang terdiri dari perangkat keras, perangkat lunak, prosedur, dan sistem yang digunakan untuk mendukung proses komunikasi, yang bertujuan untuk mencapai komunikasi (komunikatif).

2.2 Internet

Pesatnya perkembangan teknologi internet sepertinya telah meniadakan jarak antara ruang dan waktu, kita dapat tersambung dengan masyarakat dunia dimana saja dan kapan saja untuk mencari dan berbagi informasi. Internet merupakan sebuah jaringan yang terdiri dari beberapa komputer yang sudah terkoneksi kedalam jaringan global

Interconnection Network atau yang kita kenal dengan internet ini merupakan jaringan komputer global yang menghubungkan pengguna komputer diseluruh dunia dan memiliki berbagai sumber informasi dari statis hingga dinamis dan interaktif.

2.3 Media Sosial

Media sosial adalah media yang dibuat agar interaksi sosial menjadi mudah. Menurut (Nasrullah, 2015) media sosial adalah sarana publikasi konten seperti profil, aktivitas, atau pendapat pengguna, serta sarana yang menawarkan ruang komunikasi dan interaksi dalam jejaring sosial di dunia maya.

Media sosial kini sudah menjadi bagian dari gaya hidup manusia dan menjadi kebutuhan banyak karena di media sosial banyak hak yang bisa dijalankan. Ada beberapa situs media sosial yang sering digunakan oleh para remaja, yakni :

1. Instagram

Instagram merupakan situs media sosial yang digunakan untuk berbagi foto dan video ke sesama pengguna instagram lainnya. Situs media sosial ini memiliki

beberapa fitur seperti *Direct Message*, *Live Room*, efek foto, *Reels*, dan sebagainya.

3. Youtube

Youtube adalah situs media sosial yang memudahkan penggunanya untuk berbagi video atau menikmati berbagai video yang diunggah oleh pengguna lainnya. Video yang dapat kita nikmati pada situs media sosial Youtube ini berbagai macam seperti video edukasi, video musik, film pendek, trailer film, berita, video blog, video tutorial, dan sebagainya.

2.4 Aplikasi Tiktok

Adawiyah (2020: 4) menjelaskan bahwa Tiktok merupakan media sosial dimana para penggunanya dapat membuat, mengedit, dan berbagi video dengan durasi pendek. Situs media sosial ini memiliki beberapa fitur sebagai pendukung penggunanya untuk membuat video yang kreatif. Fitur-fitur tersebut seperti penambahan musik, filter video, sticker, efek video, dan fitur beauty yang dapat digunakan oleh pengguna untuk lebih percaya diri.

Tiktok adalah aplikasi yang memungkinkan seseorang untuk membantu mengekspresikan dirinya di media sosial. Bentuk ekspresidiri dalam bisnis bisa dilakukan dalam banyak cara, entah itu membuat video yang dapat meningkatkan kreativitas,membuat *lpsync* atau membuat video tantangan yang bisa menumbuhkan rasa percaya diri yang masuk pada tahap perkembangan diri remaja.berdasarkan pengamatan fenomena yang terjadi saat ini dengan adanya media sosial dapat membantu seseorang untuk menghilangkan penat dan rasa

bosan.salah satu media sosial yang sedang di minati oleh remaja saat ini adalah TikTok.media sosial TikTok ini merupakan media audio visual,dapat di dengarkan juga dapat di lihat.banyak pengguna media sosial TikTok dari kalangan remaja.para remaja sangat menyukai media sosial ini karenadapat menghibur dan mengisi waktu luang mereka.

Menurut Sutardji dalam Kalsum (2016 : 10) ada beberapa indikator komunikasi efektif yaitu :

- Pemahaman

Kemampuan memahami pesan secara cermat sebagaimana dimaksudkan oleh komunikator.tujuan dari komunikasi adalah terjadinya pengertian Bersama,dan untuk sampai pada tujuan itu,maka seorang komunikator maupun komunikator harus sama sama saling mengerti fungsinya masing masing.komunikator maupun menyampaikan pesan sedangkan komunikator mampu menerima pesan yang disampaikan oleh komunikator.

- kesenangan

Apabila proses komunikasi itu selain berhasil menyampaikan informasi,juga dapat berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pikah.suasana yang lebih rileks dan menyenangkan akan lebih enak untuk berinteraksibial di bandingkan dengan suasana yang tegang. Karena komunikasi bersifat fleksibel. Dengan adanya suasana semacam itu,maka akan timbul kesan yang menarik.

- Pengaruh pada sikap

Tujuan berkomunikasi adalah untuk mempengaruhi sikap jika dengan berkomunikasi dengan orang lain,kemudian terjadi perubahan pada perilakunya,maka komunikasi yang terjadi adalah efektif ,dan jika tidak ada perubahan pada sikap seseorang,maka komunikasi tersebut tidaklah efektif.

- Hubungan yang makin baik

Bahwa dalam proses komunikasi yang efektif secara tidak sengaja meningkatkan kadar hubungan interpersonal.seringkalijika orang telah memiliki persepsi yang sama,kemiripan karakter,cocok,dengan sendirinya hubungan akan terjalin dengan baik.

2.5 Kreativitas

Pada umumnya, manusia berpikir bahwa kreatif merupakan mitos dengan berbagai pernyataan yang membenggu potensi kreativitas yang hadir di sekelilingnya atau hanya pada dirinya sendiri (Fachrudin, 2014)

Kreativitas menurut Werner Reinartz dan Peter Saffert dalam (Priambodo, 2018), merupakan pemikiran yang berbeda berbentuk kemampuan menemukan solusi yang tidak biasa terhadap suatu problem.

Stenberg (1998) kreativitas merupakan titik pertemuan yang khas antara tiga atribut psikologis,yaitu intelektual,gaya kognitif,dan kepribadian/motivasi.baron (1969) yang menyatakan kreativitas adalah kemampuan untuk menghasilkan atau menciptakan sesuatu yang baru. Supriyadi dalam Yeni Rahmawati dan Euis

Kurniati (2005 : 15) mengutarakan bahwa kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Selanjutnya ia menambahkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan berfikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berfikir, di tandai oleh suksesi, diskontinuitas, divergensi, dan intergrasi antara setiap tahap perkembangan.

Clark Moustakis (1967), ahli psikologi humanistic menyatakan bahwa kreativitas adalah pengalaman mengekspresikan dan mengaktualisasikan identitas individu dalam bentuk terpadu dalam hubungan dengan diri sendiri, dengan alam,, dan dengan orang lain.

Rhodes, umumnya kreativitas didefinisikan sebagai person, process, press, product. Keempat Pini saling berkaitan yaitu pribadi (person) kreatif yang melibatkan diri dalam proses (process) kreatif, dan dengan dorongan dan dukungan (press) dari lingkungan, menghasilkan produk (product) kreatif.

Hulbeck (1945), "*creative action is an imposing of one's own whole personality on the environment in a unique and characteristic way*". dimana tindakan kreatif muncul dari keunikan keseluruhan kepribadian dalam interaksi dengan lingkungannya .

Haefele(1962), kreativitas adalah kemampuan untuk membuat kombinasi-kombinasi baru yang mempunyai makna social.

Torrance(1988), kreativitas adalah proses merasakan dan mengamati adanya masalah, membuat dugaan tentang kekurangan (masalah) ini, menilai dan menguji

dengan atau hipotesis,kemudian mengubah dan mengujinya lagi,dan akhirnya menyampaikan hasil-hasilnya.

Berpikir Kreatif harus memiliki dasar pola kreatif. Hal ini dapat membantu memecahkan permasalahan guna menemukan solusinya. Berpikir kreatif memiliki banyak manfaat bagi manusia dalam berkarya apabila manusia menerapkan pola pikir kreatif akan enghasilkan beberapa kegunaan yaitu :

1. Menemukan gagasan, ide, peluang, dan inspirasi baru;
2. Mengubah masalah atau kesulitan dan kegagalan menjadi sebuah pemikiran yang cemerlang untuk langkah selanjutnya;
3. Menemukan solusi yang inovatif
4. Menemukan suatu kejadian yang belum pernah ada hingga menjadi sebuah penemuan baru
5. Menemukan teknologi baru
6. Mengubah keterbatasan yang ada sebelumnya menjadi sebuah kekuatan dan keunggulan.

Untuk disebut sebagai seseorang kreatif, maka perlu diketahui tentang ciri-ciri atau karakteristik orangkreatif. Ciri-ciri kemampuan berpikir kreatif menurut (Munandar, 2009) adalah :

1. Aspek Kognitif

Ciri-ciri kemampuan berfikir kreatif diantaranya :

- a. Keterampilan berfikir lancar (*fluency*) yaitu kelancaran atau kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan.

- b. Keterampilan bepikir luwes (*Flexibility*), yaitu kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan.
- c. Keterampilan berpikir orisinil (*originality*), yaitu kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru.
- d. Keterampilan menilai (*evaluation*), yaitu kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai.

2. Aspek Afektif

Ciri-ciri kemampuan berfikir kreatif yang berhubungan dengan sikap dan perasaan diantaranya :

- a. Rasa ingin tahu
- b. Bersifat imajinatif
- c. Sifat mengambil resiko
- d. Sifat menghargai

2.6 Kerangka Pikir

Pada saat ini telah banyak remaja termasuk para mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo yang mengunduh aplikasi TikTok dan menggunakannya sebagai ajang eksistensi diri dengan membuat video-video yang menarik dan sekreatif mungkin.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka penulis menyusun kerangka pikir sebagai berikut :

Mahasiswa Universitas Ichsan
Gorontalo



(Variabel X)

Penggunaan Aplikasi TikTok

1. Pemahaman
2. Kesenangan
3. Pengaruh pada sikap
4. Hubungan yang makin baik

Sutardji dalam Kalsum (2016 : 10)



(Variabel Y)

Kreativitas :

1. Aspek Kognitif
2. Aspek Afektif

(Munandar, 2009)

2.7 Hipotesis

Menurut (Sugiyono, 2012), hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan yang ada pada penelitian dan dituangkan dalam bentuk kalimat pernyataan, hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut :

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

BAB III

OBYEK DAN METODE PENELITIAN

3.1 Objek penelitian

Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo.

3.2 Lokasi dan waktu penelitian

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 dan waktu pelaksanaan penelitian ini, peneliti memerlukan waktu kurang lebih tiga bulan.

3.3 Metode Penelitian

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. Menurut (Sugiyono, 2012) dikatakan pendekatan kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. 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.

3.4 Operasionalisasi variabel

Penelitian ini menggunakan dua variabel yakni variabel X (aplikasi tiktok) dan variabel Y (kreativitas mahasiswa).

Tabel 3.1

Operasionalisasi variabel X dan Y

Aplikasi tiktok (variabel X) Menurut Sutardji dalam Kalsum (2016 : 10)	a. Pemahaman b. Kesenangan c. Pengaruh pada sikap d. Hubungan yang makin baik
Kreativitas mahasiswa (variabel Y) Menurut Munandar (2009)	a. Aspek Kognitif b. Aspek Afektif

Masing-masing variabel yang akan diukur akan menggunakan kuesioner dengan pengukuran adalah skala Likert. Kuesioner akan disusun dengan menyiapkan lima (5) pilihan pertanyaan. Setiap pilihan akan diberikan bobot nilai yang berbeda, yaitu seperti tampak dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3.2

Bobot nilai variabel

Pilihan	Bobot
Sangat setuju	5

Setuju	4
Ragu-ragu	3
Kurang setuju	2
Tidak setuju	1

3.5 Populasi

Populasi adalah keseluruhan dari penelitian yang menjadi pusat perhatian dan menjadi sumber penelitian. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo. Populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas (darmawan, 2013). Populasi dalam penelitian ini ialah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2022 yang berjumlah 26 orang.

3.6 Sampel

Sampel merupakan bagian kecil dari populasi yang di ambil untuk menggambarkan populasi. Oleh karena populasi dalam penelitian ini relatif kecil, maka peneliti menggunakan teknik sampling jenuh atau dikenal dengan sebutan teknik sensus, sebanyak 26 orang.

Kriteria pemilihan sampel dalam penelitian ini yaitu :

1. Mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo
2. Pernah menggunakan aplikasi Tik Tok

3.7 Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat bantu untuk mengumpulkan data agar dapat mempermudah kegiatan dalam penelitian(Arikunto, 2006). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuersioner. Dengan kuesioner sendiri. peneliti mempunyai waktu yang relatif singkat untuk memperoleh data yang banyak, tenaga yang diperlukan sedikit dan responden dapat menjawab dengan bebas tanpa pengaruh orang lain, sedangkan kelemahan kuesioner yakni angket bersifat kaku karena pertanyaan yang telah ditentukan dan responden tidak memberi jawaban yang sesuai dengan keadaan dirinya hanya sekadar membaca kemudian menulis jawabannya.

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden untuk mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pernyataan (Kriyantono, 2006)

3.7.1 Uji Validitas

Digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini biasanya mendukung suatu kelompok variabel tertentu (Wiratna)

Peneliti akan menguji validitas kuesioner dengan mengkorelasikan jawaban responden masing-masing item dengan skor totalnya menggunakan rumus korelasi *product moment* sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{(\Sigma xy) - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{N\Sigma x^2} - (\Sigma x)^2 \sqrt{N\Sigma y^2} - (\Sigma y)^2}$$

Keterangan :

r = Koefisien korelasi

X = Skor setiap pertanyaan

Y = Skor total

n = Jumlah pertanyaan

3.7.2 Uji Reabilitas

Ukuran kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab pertanyaan terkait dengan konstruksi pertanyaan yang mewakili dimensi variabel dan disusun dalam kuesioner

Ketentuan uji reabilitas sebagai berikut :

- a. Uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai Cronbach Alfa, Jika nilai Cronbach Alfa > 0,60 konstruk pertanyaan dimensi variabel adalah reliable.
- b. Jika uji reliabilitas dapat dilihat pada nilai Cronbach Alfa, jika nilai Cronbach Alfa < 0,60 konstruk pertanyaan dimensi variabel adalah tidak reliable.

$$\alpha \equiv \left(\frac{n}{n+1} \right) \left(1 - \frac{\sum \alpha_t^2}{\alpha_{t^2}} \right)$$

Keterangan :

α = Reliabilitas yang dicari

n = Jumlah item pertanyaan yang diuji

$\sum \alpha_{t^2}$ = Jumlah varian skor tiappertanyaan

α_{t^2} = Varian total

3.8 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara dua variabel, yaitu satu variabel dependen dan satu variabel independen. 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. Model persamaan regresi linear menggunakan rumus berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subjek variabel terikat yang diproyeksikan

X = Variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu untuk diprediksikan

a = nilai konstanta harga Y jika $X = 0$

b = nilai arah sebagai penentu prediksi yang menunjukkan nilai peningkatan (+) atau nilai penurunan (-) variabel Y

Nilai a dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus :

$$a = \frac{n \sum XY - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Dengan penelitian ini, peneliti melakukan analisis regresi sederhana untuk mengetahui besar pengaruh dari satu variabel terhadap variabel lainnya. Peneliti tidak melakukan uji korelasi sebab di dalam uji regresi terlihat juga koefisien korelasi untuk melihat kuat lemahnya hubungan antara dua variabel. Untuk mengetahui tingkat korelasi digunakan pedoman menurut Sugiyono (2012)

Tabel 3.3 Pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,1999	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran umum lokasi penelitian Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

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). Adapun tugas pokok dan fungsi struktur Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik adalah sebagai berikut:

4.1.1 Dekan

1. Memimpin penyelenggaraan pendidikan, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat, membina dosen, mahasiswa, tenaga administrasi, dan melaksanakan administrasi fakultas.
2. Menyusun perencanaan teknis dan program kerja fakultas.
3. Melaksanakan kegiatan teknis sesuai RBA
4. Merumuskan kebijakan teknis di bidang pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
5. Mengadakan koordinasi dan konsultasi pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi.
6. Membagi tugas dan menentukan penanggung jawab kegiatan.
7. Memberikan bimbingan dan arahan pelaksanaan tugas.
8. Memeriksa dan mempelajari dan menilai konsep-konsep di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
9. Menyelesaikan permasalahan di lingkungan fakultas.
10. Mengembangkan kerjasama dalam pelaksanaan Tri Dharma Perguruan Tinggi dengan instansi terkait.
11. Melaksanakan pembinaan civitas akademika.
12. Memantau pelaksanaan tugas Tri Dharma Perguruan Tinggi di fakultas.
13. Mengevaluasi dan menilai pelaksanaan tugas dan prestasi kerja di lingkungan fakultas.
14. Melaporkan pelaksanaan tugas.

15. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diperintahkan oleh pimpinan.

4.1.2 Wakil Dekan Bidang Akademik

1. Membantu dekan dalam memimpin pelaksanaan pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat
2. Merencanakan program kerja di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
3. Menyusun dan merumuskan konsep kebijakan dan pengembangan bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
4. Mengkoordinir pelaksanaan di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
5. Memeriksa, mempelajari dan menilai konsep-konsep di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
6. Merumuskan langkah-langkah penyelesaian masalah di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
7. Melaksanakan pembinaan SDM di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian, dan pengabdian kepada masyarakat.
8. Memantau pelaksanaan tugas-tugas di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
9. Mengevaluasi dan menilai pelaksanaan tugas dan prestasi kerja di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
10. Melakukan pelaporan tugas di bidang pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat.
11. Melaksanakan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh pimpinan.

4.1.3 Wakil Dekan Bidang Administrasi dan Keuangan

1. Membantu dekan dalam memimpin pelaksanaan tugas dibidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum.
2. Merencanakan program kerja di bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum.
3. Menyusun dan merumuskan konsep kebijakan bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum
4. Menyusun dan merumuskan konsep pengembangan bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum
5. Mengadakan kerjasama dengan instansi terkait di bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum
6. Mengkoordinir pelaksanaan di bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum
7. Memeriksa, mempelajari dan menilai konsep-konsep di bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum
8. Merumuskan langkah-langkah penyelesaian masalah di bidang kepegawaian , keuangan dan administrasi umum
9. Melaksanakan pembinaan SDM di bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum
10. Memantau pelaksanaan tugas-tugas di bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum

11. Mengevaluasi dan menilai pelaksanaan tugas dan prestasi kerja di bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum
12. Melaporkan pelaksanaan tugas di bidang kepegawaian, keuangan dan administrasi umum
13. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh pimpinan.

4.1.4 Ketua Prodi

1. Melaksanakan kepemimpinan pada jurusan dan aktivitas administrasi jurusan
2. Membuat buku daftar mahasiswa, setiap angkatan bekerjasama dengan BAAK
3. Bekerjasama dengan BAAK untuk penerbitan NIM setiap angkatan
4. Menetapkan dosen penasehat akademik
5. Menetapkan dosen pengasuh mata kuliah
6. Memberikan tugas kepada dosen tetap dan dosen luar biasa untuk membuat satuan acara perkuliahan (SAP), bahan ajar, dan media pembelajaran untuk setiap mata kuliah yang diasuh oleh dosen yang bersangkutan
7. Membuat jadwal perkuliahan dan bekerja sama dengan BAAK
8. Melaksanakan ujian MID Semester dan UAS
9. Mengadakan arsip nilai mahasiswa
10. Mengadakan ujian usulan penelitian, ujian skripsi, bekerjasama dengan pihak-pihak yang berkaitan dengan tugas tersebut

11. Menerima mahasiswa pindahan dan melakukan akreditasi mata kuliah pada mahasiswa pindahan bekerja sama dengan Dekan, Wakil Rektor Bidang Akademik dan mengusulkan untuk pembuatan SK Penerimaan Mahasiswa tersebut
12. Mengusulkan ke Yayasan untuk pengangkatan dosen tetap, dosen luar biasa dan tenaga administrasi pada jurusan yang dipimpin

4.1.5 Tata Usaha

1. Kepala tata usaha adalah unsur pembantu pimpinan di bidang administrasi akademik dan kemahasiswaan yang bertanggung jawab langsung pada Dekan.
2. Mengkoordinasikan pelaksanaan layanan registrasi mahasiswa, pengelolaan dan pencatatan data akademik.
3. Mengkoordinasikan pelaksanaan layanan registrasi mahasiswa, pengelolaan dan pencatatan data akademik.
4. Mengkoordinasikan penyiapan dan pengarsipan dokumen akademik (pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat, serta kemahasiswaan dan alumni).
5. Melakukan monitoring dan evaluasi terhadap penyelenggaraan kegiatan akademik.
6. Mengkoordinasikan survey tentang data alumni.
7. Mengkoordinasikan pemberian layanan informasi tentang pekerjaan, mengkoordinasikan kegiatan bursa kerja.

4.2 Jurusan Ilmu Komunikasi

A. VISI

Menjadi Program Studi Yang Terkemuka di Bidang Hubungan Masyarakat (Public Relations) dan Jurnalistik Berbasis Technopreneurship

B. MISI

- a. Menyelenggarakan pendidikan yang berkualitas dan memiliki kompetensi di bidang komunikasi yang berbasis Hubungan Masyarakat dan Jurnalistik berbasis riset sesuai dengan, sesuai dengan kebutuhan pengguna lulusan
- b. Menyelenggarakan program kegiatan penelitian untuk mengembangkan bidang komunikasi, sosial dan politik
- c. Menyelenggarakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dalam keikutsertaan membantu meningkatkan kehidupan masyarakat
- d. Menyelenggarakan kerjasama dan kemitraan dengan perguruan tinggi lain, dan instansi pemerintah serta perusahaan/instansi swasta.

C. TUJUAN

- a. Menghasilkanlulusan yang berjiwa profesional di bidang Jurnalistik dan Public Relations serta mampu mengintegrasikan kesadaran keTuhanan, kemanusiaan dan lingkungan dalam kepribadiannya
- b. Memperkuat dan menyebarluaskan hasil penelitian di bidang Jurnalistik dan Public Relations yang berkarakter kearifan lokal
- c. Memberikan pelayanan kepada masyarakat melalui pendidikan, pelatihan, pendampingan, dan konsultan di bidang Jurnalistik dan Public Relations
- d. Menyebarluaskan hasil inovasi dan kreasi mahasiswa dan dosen ilmu komunikasi melalui pengabdian kepada masyarakat.

4.3 Hasil penelitian

Dalam penelitian kuantitatif, kuesioner yang diedarkan dana 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.

4.3.1 Uji validitas instrumen

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

Tabel 4.1

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 tersebut dapat dilihat bahwauntuk 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 4.2
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 tersebut 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.

4.3.3 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 daripada nilai keofisiennya reliabilitas yakni 0,60, maka dinyatakan bahwa kuesioner tersebut reliabel. Berikut hasil uji reliabilitas kuesioner.

Tabel 4.3

Uji reliabilitas aplikasi tiktok (X)

Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
0.855	6

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut 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 4.4

Uji reliabilitas kreativitas mahasiswa (Y)

Cronbach's Alpha	Jumlah Pertanyaan
0.788	8

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut 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 pertanyaankreativitas mahasiswa(variabel Y) dinyatakan reliabel.

4.4 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 (gambaran) jawaban responden terhadap masing-masing pertanyaan untuk masing-masing indikator adalah sebagai berikut:

4.4.1 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 dapat disajikan sebagai berikut.

Tabel 4.5

Tanggapan responden tentang pesan yang disampaikan komunikator mudah dipahami

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	7	26.9
Setuju (S)	4	12	46.2
Ragu-ragu (RR)	3	6	23.1
Kurang setuju (KS)	2	1	3.8
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang pesan yang disampaikan komunikator mudah dipahami, sebagian besar responden yakni sabanyak 12 orang atau 46,2% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden dapat memahami pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok.

Tabel 4.6

Tanggapan responden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi harus sama-sama saling mengerti fungsinya masing-masing

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	9	34.6
Setuju (S)	4	11	42.3
Ragu-ragu (RR)	3	5	19.2
Kurang setuju (KS)	2	1	3.8
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi harus sama-sama saling mengerti fungsinya masing masing, sebagian besar responden yakni sabanyak 11 orang atau 42,3% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden dan komunikator (pemeran tiktok)saling mengerti fungsinya masing-masing.

Tabel 4.7

Tanggapan responden tentang komunikasi berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	9	34.6
Setuju (S)	4	8	30.8
Ragu-ragu (RR)	3	8	30.8
Kurang setuju (KS)	2	1	3.8
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang komunikasi berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak, sebagian besar responden yakni sabanyak 9 orang atau 34,6% mengatakan sangat setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasi antara komunikator (pemeran tiktok) dan komunikan berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak.

Tabel 4.8

Tanggapan responden tentang terjadi perubahan pada perilaku komunikan setelah setelah menonton tiktok

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	3	11.5
Setuju (S)	4	11	42.3
Ragu-ragu (RR)	3	10	38.5
Kurang setuju (KS)	2	2	7.7
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentangterjadi perubahan pada perilaku komunikasi setelah setelah menonton tiktok, sebagian besar responden yakni sabanyak 11 orang atau 42,3% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa terjadi perubahan perilaku komunikasi setelah setelah menonton tiktok.

Tabel 4.9

Tanggapan responden tentang dapat meningkatkan kadar hubungan interpersonal antara komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi (mahasiswa)

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Percentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	5	19.2
Setuju (S)	4	15	57.7
Ragu-ragu (RR)	3	5	19.2
Kurang setuju (KS)	2	1	3.8
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentangdapat meningkatkan kadar hubungan interpersonal antara komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi, sebagian besar responden yakni sabanyak 15 orang atau 57,7%. Hal ini berarti bahwa tiktok yang dilihat dapat meningkatkan kadar hubungan interpersonal antara komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi.

Tabel 4.10

Tanggapan responden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikasi memiliki persepsi yang sama tentang pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Percentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	5	19.2
Setuju (S)	4	9	34.6

Ragu-ragu (RR)	3	11	42.3
Kurang setuju (KS)	2	1	3.8
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikator memiliki persepsi yang sama tentang pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok, sebagian besar responden yakni sabanyak 11 orang atau 42,3% mengatakan ragu-ragu. Hal ini berarti bahwa sebagian besar responden masih ragu jika komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikator memiliki persepsi yang sama tentang pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok.

4.4.2 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.

Tabel 4.11

Tanggapan responden tentang komunikator memiliki kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Percentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	10	38.5
Setuju (S)	4	10	38.5
Ragu-ragu (RR)	3	6	23.1
Kurang setuju (KS)	2	0	0
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang komunikasi memiliki kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan, sebagian besar responden yakni sabanyak 10 orang atau 38,5% mengatakan sangat setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasi memiliki kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan setelah menonton tiktok.

Tabel 4.12

Tanggapan responden tentang komunikasi memiliki kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Percentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	9	34.6
Setuju (S)	4	11	42.3
Ragu-ragu (RR)	3	6	23.1
Kurang setuju (KS)	2	0	0
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang komunikasi memiliki kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan, sebagian besar responden yakni sabanyak 11 orang atau 42,3% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasi memiliki kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan setelah menonton tiktok.

Tabel 4.13

Tanggapan responden tentang komunikasi memiliki kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Percentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	8	30.8
Setuju (S)	4	14	53.8
Ragu-ragu (RR)	3	4	15.4

Kurang setuju (KS)	2	0	0
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang komunikasi memiliki kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru, sebagian besar responden yakni sabanyak 14 orang atau 53,8% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwakomunikasi memiliki kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru setelah menonton tiktok.

Tabel 4.14

Tanggapan responden tentang komunikasi memiliki kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai setiap kejadian

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	10	38.5
Setuju (S)	4	12	46.2
Ragu-ragu (RR)	3	3	11.5
Kurang setuju (KS)	2	1	3.8
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang komunikasi memiliki kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai setiap kejadian, sebagian besar responden yakni sabanyak 12 orang atau 46,2% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa setelah menonton tiktok, komunikasi memiliki kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai setiap kejadian.

Tabel 4.15

Tanggapan responden tentang ada rasa ingin tahu dalam diri komunikasi setelah menonton tiktok

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Percentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	10	38.5
Setuju (S)	4	14	53.8
Ragu-ragu (RR)	3	2	7.7
Kurang setuju (KS)	2	0	0
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang ada rasa ingin tahu 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, ada rasa ingin tahu dalam diri komunikasi.

Tabel 4.16

Tanggapan responden tentang muncul gagasan kreatif dalam diri komunikasi setelah menonton tiktok

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Percentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	7	26.9
Setuju (S)	4	14	53.8
Ragu-ragu (RR)	3	4	15.4
Kurang setuju (KS)	2	1	3.8
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang muncul gagasan kreatif dalam diri komunikan setelah menonton tiktok, sebagian besar responden yakni sabanyak 14 orang atau 53,8% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa setelah menonton tiktok, muncul gagasan kreatif dalam diri komunikan.

Tabel 4.17

Tanggapan responden tentang ada keberanian mengambil keputusan dan risiko setelah menonton tiktok

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	3	11.5
Setuju (S)	4	9	34.6
Ragu-ragu (RR)	3	9	34.6
Kurang setuju (KS)	2	3	11.5
Tidak setuju (TS)	1	1	3.8
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentang ada keberanian mengambil keputusan dan risiko setelah menonton tiktok, sebagian besar responden yakni sabanyak 9 orang atau 34,6% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa setelah menonton tiktok, komunikan memiliki keberanian mengambil keputusan dan risiko.

Tabel 4.18

Tanggapan responden tentang menunjukkan sikap sopan dan mendengar apa yang dikatakan orang lain (pemeran tiktok)

Jawaban pilihan	Bobot	Frekwensi (F)	Persentase (%)
Sangat setuju (SS)	5	8	30.8

Setuju (S)	4	13	50.0
Ragu-ragu (RR)	3	4	15.4
Kurang setuju (KS)	2	1	3.8
Tidak setuju (TS)	1	0	0
Jumlah		26	100%

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat dilihat bahwa tanggapan reseponden tentangmenunjukkan sikap sopan dan mendengar apa yang dikatakan orang lain (pemeran tiktok), sebagian besar responden yakni sabanyak 13 orang atau 50,0% mengatakan setuju. Hal ini berarti bahwa komunikasi menunjukkan sikap sopan dan mendengar apa yang dikatakan orang lain (pemeran tiktok).

4.5 Analisis korelasi, uji hipotesis dan regresi sederhana

4.5.1 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. Adapun hasilnya dapat dilihat pada tabel.

Tabel 4.19
Korelasi (correlations)

	Kreativitas mahasiswa (variabel Y)	Aplikasi tiktok (variabel X)	
Pearson Correlation Kreativitas mahasiswa (variabel Y)	1.000	.795	
Aplikasi tiktok (variabel X)	.795	1.000	
Sig. (1-tailed)	Kreativitas mahasiswa (variabel Y)	.	.000

	Aplikasi tiktok (variabel X)	.000	.
N	Kreativitas mahasiswa (variabel Y)	26	26
	Aplikasi tiktok (variabel X)	26	26

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

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 .

Tabel 4.20

Tingkat signifikansi antara aplikasi tiktok (X) dan kreativitas mahasiswa (Y)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.795 ^a	.632	.617	2.55586

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut dapat 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, dapat dilihat pada kolom R square, yakni sebesar 0,632 atau 63,2%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa 63,2% kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo dapat diterangkan oleh aplikasi tiktok (variabel X).

4.5.2 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:

Tabel 4.21
Koefisien aplikasi tiktok (X) dan kreativitas mahasiswa (Y)

Model	Unstandardized Coefficients		Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	12.295	3.164	.795	3.886	.001
Aplikasi tiktok (variabel X)	.865	.135		6.418	.000

Sumber : Olahan kuesioner, tahun 2023

Pada tabel tersebut memperlihatkan hasil koefisien antara aplikasi tiktok (X) dan kreativitas mahasiswa (Y), yang dapat digunakan untuk membuat persamaan struktural regresi sederhana sebagai berikut:

$$\hat{Y} = a + b \cdot X$$

$$\hat{Y} = 12,295 + 0,865 \cdot X$$

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.

H_0 : Tidak ada pengaruh penggunaan aplikasi tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo.

H_a : 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 H_0 diterima dan H_a 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 H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.

Keputusan pengujian:

Terlihat bahwa kolom *Sig* (signifikansi) pada tabel 4.21, 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 H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya koefisien regresi adalah signifikan.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa :

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

4.6 Pembahasan

Teknologi informasi terus mengalami perkembangan yang sangat pesat. Kondisi ini 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 masyarakat pun banyak menggunakan media sebagai alat dalam berkomunikasi, seperti media sosial yang dapat dengan mudah diakses oleh masyarakat melalui jaringan internet. Pada umumnya menurut Setiadi (2012:344), 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.

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 pengguna 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, komunikan dapat menyaksikan berbagai ekspresi masing-masing pembuat tiktok.

Penggunaan aplikasi tiktok 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. Menurut Fitri, dkk (2021:38) 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 koefisienkorelasi (lihat tabel 3.3). 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. Saai 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 dan 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 penggunanya 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.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berangkat dari hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut.

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.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan penelitian, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

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, Dwi. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTokterhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*. Universitas Trunojoyo. Madura
- Arikunto, S. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fachrudin, A. (2014). *Dasar- Dasar Produksi Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Fitri, Annisa Nurintha. 2021. Pengaruh media sosial tiktok terhadap kreativitas mahasiswa ilmu komunikasi universitas negeri jakarta angkatan 2019. *Komuniti: Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi* Vol. 13, No. 1, Maret 2021
- Hefini, H. (2015). *Komunikasi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Kalsum, Ummu. (2022). Pengaruh TikTok Terhadap Prestasi Siswa SMAN 5 Bone Kecamatan Lappariaja Kabupaten Bone. Skripsi. Universitas Muhammadiyah Makassar. Makassar
- Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, Prenada Media Group.
- Kriyantono, R., & Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis, Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana, Prenada Grup.
- Liliweri, A. (2011). *Komunikasi serba ada serba makna*. Jakarta: Kencana.
- Mulyana, D. (2008). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Munandar, U. (2009). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioeknologi*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

- Oktavia, Y. 2014. Usaha kepala sekolah dalam meningkatkan kreativitas guru dalam pembelajaran di sekolah dasar. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 2(1), 808–831.
- Prianbodo, B. (2018). Pengaruh "TIKTOK" Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya. 9.
- Putry, H. M. E., & Muassomah, M. (2021). Tiktok Application as a Project Based Arabic Learning Media. *AL SINATUNA*, 6(2), 139–154. <https://doi.org/https://doi.org/10.28918/alsinatuna.v7i2.3286>
- Rusdiana, Z. M. (2017). *Komunikasi dan Teknologi Informasi Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Saefullah, U. (2013). *Kapita Selekta Komunikasi Pendekatan Budaya dan Agama*. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.
- Setiadi, Ahmad Setiadi, 2012. Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektivitas Komunikasi. *Jurnal AMIK BSI Kerawang*.
- Sucahya, M. (2013). Teknologi Komunikasi dan Media. *Jurnal Komunikasi, Volum 2 NO.1* .
- Sugiyono. (2012). *Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

LAMPIRAN

**PENGARUH APLIKASI TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS
MAHASISWA UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO PRORAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI**

A. Petunjuk

1. Isilah dengan jawaban yang paling sesuai berdasarkan keadaan anda dengan memberikan tanda centang (✓) pada tiap kolom pertanyaan/pernyataan dengan kriteria penilaian berikut:

Pilihan	Bobot
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-ragu (RR)	3
Kurang setuju (KS)	2
Tidak setuju (TS)	1

2. Tidak boleh ada jawaban atau tanda centang (✓) lebih dari satu dalam satu nomor.

B. Daftar Pernyataan

Aplikasi tiktok (X)

Pemahaman

NO.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Pesan yang disampaikan komunikator mudah dipahami		✓			
2.	Komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikan harus sama sama saling mengerti fungsinya masing masing			✓		

Kesenangan

NO.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
3.	Berlangsung dalam suasana yang menyenangkan kedua belah pihak		✓			

Pengaruh pada sikap

NO.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
4.	Terjadi perubahan pada perilaku komunikan setelah setelah menonton tiktok		✓			

Hubungan makin baik

NO.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
5.	Dapat meningkatkan kadar hubungan interpersonal antara komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikan			✓		
6.	Komunikator (pemeran tiktok) maupun komunikan memiliki persepsi yang sama tentang pesan yang ingin disampaikan dalam tiktok			✓		

Kreativitas mahasiswa (Y)

Aspek kognitif

NO.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Komunikasi memiliki kemampuan untuk menghasilkan banyak gagasan.			✓		
2.	Komunikasi memiliki kemampuan menggunakan bermacam-macam pendekatan dalam mengatasi persoalan			✓		
3.	Komunikasi memiliki kemampuan mencetuskan gagasan-gagasan baru		✓			
4	Komunikasi memiliki kemampuan untuk mengevaluasi atau menilai setiap kejadian		✓			

Aspek afektif

NO.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
5.	Ada rasa ingin tahu dalam diri komunikasi setelah menonton tiktok		✓			
6.	Muncul gagasan kreatif dalam diri komunikasi setelah menonton tiktok		✓			
7.	Ada keberanian mengambil keputusan dan risiko setelah menonton tiktok			✓		
8.	Menunjukkan sikap sopan dan mendengar apa yang dikatakan orang lain (pemeran tiktok)		✓			

Terima kasih atas jawaban yang diberikan

Variabel Y – KREATIVITAS MAHASISWA

Nomor	1	2	3	4	5	6	7	8	Nilai Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	3	4	4	3	3	3	3	5	28
3	4	4	3	4	3	3	3	4	28
4	3	3	4	4	5	4	2	4	29
5	3	3	4	4	4	4	2	4	28
6	5	5	5	5	5	4	4	3	36
7	4	4	4	4	4	4	3	4	31
8	5	5	5	5	5	5	5	5	40
9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
10	3	4	5	4	4	5	3	4	32
11	4	5	5	3	4	1	2	1	25
12	5	4	4	4	5	5	4	4	35
13	5	5	5	5	5	4	5	5	39
14	5	4	4	5	4	5	4	5	36
15	4	3	4	5	4	3	4	5	32
16	5	5	5	5	4	4	4	4	36
17	4	4	4	5	5	3	4	3	32
18	4	3	4	4	4	4	1	4	28
19	5	5	5	5	5	5	3	5	38
20	3	3	3	4	4	4	3	4	28
21	5	4	4	3	4	4	3	3	30
22	5	4	4	2	5	4	3	4	31
23	4	5	3	4	4	5	4	4	33
24	4	3	3	5	4	4	3	5	31
25	4	5	4	4	5	4	4	4	34
26	3	4	4	4	4	4	3	3	29



Similarity Report ID: oid:25211:36738808

PAPER NAME

SKRIPSI FERDI ENTE S2217022.docx

AUTHOR

S2217022 Ferdi Ente

WORD COUNT

7629 Words

CHARACTER COUNT

49396 Characters

PAGE COUNT

52 Pages

FILE SIZE

175.6KB

SUBMISSION DATE

Jun 2, 2023 9:20 PM GMT+8

REPORT DATE

Jun 2, 2023 9:21 PM GMT+8

● 21% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 21% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 10% Publications database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Bibliographic material
- Cited material
- Quoted material
- Small Matches (Less than 30 words)

● 21% Overall Similarity

Top sources found in the following databases:

- 21% Internet database
- Crossref database
- 0% Submitted Works database
- 10% Publications database
- Crossref Posted Content database

TOP SOURCES

The sources with the highest number of matches within the submission. Overlapping sources will not be displayed.

1	docplayer.info	4%
	Internet	
2	123dok.com	4%
	Internet	
3	rannykhoirunisa.wordpress.com	3%
	Internet	
4	eprints.stikosa-aws.ac.id	2%
	Internet	
5	sumberpustakaku.blogspot.com	2%
	Internet	
6	coursehero.com	1%
	Internet	
7	media.neliti.com	<1%
	Internet	
8	repository.unpas.ac.id	<1%
	Internet	

9	journal.unhas.ac.id Internet	<1%
10	repository.ar-raniry.ac.id Internet	<1%
11	etheses.iainponorogo.ac.id Internet	<1%
12	repository.iainpurwokerto.ac.id Internet	<1%
13	e-jurnal.lppmunsera.org Internet	<1%
14	ejournal.amc.ac.id Internet	<1%
15	repository.uin-suska.ac.id Internet	<1%

[Sources overview](#)

LEMBAR KONSULTASI PEMBIMBING

Judul skripsi: PENGARUH PENGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA
 UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Nama Mahasiswa : Ferdi Ente

Nim : S2217031

Pembimbing 1 : Dwi Ratnasari S.Sos.,M.I.Kom

Pembimbing 2 : Ariandi Saputra,SPD.,MAP

Pembimbing 1				Pembimbing 2			
No	Tanggal	Koreksi	paraf	No	Tanggal	Koreksi	Paraf
1.		-teai -kayak pilir	qr.	1.	16/05/23	DESKRIPSI LOKASI KUTIPAN MAMANCARA INTERPREASI DATA	d
2.		bab 4 bab 5	qr.	2	22/05/23	PENBAHASAN LAMPIRAN TEORI	d
3.		ACT	qr.	3	25/05/23	ACC UJIAN	d

ABSTRACT

FERDI ENTE. S2217032. THE EFFECT OF THE TIKTOK APPLICATION USE ON THE CREATIVITY OF THE COMMUNICATION SCIENCE STUDY PROGRAM'S STUDENTS AT UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

This research aims to find the effect of the TikTok application use on the creativity of the Communication Science Study Program's students at Universitas Ichsan Gorontalo. This research employs a quantitative approach using a survey method. The number of samples in this study is 29 people. The data analysis method uses simple linear regression analysis. The results of the research indicate that the use of the TikTok application use affect the creativity of the Communication Science Study Program's students at Universitas Ichsan Gorontalo. It means that the creativity of the Communication Science Study Program's students at Universitas Ichsan Gorontalo can be explained by the TikTok application use.

Keywords: *TikTok application use, creativity, students*



ABSTRAK

FERDI ENTE. S2217032. PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO

Penelitian ini bertujuan 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: penggunaan aplikasi TikTok, kreativitas, mahasiswa





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET, DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO**
LEMBAGA PENELITIAN

Kampus Unisan Gorontalo Lt.3 - Jln. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo
Telp: (0435) 8724466, 829975 E-Mail: lembagapenelitian@unisan.ac.id

Nomor : 4501/PIP/LEMLIT-UNISAN/GTO/IV/2023

Lampiran : -

Hal : Permohonan Izin Penelitian

Kepada Yth,

Kaprodi Ilmu Komunikasi Universitas Ichsan Gorontalo
di,-
Tempat

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Rahmisyari, ST.,SE.,MM
NIDN : 0929117202
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian

Meminta kesediannya untuk memberikan izin pengambilan data dalam rangka penyusunan **Proposal / Skripsi**, kepada :

Nama Mahasiswa : Ferdi Ente
NIM : S2217032
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial, Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian : PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
Judul Penelitian : PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Atas kebijakan dan kerja samanya diucapkan banyak terima kasih.



+



**KEMENTERIAN RISET DAN TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO
TERAKREDITASI BAN-PT**

Jln. Ahmad Nadjamudin No. 17 Kota Gorontalo No Telepon (0435) 829975

SURAT PENELITIAN

Nomor :140 /FISIP-UIG/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dr. Moch. Sakir, S.Sos.,S.I.Pem.,M.Si
NIDN : 09130227101
Jabatan : Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dengan ini menyatakan bahwa Mahasiswa :

Nama : Ferdi Ente
NIM : S22.17.032
Fakultas / Jurusan : FISIP / Ilmu Komunikasi
Lokasi Penelitian : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Ichsan Gorontalo

Benar-benar telah melakukan penelitian di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Ichsan Gorontalo

Demikian Surat ini dibuat dan digunakan sebagaimana mestinya

Gorontalo 10 Mei 2023

Mengetahui





**KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI,
UNIVERSITAS IHSAN GORONTALO
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
SURAT KEPUTUSAN MENDIKNAS RI NOMOR 84/D/O/2001
JL. Achmad Nadjamuddin No. 17 Kota Gorontalo Telp. (0435) 829975**

SURAT REKOMENDASI BEBAS PLAGIASI
No. 176/SK/FISIP-UIG/V/2023

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si
NIDN : 0922047803
Jabatan : Ketua Program Studi

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama Mahasiswa : Ferdi Ente
NIM : S2217032
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Aplikasi Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo Program Studi Ilmu Komunikasi

Sesuai hasil pengecekan tingkat kemiripan skripsi melalui aplikasi Turnitin untuk judul skripsi di atas diperoleh hasil Similarity sebesar 21 %, berdasarkan Peraturan Rektor No. 32 Tahun 2019 tentang Pendekripsi Plagiat pada Setiap Karya Ilmiah di Lingkungan Universitas Ichsan Gorontalo dan persyaratan pemberian surat rekomendasi verifikasi calon wisudawan dari LLDIKTI Wil. XVI, bahwa batas kemiripan skripsi maksimal 30%, untuk itu skripsi tersebut di atas dinyatakan **BEBAS PLAGIASI** dan layak untuk diujiankan.

Demikian surat rekomendasi ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya.



Gorontalo, 27 Mei 2023
Tim Verifikasi,

Minarni Tolapa, S.Sos.,M.Si

NIDN. 0922047803

Terlampir :
Hasil Pengecekan Turnitin

BIODATA MAHASISWA



I. DATAMAHASISWA

1. Nama Lengkap Mahasiswa : Ferdi ente
2. Nomor Induk Mahasiswa : S2217032
3. Tempat / TanggalLahir : Bakida, 01 Februari 1998
4. Jenis Kelamin : Laki-laki
5. Agama : Islam
6. Status Pernikahan : Belum Kawin
7. Jenjang : S1(StrataSatu)
9. Nomor Telepon : 0812 4259 1897
10. Email : fihakomunika02@gmail.com
11. Judul Skripsi : PENGARUH APLIKASI TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

II. LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

1.	SDN 1 BAKIDA	2006-2011
2.	SMP NEGERI 3 BAKIDA	2011-2014
3.	SMK NEGERI 4 KOTA GORONTALO	2014-2017
4.	UNIVERSITAS ICHSAN GORONTALO	2017-2023