

Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Kreativitas Murid SMA Yuppentek 1 Tangerang di Masa Pandemi

Fauziah Rizkiani^{1*}, H. H. Daniel Tamburian²

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: fauziah.915180196@stu.untar.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email: daniel@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal: 03-12-2021, revisi tanggal: 22-12-2021, diterima untuk diterbitkan tanggal: 07-01-2022

Abstract

TikTok is one of the most popular applications and is loved by the people of Indonesia, especially teenagers during this pandemic. The TikTok application allows users to create short videos ranging from 15 seconds to three minutes which is also accompanied by a wide selection of music, various filters, and several other creative features. With a short video duration, users are encouraged to be creative. The creativity that can be issued is also very diverse, ranging from the materials used, the selection of video effects and also other available features. This study uses a quantitative approach and uses an online survey method by distributing questionnaires in the form of google form which is supported by data processing of the Statistical Package for Social Sciences (SPSS) version 26 program. In this study, simple linear regression analysis was carried out, t test and coefficient test were used. The results of this study indicate that there is a significant effect between the use of the TikTok application on the creativity of students at SMA Yuppentek 1 Tangerang, and the results of a simple linear regression test with a constant value of 7135 and a regression coefficient of 0.544, with the t-test results showing a t-count value of 6.028 > t table 1987, and the results of the correlation coefficient test show a correlation value of r of 0.544.

Keywords: *creativity, teenager, TikTok app*

Abstrak

TikTok menjadi salah satu aplikasi yang paling populer serta banyak digemari oleh masyarakat Indonesia, khususnya para remaja di masa pandemi ini. Aplikasi TikTok memungkinkan penggunanya dapat membuat video pendek yang mulai dari 15 detik hingga tiga menit yang juga disertai dengan berbagai pilihan musik, filter yang beragam, serta beberapa fitur kreatif lainnya. Dengan durasi video yang singkat, pengguna didorong untuk berkreasi. Kreativitas yang bisa dikeluarkan pun sangat beragam, mulai dari bahan yang digunakan, pemilihan efek video dan juga fitur-fitur lain yang tersedia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survei online dengan menyebarkan kuesioner dalam bentuk google form yang didukung dengan pengolahan data program *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) versi 26. Dalam penelitian ini dilakukan analisis regresi linier sederhana, Uji t dan uji koefisien digunakan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan aplikasi TikTok terhadap kreativitas siswa di SMA Yuppentek 1 Tangerang, dan hasil uji regresi linier sederhana dengan nilai konstanta 7.135 dan koefisien regresi sebesar 0,544, dengan hasil uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 6.028 > t tabel 1.987, dan hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai korelasi r sebesar 0,544.

Kata Kunci: aplikasi TikTok, kreativitas, remaja

1. Pendahuluan

Masa pandemi Covid19 di awal tahun 2020 telah memberikan dampak terhadap masyarakat Indonesia, semua kegiatan aktivitas pun terhambat karena harus dilakukan secara WFH (*Work from Home*). Dengan hadirnya aplikasi TikTok yang saat ini semakin populer dimasa pandemi ini, mulai dari semua kalangan usia, juga menggunakan aplikasi ini untuk sekedar mencari hiburan saja. Kini, TikTok tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga sebagai tempat eksistensi diri. Dengan kehadiran aplikasi TikTok, mereka dapat mengekspresikan diri mereka secara kreatif.

TikTok sendiri menjadi salah satu aplikasi yang paling terpopuler dan juga banyak diminati di berbagai belahan dunia. Aplikasi TikTok dapat memungkinkan penggunanya dapat membuat video pendek yang berdurasi mulai dari 15 detik sampai tiga menit yg disertai dengan berbagai pilihan musik, filter yang beragam, dan terdapat berbagai fitur kreatif lainnya yang tersedia. Aplikasi yang diluncurkan oleh perusahaan asal Tiongkok, China, yaitu perusahaan ByteDance ialah yang pertama kali mengeluarkan aplikasi yang menciptakan video berdurasi pendek. Namun hanya dalam satu tahun, aplikasi Douyin sudah memiliki 100 juta pengguna serta 1 miliar tayangan videodi setiap harinya. Ketenaran aplikasi ini yang kian melonjak hingga melakukan ekspansi ke luar China dengan menamakan dengan TikTok. Laporan dari Sensor Tower menyatakan bahwa, aplikasi tersebut telah diunggah sebanyak 700 juta kali pada tahun 2019. Hal tersebut memungkinkan TikTok dapat berkinerja lebih baik daripada beberapa aplikasi dibawah naungan Facebook Inc. Aplikasi ini menduduki urutan kedua setelah WhatsApp yang memiliki 1,5 miliar yang mengunduh.

Di tahun 2020, aplikasi TikTok berkembang sangat pesat dan menjadi suatu kebiasaan baru di Indonesia. Walaupun TikTok sudah muncul pada tahun 2018, akan tetapi belakangan ini aplikasi tersebut banyak digemari banyak kalangan dari berbagai usia, khususnya para remaja. Dengan adanya aplikasi TikTok ini membuat masyarakat menjadi lebih kreatif lagi, apalagi di masa pandemi seperti ini yang dimana masyarakat diharuskan untuk dirumah saja dan membuat masyarakat menjadi jenuh, yang pada akhirnya mereka mulai mencari kesenangan ataupun hiburan tersendiri dengan menonton ataupun membuat konten – konten di TikTok.

Secara umum, dengan kehadirannya aplikasi TikTok ini konten – konten yang dihadirkan memberikan hiburan bagi para penggunanya. Aplikasi TikTok ini juga menyediakan berbagai macam fitur edit, seperti filter, lagu yang menarik dan juga menyediakan pembuatan video berdurasi 15 detik, 60, detik, hingga 3 (tiga) menit. Konten yang dihadirkan pun sangat bervariasi, mulai dari joget – joget, memberikan tips and trik, DIY (*Do It Yourself*), tutorial memasak ataupun make up, cover lagu, parodi hiburan, memberikan edukasi, dan lain sebagainya. Inilah keunggulan dan daya tarik aplikasi TikTok, karena itu sangat diapresiasi oleh pengguna. Selain memberikan variasi dalam pemilihan file yang dapat diunduh, aplikasi TikTok juga memiliki daya tarik lain, yaitu kreativitas dalam cara mengunduh video. Dengan durasi video yang pendek, mendorong pengguna untuk menggunakan kreativitas mereka. Kreativitas yang bisa dikerahkan sangat beragam, mulai dari bahan yang digunakan, pemilihan efek video dan juga fitur-fitur lain yang tersedia. Dengan cara ini, aplikasi memungkinkan mereka untuk dengan mudah membuat semua jenis video dengan konten yang sangat menarik dengan cara mereka

sendiri. Mereka bisa menunjukkan ide-ide unik dan kreatif agar konten videonya lebih banyak dilihat dan disukai.

Menurut James J. Gallagher (2011) berpendapat bahwa “*Creativity is a mental process by which an individual creates new ideas or products, or recombines existing ideas and product, in fashion that is novel to him or her*”. (kreativitas ialah proses mental yang dilakukan oleh individu dalam bentuk ide baru atau produk baru, atau kombinasi keduanya yang pada akhirnya akan melekat padanya). Berdasarkan Supriadi (2011:13) juga menyatakan yaitu kreativitas ialah keterampilan seseorang untuk membuat bakat baru, seperti gagasan ataupun karya konkret yang cukup berbeda dari apa yang telah ada. (Rachmawati, n.d.). Dalam sebuah Artikel (Putra, 2018) TikTok adalah sebuah aplikasi yang memberikan efek khusus yang unik juga menarik untuk membuat sebuah video pendek dengan kreativitas sesuai keinginan bagi penggunaannya, berkomunikasi dengan pengguna lain melalui kolom komentar, serta menampilkan dan berbagi video kreasi dan kreasi Anda dengan teman, keluarga dan pengguna lainnya (Kesuma & Tamburian, 2021).

Dengan begitu, Dalam penelitian Michael (2019) berpendapat bahwa alasan utama seorang remaja menggunakan Tiktok sebagai sebuah gaya masa kini yaitu untuk memenuhi kebutuhan hubungan sosial serta cara mereka mengutarakan pemikiran dan mengekspresikan diri melalui konten video yang mereka buat. (Ruth & Candraningrum, 2020).

Penggunaan aplikasi TikTok juga memberikan pengaruh terhadap perkembangan para remaja yaitu mengenai kreativitas. Banyaknya penggunaan aplikasi TikTok saat ini dikalangan remaja, khususnya dibawah 18 tahun yang memberikan dampak terhadap pendiriannya ataupun pemikirannya dalam menggunakan media sosial, khususnya aplikasi TikTok. Dengan begitu, peneliti tertarik untuk mengetahui lebih dalam lagi dan juga ingin mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap kreativitas murid SMA Yuppentek 1 Tangerang di masa pandemi ini.

2. Metode Penelitian

Pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan menggunakan metode survey online yaitu membagikan kuesioner kepada responden berupa *google form* sebagai informasi dan juga untuk mengumpulkan data. Skala pengukuran dalam penelitian ini yaitu menggunakan Skala Likert. Populasi dalam penelitian ini yaitu murid di SMA Yuppentek 1 Tangerang dan berdasarkan laporan akademik terdapat 930 murid aktif di SMA Yuppentek 1 Tangerang. Kemudian peneliti mengambil sampel sebanyak 90 responden melalui perhitungan rumus slovin dengan margin error sebanyak 10%. Di dalam penelitian ini untuk pengambilan sampel menggunakan teknik *simple random sampling* karena untuk mengambil sampel ini peneliti memberikan peluang yang sama bagi siapa saja terhadap anggota populasi (murid SMA Yuppentek 1 Tangerang) dan sampel yang dipilih dilakukan secara acak.

Dalam penelitian ini, mengumpulkan data dengan menggunakan data primer. Menurut Crewsell (2002) data primer merupakan sesuatu untuk membangun hubungan dan empati penting dalam mengumpulkan informasi yang lebih dalam, yang khususnya terkait dengan penyelidikan suatu masalah, pemahaman dan wawasan informan terhadap masalah tersebut yang sedang dihadapi ataupun yang mereka temukan (Puslitbangkesos, 2019). Peneliti memperoleh data dengan

membagikan angket kuesioner kepada responden dan juga data sekunder, Menurut Neuman (2006) menyatakan bahwa, data sekunder ialah bertujuan untuk menjelaskan beberapa dokumen yang dapat membantu penelitian, seperti buku, artikel, laporan, kebijakan, dan dokumen pemerintah (Puslitbangkesos, 2019). Dalam mengolah data, peneliti menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Product for Service Solutions*) versi 26.

Dalam menganalisis data peneliti menggunakan uji regresi linear sederhana, yang dikemukakan oleh (Siregar, 2013) dalam uji ini digunakan untuk mengetahui antara variabel bebas (independent) dan variabel terkaitnya (Wulandari & Famela, 2019), Uji T parsial menurut Sugiyono (2017) bertujuan untuk menentukan adanya pengaruh atau untuk menentukan hubungan antara variabel bebas terhadap variabel terkaitnya, yang dalam sebuah variabel bebasnya dilakukan secara tetap atau dikendalikan (Rosi et al., 2020), dan juga uji koefisien korelasi yang dikemukakan oleh Siregar (2013) koefisien korelasi merupakan suatu angka yang menunjukkan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, atau dapat juga menentukan arah kedua variabel tersebut (Wulandari & Famela, 2019). Kemudian untuk keabsahan data peneliti menggunakan uji validitas merupakan petunjuk bahwa alat ukur itu benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur. Semakin tinggi validitas instrumen, maka semakin akurat pengukuran data/validitasnya (Amanda et al., 2019). Uji reliabilitas adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan konsistensi relatif suatu hasil pengukuran jika pengukuran diulang dua kali atau lebih. (Wulandari & Famela, 2019). Dalam perhitungan uji reliabilitas syarat suatu kuesioner dikatakan reliabel yaitu harus dengan menggunakan pengukuran Alpha Cronbach, yang dimana digunakan sebagai alat ukur apakah butir - butir pertanyaan dinyatakan valid juga reliable ataupun konsisten.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

Pada penelitian ini, peneliti mendapatkan data dengan membagikan kuesioner melalui chat *whatsapp* dan juga *Direct Message* di Instagram ke beberapa siswa aktif SMA Yuppentek 1 Tangerang dan dari 930 siswa SMA Yuppentek 1 Tangerang peneliti memilih sebanyak 90 responden yang memenuhi standar. Hasil yang diperoleh dari mengumpulkan data menunjukkan bahwa sebanyak 77,8% atau 70 orang berjenis kelamin perempuan lebih mendominasi dalam menggunakan aplikasi TikTok. Kemudian sebanyak 47,8% atau 43 responden yang paling banyak didominasi oleh kelas 12 dalam menggunakan aplikasi TikTok. Lalu sebanyak 64,4% atau 58 orang lebih banyak menggunakan aplikasi TikTok sebanyak 2 sampai 5 kali dalam sehari.

Gambar 1. Logo Aplikasi TikTok



Sumber: Internet

Lalu terdapat 50% atau 45 orang lebih banyak waktu yang dihabiskan dalam menggunakan aplikasi TikTok yaitu lebih dari satu jam. Dan terdapat 57,8% atau 52 orang lebih banyak sangat tertarik pada aplikasi TikTok. Berdasarkan data tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi TikTok di SMA Yuppentek 1 Tangerang lebih didominasi oleh murid perempuan dan juga murid di kelas 12. Mereka juga sangat tertarik dengan adanya aplikasi TikTok, bahkan mereka menggunakan aplikasi TikTok dapat memakan waktu hingga lebih dari satu jam dan mereka juga cukup sering untuk membuka/menggunakan aplikasi TikTok tersebut.

Setelah menganalisis data, kemudian peneliti melakukan olah data menggunakan program SPSS versi 26, berikut ini adalah hasil dari dimensi variabel X yang menyatakan bahwa responden pada pernyataan dapat dengan mudah mendapatkan informasi apapun melalui aplikasi TikTok, yaitu sebanyak 51.1% atau 46 orang menjawab sangat setuju. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa, saat ini aplikasi TikTok tidak hanya sebagai tempat mencari hiburan saja, akan tetapi saat ini kita dengan mudahnya bisa mendapatkan informasi lewat aplikasi TikTok yang diunggah oleh pengguna lainnya, seperti video tips & trick, DIY, eduka dan lain sebagainya.

Pada dimensi variabel Y yang menjadi faktor utama kreativitas murid SMA Yuppentek 1 Tangerang dalam menggunakan aplikasi TikTok yaitu, pada pernyataan aplikasi TikTok menyangkan video lucu yang sangat menghibur dan juga sebagai referensi untuk memunculkan ide kreatif, yaitu sebanyak 40% atau 36 orang menjawab setuju. Hal tersebut dapat dikatakan bahwa video yang dibuat oleh pengguna lain bisa menjadi referensi dengan ide yang lebih unik lagi dari sebelumnya dalam membuat video.

Pada hasil hitung uji validitas yang dilakukan untuk perimbangan antar nilai r hitung dengan nilai r tabel sebesar 0,207. Dari hasil olah data uji validitas tersebut bahwa variabel aplikasi TikTok (X) maupun variabel kreativitas (Y) pada butir kuesioner menunjukkan bahwa nilai r-hitung lebih besar semua dari nilai r-tabel. Sebesar 0,207 yang berarti bahwa kuesioner tersebut dikatakan sah/benar. Kemudian pada perhitungan uji reliabilitas, menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel aplikasi TikTok (X) sebesar 0,867 sedangkan pada variabel kreativitas (Y) sebesar 0,906. Maka alat ukur tersebut dapat dikatakan reliabel baik variabel independent maupun variabel dependen tersebut lebih besar dari 0,60.

Kemudian pada analisis data Uji regresi linier sederhana yang tertera pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa nilai konstanta (a) adalah 7135, sedangkan nilai aplikasi TikTok (b/koeffisien regresi) adalah 0,544. Oleh karena itu, persamaan regresi dapat ditulis dalam bentuk $Y = 7.135 + 0,544X$. Maka kesamaan tersebut dapat dikatakan, yaitu konstanta sebesar 7.135 yang artinya bahwa ketika variabel aplikasi TikTok sebesar 0 maka nilai konsisten variabel Kreativitas yaitu sebesar 7.135 dan koefisien regresi X sebesar 0,544 dapat dikatakan jika setiap 1% yang ditambahkan ke nilai aplikasi TikTok, kreativitas meningkat sebesar 0,544. Dapat disimpulkan, yaitu koefisien regresi ialah positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen adalah berpengaruh positif.

Tabel 1. Hasil Uji Regresi Linear Sederhana Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.135	2.244		3.180	.002
	Aplikasi TikTok	.544	.090	.541	6.028	.000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 26

Kemudian analisis parsial uji-t yang tertera pada tabel di bawah ini menunjukkan bahwa nilai t-hitung sebesar 6,028 lebih besar dari > t-tabel 1.987 dan nilai signifikansi (Sig.) $0,00 < 0,05$. Dengan begitu dapat disimpulkan yaitu H0 ditolak dan H1 diterima yang artinya adanya pengaruh yang signifikan antara aplikasi TikTok (X) terhadap kreativitas (Y).

Tabel 2. Hasil Uji T-Parsial Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.135	2.244		3.180	.002
	Aplikasi TikTok	.544	.090	.541	6.028	.000

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 26

Kemudian pada analisis uji koefisien korelasi (R) dapat dilihat pada tabel dibawah, menunjukkan bahwa dapat diketahui nilai R sebesar 0,541 dengan begitu dapat dinyatakan bahwa dengan nilai korelasi (R) tersebut menunjukkan bahwa tingkat kekuatan hubungan antara variabel aplikasi TikTok (X) terhadap variabel kreativitas (Y) memiliki tingkat hubungan korelasi yang sedang, yaitu nilai korelasi (R) berada diantara 0,41 s/d 0,60.

Tabel 3. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.292	.284	3.88236

a. Predictors: (Constant), Aplikasi TikTok

Sumber: Hasil Olah Data SPSS Versi 26

4. Simpulan

Di masa kini internet juga sudah menjadi kebutuhan akan seseorang, khususnya media sosial yang saat ini memberikan kemudahan untuk mendapatkan berbagai macam informasi dan juga berkomunikasi. Salah satu media sosial yaitu, pada aplikasi TikTok yang pada masa kini sangat banyak diminati bagi masyarakat Indonesia khususnya para remaja. Mereka menggunakan aplikasi TikTok sebagai sarana hiburan serta sebagai mengekspresikan diri lewat unggahan video, yang dimana di masa pandemi ini banyak orang yang jenuh karena untuk mengisi di waktu

luang saatdirumah. Dengan begitu para pengguna aplikasi TikTok menggunakan media sosial TikTok untuk memenuhi kebutuhannya.

Berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan kedua variabel tersebut dinyatakan valid dengan nilai r hitung diatas 0,207. Dan pada perhitungan uji reliabilitas pada kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel dengan Cronbach's Alpha diatas 0,06. Dalam hasil uji regresi linear sederhana terdapat hubungan yang positif antara variabel independent (aplikasi TikTok) terhadap variabel dependen (Kreativitas), yaitu nilai konstanta sebanyak 7.135 serta nilai koefisien regresinya yaitu 0,544. Dalam perhitungan uji T (parsial) berpengaruh signifikan antara variabel independent (aplikasi TikTok) terhadap variabel dependen (Kreativitas) oleh karena itu dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dalam perhitungan uji koefisien kolerasi terdapat hubungan yang sedang antara variabel independent (aplikasi TikTok) terdapat variabel dependen (Kreativitas) yaitu sebesar 5,41% sedangkan sisanya sebesar 4,41% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

Maka dalam penelitian ini, peneliti menemukan bahwa hipotesis pada penelitian ini adalah H_0 ditolak dan H_1 diterima yang artinya terdapat pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap kreativitas murid SMA Yuppentek 1 Tangerang di masa pandemi, yaitu mereka menggunakan aplikasi TikTok tidak hanya sekedar mencari hiburan tetapi juga sebagai ajang eksistensi diri mereka lewat unggahan video.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta semua pihak yang turut membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat diselesaikan.

6. Daftar Pustaka

- Amanda, L., Yanuar, F., & Devianto, D. (2019). Uji Validitas dan Reliabilitas Tingkat Partisipasi Politik Masyarakat Kota Padang. *Jurnal Matematika UNAND*, 8(1), 179–188.
- Kesuma, S., & Tamburian, D. (2021). Resepsi Remaja terhadap Konten @BotakTikTok di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1), 182–186.
- Puslitbangkesos, T. P. (2019). Kinerja Pendamping Program Keluarga Harapan Pasca Diklat Pertemuan Peningkatan Kemampuan Keluarga.
- Rachmawati, Y. (n.d.). *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak - Yeni Rachmawati - Google Buku*. Retrieved November 27, 2021, from
- Rosi, D., Dadang Suparman, H., Pdi, S., & Sukabumi, P. (2020). Pengaruh Gaya Kepemimpinan dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada PT. Pratama Abadi Industri Sukabumi (Studi Kasus Departemen Stockfit P2). *Jurnal Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 102–119.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207–214.
- Wulandari, K., & Famela, F. (2019). Brand Image Grab Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Pandangan Islam. *Medina-Te : Jurnal Studi Islam*, 15(2), 266–282.