

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
KREATIVITAS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU
ANGKATAN 2021**



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

MEI ARDENIA AZMAN

NIM. 12040324702

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2024**



PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertanda tangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : Mei Ardenia Azman
Nim : 12040324702
Judul : Efektivitas Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Jum'at
Tanggal : 05 Juli 2024

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 10 Juli 2024



Prof. Dr. Imron Rosidi, S.Pd, M.A
NIP. 19811118 200901 1 006

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I,

Sekretaris/ Penguji II,

Dr. Drs. Nurdin, M.A
NIP. 19660620 200604 1 015

Reizki Maharani, S.Pd., M.Pd
NIP. 19930522 202012 2 020

Penguji III,

Penguji IV,

Mardhiah Rubani, S.Ag., M.Si
NIP. 19790302 200701 2 023

Rusyda Fauzana, S.S., M.Si
NIP. 19840504 201903 2 011



© Hak cipta milik UIN Suska Riau

KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

LEMBAR PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

: Mei Ardenia Azman

: 12040324702

Tempat/Tanggal Lahir : Pekanbaru, 4 Mei 2002

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulis skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran, penulisan dan pemaparan asli dari saya sendiri. Baik naskah laporan maupun kegiatan yang tercantum sebagai bagian dari skripsi ini. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas pada *bodynote* dan daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun. Apabila kemungkinan hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh dengan skripsi ini sesuai dengan peraturan yang berlaku di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau serta Undang-Undang yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Pekanbaru, 27 Juni 2024

Yang membuat pernyataan,



Mei Ardenia Azman

NIM. 12040324702

21 Di larang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekanbaru, 19 Juni 2024

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Ujian Munaqasyah

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,
Setelah kami melakukan bimbingan akademik sebagaimana mestinya terhadap Saudara:

Nama : Mei Ardenia Azman
NIM : 12040324702
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk Ujian Munaqasyah guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

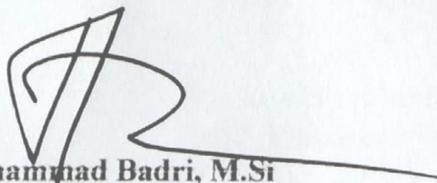
Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui,
Pembimbing



Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom
NIP. 19920512 202321 2 048

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Badri, M.Si
NIP. 19810313 201101 1 004



Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP
KREATIVITAS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU
ANGKATAN 2021**

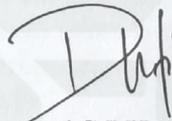
Disusun oleh :

Mei Ardenia Azman

NIM. 12040324702

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal : 14 Juni 2024

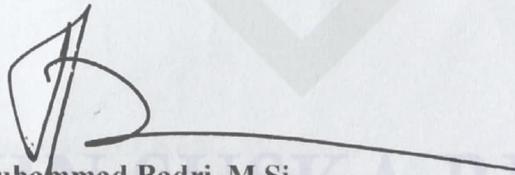
Mengetahui,
Pembimbing



Darmawati S.I.Kom., M.I.Kom

NIP. 19920512 202321 2 048

Mengetahui
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi



Dr. Muhammad Badri, M.Si

NIP. 19810313 201101 1 004

- Hak Cipta Diindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarangi mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : Mei Ardenia Azman
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk dapat mengetahui apakah media sosial TikTok berpengaruh terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021. Media sosial TikTok sering kali dianggap negatif oleh banyak orang sehingga sering disebut sebagai “Aplikasi Bodoh”, tetapi setelah pemblokiran dibuka kembali tiktok berupaya terus memperbaiki sistemnya dan bekerja sama dengan Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak agar tetap dapat digunakan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yaitu pendekatan kuantitatif dengan metode angket (kuesioner). Sampel penelitian ini berjumlah 67 orang yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021, dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif dan statistik inferensial yang mana pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reabilitas, regresi linear sederhana, uji T, uji F, koefisien determinasi dan koefisien korelasi. Hasil penelitian menunjukkan media sosial TikTok berpengaruh terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dengan melihat hasil uji regresi linear dengan menunjukkan signikasi sebesar $0,000 \leq 0,05$. Adapun hasil uji hipotesis dari penelitian ini menunjukkan hasil $t_{hitung} 7,233 > t_{tabel} 1,66365$ dan nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil 0,05 ($sig (0,000) < 0,05$) dengan nilai koefisien positif yaitu 0,398. Berdasarkan hasil tersebut dapat dinyatakan bahwa variabel media sosial TikTok (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau (Y), dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_a diterima dan H_0 ditolak.

Kata Kunci: Pengaruh, Media Sosial TikTok, Kreativitas

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : Mei Ardenia Azman
Department : Communication Science
Title : *The Influence of Using TikTok Social Media on the Creativity of Communication Science Students at UIN Suska Riau*

This study aims to determine whether TikTok social media has an influence on the creativity of Communication Science students at UIN Suska Riau Class of 2021. Social media TikTok is often perceived negatively by many people and is frequently referred to as a "Stupid App." However, after the ban was lifted, TikTok has continuously worked to improve its system and has collaborated with the Ministry of Women's Empowerment and Child Protection to ensure its continued use. The approach used in this study is a quantitative approach with a survey (questionnaire) method. The research sample consisted of 67 students from the 2021 cohort of the Communication Science Department at UIN Suska Riau. The study employed descriptive and inferential statistical analysis techniques, including validity tests, reliability tests, simple linear regression, T-tests, F-tests, determination coefficients, and correlation coefficients. The results of the study indicate that TikTok social media is effective in enhancing the creativity of Communication Science students at UIN Suska Riau, as evidenced by the linear regression test showing a significance of $0.000 < 0.05$. The hypothesis test results showed that the calculated t-value (7.233) is greater than the critical t-value (1.66365), and the significance value of 0.000 is less than 0.05 (sig (0.000) < 0.05) with a positive coefficient value of 0.398. Based on these results, it can be stated that the TikTok social media variable (X) partially has a significant and positive effect on the creativity of Communication Science students at UIN Suska Riau (Y). Therefore, it can be concluded that H_a is accepted and H_0 is rejected.

Keywords: *Influence, TikTok Social Media, Creativity*

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kehadiran Allah Subhanahu WaTa'ala yang telah memberikan segala rahmat, karunia serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini guna melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata satu atau S1. Shalawat berangkai salam kepada kekasih Allah SubhanahuWaTa'ala yakni Baginda Rasulullah Muhammad Shallallahu 'AlaihiWa Salam yang telah membawa risalah islam dan menegakan ketauhi dan akan Allah semata sehingga kita bisa merasakan nikmatnya Iman dan Islam.

Alhamdulillah, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana muda Strata Satu S1 Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan penulis kesehatan, kemudahan dan kesempatan untuk dapat menyelesaikan skripsi ini hingga akhir.
2. Teristimewa kepada Ayah Azman dan Mama Winarti yang selalu mendukung dan mendoakan Penulis, serta memberikan yang terbaik untuk anak-anaknya. Terimakasih atas kasih sayang yang telah diberikan. Semoga ayah dan mama selalu dalam lindungan Allah SWT dan sehat sehingga bisa mendampingi, mendukung, dan mendoakan penuli dalam menjalani hidup kedepannya. Semua pencapaian Penulis dipersembahkan untuk mereka.
3. Kepada kakak saya Azifah Azman yang selalu membantu dan membimbing penulisan skripsi ini serta adik saya Clarissa Azman yang serta menemani dan mendukung saya dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak Prof. Dr. Hairunas, M.Ag. selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Wakil Rektor I Ibu Prof. Dr. Hj. Helmiati, M.Ag., Wakil Rektor II Bapak Prof. Dr. H. Mas'ud Zein, M.Pd., Wakil Rektor III Bapak Prof. Edi Erwan, S.Pt.,M.Se.,Ph.D.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

5. Bapak Prof. Imron Rosidi, S.Pd.,M.A., Ph.D selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
6. Bapak Prof. Dr. Masduki, M.Ag, Bapak Dr. Muhammad Badri, M. Si selaku Plt Wakil Dekan II dan Bapak Dr. H. Arwan, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II, III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
7. Bapak Dr. Muhammad Badri, M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi dan Bapak Artis, S.Ag., M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.
8. Ibu Febby Amelia Trisakti, S.I.Kom., M.Si. selaku Penasihat Akademik yang telah memberikan arahan dan masukan serta waktu yang diluangkan kepada penulis.
9. Ibu Darmawati S.I.Kom., M.I.Kom. selaku Pembimbing Skripsi yang telah banyak memberikan bimbingan, arahan, ilmu serta waktu yang diluangkan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan secara maksimal.
10. Bapak dan Ibu Penguji Sidang Skripsi yang telah memberi masukan kepada Skripsi peneliti.
11. Bapak dan Ibu Dosen, pegawai, serta staff Prodi Ilmu Komunikasi yang telah membantu penulis selama menjalani studi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
12. Terimakasih kepada sahabat saya sedari SMA Arrauf Cahyadi, Nofita Jayanti Barus, Nia Widya Afriani dan Wila Yastah Rini yang telah menyemangati dan memotivasi saya selama ini.
13. Kepada teman-teman grup “Tobat Nasuha” yaitu: Dea, Indy, Helen dan Tobing yang selalu menghibur dan menyemangati saya dalam penulisan skripsi.
14. Seluruh teman-teman yang penulis kenal dalam menempuh pendidikan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
15. Terakhir, terimakasih untuk diri saya sendiri yang telah berusaha keras, berjuang dan mampu bertahan sampai di titik ini. Terima kasih telah menyelesaikan apa yang sudah diharapkan, diperjuangkan dan didoakan. Terima kasih sudah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan dan tak pernah memutuskan untuk menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Ini merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga karya tulis ini dapat memberikan manfaat bagi para pembaca dan menjadi referensi penelitian selanjutnya. Akhir kata dengan kerendahan hati penulis ucapkan terimakasih.

Pekanbaru, 8 Juni 2024

Penulis,

Mei Ardenia Azman

NIM. 12040324702

UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Penegasan Istilah.....	6
1.3 Permasalahan	8
1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Kajian Terdahulu	10
2.2 Landasan Teori.....	14
a. Teori New Media	14
b. Pengaruh	15
c. Media Sosial.....	16
d. TikTok.....	17
e. Kreativitas	17
2.3 Konseptualisasi dan Operasional Variabel.....	19
a. Konseptualisasi Variabel.....	20
b. Operasional Variabel.....	21
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
2.5 Hipotesis	27
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Desain Penelitian	28
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.3 Populasi dan Sampel	29
a. Populasi	29
b. Sampel.....	29
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	30

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a.	Observasi.....	30
b.	Angket (Questioner).....	30
c.	Dokumentasi	31
3.5	Uji Validitas dan Reliabilitas	31
a.	Uji Validitas	32
b.	Uji Reliabilitas	32
3.5	Teknik Analisis Data.....	32
a.	Uji Normalitas Dengan Statistik	33
b.	Koefisien Determinasi.....	33
c.	Koefisien Korelasi	33
BAB IV GAMBARAN UMUM.....		35
4.1	Gambaran Umum Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.....	35
4.2	Visi dan Misi.....	36
4.3	Tujuan	37
BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		38
5.1	Hasil Penelitian	38
1.	Identitas Responden	38
2.	Deskriptif Data Tanggapan Responden tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau	39
2.	Uji Validitas	49
3.	Uji Reabilitas	50
4.	Uji Normalitas.....	50
5.	Uji Linearitas	51
6.	Uji Koefisien Korelasi	51
7.	Uji Koefisien Determinasi	52
8.	Uji t Parsial	52
5.2	Pembahasan Penelitian.....	53
BAB VI PENUTUP		59
6.1	Kesimpulan	59
6.2	Saran	59
DAFTAR PUSTAKA.....		76
LAMPIRAN.....		79

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Pengguna TikTok Dunia (2022)	4
Tabel 2.1 Indikator Konseptualisasi Variabel Penelitian	21
Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden	31
Tabel 3. 2Tabel Korelasi dan Kuatnya Hubungan	34
Tabel 5. 1 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Usia	38
Tabel 5. 2 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 5.3 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Konsentrasi	39
Tabel 5.4 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Lama Waktu Menggunakan Tiktok	40
Tabel 5.5 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Lama Waktu konten-konten yang memberikan inspirasi di media sosial TikTok	40
Tabel 5.6 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan frekuensi Menggunakan Tiktok	41
Tabel 5.7 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan frekuensi konten inspiratif di media sosial TikTok	42
Tabel 5.8 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Pemahaman Menggunakan Tiktok	42
Tabel 5.9 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan pemahaman isi konten di media sosial TikTok	43
Tabel 5.10 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Kemampuan Menerima Perbedaan Pendapat di media sosial TikTok	44
Tabel 5.11 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Menghargai Pendapat di media sosial TikTok	44
Tabel 5. 12 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan percaya diri setelah melihat konten inspirasi di media sosial TikTok	45
Tabel 5. 13 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Menemukan solusi masalah di media sosial TikTok	45
Tabel 5. 14Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Rasa Ingin Tahu Tentang pembahasan konten di media sosial TikTok	46
Tabel 5.15 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Mendapat Inspirasi di media sosial TikTok	46
Tabel 5.16 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Kemampuan Sendiri di media sosial TikTok	47
Tabel 5. 17 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Mendapat Berbagai Macam Bentuk Konten Di Media Sosial Tikok	47
Tabel 5. 18 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan mencari solusi dari permasalahan yang Anda hadapi dari media sosial TikTok	48

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan satu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5. 19 Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Menemukan solusi dari permasalahan yang Anda hadapi dari media sosial TikTok.....	48
Tabel 5.20 Uji Validitas.....	49
Tabel 5.21 Uji Reliabilitas	50
Tabel 5.22 Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 5.23 Uji Linieritas	51
Tabel 5. 24 Uji Koefisien Korelasi	51
Tabel 5.25 Uji Koefisien Determinasi	52
Tabel 5. 26 Uji Parsial.....	53



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Penetrasi Internet Indonesia	2
Gambar 1.2 Mentimeter mengenai apakah kamu menggunakan aplikasi TikTok	3
Gambar 1.3 Mentimeter mengenai kreativitas apa yang didapatkan dari aplikasi TikTok.....	4
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran	26



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi semakin hari semakin pesat di segala bidang kehidupan. Bisa dilihat dengan mata kepala sendiri bahwa segala aspek kehidupan saat ini menggunakan internet, sama halnya dengan perkembangan media sosial. Saat ini media sosial semakin banyak jenisnya. Hampir setiap individu memiliki akun media sosial. Melalui aplikasi berjejaring tersebut, pengguna dapat mengakses segala informasi, berkomunikasi, dan berekspresi dengan kreativitas mereka (Muhammad Rizqy et al., 2023).

Perkembangan teknologi yang pesat menjadi titik strategis pada tahap revolusi industri 4.0 yang ditandai dengan berubahnya iklim bisnis yang semakin kompetitif dalam pemanfaatan teknologi internet. Saat ini, angka penetrasi pengguna internet di dunia mencapai 5,16 Miliar pengguna. Setelah India dan China, Indonesia berada pada urutan ketiga sebagai negara dengan jumlah pertumbuhan pengguna internet tertinggi mencapai 78,19% dengan jumlah penduduk yang terkoneksi internet sebanyak 215.626.156 jiwa dari total populasi 275.773.901 jiwa penduduk Indonesia (Sadly, 2018).

Tabel 1.1 Data Pengguna Internet Indonesia Tahun 2023

Tahun	Jumlah Penduduk	Pengguna Internet
2018	265 Juta	132 Juta
2019	268 Juta	150 Juta
2020	271 Juta	175 Juta
2021	274 Juta	202 Juta
2022	275 Juta	204 Juta
2023	278 Juta	212 Juta

Sumber : Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023

Berdasarkan laporan diatas, dapat dilihat bahwa pengguna internet terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Hal ini menjadi bukti bahwa internet memberikan kemudahan kepada masyarakat dalam mengakses berbagai informasi. Tingginya angka penetrasi internet menjadi faktor perkembangan media sosial sehingga masyarakat memutuskan untuk mengakses sebuah media sosial. Berdasarkan data dari Hootsuite (We are social), terdapat 167 juta/jiwa pengguna media sosial aktif di Indonesia. Media sosial merupakan wadah atau alat promosi bisnis yang sangat efektif digunakan untuk kegiatan pemasaran karena dapat diakses oleh siapa saja.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media sosial menjadi salah satu media yang sangat berpengaruh dalam proses pengambilan keputusan pembelian pada konsumen. Ada banyak jenis media sosial yang sering diakses oleh pengguna media, yaitu Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp, Telegram, YouTube, TikTok, dan sebagainya (Rossita Rahmawati Wahyu Ramadhan et al., 2023).



Gambar 1.1 Data Penetrasi Internet Indonesia

Sumber: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII)

Berdasarkan data yang dirangkum oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia, pada tahun 2018, persentase penetrasi internet di Indonesia adalah sebesar 64,80% kemudian naik menjadi 73,70% di sepanjang tahun 2019-2020. Di tahun berikutnya, yaitu 2021-2022 Indonesia mengalami peningkatan penetrasi internet hingga 77,02%. Sepanjang tahun 2021-2022, dari 272.682.600 jiwa, 210.026.769 di antaranya sudah terkoneksi internet (Adawiyah, 2020).

Media sosial yang saat ini sedang trending diseluruh dunia adalah TikTok. TikTok adalah sebuah *Platform* social media ini memuat video pendek berdurasi 15-60 detik yang didukung musik, filter, serta beberapa fitur kreatif lainnya. Dan TikTok merupakan salah satu media komunikasi berbasis internet sebab aplikasi ini pula mempunyai fitur yang bisa dipakai sebagai alat komunikasi seberti direct masage, live, dan fitur duet. Aplikasi yang berasal dari perusahaan asal tiongkok, bytedance oleh Zhang Yiming. Di negara asalnya aplikasi ini bernama Douyin yang resmi pada September 2016. Dalam 1 tahun aplikasi ini meliki 100 pengguna serta 1 milliyar tayangan video konten disetiap harinya (Gratia et al., 2022).

Popularitas douyin yang sangat meningkat membuat Zhang Yiming melakukan perluasan hingga keluar China dengan nama tiktok. Konsep dari

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penggunanya untuk menumbuhkan pola pikir kreatif (Dalima & Rahmawati, 2023).

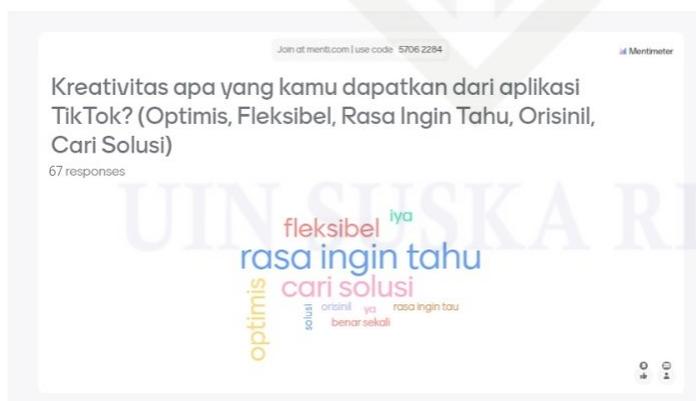
Media sosial TikTok memiliki minat yang cukup tinggi bagi generasi saat ini. Hampir semua generasi ada di TikTok sehingga apabila melakukan promosi melalui media sosial TikTok bukanlah suatu hal yang salah, sebab target pasar cukup banyak. Dengan media sosial TikTok, selain dapat digunakan untuk mengekspresikan diri melalui menari, bernyanyi, dan sebagainya, kemudian bisa menjadi pribadi yang kreatif dengan memberikan tips-tips unik, dapat pula memberikan sebuah inovasi dalam mengelolah sebuah barang, melatih diri untuk menjadi pribadi yang kreatif dan penuh inovasi.

Tabel 1.1 Data Pengguna TikTok Dunia (2022)

Usia	Persentase
13-17 Tahun	14,4 %
18-24 Tahun	34,9 %
25-34 Tahun	28,2 %
35-44 Tahun	12,8 %
45-54 Tahun	6,3 %
>55 Tahun	3,4 %

Sumber: Katadata.co.id

Rata-rata pengguna TikTok berusia 18-24 tahun, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengguna TikTok lebih banyak dari kalangan remaja atau pelajar dan mahasiswa. Kalangan remaja telah dipengaruhi oleh media sosial dalam mencari inspirasi dan kreativitas (Ilahin, 2022).



Gambar 1.3 Mentimeter mengenai kreativitas apa yang didapatkan dari aplikasi TikTok

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sebelumnya peneliti sudah melakukan observasi pra riset menggunakan aplikasi Mentimeter kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021, peneliti telah memberikan 2 pertanyaan kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021 yang mana pertanyaan yang mana pertanyaan pertama dijawab sebanyak 67 responden, dan pertanyaan kedua juga 67 responden. Pertanyaan pertama adalah “Apakah kamu menggunakan aplikasi TikTok?”, dari pertanyaan tersebut para mahasiswa menjawab pertanyaan dengan beragam, ada yang menjawab iya, benar sekali, benar dan beragam jawab lainnya. Tetapi rata-rata mahasiswa banyak yang menjawab “iya”. Pertanyaan kedua adalah “Kreativitas apa yang kamu dapatkan dari aplikasi TikTok (Optimis, Fleksibel, Rasa Ingin Tahu, Orisnil, dan Cari Solusi), ada banyak beragam jawaban mahasiswa dari pertanyaan tersebut, tetapi kebanyakan para mahasiswa menjawab “Rasa Ingin Tahu”.

(mentimeter, “URL”: <https://www.menti.com/al1yiyawc8rf>)

TikTok mendorong kreativitas penggunaannya menjadi pembuat konten. Dalam Tiktok ini dapat ditemukan lagu yang hits dan sudah otomatis terpotong dengan sangat baik dan dapat dipadukan dengan alunan suara serta koreografi gaya yang lucu. Media sosial tiktok memiliki lebih banyak dampak positif untuk menghibur, sumber informasi, dan bisa sebagai wadah untuk meningkatkan eksistensi (Gratia et al., 2022).



Gambar 1.4 Mentimeter Mengenai Konten Apa yang Sering Kamu Temui di TikTok

Berdasarkan gambar diatas, dengan pertanyaan mentimeter “Konten seperti apa yang sering kamu temui di tikTok?” maka dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau rata-rata menjawab “Video Edukasi” dan “Tutorial”. Hal ini membuktikan bahwa TikTok dapat membantu mahasiswa dalam mengembangkan ide-ide kreatif mereka.

Pada saat ini pengguna TikTok telah merambah ke seluruh kalangan dan salah satunya adalah mahasiswa. Saat ini juga banyak hal yang dapat kita temui dalam media sosial TikTok, rata-rata mahasiswa saat ini memiliki

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kemampuan dalam berkekrativitas cukup tinggi dalam membuat konten di TikTok agar dapat menarik audies untuk mempertahankan eksistensi mereka melalui hasil kreativitas dari konten yang dibuat. Dengan demikian, semakin banyak pengguna membuat konten di TikTok maka kreativitas pun dapat semakin terasah. Peningkatan kreativitas ini, didukung oleh pengalaman dan juga pembelajaran akan konten yang dibuat, sehingga para mahasiswa yang menggunakan TikTok akan dapat terbawa kreatif pada kehidupan sehari-harinya.

TikTok diharapkan terus memicu pengaruh positif yang dapat mempengaruhi pola pikir dari penggunanya agar menumbuhkan pola pikir yang kreatif lagi untuk terus menciptakan konten video yang fresh khususnya di kalangan mahasiswa yang segala sesuatunya berkiblat pada kecanggihan teknologi dalam mengakses suatu informasi juga dalam mencari referensi. Karena mereka hidup di era seperti sekarang ini, di mana mereka selalu terhubung dengan dunia maya juga dapat melakukan segala sesuatunya dengan kecanggihan teknologi yang berkembang pesat (Nasiruddin & Rapa', 2022).

Hal itu membuat generasi ini begitu kilat dalam mengakses informasi juga ketika berinteraksi atas gelombang informasi di sekelilingnya, sehingga mahasiswa berkembang dengan cerdas dan terampil dengan memakai teknologi serta juga menjadikan mereka lebih kreatif.

Peneliti pribadi sebagai mahasiswa yang menggunakan media sosial TikTok untuk hiburan maupun untuk mengembangkan ide-ide kreativitas karena banyaknya *content creator* di TikTok Yang sangat menginspirasi. Peneliti sendiri sudah sering membuat konten kreatif guna memenuhi tugas perkuliahan, dan itu inspirasinya dari media sosial TikTok. Sehingga dari pengalaman yang peneliti rasakan sendiri, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian pada kreativitas mahasiswa. Apakah media sosial TikTok itu berpengaruh pada kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Berdasarkan hal-hal tersebut diatas, maka perlu untuk diteliti secara khusus mengenai bagaimana pengaruh konten tiktok pada kalangan mahasiswa, sehingga peneliti memberi judul penelitian ini **“Pengaruh penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021”**

1.2 Penegasan Istilah

Untuk menghindari terjadi kesalah pahaman dalam memahami judul penelitian “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021”, maka peneliti perlu memberikan penegasan dan penjelasan. Istilah-istilah yang merupakan unsur penting dalam penelitian ini, yaitu:

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pengaruh

Kata pengaruh jika diartikan dalam buku besar KBBI memiliki makna sebagai dampak dari sesuatu yang dapat membuat watak, rasa kepercayaan atau tingkah laku seseorang. Dalam artian pengaruh merupakan sebuah perubahan dialami disebabkan sesuatu hal, perubahan yang dimaksud berupa perubahan kepribadian manusia.

Pada penelitian ini, pengaruh yang dimaksud yaitu dampak kreativitas dalam penggunaan sarana media jejaring sosial TikTok sebagai media Kreativitas bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

2. Penggunaan

Penggunaan adalah tindakan atau proses menggunakan sesuatu dengan cara tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Secara umum, penggunaan merujuk pada cara atau metode pengguna mengoperasikan atau memanfaatkan sesuatu, baik itu benda, teknologi, atau konsep, sesuai dengan keperluan atau kebutuhan yang dimiliki.

Pada penelitian ini, penggunaan yang dimaksud adalah tindakan mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

3. Media Sosial

Media sosial (*social media*) atau yang dikenal juga dengan jejaring sosial merupakan bagian dari media baru (*new media*). Menurut John Vivian, keberadaan media baru seperti internet yang bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Pada penelitian ini, media sosial yang dimaksud yaitu wadah untuk bersosialisasi dan berinteraksi.

4. Tiktok

TikTok ialah sebuah aplikasi yang berbasis audio visual yang populer dikalangan masyarakat. Salah satu aplikasi media sosial yang ramai dan diminati dari berbagai kalangan ialah TikTok, aplikasi yang menghibur serta dapat menuangkan hasil ideide kreatif selain itu ada berbagai macam efek yang dapat digunakan serta dapat meniru gerakan, *lipsync music* yang sedang populer di aplikasi tersebut.

Pada penelitian ini, TikTok yang dimaksud adalah media sosial yang menawarkan berbagai kreativitas bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

5. Kreativitas

Kreativitas merupakan suatu pola perilaku untuk menciptakan pemikiran sehingga menghasilkan ide-ide, kegiatan yang unik dan menarik minat

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

banyak orang atau sebagai kemampuan untuk memberikan gagasan baru dalam upaya pemecahan masalah.

Pada penelitian ini, kreativitas yang dimaksud adalah pola tingkah laku mahasiswa yang aktif, memiliki keingintahuan yang besa, yang tidak bisa diam dalam suatu hal serta dorongan untuk berkembang dalam diri sendiri maupun orang lain.

6. Mahasiswa

Mahasiswa adalah status yang disandang oleh seseorang karena hubungannya dengan perguruan tinggi yang diharapkan dapat menjadi calon- calon intelektual atau bisa juga definisi mahasiswa adalah orang yang menuntut ilmu atau belajar di perguruan tinggi, baik itu di universitas, institut ataupun akademi.

Pada penelitian ini, mahasiswa yang dimaksud adalah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Angkatan tahun 2021, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

1.3 Permasalahan

a. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Apakah media sosial TikTok dimanfaatkan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau untuk menambah kreativitas?
- b. Mengapa mahasiswa UIN Suska Riau menggunakan media sosial TikTok untuk menambah kreativitas mereka?
- c. Seberapa besar manfaat media sosial TikTok terhadap kreativitas mahasiswa UIN Suska Riau?
- d. Seberapa pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau?

b. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka peneliti dapat memutuskan masalah penelitian yaitu: “Seberapa Pengaruhkah Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021?”

1.4 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka yang akan dicapai dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui bagaimana Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Kegunaan Penelitian**1. Secara Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk memperkaya ilmu pengetahuan dan menambah wawasan tentang media sosial terutama mengenai media sosial TikTok, serta bisa menjadi rujukan dan referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian yang sama.

2. Secara Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna sebagai informasi seberapa berpengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021.

1.1 Sistematika Penulisan**BAB I : PENDAHULUAN**

Bab ini meliputi latar belakang, penegasan istilah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab II ini membahas mengenai kajian terdahulu, landasan teori, konsep operasional, kerangka pemikiran, dan hipotesis.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi pada bab III ini menjelaskan mengenai desain penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Pada bab ini, peneliti mengungkapkan gambaran umum mengenai subyek penelitian yaitu Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil dari data yang diperoleh dan pembahasannya.

BAB VI : PENUTUP

Pada bagian penutup terdiri atas kesimpulan dan saran.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN-LAMPIRAN**



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Terdahulu

Kajian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperbanyak teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Berikut ini adalah beberapa penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian oleh Amalia Ferniansyah, Siti Nursanti, Luluatu Nayiroh (2021) yang berjudul “Pengaruh Media Sosial Tiktok Terhadap Kreativitas Berpikir Generasi Z”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh yang terjadi antara penggunaan media sosial khususnya aplikasi TikTok terhadap kreativitas berpikir dikalangan generasi Z. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode analisis regresi linear sederhana serta didukung dengan teori new media. Sampel pada penelitian ini yakni generasi Z pengguna aplikasi TikTok yang aktif di Indonesia sebanyak 196.716.070 pengguna. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa atensi dan penghayatan intensitas penggunaan media sosial TikTok berpengaruh terhadap kreativitas berpikir pada generasi Z.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pemanfaatan media sosial TikTok terhadap kreativitas, dan perbedaan jurnal ini sampel penelitiannya generasi Z sedangkan penelitian peneliti sampel penelitiannya mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

2. Penelitian oleh Chotijah Fanaqi (2021) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan TikTok Sebagai Media Kreativitas di Masa Covid-19”. Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menginterpretasikan bagaimana TikTok digunakan sebagai media penunjang kreativitas oleh para penggunanya di masa pandemi Covid-19. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan interpretatif dengan teknik pengumpul data melalui teknik wawancara, penelusuran pustaka, serta interpretasi terhadap data. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna TikTok di masa pandemi Covid-19 cukup menunjang kreativitas para penggunanya.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang kreativitas pengguna TikTok dan perbedaan jurnal ini waktu penelitian

yaitu pada masa pandemi Covid-19 sedangkan penelitian peneliti pada saat sudah tidak masa pandemi Covid-19.

3. Penelitian oleh Tri Buana, dan Dwi Maharani (2020) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok (Versi Terbaru) dan Kreativitas Anak”. Penelitian ini bertujuan mengetahui daya kreativitas anak usia 8-12 tahun. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif, menggunakan metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi serta dokumentasi. Hasil dari penelitian ini disimpulkan bahwa TikTok sebagai salah satu rekreasi dan salah satu media anak untuk mengeksklore diri dan berpikir kreatif dan sebagai penghibur anak.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang TikTok sebagai media kreativitas dan perbedaan jurnal ini objek penelitiannya yaitu anak-anak usia 8-12 tahun sedangkan penelitian peneliti adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 UIN Suska Riau.

4. Penelitian oleh Desella Rasida Luisandrith, dan Setyo Yanuartuti (2020) yang berjudul “Pengaruh Pembelajaran Seni Tari Melalui Aplikasi TikTok Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak”. Penelitian ini bertujuan untuk meningkatkan kreativitas seni tari pada peserta didik. Metode yang digunakan adalah research and development (R&D) dan pendekatan interdisiplin. Hasil penelitian ini menemukan bahwa TikTok sangat bermanfaat untuk meningkatkan kreativitas anak seni tari karena TikTok dapat membantu peserta didik untuk terus bereksprei dan mengembangkan kreativitasnya.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengembangan kreativitas dari konten TikTok dan perbedaan jurnal ini target penelitiannya anak-anak khususnya peserta didi seni tari, sedangkan penelitian peneliti target penelitiannya adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

5. Penelitian oleh Shazrin Daniyah Khansa, Kinkin Yuliaty Subarsa Putri (2022) yang berjudul “Pengaruh Sosial Media TikTok Terhadap Gaya Hidup Remaja dan Peningkatan Kreativitas”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh sosial media TikTok terhadap gaya hidup remaja saat ini. Paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif serta penggunaan metode survei digunakan pada penelitian ini. Hasil yang didapat dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh antara sosial media TikTok dengan gaya hidup remaja.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang media sosial TikTok dan perbedaan jurnal ini adalah membahas pengaruh TikTok terhadap gaya hidup remaja, sedangkan penelitian peneliti membahas tentang pengaruh media sosial TikTok terhadap kreativitas mahasiswa.

6. Penelitian oleh Dhafin Firdau, Shelzia Grayxena, Az-Zahro Qonita, Nur Aini Rakhmawati, Rahmat Hidayat (2021) yang berjudul “Pengaruh TikTok Terhadap Remaja Di Bawah Umur 18 Tahun Pada Masa Pandemi”. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi TikTok terhadap remaja dibawah umur 18 tahun pada masa pandemi. Penelitian ini menggunakan metode analisa induksi dengan penarikan kesimpulan yang dimulai dengan pernyataan-pernyataan yang mempunyai ruang lingkup yang khas dan terbatas dalam menyusun argumentasi yang diakhiri dengan pernyataan-pernyataan umum. Hasil penelitian menunjukkan sebanyak sekitar 68% responden membuat akun TikTok pada tahun 2020, dan 44% dari responden membuat akun TikTok pada saat pandemi.

Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh dari aplikasi TikTok dan perbedaan jurnal ini adalah targetnya yang mana remaja dibawah umur 18 tahun pada masa pandemi sedangkan penelitian peneliti targetnya Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau tahun 2023.

7. Penelitian oleh Luthfi Lailatur Roshidah, M. Anas Thohir (2022) yang berjudul “Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Tingkat Kreativitas dan Kepercayaan Diri Siswa SD”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial TikTok terhadap tingkat kreativitas dan kepercayaan diri siswa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan pertama, terdapat pengaruh pengaruh aplikasi TikTok terhadap kreativitas siswa yang dinuktikan dengan hasil nilai sig. Uji regresi linier sederhana kurang dari 0,5. Kedua, terdapat pengaruh antara aplikasi TikTok terhadap tingkat keoercayaan diri siswa sekolah dasar yang dibuktikan dengan hasil nilai sig. Uji regresi linier sederhana kurang dari 0,05.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas tentang pengaruh media sosial TikTok terhadap kreativitas dan perbedaan penelitian ini adalah target penelitiannya adalah siswa SD sedangkan penelitian peneliti targetnya mahasiswa UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

8. Penelitian oleh Rani Anggraini, dan Aprido Tasa Ubidia (2022) yang berjudul “Hubungan Media Sosial TikTok Terhadap Minat Belajar Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh hubungan media sosial terhadap minat belajar mahasiswa di Perguruan Tinggi Bengkulu. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, teknik pengumpulan datanya dengan cara menyebarkan kuesioner online kepada pihak yang ingin diteliti. Hasil pembenelitian menunjukkan bahwa adanya hubungan positif yang signifikan antara penggunaan media TikTok terhadap minat belajar Mahasiswa yang cukup kuat.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas media sosial TikTok dan perbedaannya adalah penelitian ini lebih memfokuskan media sosial TikTok terhadap minat belajar mahasiswa sedangkan penelitian peneliti memfokuskan media sosial TikTok terhadap kreativitas mahasiswa.

9. Penelitian oleh Kadek Yudi, Dr. Herning Suryo Sarjono, M.Si, Andri Astuti Intisari, S.Sos (2022) yang berjudul “Pengaruh Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta Dalam Penggunaan Aplikasi TikTok Untuk Eksistensi Diri”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta dalam pembuatan konten di aplikasi TikTok. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik penentuan informan menggunakan purposive sampling. Hasil dari penelitian ini adalah proses kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta dibagi menjadi tiga aspek.

Persamaan penelitian ini adalah sama-sama membahas pengaruh dari media sosial TikTok terhadap mahasiswa, dan perbedaannya adalah penelitian ini memfokuskan media sosial TikTok untuk eksistensi diri mahasiswa sedangkan penelitian peneliti media sosial TikTok untuk kreativitas Mahasiswa.

10. Penelitian oleh Vira Aulia, Yanti Tayo, Luluatu Nayiroh pada tahun (2022), yang berjudul “Pengaruh Konten Video Tiktok @Aulion Terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa”. Penelitian ini bertujuan mengetahui bagaimana dampak mahasiswa menonton konten video TikTok @aulion terhadap perilaku kreatif mahasiswa dalam membuat konten video. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan subjek penelitian ialah mahasiswa di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas

Singaperbangsa Karawang. Hasil dari analisis regresi linear sederhana bahwa penggunaan media sosial TikTok berpengaruh terhadap perilaku kreatif mahasiswa berdasarkan F hitung 21.638 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000.

2.2 Landasan Teori

a. Teori New Media

Teori new media adalah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy dalam bukunya *Cyberculture, Electronik Mediations*, V.4, Minneapolis dan mengemukakan bahwa new media merupakan teori yang membahas perkembangan media dari era konvensional ke era digital. New Media menurut Miles, Rice dan Barr dalam *Media: an introduction 3rd Edition* merupakan suatu media yang merupakan hasil integrasi atau kombinasi dari beberapa gabungan aspek teknologi, yaitu antara lain teknologi komputer dan informasi, jaringan komunikasi serta media dan pesan informasi digital (Findiana & Suryadi, 2022).

New media atau media baru disebut juga media digital. Karakteristik utama new media menurut Dennis McQuail dalam bukunya *Teori Komunikasi Massa* adalah adanya saling keterkaitannya, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana. McQuail mengelompokkan media baru menjadi empat kategori. Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, handphone, email. Kedua, media bermain interaktif seperti computer, videogame, game di internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/search engine. Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, pendapat, pengalaman dan terhubung melalui komputer dimana penggunaannya tidak hanya untuk alat tetapi juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional (Syaifudin & Elmasari, 2020).

Istilah new media merupakan penggambaran karakteristik media yang berbeda dengan media yang sudah ada, seperti televisi, majalah, surat kabar, radio, yang dikategorikan sebagai media lama. Lalu media internet mengandung sifat interaktif yang dikategorikan sebagai media baru, sehingga istilah new media tidak berarti media lama telah hilang menjadi media baru. Dimana kehadiran media baru tentu saja tidak bisa menggeser keberadaan media lama atau tradisional yang sampai sekarang tetap

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dibutuhkan masyarakat untuk menjadi sumber informasi sesuai dengan karakteristik masing-masing.

Menurut Flew, new media adalah media yang merekomendasikan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas dan pengembangan jaringan terkait dengan pembuatan pesan dan pengiriman pesannya. Keahlian new media dengan merekomendasikan interaktivitas semacam ini agar memungkinkan pengguna dari new media dapat memilih informasi apa yang akan dikonsumsi. Inilah konsep utama dalam memahami new media (Nisa, 2024).

New Media dimulai dengan pengembangan salah satu aspek teknologi yang digabungkan dan kemudian berkonvergensi. Salah satu konvergensi tersebut yang merupakan bagian dari aspek teknologi yaitu media sosial. Media sosial merupakan jenis media baru atau lebih sering disebut dengan media konvergensi. Dengan adanya media sosial sebagai media baru, maka dalam penelitian ini teori yang digunakan sebagai alat ukur atau pendukung adalah teori new media. Penulis menganggap bahwa teori ini relevan dengan keberadaan media sosial yang merupakan pendatang baru di bidang media informasi.

b. Pengaruh

Menurut Wiryanto Pengaruh merupakan tokoh formal maupun informal di dalam masyarakat, mempunyai ciri lebih kosmopolitan, inovatif, kompeten, dan aksesibel dibanding pihak yang dipengaruhi. Pengaruh merupakan suatu daya tarik yang dihasilkan benda atau manusia yang dapat merubah kepribadian seseorang (Munthe & Lubis, 2022).

WJS.Poerwardaminta berpendapat bahwa pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu, baik orang maupun benda dan sebagainya yang berkuasa atau yang berkekuatan dan berpengaruh terhadap orang lain. Dalam hal ini pengaruh lebih condong kedalam sesuatu yang dapat membawa perubahan pada diri seseorang untuk menuju arah yang lebih positif. Bila pengaruh ini adalah pengaruh yang positif maka, seseorang akan berubah menjadi lebih baik, yang memiliki visi misi jauh kedepan. Bila ditinjau dari pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pengaruh adalah sebagai suatu daya yang ada atau timbul dari suatu hal yang memiliki akibat atau hasil dan dampak yang ada.

c. Penggunaan

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pengertian "penggunaan" adalah cara atau tindakan memakai, menggunakan, atau memanfaatkan sesuatu. Secara umum, penggunaan merujuk pada cara atau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

metode pengguna mengoperasikan atau memanfaatkan sesuatu, baik itu benda, teknologi, atau konsep, sesuai dengan keperluan atau kebutuhan yang dimiliki. Konsep penggunaan melibatkan cara dan proses memanfaatkan sesuatu (baik itu bahasa, teknologi, sumber daya, atau konsep ilmiah) untuk mencapai tujuan atau keperluan tertentu. Pemahaman yang baik tentang konsep penggunaan penting untuk memastikan efektivitas dan keberlanjutan dalam penggunaan berbagai aspek kehidupan manusia.

Dalam konteks yang lebih spesifik seperti "penggunaan media sosial TikTok", penggunaan mengacu pada berbagai cara atau intensitas di mana seseorang berinteraksi dengan platform tersebut. Ini bisa mencakup hal-hal seperti:

1. Durasi
Lama waktu khalayak menggunakan serta menerima pesan media atau dapat disebut dengan durasi penggunaan media.
2. Frekuensi
Frekuensi yakni sering atau rutinitas khalayak dalam menggunakan media dan menerima pesan media
3. Atensi
Perhatian khalayak akan dalam pesan yang diberikan media tersebut dapat disebut sebagai atensi yang pada dasarnya merupakan tingkat perhatian khalayak terhadap pesan media tersebut.

d. Media Sosial

Media sosial adalah sebuah platform Online yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan berpartisipasi dalam berbagai jenis konten seperti blog, jejaring sosial, forum, dan dunia maya. Kata "media" sendiri berarti perantara atau pengantar. Media bisa diartikan juga sebagai alat atau sarana yang membantu dalam berkomunikasi dengan menyampaikan pesan kepada orang atau khalayak. Menurut John Vivian, keberadaan media baru seperti internet yang bisa melampaui pola penyebaran pesan media tradisional, sifat internet yang bisa berinteraksi mengaburkan batas geografis, kapasitas interaksi, dan yang terpenting bisa dilakukan secara *real time*.

Media sosial adalah perwujudan dari perkembangan teknologi internet yang memberi kemudahan bagi setiap penggunanya untuk berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi informasi dan membentuk sebuah hubungan atau jaringan secara online. Dengan menggunakan sosial media dapat dilakukan berbagai aktifitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual (Anggraini & Ubidia, 2022).

e. TikTok

TikTok adalah sebuah *Platform* social media ini memuat video pendek berdurasi 15-60 detik yang didukung musik, filter, serta beberapa fitur kreatif lainnya. Dan TikTok merupakan salah satu media komunikasi berbasis internet sebab aplikasi ini pula mempunyai fitur yang bisa dipakai sebagai alat komunikasi seperti direct message, live, dan fitur duet. Aplikasi yang berasal dari perusahaan asal Tiongkok, ByteDance oleh Zhang Yiming. Di negara asalnya aplikasi ini bernama Douyin yang resmi pada September 2016. Dalam 1 tahun aplikasi ini memiliki 100 pengguna serta 1 miliar tayangan video konten disetiap harinya. Popularitas Douyin yang sangat meningkat membuat Zhang Yiming melakukan perluasan hingga keluar China dengan nama TikTok (Anggraini & Ubidia, 2022).

f. Kreativitas

Kreativitas adalah suatu pola tingkah laku siswa yang aktif, memiliki keingintahuan yang besar, yang tidak bisa diam dalam suatu hal serta dorongan untuk berkembang dalam diri sendiri maupun orang lain. Kemudian didukung dari beberapa para ahli pengertian tentang kreativitas, Menurut Suyanto & Asep Djihad dalam Istirani dan Intan Pulungan (2017:131) bahwa ada beberapa makna populer tentang istilah kreativitas:

Pertama, kreativitas mengupayakan untuk membuat sesuatu hal yang baru dan berbeda. Kedua, kreativitas dianggap sebagai sesuatu yang baru dan asli itu merupakan hasil yang kebetulan. Ketiga, kreativitas dipahami dari sesuatu apa saja yang tercipta sebagai yang baru dan berbeda. Keempat, kreativitas merupakan sesuatu proses yang unik. Kelima, kreativitas membutuhkan kecerdasan yang tinggi. Keenam, kreativitas merupakan suatu kemampuan yang dipengaruhi oleh faktor bawaan (Nisa, 2024).

Komponen konseptual dalam kreativitas ini terdiri dari tiga komponen utama, yakni kemampuan yang relevan dengan kreativitas, pemikiran kreatif (*creative thinking*), dan motivasi. Intinya kreativitas merupakan bentuk perwujudan dari kemampuan mental individu, serta rasa ingin tahunya dalam upaya menghasilkan sesuatu yang baru.

Menurut Amabile kreativitas merupakan komponen konseptual yang memiliki faktor ekstrinsik yang tidak hanya didorong oleh faktor *subsequent interest*, tapi juga disokong oleh faktor performa yang dapat mempengaruhi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keaktivitas. Komponen konseptual dalam kreativitas ini terdiri dari tiga komponen utama, yakni kemampuan yang relevan dengan kreativitas pemikiran kreatif (*creative thinking*), dan motivasi. Intinya kreativitas merupakan bentuk perwujudan dari kemampuan mental individu, serta rasa ingin tahunya dalam upaya menghasilkan sesuatu yang baru (Syaifudin & Elmasari, 2020).

Kreativitas bisa di kaitkan pula dengan kemampuan melahirkan, mengubah, dan mengembangkan gagasan, proses, produk, mode atau model dan pelayanan serta perilaku tertentu.

Pada penelitian ini yang dimaksud dengan kreativitas adalah kemampuan melahirkan, mengubah, dan mengembangkan gagasan, maka dari itu suatu masalah akan dipecahkan. Kreativitas seorang pengusaha dapat dilihat dari segi tingkah laku maupun dari melakukan kegiatan yang dapat dikatakan kreatif.

Menurut Hava Rachel Gordon terdapat beberapa Indikator yang dapat mengukur kreativitas, adapun hal tersebut dapat dijelaskan setiap indikatornya sebagai berikut:

- 1) Fleksibel Kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu atau kelompok
- 2) Optimis Merupakan perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha keras kemajuan dan kejayaan.
- 3) Rasa Ingin tahu Suatu emosi yang berkaitan dengan perilaku ingin tahu seperti eksplorasi, investigasi dan belajar, terbukti dengan pengamatan pada spesies hewan dan manusia..
- 4) Orisinil adalah keaslian dan ciri khas menyangkut ide dan gagasan seseorang atau tidak menghilangkan identitas produk.
- 5) Mencari solusi dari masalah Mencari jalan keluar untuk menyelesaikan suatu masalah

g. Mahasiswa

Menurut Kamus Praktis Bahasa Indonesia, mahasiswa adalah mereka yang sedang belajar di perguruan tinggi. Mahasiswa adalah orang yang terdaftar dan menjalani pendidikan pada perguruan tinggi. Sosok mahasiswa juga kental dengan nuansa kedinamisan dan sikap ke ilmuwannya yang dalam melihat sesuatu berdasarkan kenyataan objektif, sistematis dan rasional (Nasiruddin & Rapa', 2022).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Mahasiswa secara harfiah adalah orang yang belajar di perguruan tinggi, baik di universitas, institut atau akademi. Menurut Takwin, mereka yang terdaftar sebagai murid di perguruan tinggi otomatis dapat disebut sebagai mahasiswa. Mahasiswa adalah orang yang belajar di sekolah tingkat perguruan tinggi untuk mempersiapkan dirinya bagi suatu keahlian tingkat sarjana. Sementara itu, mahasiswa adalah seorang yang sudah lulus dari Sekolah Lanjutan Tingkat Atas (SLTA) dan sedang menempuh pendidikan tinggi. Berdasarkan beberapa pendapat ahli di atas, peneliti menyimpulkan bahwa mahasiswa adalah orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi di sebuah universitas atau perguruan tinggi (Findiana & Suryadi, 2022).

Melalui media sosial, proses interaksi tidak hanya berlangsung dalam pembicaraan personal maupun one-to-many, tetapi menuju penyebaran informasi dari banyak orang untuk banyak orang (many-to-many). Dalam dunia pendidikan, aplikasi media sosial untuk pemenuhan keterikatan fungsi informasi dan sosial digunakan secara aktif pada proses perkuliahan. Media sosial menjadi salah satu alternatif pilihan untuk membahas pekerjaan kelompok dan melakukan komunikasi antar sivitas akademika. Media sosial juga digunakan sebagai media mencari dan bertukar informasi yang relevan dengan tugas-tugas akademik

Rata-rata individu yang memiliki media sosial yang dapat diakses melalui piranti pintar miliknya, dapat menghabiskan waktu kurang lebih 6-8 jam per hari untuk mengunjungi dan menelusur aplikasi media sosial. Penggunaan waktu yang berlebihan dikhawatirkan akan menurunkan performa akademik. Demikian juga penyaringan informasi media sosial dan penggunaan informasi dengan benar. Orisinalitas ide yang muncul dari generasi digital terkadang menjadi titik kritis dari kemudahan akses pertukaran informasi

2.3 Konseptualisasi dan Operasional Variabel

Untuk memahami cara melakukan penelitian, kita perlu menjelaskan secara konseptual dan operasional. Konseptualisasi variabel adalah langkah pertama dalam merancang penelitian, di mana peneliti mendefinisikan konsep-konsep yang akan diteliti dalam penelitian. Ini mencakup mengidentifikasi variabel utama yang akan diteliti, mengkaji literatur yang ada untuk memahami konsep-konsep tersebut secara mendalam, dan mengembangkan definisi operasional yang jelas untuk setiap variabel.

Konseptualisasi variabel melibatkan pemahaman yang menyeluruh tentang konsep-konsep yang akan diteliti, memahami hubungan antara

variabel- variabel tersebut, sedangkan operasionalisasi variabel adalah langkah selanjutnya dalam perancangan penelitian di mana peneliti mengubah konsep abstrak menjadi variabel yang dapat diukur atau diamati dalam penelitian empiris. Ini melibatkan menggambarkan cara konsep-konsep yang telah didefinisikan secara konseptual akan diukur atau diobservasi dalam penelitian.

Operasionalisasi variabel melibatkan memilih indikator atau item yang akan digunakan untuk mengukur variabel, menentukan jenis skala pengukuran yang akan digunakan, dan merencanakan prosedur pengumpulan data, dan merumuskan hipotesis atau pertanyaan penelitian yang akan dijawab. Adapun hal tersebut sebagai berikut:

a. Konseptualisasi Variabel

Konseptualisasi digunakan untuk menghindari interpretasi yang berbeda tentang variabel penelitian. Menurut Hamidi, definisi konseptual adalah batasan yang diberikan oleh peneliti untuk memahami variabel-variabel konsep yang akan diukur, diteliti dan dikumpulkan datanya. Konseptualisasi adalah konsep yang digunakan untuk menggambarkan kerangka teoritis dan menjadi panduan dalam melakukan penelitian. Berikut adalah penjelasan lebih lanjut:

a. Variabel penggunaan media sosial TikTok (x)

Indikatornya terdiri dari :

- a) Durasi : mengukur lamanya mahasiswa menonton TikTok dalam satu hari
- b) Frekuensi : mengukur lamanya mahasiswa menonton TikTok dalam satu hari
- c) Atensi : mengukur perhatian mahasiswa terhadap pesan media.

b. Variabel kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau (y)

Indikatornya terdiri dari :

- a) Fleksibel : kemampuan untuk beradaptasi dan bekerja dengan efektif dalam situasi yang berbeda, dan dengan berbagai individu atau kelompok.
- b) Optimis : perasaan yakin terhadap sesuatu yang baik akan terjadi yang memberi harapan harapan positif serta menjadi pendorong untuk berusaha keras kemajuan dan kejayaan.
- c) Rasa Ingin Tahu : perilaku ingin tahu seperti explorasi, investigasi dan belajar.
- d) Orisinil : keaslian dan ciri khas menyangkut ide dan gagasan seseorang atau tidak menghilangkan identitas produk

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- e) Mencari solusi dari masalah : mencari jalan keluar untuk menyelesaikan suatu masalah.

b. Operasional Variabel

Operasional variabel adalah definisi yang diberikan pada variabel yang akan diteliti dan diukur, sehingga setiap variabel memiliki arti yang spesifik dan sesuai dengan aktivitas yang diukur. Dalam hal ini, variabel ditetapkan dengan cara yang spesifik dan terukur dalam lingkup penelitian.

Variabel dapat diartikan sebagai karakteristik atau atribut dari seseorang atau objek yang memiliki perbedaan antara satu orang dengan orang lain atau satu objek dengan objek lain. Variabel-variabel yang akan diukur kemudian dijelaskan sebagai sub-variabel, dan kemudian sub-variabel itu dipecah menjadi komponen-komponen yang dapat diukur. Komponen-komponen yang dapat diukur kemudian digunakan sebagai dasar untuk merancang item instrumen. Item instrumen dapat berupa pertanyaan atau pernyataan yang dijawab oleh responden. Dalam penelitian ini, terdapat variabel operasional, yaitu sebagai berikut:

1. Penggunaan Media Sosial TikTok
2. Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska

Tabel 2.1 Indikator Konseptualisasi Variabel Penelitian

No.	Variabel	Indikator	Instrumen	Skala
	Penggunaan Media Sosial Tiktok (Variabel X)	Durasi	Berapa lamanya waktu Anda menggunakan media Sosial Tiktok? 1. < 1 menit 2. 2-5 menit 3. 5-10 menit 4. > 10 menit	Likert

1.		Berapa lamanya waktu Anda gunakan untuk melihat konten-konten yang memberikan inspirasi di media sosial TikTok? 1. < 1 menit 2. 2-5 menit 3. 5-10 menit 4. > 10 menit	Likert
	Frekuensi	Berapa kali Anda dalam waktu satu minggu menggunakan media sosial TikTok? 1. < 4 kali 2. 5 kali 3. 6 kali 4. > 7 kali	Likert
		Berapa kali Anda dalam waktu satu minggu mendapatkan konten inspiratif di media sosial TikTok? 1. < 4 kali 2. 5 kali 3. 6 kali 4. > 7 kali	Likert
	Atensi	Anda memperhatikan setiap konten di media sosial TikTok 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju	Likert
Anda dapat memahami isi		Likert	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

			konten-konten di media sosial TikTok 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju	
2.	Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau (Variabel Y)	Fleksibel	Anda dapat menerima perbedaan pendapat pendapat dengan konten yang Anda temui di media sosial TikTok 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju	Likert
			Anda dapat menghargai pendapat orang lain yang ada di media sosial TikTok 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju	Likert
		Optimis	Anda merasa percaya diri setelah melihat konten inspirasi di media sosial TikTok 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju	Likert
			Anda merasa dapat melalui permasalahan yang Anda hadapi setelah melihat	likert

	<p>konten di media sosial TikTok</p> <p>1. Sangat Tidak Setuju</p> <p>2. Tidak Setuju</p> <p>3. Setuju</p> <p>4. Sangat Setuju</p>	
	<p>Rasa Ingin Tahu</p> <p>Anda merasa ingin tahu tentang pembahasan konten di media sosial TikTok</p> <p>1. Sangat Tidak Setuju</p> <p>2. Tidak Setuju</p> <p>3. Setuju</p> <p>4. Sangat Setuju</p>	Likert
	<p>Anda merasa mendapatkan inspirasi untuk melakukan sesuatu setelah melihat konten inspirasi di media sosial TikTok</p> <p>1. Sangat Tidak Setuju</p> <p>2. Tidak Setuju</p> <p>3. Setuju</p> <p>4. Sangat Setuju</p>	Likert
	<p>Orisinil</p> <p>Anda dapat membuat konten sendiri di media sosial TikTok setelah konten-konten di media tersebut</p> <p>1. Sangat Tidak Setuju</p> <p>2. Tidak Setuju</p> <p>3. Setuju</p> <p>4. Sangat Setuju</p>	Likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

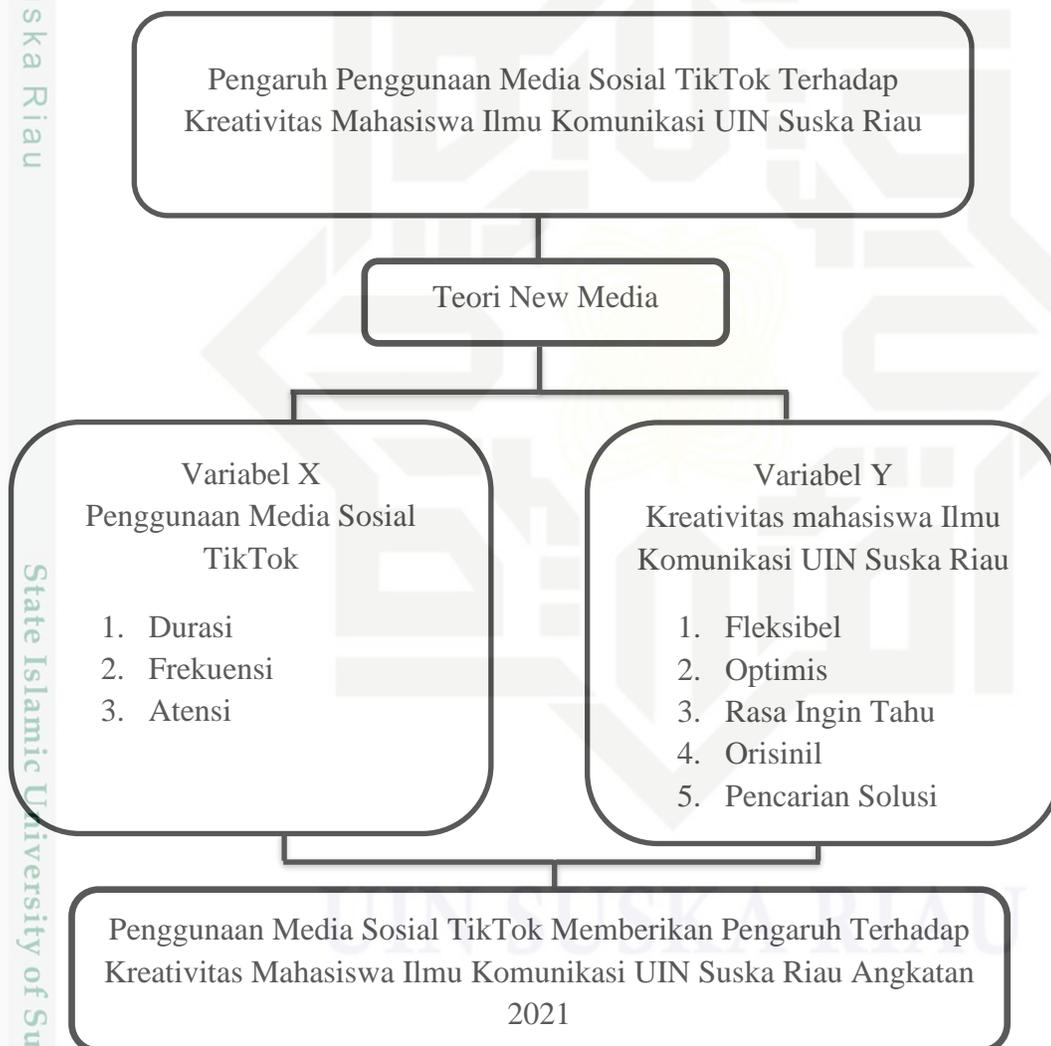
	Anda mendapatkan berbagai macam bentuk konten di media sosial TikTok 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju	Likert
Pencarian Solusi	Anda dapat mencari solusi dari permasalahan yang Anda hadapi dari media sosial TikTok 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju	Likert
	Anda menemukan konten-konten yang dapat memberikan solusi di media sosial TikTok 1. Sangat Tidak Setuju 2. Tidak Setuju 3. Setuju 4. Sangat Setuju	Likert

Sumber: Data Olahan Peneliti 2024

2.4 Kerangka Pemikiran

Untuk memahami bagaimana pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau pada angkatan 2021, perlu diketahui terlebih dahulu kerangka pikir yang sistematis. Hal ini merupakan landasan yang memberikan dasar-dasar pemikiran yang lebih kuat sebagai tempat berdirinya hasil-hasil penelitian tersebut. Berikut ini peneliti membentuk kerangka piker dalam penelitian ini sebagai berikut:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pemikiran



Sumber: Pemikiran Peneliti 2024

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2.5 Hipotesis

Hipotesis secara etimologis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. Kata *hypo* berarti kurang dan kata *thesis* berarti pendapat. Dari kedua kata itu, dapat diartikan bahwa hipotesis adalah sebuah pendapat yang belum pasti kebenarannya.

Hipotesis merupakan pernyataan awal yang masih perlu diuji kebenarannya dan bersifat sementara atau dugaan yang belum tentu benar. Hipotesis adalah sebuah dugaan yang masuk akal sebagai kemungkinan solusi dari suatu masalah. Namun, hipotesis hanya dapat diterima sebagai benar setelah diuji dengan fakta-fakta atau kenyataan-kenyataan yang sesuai dengan hipotesis tersebut.

H_a: Terdapat pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau pada angkatan 2021.

H₀: Tidak Terdapat pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau pada angkatan 2021.

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Desain Penelitian

Metodologi penelitian yang dilakukan pada penelitian yang berjudul pengaruh penggunaan media sosial TikTok terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau ini adalah metodologi penelitian kuantitatif. Karena dalam penelitian ini peneliti menganalisa dan menyajikan hasil penelitiannya dalam bentuk angka-angka dan dapat diukur kebenarannya. Hal ini sesuai dengan definisi penelitian kuantitatif menurut Robert Donmoyer yaitu pendekatan-pendekatan terhadap kajian empiris untuk mengumpulkan, menganalisa, dan menampilkan data dalam bentuk numerik daripada naratif (Prayitno, 2015).

Dalam penelitian metode riset yang digunakan adalah metode survei. Penelitian metode survei adalah kegiatan pengumpulan data primer dari responden dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data. Metode survei dilakukan dengan cara menyebarkan angket atau kuesioner pada sampel yang telah diambil terlebih dahulu dari suatu populasi (Usman & Akbar, 2008).

Alasan peneliti menggunakan penelitian kuantitatif disebabkan oleh suatu pengaruh hanya dapat diteliti dengan kuantitatif karena jangkauannya luas dan tidak terlalu membahas secara mendalam. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu. Pada penelitian kuantitatif analisis data dilakukan dengan menggunakan rumus statistik, sedangkan pendekatan penelitian ini adalah pendekatan sampel.

3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau. Pemilihan lokasi didasarkan pada fakta bahwa peneliti menemukan permasalahan yang relevan di lingkungan tersebut, serta pengalaman tiga tahun peneliti dalam menempuh pendidikan di universitas tersebut memudahkan pengumpulan data. Waktu penelitian ini dilakukan pada september 2023 hingga selesai.

3.3 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri dari subjek/objek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi juga merupakan keseluruhan objek dan fenomena yang diriset. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan syarif Kasim Riau yang mana angkatan 2021 yang berjumlah 207 orang.

b. Sampel

Sampel adalah sebagian anggota populasi yang diambil dengan menggunakan teknik sampling. Teknik sampling menurut H. Hudari Nawawi adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar didapat sampel yang representatif atau benar-benar mewakili populasi.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive Sampling. Mengambil sampel mahasiswa ilmu komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2021 yang secara aktif menggunakan TikTok dan memiliki keterlibatan yang signifikan dengan platform tersebut. Jumlah Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau pada angkatan 2021 berjumlah 207 orang. Pada penelitian ini menggunakan peluang kesalahan 10% maka tingkat kepercayaan sebesar 90%. Peluang kesalahan dengan taraf signifikansi. Peneliti mengambil tingkat kesalahan maksimal dalam proses pencarian data dari keseluruhan responden. Penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus Slovin, adapun hal tersebut dapat disajikan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{(1 + (N \times e^2))}$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = presisi yang ditentukan (10%)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

$$n = \frac{207}{(1 + 207 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{207}{(1 + 207 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{207}{(1 + 2,07)}$$

$$n = \frac{207}{3,07}$$

$$n = 67,42$$

Dari hasil perhitungan yang telah dilakukan diatas, dapat disimpulkan bahwasanya sampel dalam penelitian ini berjumlah 67 orang yang merupakan mahasiswa komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2021 menjadi responden penelitian ini.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara atau metode yang digunakan oleh peneliti untuk mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. Pemilihan teknik pengumpulan data yang tepat sangat penting untuk memastikan data yang diperoleh valid, reliabel, dan sesuai dengan tujuan penelitian. Untuk memperoleh sebuah data yang diperlukan oleh peneliti pada penelitian ini, maka penulis menggunakan beberapa pengumpulan data sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan mengamati secara langsung terhadap suatu objek dan melibatkan seluruh panca indera untuk mendapatkan data.

b. Angket (Questioner)

Angket adalah teknik pengumpulan data dengan memberikan serangkaian pertanyaan atau pernyataan untuk mendapatkan data atau informasi yang harus dijawab responden secara bebas sesuai dengan pendapatnya. Angket ini akan dibagikan kepada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2021.

Adapun jenis skala yang digunakan dalam membuat angket pada penelitian ini adalah skala *Likert*. Skala ini paling sering digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi responden terhadap suatu objek. Dimana nilai jawaban responden terdiri dari 4 pilihan melalui pengukuran sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 3.1 Skor Jawaban Responden

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Burhan Bungin, 2017

Metode ini digunakan untuk memperoleh data tentang sejauh mana pengaruh penggunaan media social TikTok terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau angkatan 2021.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan catatan, arsip, gambar, film, foto, dan dokumen-dokumen lainnya. Dimana dalam dokumen itu merupakan catatan penting yang berhubungan dengan masalah, yang memungkinkan pemerolehan data secara lengkap, sah, dan bukan berdasarkan perkiraan saja.

Peneliti menggunakan metode dokumentasi dalam penelitian ini berupa mengumpulkan data-data seputar sampel penelitian peneliti yaitu Prodi Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau dari berbagai sumber guna mengumpulkan informasi yang dapat mendukung penelitian, selain itu peneliti juga mengumpulkan beberapa bentuk informasi yang tersebar di media sosial.

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas adalah dua konsep penting dalam penelitian yang digunakan untuk mengukur kualitas data yang dikumpulkan. Validitas mengacu pada sejauh mana data yang dikumpulkan benar-benar mengukur konsep atau variabel yang diteliti. Dalam kata lain, validitas menilai apakah instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian mampu menghasilkan data yang akurat dan relevan untuk tujuan penelitian. Uji validitas digunakan untuk memastikan bahwa alat pengukuran yang digunakan benar-benar mengukur apa yang seharusnya diukur, sedangkan Reliabilitas mengacu pada tingkat konsistensi atau kestabilan alat pengukuran dalam menghasilkan data yang sama jika diulang dalam waktu yang berbeda atau diukur oleh peneliti yang berbeda. Dalam kata

lain, reliabilitas menilai apakah alat pengukuran yang digunakan dapat menghasilkan data yang konsisten dan dapat diandalkan.

Berikut penjelasan lebih mendalam tentang uji validitas dan reabilitas:

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan dan kecermatan suatu instrumen pengukuran dalam melakukan fungsi ukurnya. Agar data yang diperoleh bisa relevan/sesuai dengan tujuan maka diadakan pengukuran tersebut. Uji validitas diperoleh dengan cara mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05. Pengukurannya dapat dikatakan valid apabila diukur dengan nyata dan benar. Berikut ini kriteria pengujian validitas:

- a. Bila $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ (uji 2 arah dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Bila $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$ (uji 2 arah dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang memiliki arti yaitu dapat dipercaya. Reliabilitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten bila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dan dengan alat ukur yang sama.

Untuk uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Teknik *Alpha Croncbach*. Dimana instrumen memiliki tingkat reliabilitas yang tinggi jika nilai koefisien yang diperoleh lebih dari 0.6.

3.5 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, analisis data yang digunakan adalah metode analisis deskriptif kuantitatif yaitu nilai dari pembahasan yang dapat dinyatakan dalam angka. Peneliti menggunakan program SPSS (*Statistical Program For Sosial Science*) agar mempermudah dalam proses penentuan hasil dari penelitian. Analisis dalam penelitian ini dilakukan dengan berdasarkan kuesioner dan dianalisa dengan skala *Likert*. Teknik analisis data yang digunakan adalah:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Uji Normalitas Dengan Statistik

Uji normalitas menggunakan statistik ini menjadi cara lain untuk dapat menguji data tersebut apakah normal atau tidak, dalam menguji normalitas data dengan statistik ini peneliti menggunakan statistik nonparametik-kromogorov smirnov, hal tersebut merupakan untuk dapat melihat data yang memiliki distribusi secara normal atau tidak normal dapat dilihat pada hasil signifikansi data. Jika data signifikansi memiliki nilai lebih besar dari alpha maka data dapat dikatakan memiliki distribusi yang normal, jika tidak maka data dikatakan distribusinya tidak normal, dalam penelitian ini peneliti menetapkan alpha 0,05 (5%).

b. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu alat ukur untuk dapat mengukur sejauh mana model dalam menerangkan variasi dari variabel dependen. Nilai dari pengujian ini mulai dari nol dan satu, jika semakin tinggi angkat mendekati angka satu maka variabel independen semakin baik menjelaskan variabel dependen. Koefisien determinasi atau biasanya disingkat dengan istilah (KD) merupakan angka yang dapat menyatakan untuk digunakan mencari tahu kontribusi atau bantuan yang diberikan suatu variabel bebas kepada variabel terikat dengan rumus sebagai berikut:

$$KD = () 100\%$$

c. Koefisien Korelasi

Uji korelasi merupakan uji yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar variabel. Arah dinyatakan dalam positif dan negatif, sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya koefisien korelasi.

Nilai koefisien relasi dapat dinyatakan apabila :

- 1) Apabila (-) berarti terdapat hubungan negatif
- 2) Apabila (+) berarti terdapat hubungan positif Interpretasi

Nilai koefisien korelasi yakni sebagai berikut:

- 1) Jika $r = -1$ maka hubungan kedua variabel kuat mempunyai hubungan yang berlawanan (jika variabel independen naik, maka variabel dependen turun, dan sebaliknya apabila variabel independen turun maka variabel dependen naik).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 2) Jika $r = +1$ atau mendekati $+1$, maka terdapat hubungan yang kuat antara variabel independen dan variabel dependen juga hubungannya searah (jika variabel independen naik, maka variabel dependen naik, dan jika variabel independen turun maka variabel dependen juga turun).

Adapun sebagai gambaran untuk dapat menafsirkan nilai efisien korelasi dapat kita lihat pada tabel tingkat korelasi dan kuatnya hubungan sebagai berikut:

Tabel 3. 2Tabel Korelasi dan Kuatnya Hubungan

No.	Nilai Korelasi	Tingkat Hubungan
1	0,00-0,199	Sangat Lemah
2	0,20-0,399	Lemah
3	0,40-0,599	Cukup
4	0,50-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber: Sugiyono, 2018

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV GAMBARAN UMUM

4.1 Gambaran Umum Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kaim Riau dalam bahasa Inggris StateIslamic University of Sultan Syarif Kasim Riau merupakan hasil pengembangan atau peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sultan Syarif Kaim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan peraturan Presiden RI No.2 Tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang perubahan IAIN Sultan Syarif Kasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI bapak Dr. Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tidak lanjut perubahan status ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata UIN Suska Riau berdasarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005. Institut Agama Islam Negeri Riau Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa).

Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN SUSKA Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970. Terletak didua tempat, yang pertama kampus Tuanku Tambusai di jalan K.H. Ahmad Dahlan No. 94 Sukajadi Pekanbaru dan tempat yang kedua adalah kampus Raja Ali Haji di jalan Soebarantas Km 14,5 Simpang Baru, Tampan Pekanbaru. Pada awal berdirinya IAIN Susqa hanya memiliki 3 fakultas yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah dan Fakultas Usuluddin. (Panduan dan Informasi Akademik 2011-2012, 1) Masa selanjutnya IAIN Susqa terus berkembang dengan bertambahnya jumlah fakultas dan berbagai jurusan lainnya.

Pada tahun 1997 dibuka program Pasca Sarjana dan pada tahun 1998 didirikan Fakultas Dakwah. Fakultas Dakwah UIN Suska Pekanbaru meskipun secara yudiris formal baru lahir pada tahun akademik 1998/1999, tetapi secara historis Fakultas ini telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari jurusan iLmu Komunikasi berdiri berdasarkan surat keputusan.

Direktur Jenral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor; E/3/98 tentang Penyelenggara Program Studi Tadris Program Studi Bahasa Inggris dan Program Studi Psikologi pada fakultas Tarbiyah, program Studi Komunikasi dan program Diploma2 (D2) program Studi Pers dan Grafik pada Fakultas Usuluddin IAIN Susqa Pekanbaru tanggal 6 Januari 1998. Surat Rekomendasi Departemen Pendidikan Nasional Ditjen Pendidikan tinggi Nomor; 2486/D/T/2001 tentang Rekomendasi pembukaan program-

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

program Studi S1 pada IAIN dan STAIN dalam rangka Wider Mandate di lingkungan Departemen Agama tanggal 25 Juli 2001.

Pada tahun 2002/2003 Fakultas Dakwah merencanakan pula untuk membuka satu jurusan Program S1 yaitu Jurusan Manajemen Dakwah dan Matematik. Pembukaan jurusan Informatika dan Teknik Industri yang pada tahun Akademik 2002/2003 dilepas dari Fakultas Dakwah dan ditingkatkan menjadi fakultas sendiri, yaitu fakultas Sains dan Teknologi. Sebagian bagian menjadi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sehingga pada tahun Akademik 2002/2003 Fakultas Dakwah mengasuh 4 jurusan Strate Satu (S1) yaitu:

1. Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
2. Jurusan bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI)
3. Jurusan Ilmu Komunikasi (KOM)
4. Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Berdasarkan surat keputusan Badan Akreditasi tanggal 25 Desember 2007 Nasional Nomor: 031/BAN-PT/AkX/S1/XII/2007 tentang status, peningkatan dan hasil akreditasi Program Sarjana di Prguruan Tinggi maka Program Studi Ilmu Komunikasi terakreditasi B selama 5 tahun dari tahun 2007 s/d 2012 (Panduan dan Informasi Akademik 2011-2012, 3). Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi pertama kali didirikan pada tahun 1998. Sebelumnya telah pula dilakukan seminar dan lokakarya (semilokal) tentang penyusunan Kurikulum Jurusan Ilmu Komunikasi dan program studi Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua tokoh dan pakar Komunikasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi dan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung yaitu: Dr. H. Dedi Mulyana, MA dan Drs, Elvinaro Enderianto, M.Si. semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpada antara disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu Keislaman yang merupakan ciri khas program studi Ilmu Komunikasi. Dan pada tahun 2019 Ilmu Komunikasi telah terakreditasi A.

4.2 Visi dan Misi

Jurusan Ilmu Komunikasi memiliki visi misi yakni:

a. Visi

“Terwujudnya Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai pusat pengembangan keilmuan dan keterampilan yang professional dalam rumpun Ilmu Komunikasi yang Islami di dunia tahun 2023”

b. Misi

Menyelenggarakan kegiatan pendidikan dan pengajaran pada bidang *Jurnalistik, Public Relation dan Broadcasting*.

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a. Mengadakan kegiatan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat pada bidang *Jurnalistik*, *Public Relation* dan *Broadcasting*.
- b. Menyelenggarakan kegiatan pengembangan keilmuan dan keterampilan yang professional dalam bidang *Jurnalistik*, *Public Relation* dan *Broadcasting* berdasarkan Akhlak al-Karimah.
- c. Menegakkan hukum secara professional, objektif, proposional, transparan dan akuntabel untuk menjamin kepastian hukum dan rasa keadilan.
- d. Mengelola secara professional, transparan, akuntabel dan mpdern seluruh sumber daya polri guna mendukung operasional tugas.

4.3 Tujuan

Berikut merupakan tujuan Jurusan Ilmu Komunikasi

1. Menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan akademik dan praktis yang professional dalam bidang *Jurnalistik*, *Public Relation* dan *Broadcasting*.
2. Menghasilkan penelitian dan pengabdian kepada masyarakat yang menyejahterakan dan berkeadilan.
3. Menghasilkan sumber daya manusia yang memiliki kemampuan Intelektual dan Integrasi berakhlak al-karimah.

BAB VI PENUTUP

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan rumusan masalah pada penelitian ini, yakni Seberapa pengaruhkah penggunaan media sosial TikTok terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau, maka diperoleh koefisien regresi bernilai positif dan signifikan antara penggunaan media sosial tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Dimana apabila tanggapan responden mengenai pengaruh penggunaan media sosial tiktok mengalami penambahan 1%, maka secara langsung akan mempengaruhi nilai kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Tingkat keeratan penggunaan media sosial tiktok terhadap kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau berada pada tingkatan yang kuat dengan nilai $R(0,668)$ dan besarnya pengaruh dari $RSquare$ sebesar $0,446$ (44,6%) sedangkan sisanya 55,4% dipengaruhi oleh hal lain di luar dari cakupan penelitian ini. Dengan nilai R tersebut juga dapat dikatakan semakin tinggi nilai media sosial tiktok, maka semakin tinggi pula kreativitas mahasiswa ilmu komunikasi uin suska Riau.

Variabel penggunaan media sosial tiktok memiliki pengaruh secara parsial terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau. Berdasarkan dari hasil uji Hipotesis T mendapatkan nilai t_{hitung} sebesar $7,233 > t_{tabel}$ $1,66365$ dan nilai signifikan sebesar $0,000$ lebih kecil $0,05$ (sig $(0,000) < 0,05$), yang artinya H_a diterima dan H_0 ditolak. Hal ini berarti media sosial tiktok (X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap kreativitas mahasiswa ilmu komunikasi uin suska Riau (Y)

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka beberapa hal yang bisa dijadikan saran secara akademis dan praktis adalah sebagai berikut:

1. Penggunaan aplikasi tiktok sebaiknya hanya menonton konten 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.
2. 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.
3. Perlu dilakukan penelitian kembali menggunakan metode lain untuk memperkaya penelitian yang melibatkan kreativitas mahasiswa khususnya dalam bidang *Broadcasting*.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Diindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Anggraini, R., & Ubidia, A. T. (2022). Hubungan Media Sosial Tiktok terhadap Minat Belajar Mahasiswa. *ISTISYFA: Journal of Islamic Guidance and Conseling*, 1(03), 128–139. <https://ejournal.iainbengkulu.ac.id/index.php/istisyfa/article/view/8793>
- Dalima, M. N. A., & Rahmawati, A. (2023). Pengaruh Media Sosial TikTok terhadap Motivasi Belajar Remaja di Surabaya. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(4), 1209–1222. <https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i4.3346>
- Ente, F., Ratnasari, D., & Saputra, A. (2023). Pengaruh Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Universitas Ichsan Gorontalo Proram Studi Ilmu Komunikasi. *Hulondalo Jurnal Ilmu Pemerintahan Dan Ilmu Komunikasi*, 2(2), 141–155. <https://doi.org/10.59713/jipik.v2i2.643>
- Findiana, F., & Suryadi, A. (2022). Peran Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Online Terhadap Motivasi Belajar Remaja. *Perspektif*, 1(4), 437–443. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i4.205>
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 193–200. <https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *Ibtida'*, 3(1), 112–119. <https://doi.org/10.37850/ibtida.v3i1.300>
- Khansa, S. D., & Putri, K. Y. S. (2022). Pengaruh Sosial Media Tiktok Terhadap Gaya Hidup Remaja. *Ekspresi Dan Persepsi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 133–141. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i1.3939>
- Muhammad Rizqy, Nur Salsa Auliya Zachani, Saniyatul Fajri, & Meity Suryandari.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- (2023). Pengaruh Media Teknologi Informasi Modern Terhadap Aktivitas Dakwah di Era Revolusi Industri 4.0. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum Dan Humaniora*, 1(1), 22–42. <https://doi.org/10.59246/aladalah.v1i1.146>
- Munthe, Y. U., & Lubis, F. A. (2022). Pengaruh dan Efektivitas Media Sosial pada Proses Pengumpulan Zakat, Infaq, dan Sedekah: Studi Kasus di Lembaga Amil Zakat Al-Washliyah Beramal (LAZ WASHAL)) Sumatera Utara Yusnita. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*, 2(1), 923–926.
- Nasiruddin, F. A. zahr., & Rapa', L. G. (2022). Dampak Media Sosial Terhadap Prestasi Belajar Mahasiswa. *EDUSTUDENT: Jurnal Ilmiah Pendidikan Dan Pembelajaran*, 1(3), 188. <https://doi.org/10.26858/edustudent.v1i3.32890>
- Nisa, C. Z. (2024). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP AKHLAKUL KARIMAH SISWA SMA MUHAMMADIYAH 1 KOTA*. 08, 141–150.
- Prayitno, S. B. (2015). Metodologi Penelitian Kuantitatif. *JINoP (Jurnal Inovasi Pembelajaran)*, 1–29.
- Ridwan, M., Nurdin, & Fitriningsih. (2019). Pengaruh Dakwah di Instagram terhadap Perilaku Keagamaan Mahasiswa. *Al-Mishbah: Jurnal Ilmu Dakwah Dan Komunikasi*, 15(2), 193–220. <https://doi.org/10.24239/al-mishbah.Vol14.Iss2.118>
- Rossita Rahmawati Wahyu Ramadhan, Asma Shofiya Nabila Bilqis Assyahidah, & Veronika Angel Hera Novita. (2023). Efektivitas Pemasaran Melalui Aplikasi Tiktok Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta Angkatan 2022. *ORGANIZE: Journal of Economics, Management and Finance*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.58355/organize.v2i1.11>
- Sadly, E. (2018). Pengaruh Sosial Media Terhadap Perkembangan Metode Dakwah Islamiyah Di Indonesia. *Wahana Inovasi*, 7(1), 22–28.
- Syaifudin, A., & Elmasari, Y. (2020). Pengaruh penggunaan media sosial terhadap motivasi dan kedisiplinan belajar siswa kelas viii smp plus al falah rejtangan. *Jurnal of Education and Information Communication Technology*, 04(02), 1–12.
- Usman, H., & Akbar, P. S. (2008). Metodologi Penelitian Sosial Budaya. In *Jakarta: Bumi Aksara*.

Wijaya, N., & Setyo Utami, L. S. (2021). Pengaruh Penyampaian Informasi pada Aplikasi TikTok terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z. *Prologia*, 5(2), 267. <https://doi.org/10.24912/pr.v5i2.10171>

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI- ILMU KOMUNIKASI
 Jl. H.R. Soebrantas KM. 15 No. 155 Kel. Tuah Madani Kec. Tuah Madani –
 Pekanbaru 2829

ANGKET PENELITIAN

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP KREATIVITAS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA RIAU PADA ANGKATAN 2021

I. Identitas Peneliti

Nama : Mei Ardenia Azman
 NIM : 12040324702
 Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
 Jenjang Penelitian : S1 (Strata-1) UIN Suska Riau

II. Ketentuan Angket

1. Angket ini dimaksudkan untuk memperoleh data objektif dari responden dalam menyusun skripsi. Oleh karena itu, di harapkan kepada Saudara/i untuk dapat kiranya memberikan informasi / data sesuai dengan fakta yang ada.
2. Identitas Saudara/i sebagai responden di jamin kerahasiannya sesuai dengan etika penulisan karya ilmiah.

III. Petunjuk Pengisian

1. Berilah tanda ceklis (✓) pada salah satu alternatif jawaban pada pertanyaan yang disediakan yang menurut anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya. Adapun ketentuan untuk jawaban, sebagai berikut:

Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	4
Setuju (S)	3



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa menuliskan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Sebelum anda menjawab pertanyaan yang telah disediakan, diharapkan untuk mengisi data diri pada form identitas yang telah disediakan.
3. Bacalah dengan baik setiap pertanyaan dan alternatif jawabannya.
4. Tanyakan hal-hal baik yang tidak dimengerti kepada peneliti.
5. Atas bantuan dan partisipasinya kami ucapkan terimakasih

IV. Identitas Responden

Nama :
 Umur :
 Jenis Kelamin :
 Konsentrasi :

PERTANYAAN VARIABEL X**PENGUNAAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Durasi					
<i>Perhatian : SS (lebih 10 menit) – S (5-10 menit) – TS (2-5 menit) – STS (kurang 1 menit)</i>					
No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Berapa lamanya waktu Anda menggunakan media sosial TikTok?				
2.	Berapa lamanya waktu Anda menggunakan untuk melihat konten-konten yang memberikan inspirasi di media sosial TikTok ?				

Frekuensi					
<i>Perhatian : SS (lebih 7 kali) – S (6 kali) – TS (5 kali) – STS (kurang 4 kali)</i>					
No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Berapa kali Anda dalam waktu satu minggu menggunakan media sosial TikTok?				
2.	Berapa kali Anda dalam waktu satu minggu mendapatkan konten inspiratif di media sosial TikTok?				



Hak Cipta Dilindungi Undang-undang

1. Dilarang melimpikan atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Atensi

Perhatian : SS (Sangat Setuju) – S (Setuju) – TS (Tidak Setuju) – STS (Sangat Tidak Setuju)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Berapa lamanya waktu Anda menggunakan media sosial TikTok?				
2.	Berapa lamanya waktu Anda menggunakan untuk melihat konten-konten yang memberikan inspirasi di media sosial TikTok ?				

PERTANYAAN VARIABEL Y KREATIVITAS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UIN SUSKA

Fleksibel

Perhatian : SS (Sangat Setuju) – S (Setuju) – TS (Tidak Setuju) – STS (Sangat Tidak Setuju)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Anda dapat menerima perbedaan pendapat dengan konten yang Anda temui di media sosial TikTok				
2.	Anda dapat menghargai pendapat orang lain yang ada di media sosial TikTok				

Optimis

Perhatian : SS (Sangat Setuju) – S (Setuju) – TS (Tidak Setuju) – STS (Sangat Tidak Setuju)

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Anda merasa percaya diri setelah melihat konten inspirasi di media sosial TikTok				
2.	Anda merasa dapat melalui permasalahan yang anda hadapi setelah melihat konten di media sosial TikTok				



Rasa Ingin Tahu					
<i>Perhatian : SS (Sangat Setuju) – S (Setuju) – TS (Tidak Setuju) – STS (Sangat Tidak Setuju)</i>					
No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Anda merasa ingin tahu tentang pembahasan konten di media sosial TikTok				
2.	Anda merasa mendapatkan inspirasi untuk melakukan sesuatu setelah melihat konten inspirasi di media sosial TikTok				

Orisinil					
<i>Perhatian : SS (Sangat Setuju) – S (Setuju) – TS (Tidak Setuju) – STS (Sangat Tidak Setuju)</i>					
No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Anda dapat membuat konten sendiri di media sosial TikTok setelah melihat konten-konten di media sosial tersebut				
2.	Anda mendapatkan berbagai macam bentuk konten di media sosial TikTok				

Pencarian Solusi					
<i>Perhatian : SS (Sangat Setuju) – S (Setuju) – TS (Tidak Setuju) – STS (Sangat Tidak Setuju)</i>					
No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Anda dapat mencari solusi dari permasalahan yang anda hadapi dari media sosial TikTok				
2.	Anda menemukan konten-konten yang dapat memberikan solusi di media sosila TikTok				

1. Diarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Diarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 2: Rekapitulasi Hasil Data Kuesioner Responden

Butir Pertanyaan (Indikator)																
Durasi		Frekuensi		Atensi		Fleksibel		Optimis		Rasa Ingin Tahu		Orisinil		Pencarian Solusi		
X1	X2	X3	X4	X5	X6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	
3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	3	
4	4	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	1	4	3	3	
4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	1	3	4	4	
4	3	4	4	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	
4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	
4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	4	4	3	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	3	3	
4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	
4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	2	4	3	3	3	4	
4	2	4	2	4	3	4	4	2	4	3	3	3	4	4	4	
4	2	4	4	4	4	3	2	3	3	2	3	4	4	4	4	
3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	
4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	3	
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	3	2	1	3	4	4	
4	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	
4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	
4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	
4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	
4	4	4	4	3	4	4	4	2	2	4	4	2	4	2	2	
3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
4	2	4	2	2	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	
4	3	4	1	3	4	3	3	3	3	2	3	2	3	2	3	
4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2	
3	4	4	4	4	4	3	4	2	2	3	2	1	4	1	4	
4	4	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
3	3	4	3	2	3	4	4	2	2	2	2	2	3	2	3	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



4	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3
4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	4	3	3	4	4	3	2	3	3	3	4	2	3
1	1	3	3	1	2	1	1	1	2	1	1	3	1	1	1
4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3
4	4	4	3	2	1	3	4	3	3	2	3	1	3	4	2
4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	4	3	3
3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	4
4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	1	2	3	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	2	1	2	1	2	2	1	2	1	2	3	3	2	3
4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4
4	4	4	3	3	4	4	4	3	2	3	3	2	3	3	3
3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
4	3	3	4	3	3	3	3	2	4	1	2	3	2	2	3
4	3	4	3	4	4	4	3	2	3	2	2	4	4	4	3
4	3	3	4	2	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	2
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4
4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	4
3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	1	3	2	2	1	2	3	3	2	3	3	2	2	2
4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4
3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3
4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3
3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	1	2
1	2	2	2	3	2	2	1	3	3	2	2	1	2	1	1
4	4	4	2	2	4	1	1	3	3	2	3	3	4	3	3
2	3	4	2	3	3	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 3: Uji Validitas

		Correlations						Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok (X)
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	
X1	Pearson Correlation	1	.587**	.601**	.354**	.314**	.416**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.010	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X2	Pearson Correlation	.587**	1	.508**	.405**	.418**	.400**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.001	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X3	Pearson Correlation	.601**	.508**	1	.307*	.451**	.535**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.012	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X4	Pearson Correlation	.354**	.405**	.307*	1	.354**	.383**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.012		.003	.001	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X5	Pearson Correlation	.314**	.418**	.451**	.354**	1	.596**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.003		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X6	Pearson Correlation	.416**	.400**	.535**	.383**	.596**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok (X)	Pearson Correlation	.735**	.752**	.764**	.658**	.718**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	67	67	67	67	67	67	67

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

		Correlations						Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok (X)
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	
X1	Pearson Correlation	1	.587**	.601**	.354**	.314**	.416**	.735**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.010	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X2	Pearson Correlation	.587**	1	.508**	.405**	.418**	.400**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.001	.000

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



	N	67	67	67	67	67	67	67
X3	Pearson Correlation	.601**	.508**	1	.307*	.451**	.535**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.012	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X4	Pearson Correlation	.354**	.405**	.307*	1	.354**	.383**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.012		.003	.001	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X5	Pearson Correlation	.314**	.418**	.451**	.354**	1	.596**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.003		.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
X6	Pearson Correlation	.416**	.400**	.535**	.383**	.596**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.000		.000
	N	67	67	67	67	67	67	67
Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok (X)	Pearson Correlation	.735**	.752**	.764**	.658**	.718**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	67	67	67	67	67	67	67

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 4: Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	6

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	10

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Lampiran 5: Uji Normalitas

Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		67
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.46519889
Most Extreme Differences	Absolute	.053
	Positive	.051
	Negative	-.053
Test Statistic		.053
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 6: Uji Linearitas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok (X) * Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau (Y)	Between Groups	(Combined) Linearity Deviation from Linearity	481.183 322.845 158.338	21 1 20	22.913 322.845 7.917	4.247 59.846 1.468	.000 .000 .142
Within Groups			242.757	45	5.395		
Total			723.940	66			



Lampiran 7: Uji Regresi Linear Sederhana/ Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.824	1.715		4.563	.000
	Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau (Y)	.398	.055	.668	7.233	.000

a. Dependent Variable: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok (X)

Lampiran 8: Uji Koefisien determanasi/ Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.446	.437	2.484

a. Predictors: (Constant), Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau (Y)

b. Dependent Variable: Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tiktok (X)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



RIWAYAT HIDUP PENULIS



Mei Ardenia Azman, lahir di Pekanbaru pada tanggal 04 Mei 2002. Putri dari Bapak Azman dan Ibu Winarti. Anak kedua dari tiga bersaudara. Bertempat tinggal di Jalan Kayangan, Gg. Danau, Kecamatan Mandau, Kabupaten Bengkalis, Provinsi Riau.

Adapun Riwayat Pendidikan formal yang penulis tempuh adalah sebagai berikut, TK Kesuma pada Tahun 2007, setelah itu melanjutkan Pendidikan ke SDN 49 Babussalam lulus pada tahun 204, lalu melanjutkan Pendidikan ke SMPS IT Al-Kautsar lulus pada tahun 2017, setelah itu penulis melanjutkan Pendidikan ke SMAN 3 Mandau lulus pada tahun 2020. Setelah itu pada tahun 2020 penulis melanjutkan Pendidikan ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau melalui jalur SBMPTN, dan diterima di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Jurusan Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Broadcasting.

Atas berkat dan Rahmat Allah SWT serta do'a dari orang-orang tercinta, akhirnya penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Penggunaan Media Sosial TikTok Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau Angkatan 2021" dibawah bimbingan Ibu Darmawati, S.I.Kom., M.I.Kom berdasarkan hasil ujian skripsi sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada tanggal 5 Juli 2024, Penulis dinyatakan LULUS dengan Prediket Sangat Memuaskan dengan IPK 3.61 dan telah berhak menyangand gelar sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.