



**PENGARUH KONTEN VIDEO TIKTOK TERHADAP
INSPIRASI BERKREATIVITAS PADA MAHASISWA
BROADCASTING UMB 2020**

LAPORAN SKRIPSI

HAFIDZUDDIN HASBI

44117010128

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

PROGRAM STUDI BROADCASTING

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

TAHUN 2023

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafidzuddin Hasbi
NIM : 44117010128
Program Studi : Broadcasting
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Video TikTo Terhadap Inspirasi Berkreativitas pada Mahasiswa Broadcasting UMB 2020

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

Jakarta, 20 September 2023

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Hafidzuddin Hasbi

HALAMAN PENGESAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafidzuddin Hasbi


NIM : 44117010128


Program Studi : Broadcasting

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Video TikTo Terhadap Inspirasi Berkreativitas pada Mahasiswa Broadcasting UMB 2020

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi.

Disahkan Oleh:

Pembimbing I : Gustina Romaria., S.Sos., M.Sos ()
NIDN : 0324037503


Ketua Penguji : Drs. Riswandi., M.Si ()
NIDN : 0309065903

Penguji Ahli : Dr. Suraya., M.Si ()
NIDN : 0327116802

Jakarta, 20 September 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi


(Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M. Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


(Dr. Farid Hamid, M. Si)

KATA PENGANTAR

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan proposal tugas akhir yang berjudul “Pengaruh Konten Video Tiktok Terhadap Inspirasi Berkreativitas Pada Mahasiswa Broadcasting 2020”.

Proposal tugas akhir ini disusun sebagai salah satu syarat akademis untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi di Universitas MercuBuana.

Penulis sangat menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih belum sempurna dan banyak sekali kekurangan didalamnya, namun berkat adanya bimbingan, dorongan serta dukungan yang diberikan dari berbagai pihak sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Gustina Romaria, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing penulis yang senantiasa telah memberikan bimbingan, arahan serta sarannya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi dan Dr. Farid Hamid, M.Si Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan selama penulis menimba ilmu di Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Setiadi Staf Tata Usaha Broadcasting yang telah membantu saya menyelesaikan dokumen dan juga administrasi perkuliahan
4. Orang Tua penulis, Ayah Ahmad Rosyidi dan Ibu Nurlaila, serta keluarga tercinta yang telah memberikan cinta, kasih sayang, motivasi serta doakepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
5. Teman-teman mahasiswa Broadcasting Angkatan 2020 yang telah bersedia membantu mengisi kuesioner dalam penelitian ini.
6. Sahabat dan orang-orang spesial yang telah memberikan semangat dan mendengarkan keluh kesah penulis selama penyusunan skripsi.
7. Rekan-rekan broadcasting 2017 dan teman seperjuangan yang juga tidak lupa memberikan semangat dan motivasi terbaik kepada penulis.

8. Serta pihak-pihak yang tidak bisa disebutkan namanya satu persatu yang juga telah membantu penulis selama proses penyusunan skripsi.

Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan tak luput dari kesalahan baik darisegi penulisan hingga teknik penyajiannya. Untuk itu penulis menerima segala kritik dan saran dari para pembaca. Akhir kata, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan banyak manfaat bagi para pembacanya.



Jakarta, 11 September 2023

Hafidzuddin Hasbi

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafidzuddin Hasbi

NIM : 44117010128

Program Studi : Broadcasting

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Video TikTo Terhadap Inspirasi Berkreativitas pada Mahasiswa Broadcasting UMB 2020

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 20 September 2023

Yang menyatakan,



Hafidzuddin Hasbi

ABSTRAK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Hafidzuddin Hasbi

NIM : 44117010128

Program Studi : Broadcasting

Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Konten Video TikTo Terhadap Inspirasi Berkreativitas pada Mahasiswa Broadcasting UMB 2020

Pembimbing : Gustina Romaria., S.Sos ., M.Sos

TikTok merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh mahasiswa. Aplikasi yang berisikan video dengan durasi 15 detik sampai 10 menit ini memiliki berbagai macam konten menarik di dalamnya. Anak muda khususnya mahasiswa menonton TikTok untuk berbagai macam alasan salah satunya adalah mencari inspirasi berkreativitas. Oleh karena itulah penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten video TikTok terhadap inspirasi berkreativitas pada mahasiswa Broadcasting Universitas Mercu Buana 2020.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and Effect yang mengasumsikan bahwa hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah efek bagi pengguna media massa tersebut. Hal ini lah yang melandaskan bahwa inspirasi berkreativitas merupakan sebuah efek yang ditimbulkan setelah mahasiswa menonton video pada aplikasi TikTok

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dengan metode pengumpulan data survei menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Broadcasting 2020 Universitas Mercu Buana dengan sampel sebanyak 101 responden yang diambil menggunakan Teknik sampling jenuh.

Berdasarkan Skala Likert yang digunakan dalam penelitian ini, dapat diketahui bahwa inspirasi berkreativitas pada mahasiswa Broadcasting bernilai tinggi/positif dengan nilai 76 persen. Uji korelasi dalam penelitian ini menunjukkan angka 0,689 artinya korelasi tersebut cukup kuat. Nilai signifikansi pun menunjukkan $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya bahwa ada hubungan signifikan antara pengaruh konten video TikTok dan inspirasi berkreativitas pada mahasiswa karena nilai korelasinya adalah positif. Hasil koefisien beta menunjukkan positif 0,689 dan signifikan. Hal ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara konten video TikTok dengan inspirasi berkreativitas pada mahasiswa UMB Broadcasting 2020.

Kata Kunci: *Video TikTok, Inspirasi Berkreativitas, Teori Uses and Effect, Kuantitatif*

ABSTRACT

Name : Hafidzuddin Hasbi
NIM : 44117010128
Study Program : Broadcasting
Title Thesis : Pengaruh Konten Video TikTo Terhadap Inspirasi Berkreativitas pada Mahasiswa Broadcasting UMB 2020
Counsellor : Gustina Romaria., S.Sos., M.Sos

TikTok is one of the social media that is widely used by students. This application, which contains videos with a duration of 15 seconds to 10 minutes, has various kinds of interesting content in it. Young people, especially students, watch TikTok for various reasons, one of which is looking for creative inspiration. For this reason, this research aims to determine the influence of TikTok video content on creative inspiration in Broadcasting students at Mercu Buana University 2020.

The theory used in this research is the Uses and Effect theory which assumes that the relationship between mass communication delivered through mass media has an effect on users of the mass media. This is the basis that creative inspiration is an effect that occurs after students watch videos on the TikTok application

This research uses an explanatory quantitative approach with a survey data collection method using a questionnaire. The population in this study were Broadcasting 2020 students at Mercu Buana University with a sample of 101 respondents taken using a saturated sampling technique.

Based on the Likert Scale used in this research, it can be seen that creative inspiration in Broadcasting students is high/positive with a score of 76 percent. The correlation test in this study shows a figure of 0.689, meaning the correlation is quite strong. The significance value also shows $0.000 < 0.05$, so H_0 is rejected and H_a is accepted, meaning that there is a significant relationship between the influence of TikTok video content and creative inspiration in students because the correlation value is positive. The beta coefficient results show a positive 0.689 and are significant. It can be concluded that there is an influence between TikTok video content and creative inspiration among UMB Broadcasting 2020 students.

Keywords: *TikTok Video, Creative Inspiration, Teori Uses and Effect, Quantive*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.4.1 Manfaat Akademis	7
1.4.2 Manfaat Praktis	7
BAB II	8
KAJIAN TEORITIS	8
2.1 Penelitian Terdahulu.....	8
2.2 Kajian Teoritis	11
2.2.2 Komunikasi	11
2.2.3 Media Sosial	13
2.2.4 Tiktok.....	20
2. Filter.....	21
3. Efek video dan filter sticker.....	21
4. Fitur voice changer	21

5. Fitur beauty	22
6. Fitur live.....	22
7. Fitur blokir pengguna dan hapus komentar	22
8. Fitur auto captions	22
2.2.5 Pengaruh Konten TikTok.....	24
2.2.6 Teori Uses and Effect	27
2.2.7 Khalayak	29
2.2.7 Inspirasi Berkreativitas	30
BAB III.....	33
METODOLOGI PENELITIAN	33
3.1 Paradigma Penelitian	33
3.2 Metode Penelitian	34
3.3 Teknik Pengumpulan Data	35
a. Data Primer	35
b. Data Sekunder	35
3.4 Populasi dan Sampel.....	35
3.4.1 Populasi.....	35
3.4.2 Sampel	36
3.5 Operasional Konsep.....	37
3.5.1 Definisi Konsep	37
3.5.2 Operasional Konsep	38
3.6 Uji Instrumen.....	42
3.6.1 Uji Validitas.....	42
3.6.2 Uji Reliabilitas	42
3.7 Uji Anova	43
3.8 Teknik Analisis Data	43
BAB IV	50
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	50
4.1 Gambaran Umum Penelitian	50
4.2 Hasil Penelitian.....	51
4.2.1 Karakteristik Responden.....	51

4.2.2 Penggunaan Media.....	51
4.2.4 Uji Korelasi.....	90
4.2.5 Analisis Regresi Sederhana (UJI T).....	91
4.2.6 Tabel Summary Regresi.....	92
4.2.7 Uji Anova (Uji F).....	93
4.2.8 Uji Reliabilitas	93
4.3 Pembahasan	94
BAB V.....	97
KESIMPULAN DAN SARAN	97
5.1 Kesimpulan.....	97
5.2 Saran	98
DAFTAR PUSTAKA	99
LAMPIRAN.....	103



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	8
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	39
Tabel 3.2 Skor Skala Likert	45
Tabel 4.1 Karakteristik Responden	51
Tabel 4.2 Penggunaan Media	51
Tabel 4.3 Pernah Menonton Instagram	52
Tabel 4.4 Intensitas Menonton Reels	52
Tabel 4.5 Durasi Menonton Reels	52
Tabel 4.6 Mahasiswa Menyukai Video Tiktok Yang Berisi Edukasi	53
Tabel 4.7 Konten Edukasi di TikTok Sangat Variatif	54
Tabel 4.8 Setelah Menonton Konten Edukasi di TikTok Wawasan Mahasiswa Bertambah	55
Tabel 4.9 Konten Edukasi di TikTok Bisa Diimplementasikan pada Mata Kuliah	56
Tabel 4.10 Rekapitulasi Penelitian Berdasarkan Dimensi Konten Edukasi	57
Tabel 4.11 Mahasiswa Menyukai Konten yang Berisi Informasi Tentang Mata Kuliah	58
Tabel 4.12 Semua Informasi Tersedia di TikTok	59
Tabel 4.13 Konten Informasi Mempermudah Mahasiswa Untuk Belajar	60
Tabel 4.14 Menonton TikTok Untuk Mendapatkan Informasi Seperti Berita Terkini	61
Tabel 4.15 Rekapitulasi Penelitian Berdasarkan Dimensi Konten Informasi	62
Tabel 4.16 Kreativitas Mahasiswa Meningkatkan Setelah Menonton Video TikTok	63
Tabel 4.17 Fitur-Fitur di TikTok Semakin Kreatif dan Inovatif	64
Tabel 4.18 Mahasiswa Menyukai Konten Kreatif yang Berisi Humor Namun Tetap Informatif	64
Tabel 4.19 Konten Kreatif di TikTok Sangat Beragam	65
Tabel 4.20 Rekapitulasi Penelitian Berdasarkan Dimensi Konten Kreatif	66
Tabel 4.21 Mahasiswa Menyukai Video Tutorial Seperti Cara Pengambilan Gambar yang Baik	67
Tabel 4.22 Tips dan Trick editing Video Atau Foto Dapat Mempermudah Mahasiswa Dalam Membuat Konten Kreatif	68
Tabel 4.23 Mahasiswa Lebih Menyukai Video Yang Berisi Tips And Trick Untuk Belajar	69
Tabel 4.24 Mahasiswa Lebih Mudah Menyelesaikan Tugas Mata Kuliah Setelah Melihat Konten Tips and Trick	70
Tabel 4.25 Rekapitulasi Penelitian Berdasarkan Dimensi Konten Tips and Trick	71
Tabel 4.26 Konten-Konten di TikTok Terus Berinovasi Sesuai Perkembangan Zaman dan Teknologi	72

Tabel 4.27 Fitur-Fitur di TikTok Sangat Beragam dan Modern.....	73
Tabel 4.28 Mahasiswa Menyukai Video yang Berisi Inovasi Khususnya dalam Bidang Editing Video dan Foto.....	74
Tabel 4.29 Rekapitulasi Penelitian Berdasarkan Dimensi Konten Inovasi.....	75
Tabel 4.30 Rekapitulasi Pengaruh Pengaruh Konten Video Tiktok Terhadap Inspirasi Berkreativitas Pada Mahasiswa Broadcasting 2020.....	76
Tabel 4.31 Ide kreatif saya berkembang setelah menonton video TikTok	78
Tabel 4.32 Saya dapat memahami video kreatif dari pengguna lain	79
Tabel 4.33 Setelah menonton TikTok saya tahu caranya memunculkan kreativitas	80
Tabel 4.34 Setelah Menonton TikTok, Saya mendapat Gambaran untuk Membuat Video Kreatif.....	81
Tabel 4.35 Saya Mengetahui Kegunaan Efek dan Template di TikTok	82
Tabel 4.36 Rekapitulasi Penelitian Berdasarkan Dimensi Aspek Kognitif	83
Tabel 4.37 Saya Menyukai Video TikTok Karena Berisi Video-Video yang Menarik, Informatif, dan Menghibur	84
Tabel 4.38 Saya Menggunakan TikTok karena Fitur-Fiturnya Menarik	85
Tabel 4.39 Saya Mendapat Banyak Referensi di TikTok	85
Tabel 4.40 TikTok membuat saya lebih up to date.....	86
Tabel 4.41 TikTok Membuat Saya Tertarik untuk Membuat Video yang Menarik	87
Tabel 4.42 Rekapitulasi Penelitian Berdasarkan Dimensi Aspek Afektif	88
Tabel 4.43 Rekapitulasi Pengaruh Konten Video Tiktok Terhadap Inspirasi Berkreativitas Pada Mahasiswa Broadcasting 2020	89

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Ragam Alasan Orang Menggunakan Media Sosial	2
Gambar 1.2 Pengguna Aktif TikTok Di Dunia	3
Gambar 2.1 Teori Uses and Effects	29

