

**KREATIVITAS MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS SLAMET
RIYADI SURAKARTA DALAM PENGGUNAAN APLIKASI TIKTOK UNTUK
EKSISTENSI DIRI**

***CREATIVITY OF COMMUNICATIONS STUDENTS OF SLAMET RIYADI
UNIVERSITY, SURAKARTA IN USING TIKTOK APPLICATIONS FOR SELF-
EXISTENCE***

**Kadek Yudi¹, Dr. Herning Suryo Sarjono, M.Si², Andri Astuti Intisari, S.Sos.,
M.I.Kom³**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Kadekyudi3105@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan media sosial tiktok di Indonesia sangatlah pesat sehingga digemari banyak kalangan salah satunya mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, dengan membuat konten kreative di 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 merupakan deskriptif kualitatif dengan teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling*. Teori yang digunakan yaitu *new media*. Metode pengumpulan data dengan wawancara, observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model dari Miles dan Huberman. Hasil penelitian ini yaitu proses kreative mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta dibagi menjadi tiga aspek yang pertama aspek menemukan gagasan ide adalah tahap mahasiswa dalam mencari ide ide melalui *scroll* tiktok, viral dan keresahan diri. Sedangkan aspek kedua yaitu pemecahan masalah dengan cara mengamati permasalahan, membuat strategi untuk memecahkan masalah, pelaksanaan strategi dan evaluasi hasil agar permasalahan dalam pembuatan konten terselesaikan. Sedangkan aspek yang ketiga yaitu originalitas atau keunikan aspek ini meliputi ciri khas konten yang dimiliki mahasiswa seperti konten yang berisi tarian dayak, konten sedih dan lain sebagainya. Dari aspek kreativitas tersebut menunjang eksistensi diri dari mahasiswa untuk mendapatkan *like dan followers* di aplikasi tiktok.

Kata kunci : kreatifitas, aplikasi tiktok, mahasiswa ilmu komunikasi.

ABSTRACT

CREATIVITY OF COMMUNICATIONS STUDENTS OF SLAMET RIYADI UNIVERSITY, SURAKARTA IN USING TIKTOK APPLICATIONS FOR SELF-EXISTENCE

The development of social media tiktok in Indonesia is very rapid so that it is favored by many people, one of which is Communication Science students, Slamet Riyadi University, Surakarta, by creating creative content on tiktok for self-existence. This study aims to determine the creative process of Communication Science students at Slamet Riyadi University Surakarta in creating content on the Tiktok application. This research is a qualitative descriptive with the technique of determining the informants using purposive sampling. The theory used is new media. Methods of collecting data by interview, observation and documentation. The data analysis technique uses the model from Miles and Huberman. The results of this study are that the creative process of Communication Science students at Slamet Riyadi University Surakarta is divided into three aspects, the first aspect of finding ideas is the stage of students in looking for ideas through scrolling tiktok, viral and self-rest. While the second aspect is problem solving by observing problems, making strategies to solve problems, implementing strategies and evaluating results so that problems in content creation are resolved. While the third aspect, namely originality or uniqueness, this aspect includes the characteristics of content owned by students such as content containing Dayak dances, sad content and others in part. From the aspect of creativity, it supports the self-existence of students to get likes and followers on the Tiktok application.

Keywords: creativity, tiktok application, communication science students.

PENDAHULUAN

Seiring dengan kemajuan teknologi, maka banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, demikian pula dengan media sosial yang dapat dengan mudah diakses melalui jaringan internet. Pada umumnya fungsi dari media social di antaranya untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial itu sendiri, yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan video. Media sosial tidak hanya dapat di akses di perangkat komputer, tetapi dengan adanya aplikasi di *smartphone* atau telepon pintar, maka semakin memudahkan masyarakat untuk mengakses media sosial secara mobile sehingga dapat diakses kapan pun dan di mana pun (liputan6.com)

Dengan ada internet membuat pengguna media social lebih gampang untuk mengakses informasi, hiburan, berita maupun hal hal yang berguna tanpa ada batasan waktu. Banyak media social yang bermunculan sejak adanya internet dimulai dari munculnya blog yang berfungsi untuk membagikan tulisan tulisan ataupun artikel artikel yang menarik, selanjutnya muncul media social yang populer untuk berkomunikasi seperti facebook, Twitter, WhatsApp, Skype, Instagram, Path, TikTok dan masih banyak yang lainnya (mayangsari,2016). Namu pada penelitian kali ini peneliti focus dengan salah satu media social yaitu tiktok.

Menurut Pamungkas & Djulaeka, (2019) tiktok merupakan sebuah aplikasi dengan efek unik dan menarik digunakan oleh semua lapisan masyarakat dan kemudian menghasilkan video berdurasi pendek dengan hasil yang luar biasa dan dapat ditampilkan kepada pengikut bahkan orang lain yang tidak tidak kenal. Aplikasi ini mendorong kreativitas penggunaannya untuk menjadi pembuat konten agar mendapatkan pengikut, penonton maupun views yang banyak.

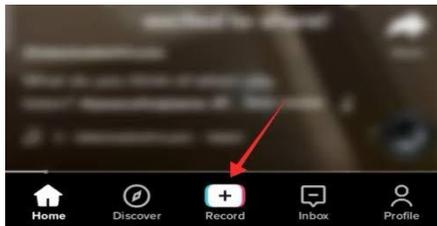
Tik Tok adalah salah satu aplikasi itu paling populer dan diminati di dunia. Tik Tok memungkinkan penggunaanya buat video 15 detik, semenit, 3 menit dan 10 menit dengan musik, *filter*, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Aplikasi ini diluncurkan oleh Perusahaan Cina, Cina, ByteDance pertama kali meluncurkan aplikasi yang memiliki durasi pendek bernama Douyin. Hanya dalam 1 tahun, Douyin memiliki 100 juta pengguna dan 1 miliar penayangan video setiap hari. Kepopuleran Douyin yang tinggi membuatnya melakukannya ekspansi ke luar China dengan nama Tiktok (<https://www.liputan6.com/bisnis/read/4532107/kisah-pendiri-tiktok-dari-iseng-bikin-aplikasi-video-lelucon-hingga-berharta-rp-876-triliun>).

Hasil survey TikTok mencatat pencapaian luar biasa pada tahun 2021. Sensor Tower melaporkan bahwa aplikasi video tersebut adalah platform non-Facebook pertama yang mencapai 3 miliar unduhan di seluruh dunia di iOS dan Android. Data sensor dari *Tower Store Intelligence* mengungkapkan bahwa TikTok iOS versi Cina Douyin - adalah aplikasi non-game yang paling banyak diunduh di dunia. Selain itu, aplikasi video pendek ini juga tercatat sebagai aplikasi berpenghasilan tertinggi secara global pada paruh pertama tahun 2021 dan 383 juta pengguna menginstal TikTok untuk pertama kalinya. Sejak pertama kali dirilis pada 2016, aplikasi ini perlahan mulai digandrungi pengguna, dan mencapai 2 miliar unduhan secara global pada Oktober 2020. (sensortower.com)

TikTok juga meningkat pada tahun 2021, dengan unduhan pertama kali meningkat sebesar 2 persen dari kuartal keempat tahun 2020 ke kuartal pertama tahun 2021 sebesar 177,5 juta. Setelah itu, unduhan pertama kali TikTok meningkat 16 persen dari kuartal pertama 2021 ke kuartal kedua 2021 menjadi 205,4 juta. Di Indonesia Pada tahun 2018 aplikasi tiktok telah dinobatkan sebagai aplikasi terbaik di

Play store milik Google. Selain itu, Tik Tok juga merupakan kategori aplikasi paling menghibur (Imron, 2018)

Cara menggunakan aplikasi tiktok sangatlah mudah, dengan cara melihat, menghafal lalu menirukan gerakan atau lagu yang ada di aplikasi tersebut. Setelah memilih video yang ingin dibuat, dengan memastikan salah satu *video* yang dipilih sesuai selera dengan cara menekan tombol bergambar kamera video dan nantinya akan diproses beberapa detik, setelah itu Musik sudah di proses barulah bisa membuat video yang sudah pilih dan sudah hafalkan. Setelah pembuatan video selesai maka langkah selanjutnya menambahkan *caption* agar pengguna lain tertarik untuk memberikan *like* dan juga memberikan saran melalui komentar di kolom yang sudah disediakan



Dikutip dari <https://mix.co.id/> yang membedakan aplikasi tiktok dengan aplikasi media sosial lainnya adalah memiliki kecenderungan merekomendasikan karya karya meme ,hiburan dan format konten yang berulan lainnya sehingga pengguna dituntut untuk kreatif dalam pembuatan konten agar mendapatkan *viewers*, *folllowers* maupun interaksi yang banyak dari pengguna lainnya, sedangkan media social yang lainnya memiliki kecenderungan untuk lebih update tentang peristiwa peristiwa yang ada di belahan dunia.

Pada saat ini pengguna TikTok telah merambah ke seluruh kalangan dan salah satunya adalah mahasiswa. Cukup banyak mahasiswa yang menggunakan aplikasi

TikTok baik sebagai media informasi, komunikasi, bahkan sumber untuk mengekspresikan diri. Saat ini juga banyak hal yang dapat ditemui dalam media sosial TikTok, rata – rata mahasiswa sekarang memiliki kemampuan dalam berkeaktivitas cukup tinggi dalam membuat konten di TikTok agar dapar menarik *audies* untuk mempertahankan eksistensi mereka melalui hasil kreativitas dari konten yang dibuat.

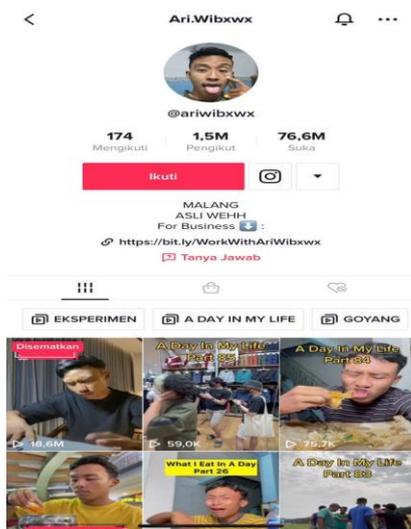
Secara pengertian menurut KBBI eksistensi adalah keberadaan sedangkan menurut Abidin Zaenal eksistensi diri dapat diartikan suatu proses yang dinamis untuk mengembangkan potensi potensi yang dimiliki agar diakui keberadaannya di lingkungan sekitar (2017:16). Sedangkan menurut Abraham Maslow mengatakan bahwa, Eksistensialisme merupakan aliran yang melihat manusia pada eksistensinya, yakni sejauh mana keberadaannya diakui oleh masyarakat sekitarnya. Semakin diakui, maka semakin ekais dan eksistensi sebagai kebutuhan tertinggi manusia, jauh melampaui kebutuhan rasa aman, kebutuhan sandang, pangan, dan papan. Sama halnya jika dilihat dari sisi mahasiswa adanya keinginan untuk diakui lingkungan sekitar dengan membuat sebuah konten konten yang menarik di media social tiktok sehingga dibutuhkan sebuah kreativitas.

Kebutuhan eksistensi membuat ada tuntutan untuk kreativitas menurut Oktavia (2014) kreativitas merupakan hasil karya yang terbaru. Terbaru dapat diartikan bagi dunia ilmiah maupun budaya serta baru juga untuk individunya sendiri. Saat ini kreativitas semakin berkembang, semakin banyak individu yang mulai mengasah kreativitasnya guna mengembangkan kemampuan diri untuk bersaing dalam segala bidang.

Ada banyak jenis konten kreative yang dibuat oleh mahasiswa dalam aplikasi tiktok, salah satunya yaitu konten *a day in my life* dari Ari Wibowo, konten tersebut

menceritakan kehidupan sehari-hari sebagai mahasiswa dan atlet yang kemas melalui editing kreative seperti ada backsound, filter effect dan story telling, sehingga sampai saat ini Ari Wibowo memiliki pengikut di akun tiktoknya sebesar 1,5 juta tidak hanya itu jumlah *like* yang di kumpulkan mencapai 76,6 juta.

PROFIL TIKTOK ARI WIBOWO

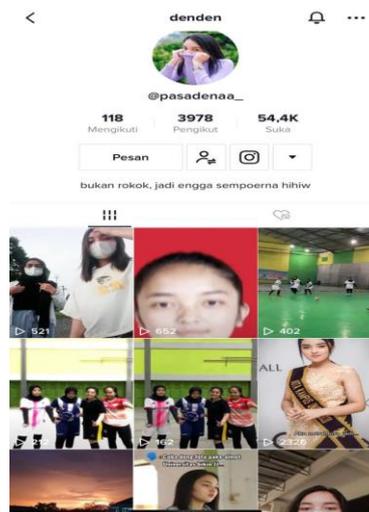


Sumber : Aplikasi Tiktok akun ari wibowo

Melihat konten kreative yang di buat Ari Wibowo di tiktok, yang menyampaikan sebuah pesan kesehariannya melalui video, hal ini sama dengan mahasiswa komunikasi universitas slamet riyadi Surakarta, sebagai mahasiswa ilmu komunikasi identik dalam menyampaikan sebuah pesan dengan baik dari komunikator ke komunikan, Ada banyak cara untuk menyampaikan sebuah pesan mulai dari berbicara secara langsung atau menggunakan sebuah media. Agar pesan tersampaikan dengan baik dibutuhkan kreativitas untuk penyampaian pesan, tiktok merupakan salah satu wadah untuk melatih kreativitas mahasiswa ilmu komunikasi dalam menyampaiakan sebuah pesan melalui video agar pesan yang dibuat tersampaikan dalam sebuah karya tiktok.

Salah satu mahasiswa dari prodi ilmu komunikasi universitas slamet riyadi

Surakarta yang bermain tiktok adalah Pasadena, saat ini akun tiktok Pasadena telah mencapai hampir empat ribu *followers* dan jumlah *like* mencapai lima puluh empat ribu. konten yang dibuat Pasadena menceritakan tentang hoby dia yang bermain futsal dengan *editing* yang mengikuti trend jaman sekarang sehingga mendapatkan *views* yang cukup banyak bahkan ada yang sampai lima ratus ribu *views*.



Sumber : Aplikasi Tiktok Akun Pasadena

Dengan demikian semakin banyak mahasiswa membuat konten di Tik Tok maka kreativitas pun dapat semakin terasah. Pembuatan konten kreatif dari mahasiswa akan mendapatkan tanda suka yang banyak dari *views* dan tentunya *followers* yang meningkat sehingga munculah eksistensi diri

Berpikir kreatif harus memiliki dasar pola kreatif. Hal ini dapat membantu memecahkan permasalahan guna menemukan solusinya. Berpikir kreatif memiliki banyak manfaat bagi manusia dalam berkarya apabila manusia menerapkan pola pikir kreatif akan menghasilkan beberapa kegunaan yaitu menemukan ide gagasan baru, menemukan teknologi baru bahkan memudahkan dalam memecahkan permasalahan. Seperti dalam pembuatan konten kreatif tidak sedikit menemukan beberapa kendala melalui observasi hasil wawancara yang

dilakukan peneliti, peralatan yang kurang memadai menjadi sebuah kendala untuk mahasiswa dalam proses pembuatan konten seperti kamera yang kurang jernih, sound yang kurang mendukung dan masih banyak yang lainnya. Kendala – kendala tersebut berpengaruh dalam proses pembuatan konten kreatif karena mengakibatkan hasil konten yang tidak maksimal.

Kreativitas merupakan hal yang saat ini cukup penting, semakin banyak individu mengembangkan kreativitasnya tentu semakin banyak pula penemuan baru yang dapat dijadikan kompetitor. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang kreativitas yang berkembang pesat disertai dengan perkembangan media sosial yang semakin canggih. Ternyata banyak hal bermanfaat yang bisa didapatkan dalam menggunakan media social antara lain menumbuhkan kreativitas mahasiswa dalam berekspresikan melalui media sosial untuk eksistensi diri salah satunya dengan menggunakan media sosial TikTok.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis tipe penelitian kualitatif, Dalam penelitian ini obyek yang diteliti oleh peneliti adalah mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Teknik penentuan informan dalam hal ini peneliti menggunakan *purposive sampling*. penelitian ini untuk mengumpulkan data penulis menggunakan Teknik *field research* (riset lapangan) yaitu ialah metode yang digunakan dengan cara mengumpulkan sebuah data yang berasal dari lapangan seperti Wawancara dan Dokumentasi. Data - data yang diperoleh dalam penelitian ini dianalisis dengan menggunakan metode deskriptif analisis, karena dapat ditarik suatu kesimpulan yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. . Setelah data – data dan informasi tersebut terkumpul sebagaimana yang diperlukan, melalui observasi data dan informasi tersebut dianalisis deskriptif

dengan menggambarkan situasi yang terjadi.

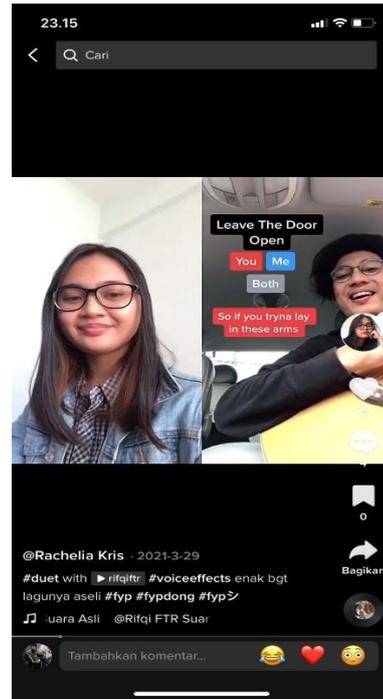
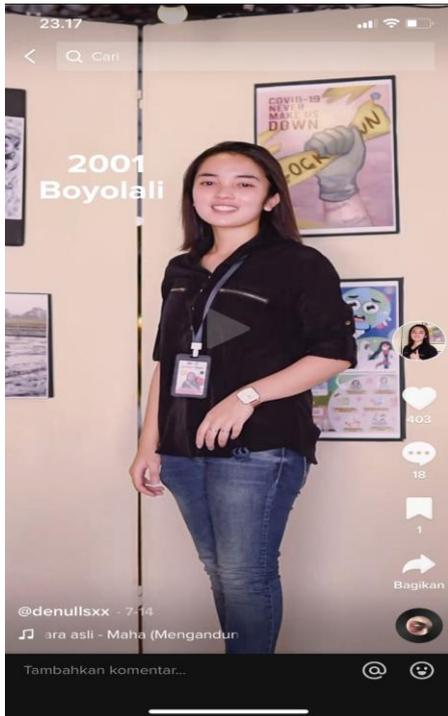
HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta dalam menggunakan aplikasi tik tok untuk eksistensi diri :

1. Menemukan Ide Gagasan

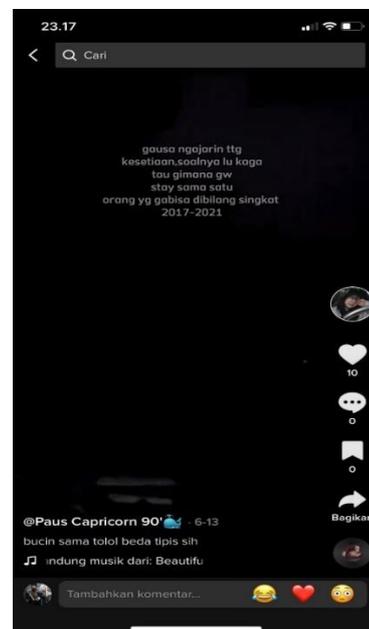
Salah satu aspek kreativitas dalam berkarya adalah menemukan ide gagasan dalam teori kreativitas (fachruddin 2015) ide gagasan diartikan sebagai suatu (hasil pemikiran, usulan, keinginan, harapan) yang akan disampaikan penulis kepada pembaca atau pendengarnya. Jika dikaitkan dengan proses kreativitas dalam pembuatan konten kreatif di aplikasi tik tok menemukan ide gagasan adalah tahap pertama dalam proses tersebut, secara analisis hal ini juga dilakukan oleh informan yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta yang dimana mencari ide dengan beberapa cara antara lain seperti mencari ide melalui scroll-scroll tik tok, mengikuti hal-hal yang sedang viral atau *trend* dan menemukan ide melalui keresahan-keresahan yang dirasakan.

Jika dianalisis dari sisi pencarian ide gagasan untuk membuat sebuah konten kreatif diaplikasi tik tok yang dilakukan mahasiswa dengan cara melakukan *scroll-scroll* tik tok atau mencari referensi tik tok, cara ini cukup berhasil dikarenakan banyaknya referensi-referensi yang muncul dihalaman tik tok sehingga banyak juga ide-ide dasar yang bisa dikembangkan. Secara proses pencarian ide dengan cara *scroll* tik tok, informan melakukannya dengan cara membuka aplikasi tik tok, mencari fitur *for your page* lalu *scroll-scroll* tik tok untuk mendapatkan referensi, jika dianalisis cukup banyak informan yang cukup banyak menggunakan aplikasi tersebut.



Sedangkan jika dianalisis pencarian ide informan melalui hal-hal yang sedang viral, cara ini merupakan pencarian ide yang tidak ada habisnya karena setiap waktu akan ada perubahan-perubahan secara terus menerus, biasanya informan melakukannya melalui mencari berita-berita melalui searching atau mengikuti lagu-lagu yang sedang viral atau trending. Tahap-tahap proses pencarian ide melalui cara ini dengan cara melakukan pengamatan dilingkungan sekitar maupun dunia maya, setelah menemukan hal yang lagi viral atau naik daun selanjutnya yaitu proses pengembangan ide dengan cara me-remake dan menambahkan ide-ide baru agar lebih terkesan menarik, hasilnya cukup banyak informan yang menggunakan cara ini dan cukup berhasil khususnya dalam me-remake gerak lagu.

Selanjutnya, analisis pencarian ide informan melalui keresahan-keresahan yang dirasakan informan, cara ini terbilang cukup original dan hasilnya akan berbeda dengan karya-karya yang ada di tik tok yang melalui sistem wawancara dengan informan, pencarian ide dengan cara mengikuti keresahan diri, banyak permunculan ide-ide yang lebih mengarah ke perasaan galau sehingga konten-konten yang dibuat merupakan konten-konten yang galau.



Secara keseluruhan mencari gagasan ide yang dilakukan oleh informan berbanding lurus dengan teori kreativitas yang didukung oleh aspek menemukan gagasan ide dimana didalamnya meliputi pemikiran, keinginan, keresahan dan harapan dari ide tersebut untuk *audience*, begitu juga informan. Pencarian ide berawal dari pemikiran, keresahan dan harapan agar konten-konten yang dibuat akan lebih mengena ke *audience*.

2. Pemecahan Masalah

Secara teori kreativitas, pemecahan masalah ialah usaha mencari penjelasan dan jawaban dari setiap masalah yang dihadapi, pentingnya berpikir kreatif dalam memecahkan masalah agar mengetahui berbagai kemungkinan yang akan terjadi. Ada empat langkah dalam pemecahan masalah yang pertama, memahami permasalahan, yang kedua perencanaan pemecahan masalah, yang ketiga melaksanakan perencanaan masalah dan yang terakhir melihat kembali kelengkapan pemecahan masalah. Hal ini berbanding lurus dengan yang dilakukan dengan informan yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta.

Peneliti menemukan beberapa-beberapa kendala yang menjadi masalah bagi informan dalam proses pembuatan konten kreatif di aplikasi tik tok antara lain, masalah peralatan yang kurang memadai dan kesulitan membagi waktu.

Jika dilihat dari kendala informan dari segi peralatan yang kurang memadai, kendala ini sangat berpengaruh dalam proses produksi sebuah konten, dalam pembuatan konten kreatif setidaknya peralatan yang harus dimiliki, handphone yang memiliki kamera yang cukup mumpuni agar gambar yang dihasilkan maksimal dengan resolusi yang tinggi sehingga enak dilihat, *microphone* berguna agar suara yang dihasilkan dari video terdengar jernih, sedangkan *lighting* bertujuan agar gambar yang dihasilkan dari kamera memiliki kecerahan cahaya yang

memadai sehingga lebih menarik dan juga laptop untuk editing.

Mayoritas informan yang belum memiliki peralatan-peralatan tersebut dikarenakan harganya yang cukup mahal. Akibatnya, banyak informan yang memiliki ketakutan jika konten-konten yang dibuat kurang maksimal dari segi gambar yang kurang jelas, audio yang bermasalah atau pencahayaannya yang gelap. Dari kendala tersebut muncul solusi agar konten lebih maksimal, yaitu dengan pengambilan gambar pada siang hari agar tidak terkendala dengan cahaya karena ada cahaya alami dari cahaya matahari dan memaksimalkan dalam proses editing dengan cara color grading sehingga gambar yang dihasilkan lebih maksimal dan lebih jernih.

Sedangkan informan yang memiliki kendala dalam membagi waktu disebabkan karena informan saat ini sebagai mahasiswa yang memiliki kewajiban belajar maupun mengerjakan tugas kuliah, ada juga informan yang aktif dalam kegiatan agama. Dari kendala membagi waktu mengakibatkan proses pembuatan konten tidak berjalan dengan intens, sehingga informan tidak memiliki waktu untuk upload video dengan konsisten dan itu berpengaruh dalam statistik penambahan *followers* maupun *like*. Solusi yang dilakukan oleh informan agar tetap membuat konten dengan cara membuat perencanaan seperti membuat *timeline* dan ada juga yang memperbanyak stock video dalam sekali syuting sehingga kendala tersebut teratasi.

Secara analisis teori memecahkan masalah dengan langkah-langkah mengenali masalah, membuat perencanaan atau strategi dan mencoba menerapkan strategi tersebut. Berjalan lurus dengan yang dilakukan oleh informan dimana mencoba menganalisis permasalahan peralatan untuk pembuatan konten dan kesulitan membagi waktu setelah itu mencoba membuat strategi untuk memecahkan masalah tersebut dengan cara editing dan waktu pengambilan gambar

yang tepat agar gambar yang dihasilkan maksimal, sedangkan kendala dalam membagi waktu dipecahkan melalui strategi membuat timeline dan perencanaan secara matang. Dari solusi-solusi yang muncul berakibat baik untuk informan sehingga secara statistik *like*, *comment* dan *followers* bertambah.

3. Originalitas

Secara teori originalitas diartikan keaslian dari karya seseorang. Originalitas bersumber dari gagasan seseorang yang belum dipikirkan oleh orang lain. Gagasan ini dapat bersumber dari berbagai hal, yang paling luar biasa adalah bersumber dari hidayah. Dalam dunia konten kreator, originalitas diartikan sebagai sebuah karya yang baru dan memiliki ciri khas.

Dari analisis yang diambil dari hasil wawancara dan observasi ke informan, beberapa informan memiliki ciri khas konten masing-masing, ciri khas tersebut menjadi pembeda akun tik tok informan dibandingkan dengan akun tik tok yang lain. Ciri khas konten informan disebabkan dari cara pencarian ide-ide yang informan miliki, ada yang membuat konten yang berhubungan dengan *hobby* menari dibalut dengan budaya-budaya asal informan sehingga menghasilkan ciri khas konten yang unik yaitu *dance modern* berbalut dengan budaya daerah, ada juga yang hobby dengan jalan-jalan sehingga berpikiran untuk membuat konten *traveller* yang membuat berbeda dari konten *traveller* lainnya yaitu dari segi penyampaian konten, dimana pemberian informasi melalui video dan photo digabungkan sehingga menghasilkan keunikan tersendiri,



Tidak hanya itu ada informan yang memiliki *hobby* bernyanyi tapi uniknya dalam konten tersebut informan *men-switch* saat informan bernyanyi dengan penyanyi lagu aslinya sehingga terkesan sedang *duet*.



Ada juga beberapa informan yang memiliki ciri khas konten yang muncul dari keresahan diri sendiri sehingga konten yang dihasilkan secara otomatis berbeda. Ada beberapa informan yang memiliki keresahan galau sehingga konten-konten yang dibuat mencerminkan kegalauan-kegalauan anak muda yang disampaikan melalui video dan *quotes*, entah itu

kegalauan tentang impian, percintaan, maupun kehidupan sehari-hari dan yang membuat unik dari yang lain-lain adalah teknik editing yang dikemas dengan lagu galau, gambar yang sedikit redup dan *caption* yang galau.

Dari analisis wawancara yang dilakukan oleh peneliti dapat disimpulkan bahwa teori kreativitas yang didukung dari aspek originalitas berbanding lurus dengan originalitas konten yang dibuat oleh informan. Terlihat dari ide-ide dan ciri khas konten-konten yang dibuat oleh informan sesuai dengan teori originalitas.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah penulis lakukan dan hasil analisis data yang telah disampaikan dan dijelaskan di BAB IV, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan yaitu kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta dalam menggunakan aplikasi tik tok untuk eksistensi diri meliputi berbagai tahap yang telah dilakukan informan dalam membuat konten kreatif di aplikasi tik tok yaitu tahap menemukan gagasan ide, tahap pemecahan masalah dan tahap originalitas.

Yang pertama tahap menemukan gagasan ide, ditahap ini menggambarkan proses pencarian ide informan untuk membuat konten kreatif dengan cara *scroll* tik tok, mengikuti hal yang sedang viral dan mengangkat keresahan diri sendiri.

Yang kedua tahap pemecahan masalah, dalam proses pembuatan konten harus melalui pencarian ide, pengambilan gambar, proses editing dan proses *upload*. Kendala yang dihadapi oleh informan yaitu kendala peralatan yang kurang memadai dan kesulitan membagi waktu.

Dalam menghadapi kendala tersebut informan melakukan pengamatan terhadap masalah yang dihadapi, membuat strategi untuk pemecahan masalah, menjalankan strategi pemecahan masalah dan menemukan sebuah hasil. Sehingga

muncul solusi membuat timeline dan colorgrading

Yang ketiga tahap originalitas adalah tahap yang sangat penting dimana informan membuat sebuah konten – konten yang memiliki ciri khas masing – masing, mulai dari konten yang mengangkat tentang budaya asal, keresahan anak muda tentang kegalauan dan ada juga mengangkat tentang *hobby*. Dari ciri khas yang informan miliki mengakibatkan informan mudah dikenal dikalangan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Zaenal. Analisis Eksistensial: Sebuah Pendekatan Alternatif. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada. 2017.
- Bagus Prianbodo (2018). Pengaruh TikTok Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya.
- Dilla mayang sari (2021) .Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai ajang Eksistensi diri.
- Fachrudin, Andi. 2014. Dasar-Dasar Produksi Televisi. Jakarta. Kencana
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan. Jurnal inovasi, vol 14 no 1.
- Kencana. Prenada Media Group.
- Kristanto, V. H. (2018). Metodologi Penelitian Pedoman Penulisan Karya Tulis Ilmiah (KTI). Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Kriyantono, Rachmat, 2006, Teknik Praktis, Riset Komunikasi Jakarta:
- Margon,S . 2004. Metode Penelitian Pendidikan. Jakarta: Rineka Cipta
- Mondry. 2008. Teori dan praktik Jurnalistik. Bogor: Ghalia Indonesia.

Oktavia, Y. (2014). Usaha Kepala Sekolah dalam Meningkatkan Kreativitas Guru dalam Pembelajaran di Sekolah Dasar. *Jurnal Administrasi Pendidikan*, 2(1), 808–831.

Pamungkas, R. T., & Djulaeka. (2019). Perlindungan Hukum Pemegang Hak Cipta Atas Lagu yang Diunggah pada Aplikasi Tiktok. *Simposium Hukum Indonesia*, 1(1), 394– 423.

Prenada Media Group.

Riska Marini (2019). Pengaruh media social Tiktok terhadap prestasi belajar peserta didik di SMPN 1 Gunung Sugih Kab. Lampung Tengah.

sensortower.com

Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Alfabeta.

Yuliani resti fauziah (2020). konsep diri remaja pengguna aplikasi tiktok di kota Bandung