

TIKTOK SEBAGAI MEDIA KREATIVITAS DI MASA PANDEMI COVID-19

Chotijah Fanaqi

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Garut

Email: chotijah@uniga.ac.id

Abstract

This study aims to see and interpret how Tik Tok is used as a medium to support creativity by its users during the pandemic of Covid-19. This research method is qualitative with an interpretive approach. This research was carried out during the pandemic of Covid-19, during November 2020, with data collection techniques through interview techniques, literature searches, and interpretation of data. Interviews were conducted with 14 TikTok application users using several methods, including face-to-face (with health protocols), Video Call, and WhatsApp Chat, on Tik Tok application users in the period November 2020. The results showed that the use of Tik Tok during the pandemic of Covid-19 is sufficient to support the creativity of its users. The indicators of creativity as stated by Guilford (2008) which include fluency in thinking, flexibility in thinking, and developing ideas are almost all felt by the participants as users of the Tik Tok account interviewed by the researcher. This is because users feel the use of the Tik Tok application is quite effective during the pandemic of Covid-19, where most of their daily activities are carried out at home, as an effort to avoid crowds and direct contact with other people as an effort to prevent the transmission of Covid-19. In addition to supporting creativity, the use of the Tik Tok application also has several other benefits including entertainment medium, interaction medium, promotional medium, medium of information sharing, and medium that can increase immunity.

Keywords: *Tik Tok, Medium of Creativity, Pandemic of Covid-19*

Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan menginterpretasikan bagaimana Tik Tok digunakan sebagai media penunjang kreativitas oleh para penggunanya di masa pandemi Covid-19. Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Interpretatif. Penelitian ini dilaksanakan pada masa pandemi Covid-19, yakni selama bulan November 2020, dengan teknik pengumpul data melalui teknik wawancara, penelusuran pustaka, serta interpretasi terhadap data. Wawancara dilakukan terhadap 14 pengguna

aplikasi TikTok dengan menggunakan beberapa metode, diantaranya tatap muka (dengan protokol kesehatan), Video Call, dan Chat WhatsApp, pada pengguna aplikasi Tik Tok pada rentang waktu bulan November 2020. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Penggunaan Tik Tok di masa pandemi Covid-19 cukup menunjang kreativitas para penggunanya. Indikator kreativitas sebagaimana dikemukakan oleh Gulford (2008) yang meliputi kelancaran berpikir, keluwesan berpikir, dan mengembangkan gagasan hampir semua dirasakan oleh para partisipan selaku pengguna akun Tik Tok yang diwawancarai oleh peneliti. Hal ini dikarenakan para pengguna merasakan pemanfaatan aplikasi Tik Tok cukup efektif di masa pandemi Covid-19 yang sebagian besar aktivitas sehari-hari banyak dilakukan di rumah, sebagai upaya menghindari kerumunan dan kontak langsung dengan orang lain sebagai upaya pencegahan penularan Covid-19. Selain menunjang kreativitas, penggunaan aplikasi Tik Tok juga memiliki beberapa manfaat lain diantaranya seperti media hiburan, media interaksi, media promosi, media berbagi informasi, dan media yang bisa meningkatkan imun.

Kata Kunci: *Tik Tok, Media Kreativitas, Pandemi Covid-19*

A. Pendahuluan

Kemajuan teknologi di bidang komunikasi dan informasi telah menyebabkan perubahan dan perkembangan manusia di berbagai aspek kehidupan. Kita telah memasuki masa yang serba digital, di mana penggunaan internet serta perangkat-perangkatnya seperti, *smartphone* dan media sosial sudah umum digunakan. Disamping memberi kemudahan, teknologi telah menuntut kehidupan manusia lebih adaptif dan dinamis agar mereka mampu menjawab tantangan perubahan yang terjadi begitu cepat. Kalau diibaratkan, perubahan hidup seperti koin yang memiliki dua sisi kehidupan, yakni sisi positif dan negatifnya.

Salah satu sisi positifnya, kemajuan teknologi di bidang komunikasi tentu memberikan kemudahan dalam akses informasi bagi penggunanya. Namun demikian, apabila tidak digunakan secara tepat maka kemudahan tersebut dapat berubah menjadi hambatan, terutama bagi para generasi muda. Sebagai salah satu bentuk dari

kemudahan dalam akses informasi, penggunaan internet tidak jarang digunakan untuk mengakses hal-hal yang bisa merusak moral dan mental para generasi muda¹. Maka sangat beralasan bagaimana penggunaan teknologi ini membutuhkan kebijakan penggunaannya dalam pemanfaatannya.

Penggunaan media sosial sebagai efek dari kemudahan akses internet menjadi salah satu efek yang tidak terbantahkan saat ini. Menurut data kominfo², pada tahun 2020 ini tercatat pengguna sosial media di Indonesia mengalami kenaikan yang cukup signifikan, yakni sekitar 10 juta jiwa dari tahun sebelumnya, yakni tercatat sebanyak sekitar 196,7 Juta orang Indonesia yang aktif di sosial media pada tahun 2020. Salah satu media sosial yang cukup populer dan mengalami perkembangan yang sangat tajam pada tahun 2020 ini di Indonesia adalah aplikasi Tik Tok. Meskipun sebenarnya aplikasi Tik Tok bukan sosial media benar-benar baru di Indonesia, sebab pada beberapa tahun sebelumnya, yakni pada tahun 2018 Tik Tok sudah cukup dikenal di Indonesia.

Menurut penelitian yang dilakukan Susilowati³, Aplikasi Tik Tok bisa digunakan sebagai personal branding di Instagram. Menurut hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Tik Tok yang dilakukan oleh seorang remaja 13 tahun yang bernama Prabowo Mondardo dengan akun instragramnya @bowo_allpennliebe digunakan sebagai media untuk membranding dirinya. Bowo dianggap terkenal karena dianggap memiliki kepiawaian dalam memainkan sebuah aplikasi bernama Tik Tok. Hal tersebut menyebabkan dirinya cukup populer dikalangan public, terutama di kalangan remaja seusianya. Hal tersebut bisa dilihat pada setiap

¹ Muhlis, Usman Jasad, Abdul Halik, *Fenomena Facebook Sebagai Media Komunikasi Baru*, Jurnal Diskursus Islam Volume 06 Nomor 1, April 2018.

² https://www.kominfo.go.id/content/detail/30653/dirjen-ppi-survei-penetrasi-pengguna-internet-di-indonesia-bagian-penting-dari-transformasi-digital/0/berita_satker

³ Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe.*, Jurnal Komunikasi, Volume 9 No. 2 September, 2018.

unggahan video Tik Tok nya bisa ditonton hampir 200 ribu orang dalam instagram tersebut.

Karena pengaruhnya yang dianggap sebagai aplikasi bersifat merugikan dan berkonotasi negative, sehingga pada tahun 2018, Tik Tok sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika karena dianggap memiliki konten yang negatif, terutama bagi kalangan generasi muda dan anak-anak. Namun setelah dua tahun Tik Tok sempat diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Indonesia, Tik Tok saat ini malah menjadi trend baru dan menjadi budaya yang cukup berpengaruh penggunaannya di Indonesia. Budaya Populer terkait penggunaan Tik Tok menjadi budaya yang gemari oleh banyak kalangan dari segala umur, dan menghilangkan sekat-sekat kelas sosial. Kemudahan akses di bidang komunikasi dan informasi mempunyai efek yang cukup besar bagi perkembangan budaya populer yang lahir di suatu Negara, tidak terkecuali di Indonesia.

Perkembangan dan eksisnya budaya populer di Indonesia saat ini tidak terlepas dari peranan para kaum muda yang sangat intens dan aktif menggunakan media baru, seperti aplikasi Tik Tok dan semacamnya. Tentu hal ini menjadikan media baru sebagai salah satu budaya populer di Indonesia. Terlebih lagi dalam situasi pandemi Covid-19, penggunaan media sosial mengalami tren yang menanjak, naik cukup tajam. Menurut hasil penelitian Muchammad Banyu Tejo Sampurno⁴, dengan judul “Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat, dan Pandemi Covid-19”, menunjukkan bahwa budaya penggunaan media sosial di Indonesia bisa dijadikan sebagai guru yang bisa melakukan edukasi bagi masyarakat, serta bisa memberikan layanan yang bersifat inovatif dalam layanan dana sosial perawatan kesehatan; memberikan informasi terbaru mengenai perkembangan kasus yang berkaitan dengan COVID-19.

⁴ Muchammad Bayu Tejo Sampurno, Tri Cahyo Kusumandyoko, dan Muh Ariffudin Islam, *Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19*, SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-I FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Vol. 7 No. 6, 2020.

Pada penelitian lainnya yang dilakukan Togi Prima Hasiholan⁵, karena tingkat popularitas aplikasi Tik Tok di Indonesia cukup tinggi, menjadikan Tik Tok sebagai media yang ideal bagi *World Health Organization* (WHO) dalam upaya mengkampanyekan gerakan cuci tangan yang benar, sebagai upaya mencegah penularan Virus COVID-19, yakni dengan cara memproduksi video dengan menyertakan hastag #safehands challenge di aplikasi Tik Tok. Hasilnya menunjukkan bahwa para pengguna Tik Tok, terutama bagi pengguna yang berusia millennial lebih menyukai dan tertarik untuk menyaksikan video kampanye cuci tangan yang memiliki tema professional namun dikemas dengan ringan tanpa memuat nilai pemaksaan di dalamnya.

Dari latar belakang di atas, peneliti tertarik untuk melihat perkembangan budaya populer seperti Tik Tok pun dipakai sebagai media bagi masyarakat untuk menggali kreativitasnya selama di rumah saja. Permasalahan di masa pandemi covid-19 yakni adanya keterbatasan waktu dan larangan berkumpul, maka diperlukan kreativitas bagi masyarakat untuk memanfaatkan waktunya selama masa pandemi Covid-19, salah satunya dengan menggunakan konten yang ada di aplikasi Tik Tok. Dengan demikian rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana Aplikasi Tik Tok digunakan sebagai Media Penunjang Kreativitas di Masa Pandemi Covid-19?".

B. Landasan Teori

1. Media Baru

Dalam bidang ilmu komunikasi, media sosial dimasukkan sebagai bagian dari teknologi media baru (new media). New Media menurut Flew adalah "*as those forms that combine the three Cs: computing and information technology (IT); Communication Network; digitised media & information content*". Sedangkan menurut Power dan Littlejohn

⁵ Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, dan Umaimah Wahid, *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19*, *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 5 No. 2 | Juni 2020, Hal 70-80, 2020.

new media merupakan “*a new periode in which interactive technologies and network communications, particularly the internet, would transform society*”⁶. Dari definisi yang dikemukakan beberapa tokoh tentang konsep new media menunjukkan bahwa inti dari media baru itu terletak pada penggunaan dan penguasaan teknologi (terutama internet) yang bisa memberikan dampak bagi perubahan masyarakat.

Menurut Lev Manovich⁷, media baru adalah campuran antara konvensi budaya lama dengan konvensi *software*. Media baru bisa dianggap sebagai hasil campuran antara konvensi budaya lama dengan konvensi budaya baru dalam hal pengelolaan dan akses data yang diproses melalui manipulasi. Penggunaan kata “lama” dalam media sesungguhnya dianggap sebagai lawan dari kehadiran media baru yang menggambarkan kerja dari media terhadap data yang merepresentasikan realitas secara visual pengalaman manusia. Penggunaan kata “baru” menunjukkan pada data dan media yang menciptakan estetika baru.

Hal ini dikarenakan media baru memberikan fasilitas untuk meningkatkan kualitas estetika konten, seperti manipulasi foto yang bisa menggunakan banyak versi dengan perangkat lunak *Adobe Photoshop*. Artinya penggunaan media baru sangat mendukung proses perekaman peristiwa atau moment yang tercipta dari sebuah penampilan realitas, dengan didukung teknologi untuk menciptakan, momoles bahkan juga mengubah tampilan moment tersebut dalam waktu yang bersamaan. Maka sangat beralasan jika media baru dianggap sebagai candra di muka yang bisa mengendalikan *encoding* informasi. Bahkan Manovich menyebut media baru sebagai sebagai *metamedia*, karena embrionya mulai dikenal sejak tahun 1920, dan berkembang sangat cepat⁸.

⁶ Junaedi, F. (ed), *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi* (Yogyakarta: Aspikom, 2011), 53.

⁷ Alo Liliweri. *Komunikasi Antar Personal* (Jakarta: Kencana, 2015).

⁸ *Ibid*

Penggunaan Teknologi komunikasi baru sangat terkait dengan tiga hal berikut, yaitu *interactivity*, *de-massification*, dan *asynchronous*⁹.

Pertama, Interactivity bisa dimaknai sebagai kemampuan media baru dalam melakukan interaksi (timbang-balik) bagi para penggunanya.

Kedua, De-massification (non-massal) dimaknai sebagai proses penyampaian pesan secara individu. Artinya, pengaturan dari sistem komunikasi massa tidak hanya dikendalikan oleh produsen pesan, namun juga oleh konsumen pesan tersebut.

Ketiga, Asynchronous, dimaknai sebagai penggunaan media baru ini bisa mengirim dan menerima pesan dalam sifatnya yang global, artinya teknologi ini bisa menjangkau siapa pun yang diharapkan oleh penggunanya.

Sebagai bagian dari media baru, penggunaan media sosial tidak bisa dilepaskan dari peranannya yang sangat besar. Karena dianggap menjawab kebutuhan manusia akan akses informasi yang cepat, penggunaan media sosial cukup populer di berbagai Negara, tidak terkecuali di Indonesia. Disamping itu, penggunaan media sosial juga tidak terlepas dari fungsinya sebagai alat komunikasi, namun dengan menggunakan fitur-fitur digital yang canggih dan modern, pemanfaatan media sosial juga bisa bertambah, terlebih lagi apabila diakses melalui jaringan internet. Selain bisa di akses melalui perangkat komputer, media sosial juga bisa diakses melalui aplikasi yang ada smartphone atau telepon pintar. Hal ini menjadi magnet tersendiri bagi masyarakat karena mudah dan cepat dalam penggunaannya¹⁰.

Untuk konteks masyarakat Indonesia, di lihat dari karakter masyarakat sosial secara umum yang kurang memperhatikan hal-hal yang bersifat privasi, menjadikan media sosial sebagai sarana yang

⁹ Junaedi, F. (ed)., *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*, (Yogyakarta: Aspikom, 2011), 8-9.

¹⁰ Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)*. Jurnal Komunikasi, Volume 9 No. 2 September, 2018.

cukup representative untuk berbagi moment kebahagiaan, berbagi informasi, berbagi cerita, serta hal tersebut dikarenakan media sosial dianggap bisa memberikan kebebasan dan keleluasaan bagi penggunaannya untuk membuat, memposting dan membagikan hal-hal yang dianggap penting oleh penggunaannya. Apalagi banyaknya fasilitas aplikasi yang dimiliki media sosial menyebabkan konten makin menarik dan unik.

Kaplan dan Haenlein menyatakan bahwa media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi yang berbasis internet yang diciptakan di atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0*, yang memungkinkan adanya penciptaan dan pertukaran *konten*¹¹.

Menurut Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, media sosial merupakan sebuah media online, yang memungkinkan para penggunaannya bisa saling berbagi, bertukar pesan dan membuat konten berupa *blog*, *wiki*, *forum*, *grup* atau *jaringan sosial*, dan ruang secara *virtual* melalui aplikasi berbasis digital¹².

2. Media Sosial Tik Tok

Tik Tok merupakan salah satu bentuk aplikasi media sosial yang diciptakan oleh perusahaan teknologi bernama *Bytemod*, sebuah perusahaan dari Singapura¹³. Aplikasi ini berisi tentang layanan dukungan pembuatan video pendek yang memberikan efek-efek yang menarik, unik dan inovatif. Konten video yang ada dalam aplikasi Tik Tok bisa dengan mudah diunggah ke internet dengan layanan teknologi digital yang cepat.

Banyaknya dukungan layanan *special effects* yang ada pada plikasi Tik Tok memungkinkan para penggunaannya bisa membuat performa dengan berbagai gaya, gerakan, bahkan tarian, yang pada

¹¹ Cahyono, A. S. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*, Jurnal Elektronik Universitas Tulungagung, 140–157, 2016.

¹² Nastiti, L. W. *Bentuk Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Saptuari Sugibarto Melalui Akun Twitter Pribadi @Saptuari)*, <http://digilib.uinsuka.ac.id>, 2016.

¹³ Susilowati, *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bono_allpenliebe)*. Jurnal Komunikasi, Volume 9 No. 2 September, 2018

akhirnya mendorong penggunaannya untuk bisa kreatif dan inovatif dalam membuat konten¹⁴. Adanya fasilitas background music, lagu, dan efek semakin membuat aplikasi ini menarik untuk dikreasikan dengan konten pengguna yang menyesuaikan latarnya dengan tema yang diinginkan. Hasil dari pembuatan konten video yang telah dikreasikan pengguna dalam aplikasi Tik Tok dengan mudah dishare ke berbagai platform media sosial lainnya, sehingga memungkinkan para penggunaannya bisa saling bertukar konten. Bahkan menurut Putra¹⁵, dengan dukungan teknologi mutakhir, aplikasi Tik Tok bisa memahami hal-hal yang biasanya sering dilakukan para penggunaannya, sehingga dapat menyesuaikan dan meningkatkan permintaan pasar. Hal ini dikarenakan ragam layanan efek yang bisa digunakan secara instan.

3. Kreativitas

Menurut Amabile¹⁶ 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 kreativitas. 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 baru¹⁷.

¹⁴ Putra, A. *Tik Tok – Sosial Media Berbasis Video Yang Sedang Sangat Populer*. Retrieved August 8, 2018, from <https://gadgetren.com/2018/03/16/apa-itu-tiktok-video-media-sosial/>, Agustus, 2018.

¹⁵ *Ibid*

¹⁶ Amabile, T.M, *Motivation and Creativity: Effects of Motivational Orientation on Creative Writers*. Journal of Personality and Social Psychology, 2005.

¹⁷ Tri Puji Astuti, Riana Sitawati, & Tukijan, *Pengaruh Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Hotel Pandanaran Semarang)*, Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi, No. 47 / Th. XXVI / Oktober, 2019.

Gulford¹⁸ menjelaskan tiga indikator dari kreativitas, yakni antara lain: 1) Kelancaran berpikir; 2) Keluwesan berpikir; 3) Mengembangkan gagasan. Karena kreativitas berkaitan dengan kemampuan untuk memberikan gagasan baru serta mampu mengimplementasikannya dalam pemecahan masalah, maka kreativitas dibutuhkan oleh setiap individu, terutama untuk menghadapi tantangan-tantangan dalam hidupnya. Bahkan di era globalisasi dewasa ini, setiap individu dituntut untuk menjawab segala tantangan zaman dengan kreativitasnya tidak hanya berupa karya, tapi juga gagasannya yang kreatif dan unik, bukan hanya untuk semata memenangkan persaingan antar individu, tapi juga sebagai upaya memberikan sumbangsih nyata bagi peradaban kehidupan manusia.

Sukmadinata¹⁹ memandang bahwa kemampuan berpikir kreatif merupakan kebiasaan berpikir individu yang bersifat menggali, yakni dengan menghidupkan imajinasi dan intuisi, serta mengembangkan potensi-potensi baru. Pada akhirnya hal-hal tersebut akan membuka pandangan-pandangan atau wawasan yang bisa merangsang pikiran yang tidak terduga. Artinya dengan kebiasaan mengasah pikiran untuk berfikir terbuka akan membuka peluang bagi otak kita untuk mampu berfikir kreatif, bahkan kritis. Hal ini sebagaimana dikemukakan oleh Adair²⁰ bahwa ciri dari individu yang kreatif adalah individu yang memiliki kemampuan untuk melihat dan menghubungkan ide-ide yang bagi menurut individu-individu lainnya tampak berbeda dan terpisah. Meskipun pada umumnya kreativitas tidak memiliki kaitan langsung dengan kecerdasan, sebab tidak semua individu yang memiliki kecerdasan mampu berpikir kreatif serta bisa menciptakan karya-karya yang

¹⁸ Guilford, J.P. B. Fruchter, *Fundamental Statistic in Psychology and Education* (Tokyo: McGraw-Hillkogakusha, Ltd, 2008).

¹⁹ Ummul Huda, *Peningkatan kemampuan berpikir kreatif matematis dan habit of thingking interdependency (HTI) siswa melalui Pendekatan Openended dengan Setting Kooperatif (Studi Kuasi Eksperimen terhadap Siswa SMP di Kota Bandung)*, (Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2014).

²⁰ John Adair, *Berpikir Kreatif, berpikir sukses* (Yogyakarta: Penerbit Rumpun, 2009).

kreatif. Kreativitas bisa timbul pada siapa saja tanpa melihat gender, status sosial, jenjang pendidikan, budaya, dan keadaan ekonomi individu. Bahkan Munandar²¹ menjelaskan bahwa setiap individu sesungguhnya memiliki potensi kreatif namun dengan tingkat yang berbeda-beda, dimana potensi kreatif tersebut bisa digali dan dikembangkan. Dengan demikian peluang terciptanya kreativitas setiap individu, baik laki-laki maupun perempuan sama saja, bergantung bagaimana ia bisa dilatih dan dikembangkan.

C. Metode Penelitian

Metode penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan Interpretatif. Penelitian ini membahas Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Penunjang Kreativitas di Masa Pandemi COVID-19. Penelitian ini dilaksanakan pada November 2020, dengan tahap dari wawancara dengan informan (pengguna aplikasi TikTok), penelusuran pustaka, serta interpretasi terhadap data.

Wawancara dilakukan dengan menggunakan beberapa metode, diantaranya tatap muka (dengan protokol kesehatan), *Video Call*, dan *Chat WhatsApp* pada pengguna aplikasi Tik Tok pada rentang waktu bulan November 2020.

D. Hasil Penelitian

Penelitian terkait penggunaan Media Sosial TikTok dilakukan melalui wawancara dengan sejumlah pengguna akun TikTok. Pengguna TikTok ini berasal dari berbagai profesi, usia, dan latar belakang pendidikan; meliputi pelajar, mahasiswa, karyawan, *freelance*, dosen, tenaga kesehatan, bahkan aktivis partai politik. Boomingnya penggunaan Aplikasi TikTok di masa pandemi tidak lepas dari berbagai tujuan yang mendasari para pengguna mememanfaatkannya. Bahkan menurut data dan hasil wawancara, penggunaan TikTok bisa

²¹ Ummul Huda. *Peningkatan kemampuan berpikir kreatif matematis dan habit of thinking interdependentiy (HTI) siswa melalui Pendekatan Openended dengan Setting Kooperatif (Studi Kuasi Eksperimen terhadap Siswa SMP di Kota Bandung)*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2014.

menunjang tumbuhnya kreativitas para penggunanya. Hal ini sebagaimana yang dikemukakan oleh Guilford²² bahwa indikator dari kreativitas antara lain: a) Kelancaran berpikir; b) Keluwesan berpikir; c) Mengembangkan gagasan.

Berikut adalah data dan interpretasi peneliti berdasarkan hasil wawancara peneliti ada beberapa kegunaan media TikTok selama masa pandemi, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Sebagai Media Penunjang Kreativitas

Menurut pemilik akun @andromedabiru_19 (33th)²³, penggunaan aplikasi TikTok bagi dirinya merupakan media untuk menunjang kreativitas seperti penyaluran hobi dan berbagi informasi melalui media sosial. Hal ini dikarenakan selama ini ia menggunakan TikTok untuk mencari inspirasi dan ide ketika akan membuat konten yang ujungnya dipergunakan berbagi dengan orang lain. Menurutnya konten positif sangat bermanfaat bagi orang lain yang membutuhkannya. Selain sebagai pembuat konten, ia juga sering melihat konten orang lain yang tak kalah kreatif. Hal ini tentu memicu kreativitas baru setiap harinya. Lebih jauh wanita yang berprofesi sebagai *freelancer* ini menjelaskan bahwa dirinya memang menggunakan aplikasi TikTok sejak pandemi melanda, sebab selama pandemi menurutnya banyak berpengaruh kepenatan jiwa seseorang yang membutuhkan refreshing sebagai konsekuensi dari daring 24 jam. Maka untuk memanfaatkan waktu tersebut dirinya membuat konten lebih pada ekspresi diri, sebagai cara untuk menghilangkan capek yang tentunya membuat konten yang positif juga buat orang lain. Namun demikian menurutnya penggunaan aplikasi ini sejujurnya akan berdampak negative jika tidak digunakan secara bijak, karena bisa jadi akan membuang waktu dan kecanduan bagi penggunanya. Tapi ia juga menekankan bahwa tujuan penggunaan TikTok itu bagaimana kita saja tujuannya apa, kalau

²² Guilford, J.P. B. Fruchter, *Fundamental Statistic in Psychology and Education* (Tokyo: McGraw-Hillkogakusha, Ltd, 2008).

²³ Hasil wawancara dengan Siti Khadijah, pengguna akun @andromedabiru_19, pada 19 November 2020.

tujuannya untuk cari informasi, maka yang muncul adalah hal-hal yang positif semua.

Ike Nurjanah juga menyampaikan hal serupa. Menurut pemilik akun @nsr70 ini memaparkan bahwa menurutnya selain untuk mengaktifkan otak kanannya dari gerakan-gerakan Tik Tok juga membuat otak kanan merasa dipacu untuk bekerja lebih dari biasanya yang selama ini dirinya merasa fungsi otak kirinya lebih dominan daripada otak kanannya, dengan tik tok ini ternyata bisa menjadi senam otak kanan. Hal ini pada akhirnya bisa meningkatkan daya kreativitas dirinya dalam segala hal. Meski baru menghidupkan aplikasi TikTok pada bulan November 2020 awal, dirinya mengaku sudah membuat beberapa konten yang membuat merasa dirinya lebih kreatif dan semangat dalam beraktivitas sehari-hari²⁴.

Pak Haryadi, pemilik akun @haryadimujianto²⁵ mengatakan bahwa selama masa pandemi, dirinya menggunakan TikTok memang salah satunya untuk menunjang kreativitas, karena di dalamnya berisi konten-konten yang memuat motivasi dari pengguna lain. Bahkan menurutnya, meski memang utamanya berfungsi untuk menghibur, penggunaan TikTok di masa pandemi juga memberikan informasi yang berguna sehingga semakin banyak penggunanya menyebabkan aplikasi ini cukup diminati bahkan menjadi favorit bagi setiap kalangan. Saat ini ia sedang mencoba membuat konten yang menarik dengan mengumpulkan beberapa video, karena ia sudah mulai faham algoritmanya, atau cara mainnya. Hal itulah mengapa dirinya suka terhadap aplikasi yang satu ini.

2. Sebagai Media Interaksi

Menurut hasil wawancara dengan Morena Layla Sahabirah, pemilik akun TikTok @deboravaneloise, Ia menggunakan aplikasi TikTok sebenarnya untuk sekedar mencari kesenangan, menambah

²⁴ Hasil wawancara dengan Ike Nurjanah, pemilik akun @nsr70 pada 30 November 2020.

²⁵ Hasil wawancara dengan Haryadi Mujianto, Dosen Fikom di Universitas Garut, pada 30 November 2020.

pertemanan, serta menyalurkan hobi. Menurutnya masa pandemi karena segalanya serba online akhirnya ia mencoba menyalurkan hobi melalui TikTok. Biasanya ia membuat konten sendirian, tapi terkadang juga bersama teman-temannya. Sebagai siswa kelas 6 SDN Regol 13 Garut, Moren merasa penting untuk tetap menjaga kebersamaan dengan teman-teman sekolahnya yang selama beberapa bulan ini jarang bertemu. Maka menurutnya, aplikasi TikTok menjadi ajang untuk saling komen dan bertemu meski secara online bersama teman-teman sekolahnya yang sebagian memang telah menggunakan aplikasi TikTok ini²⁶.

Tujuan untuk menambah teman atau relasi juga diungkapkan oleh pengguna akun @isolcoklat (22th)²⁷. Ia mengungkapkan salah satu alasan menggunakan TikTok tak lain adalah untuk memiliki banyak teman, selain untuk mendapatkan hiburan yang terdapat dalam konten-konten TikTok.

Selama ia ia juga aktif membuat konten-konten sendiri yang menggunakan fasilitas yang ada dalam TikTok, seperti transisi, Slowmotion, Lypsinc, dan lain sebagainya.

3. Sebagai Media Hiburan

Sementara menurut Ratu Cinta Juliasari, 9 tahun, pemilik akun @ratu_cintyajuliasari, Ia menggunakan aplikasi TikTok sebatas untuk bersenang-senang dan menyalurkan hobi menari dan menyanyi setelah seharian lelah dengan aktivitas belajar daring. Menurutnya, pembelajaran daring sesungguhnya membuat dirinya jenuh dan penat, maka dengan membuka aplikasi TikTok akan membuat dirinya terhibur. Bahkan menurutnya, selama konten yang dibuatnya positif, orangtuanya selama ini tidak melarangnya, akan tetapi malah terkadang mendukungnya, yakni dengan membuat konten bersama mereka²⁸.

²⁶ Hasil wawancara dengan Moren, 12 tahun, di Komplek Royal Rabbani karangpawitan, Garut. 17 November 2020.

²⁷ Hasil wawancara dengan pengguna @isolcoklat, pada 18 November 2020.

²⁸ Hasil wawancara dengan Ratu, 9 Tahun, pada 17 November 2020.

Hal yang sama juga dijelaskan oleh pemilik akun TikTok @fauzisamid (33th). Menurut karyawan pada perusahaan swasta ini menjelaskan bahwa tujuan menggunakan aplikasi tiktok bagi dirinya adalah sebagai hiburan buat anak. Menurutnya pada aplikasi TikTok terdapat hiburan yang bisa digunakan oleh dirinya bersama keluarganya, karena isinya beragam dan untuk segala umur. Terlebih lagi sejak pandemi, porsi waktu di rumah lebih panjang, maka penggunaan TikTok dirasa bermanfaat untuk sekedar mencari kesenangan²⁹.

TikTok bagi pemilik akun tiktok @alfieaazzahraII (26th)³⁰, merupakan aplikasi untuk menghibur dan menghilangkan kegabutan (pusing) pada dirinya. Menurut perempuan yang berprofesi sebagai ahli gizi ini biasanya ia akan mencari konten-konten yang isinya menghibur dan penuh kreativitas. Menurutnya, selama ini konten dalam TikTok sebagian besar memang beragam, bebas, dan masih dalam koridor kesopanan, sehingga cocok untuk segala umur. Hanya bagaimana cara penggunaanya saja mengatur waktu sehingga tidak terkesan buang-buang waktu, serta menghemat kuota pada data.

4. Mengatasi Kejenuhan

Menurut pengguna akun tiktok @ms.rudianto (24th), aplikasi TikTok digunakan untuk mengatasi kejenuhan akibat pekerjaan yang menumpuk. Hal ini disebabkan dirinya sebagai asisten apoteker menjadikan dirinya melakukan pekerjaan yang banyak bahkan lembur hamper tiap hari. Sebab selain bekerja, dirinya masih tercatat sebagai mahasiswa yang mengambil profesi apoteker di salah satu kampus kesehatan swasta di Surabaya. Meskipun pada walnya dirinya menggunakan TikTok karena mengikuti perkembangan jaman, namun pada akhirnya ia merasakan manfaatnya selain untuk hiburan, juga untuk menambah pengetahuan baru yang sering dibuat oleh konten pengguna TikTok lainnya³¹.

²⁹ Hasil wawancara dengan Fauzi Samid, karyawan swasta, pada 18 November 2020.

³⁰ Hasil wawancara dengan Alfiea, Ahli Gizi, pada 18 November 2020.

³¹ Hasil wawancara dengan Rudianto, Asisten Apoteker, 18 November 2020.

Menurut pemilik akun @uthier (21th)³², manfaat yang dirasakan menggunakan Tiktok adalah membantu dalam mood setiap penggunanya ketika merasakan kejenuhan, yang awalnya badmood menjadi goodmood. Hal itu yang ia rasakan selama ini ketika merasakan badmood, ia akan mencari hiburan yang salah satunya adalah mencari atau melihat konten TikTok yang isinya kebanyakan menghibur. Bahkan dirinya yang masih kuliah ini biasanya juga suka bikin konten *dance* untuk ikut meramaikan kreaitivitas konten yang dibuat oleh para pengguna TikTok lainnya.

5. Sebagai Media Promosi

Menurut pengguna akun tiktok @novaalviana (21th), Aplikasi TikTok bagi dirinya bisa bermanfaat untuk melihat tutorial kue tart. Bahkan dirinya juga bisa melihat *review* produk melalui aplikasi TikTok. Selain itu, selama ini ia menggunakan TikTok sebagai hiburan saja. Tentu saja manfaat yang ia rasakan adalah happy, hal tersebut ia tularkan ke beberapa teman kuliahnya, jika mendapatkan sesuatu yang baru dalam TikTok³³.

Hal senada juga disampaikan oleh pengguna akun @andromedabiru_19, bahwa aplikasi TikTok juga bisa berguna untuk alat promosi sebuah produk. Hal ini sebagaimana yang ia lakukan ketika mencari riview produk tertentu. Hal ini ia lakukan karena memang sebagai seorang *freelance* yang juga melakukan promosi produk orang lain, ia harus jeli melihat kualitas sebuah produk yang dijualnya³⁴.

Terkait fungsi sebagai alat promosi, pengguna akun TikTok @haryadimujianto mengatakan bahwa justru TikTok bisa digunakan untuk sarana penghasil materi atau uang. Salah satu motivasi dirinya selain untuk hiburan, informasi, juga karena memang TikTok saat ini bisa menghasilkan uang. Tentu banyak syarat yang harus dipenuhi,

³² Hasil wawancara dengan pengguna akun @uthier, mahasiswa, pada 18 November 2020.

³³ Hasil wawancara dengan Nova Alviana, Mahasiswi, pada 18 November 2020.

³⁴ Hasil wawancara dengan pengguna akun @andromedabiru_19, pada 19 November 2020.

misal dari segi konten harus menarik, yang memuat motivasi, komedi, maupun simpati, postingan kita itu harus masuk For You Page (FYP) atau beranda dulu. Ada beberapa cara yang bisa dilakukan, termasuk juga dengan cara live sama dari program *member get member*. Makanya banyak orang yang terkadang kita geleng-geleng kepala melihat postingannya hanya untuk masuk FYP. Maka tidak mengherankan jika TikTok saat ini disebut sebagai media yang paling powerful dibanding medsos lainnya³⁵.

6. Menambah Pengetahuan Baru

Menurut pengguna akun tiktok @firdinaalya, (21th), manfaat TikTok buat dirinya tak lain adalah untuk hiburan dan refreshing. Bahkan selain itu menurutnya di TikTok banyak konten yang berisi tips-tips seputar pengetahuan baru yang sangat berguna, seperti Tips skripsi, tips data-data HP, dan tips-tips bagaimana cara menggunakan laptop, dan lain sebagainya. Tentu pengetahuan seperti ini sangat berguna terutama bagi orang seperti dirinya yang memang ketergantungan pada jasa service jika ada masalah pada HP maupun laptop. Ketika menggunakan aplikasi TikTok Firdina Alya³⁶ biasanya melihat konten yang berkenaan dengan tips-tips yang dibutuhkannya. Namun sisi negative dari TikTok menurutnya juga ada, yakni membuang waktu sia-sia jika penggunaanya larut dalam bermain aplikasi tersebut. Hal itu bergantung pada tujuan dan bagaimana pengguna memanfaatkannya.

Hal yang sama juga dijelaskan oleh pemilik akun tiktok @raninurmb_ (22th) yang menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan dalam menggunakan TikTok selama ini adalah banyak reminder-reminder di dalamnya yang banyak mengingatkan kita terkait wawasan/pembelajaran yang belum pernah kita ketahui sebelumnya. Terkait konten, Ia juga memaparkan bahwa konten yang biasa dibuatnya adalah konten yang bersifat hiburan saja. Sebab memang tujuan dari awal ia menggunakan aplikasi TikTok semata-mata untuk mencari hiburan semata. Hal ini ia rasakan dikarenakan

³⁵ Hasil wawancara dengan Bapak Haryadi, 30 November 2020.

³⁶ Hasil wawancara dengan Firdina Alya, 21 tahun, pada 18 November 2020.

statusnya sebagai mahasiswa FK UNUSA yang banyak tugas dan praktek, membutuhkan media yang bisa membuatnya terhibur. Salah satunya melalui pemanfaatan aplikasi TikTok tersebut. Bahkan menurutnya, tidak hanya memberika hiburan saja, banyak sisi pembelajaran positif yang bisa dirinya ambil melalui tiktok³⁷.

7. Untuk Meningkatkan Imun

Menurut pemilik akun @qoriatulleila, manfaat dari penggunaan TikTok banyak. Salah satunya adalah bisa buat olah raga karena di sana terdapat pembelajaran gerakan-gerakan badan yang bisa pengguna peragakan, jadi menurutnya pasti badan akan sering bergerak. Lebih jauh Mahasiswa Fakultas Kedokteran Universitas Nahdatul Ulama Surabaya (UNUSA) ini memaparkan bahwa manfaat penggunaan aplikasi TikTok bagi dirinya juga melatih daya ingat serta bisa menghilangkan stress dan penat akibat pembelajaran daring yang menyita cukup energy dan mental³⁸. Artinya positifnya menurut dia, jika pengguna mampu mengambil sisi positif dari TikTok maka akan meningkatkan imun bagi tubuh sebagaimana dirinya, menggunakan TikTok sejak masa Covid-19 melanda, dirinya harus belajar daring seharian di rumah saja. Ia juga menambahkan bahwa menggunakan aplikasi TikTok karena terdorong rasa penasaran karena banyak dari teman-teman se angkatannya di UNUSA banyak menggunakannya. Setelah ia mencoba menggunakannya maka ia mendapatkan hiburan dan benefit-benefit olehnya. Adapun terkait konten, biasanya ia bersama saudara dan teman-temannya membuatnya secara bersama-sama di rumah, bisa aktifitas sehari-hari, atau bahkan terkadang secara spontan ketika ada sesuatu yang dianggap lucu dan menarik, maka ia jadikan konten.

³⁷ Hasil wawancara dengan Rani, Mahasiswi FK UNUSA Surabaya, pada 18 November 2020.

³⁸ Hasil wawancara dengan Qoriatul laela, Mahasiswa Kedokteran UNINU Surabaya, Semester IV, pada 18 November 2020.

Terkait fungsi peningkatan imun, menurut Ike Nurjanah, pemilik akun @nsr70 (50th)³⁹, dirinya menggunakan TikTok pada awalnya hanya sebatas *having fun* saja. Maka semua konten yang ada di aplikasi TikTok ia lihat. Untuk pembuatan konten, ia sering menggunakan lagu-lagu untuk lipsinc. Namun selain murah meriah, TikTok ternyata cukup efektif dalam hal peningkatan daya imun tubuh di masa pandemi. Hal tersebut ia rasakan sendiri, dikarenakan dirinya selama ini lebih banyak beraktivitas di rumah. Sebagai salah seorang aktivis salah satu partai politik di Jakarta, dirinya merasa membutuhkan sarana untuk mengusir penat dan jenuh. Apalagi kondisi PSPB di Jakarta yang cukup ketat, meski sekarang sudah bisa ke kantor dengan jadwal dan penerapan protokol kesehatan yang ketat, namun hal tersebut membuat dirinya menjadi kurang bersemangat. Melalui aplikasi ini, ia bisa membuat suasana menjadi lebih enjoy karena selain di rumah, terkadang ia menggunakan TikTok di kantor bersama teman-teman seprofesinya.

E. Pembahasan

Sebagai sebuah aplikasi yang hadir dalam platform media sosial, Tik Tok cukup memberikan gebrakan yang melengkapi fasilitas dan layanan bagi platform media sosial lainnya seperti instagram, WhatsApp, Line, Twitter, Facebook, dan lain sebagainya. Banyaknya ragam efek dalam pembuatan konten yang ada dalam aplikasi Tik Tok, membuat aplikasi ini cukup digemari oleh banyak kalangan, terutama di masa pandemi Covid-19 yang mengharuskan setiap orang melakukan aktifitasnya banyak di rumah. Hal ini dikarenakan penggunaan smartphone yang cukup menyita waktu banyak orang sebagai pelengkap aktifitasnya dalam upaya menghindari kerumunan sebagaimana yang telah dihimbau oleh pihak pemerintah.

Menurut hasil wawancara dengan 14 pengguna akun Tik Tok yang berasal dari berbagai latar belakang pendidikan, profesi, usia,

³⁹ Hasil Wawancara dengan Ike Nurjanah, Aktivis Partai Politik DKI Jakarta, pada 30 November 2020.

budaya, dan tempat tinggal, menyatakan bahwa mereka menggunakan aplikasi Tik Tok selama masa pandemi Covid-19 cukup intens karena beberapa tujuan, diantaranya adalah untuk sebagai hiburan dan menunjang kreativitas selama melakukan aktifitas yang kebanyakan waktu dihabiskan di rumah.

Sebagaimana dijelaskan oleh Guilford bahwa ada tiga indikator dari kreativitas antara lain: 1) Kelancaran berpikir; 2) Keluwesan berpikir; 3) Mengembangkan gagasan, maka menurut hasil interpretasi peneliti bahwa penggunaan aplikasi Tik Tok mampu menunjang ketiga indikator kreativitas tersebut.

1. Kelancaran Berfikir

Kreativitas akan muncul apabila pikiran atau otak kita dalam kondisi *fresh* dan stabil. Hal tersebut besar pengaruhnya bagi padatnya aktivitas yang biasa dilakukan oleh manusia sehari-hari. Terlebih dalam masa pandemi Covid-19 saat ini menuntut hampir semua orang untuk meminimalisir keluar rumah karena menghindari kerumunan dan kontak fisik dengan orang lain guna mencegah penularan Covid-19 yang saat ini penyebarannya masih cukup massif. Selama beraktivitas di rumah, sebagian besar masyarakat menggunakan media sosial untuk mengatasi kejenuhannya. Dalam penggunaan media sosial tersebut, salah satu aplikasi yang cukup digandrungi adalah Tik Tok. Sebagaimana yang dinyatakan oleh sebagian besar pemilik akun Tik Tok bahwa penggunaan Tik Tok dilakukan untuk membuat pikiran nyaman, tenang, dan rileks setelah otak digunakan untuk aktivitas bekerja maupun belajar secara daring sepanjang hari.

Hal tersebut sebagaimana diungkapkan oleh @alfieaazzahrall, bahwa Tik Tok merupakan aplikasi untuk menghibur dan menghilangkan kegalutan (*pusing*) pada dirinya setelah dirinya lelah belajar dan bekerja.

Menurut pemilik akun @uthier, manfaat yang dirasakan menggunakan Tiktok adalah membantu dalam *mood* setiap penggunaanya ketika merasakan kejenuhan, yang awalnya *badmood*

menjadi *goodmood*. *Goodmood* akan membantu otak yang awalnya *stagnant* dan buntu akan kembali normal seperti sediakala.

Hal yang sama juga disampaikan oleh pemilik akun @ratu_cintyajuliasari. Menurut Siswi Kelas 5 SD di Kabupaten Garut ini penggunaan aplikasi TikTok sebatas untuk bersenang-senang dan menyalurkan hobinya menari dan menyanyi setelah seharian lelah dengan aktivitas belajar daring, maka dengan membuka aplikasi TikTok akan membuat dirinya terhibur, dan membuatnya otaknya akan fresh kembali.

2. Keluwesan Berfikir

Keluwesan berpikir juga menjadi salah satu indikator bagi lahirnya sebuah kreativitas. Penggunaan Tik Tok menurut penggunanya juga dianggap mampu melahirkan keluwesan otak dalam berpikir. Menurut Morena Layla Sahabirah, pemilik akun TikTok @deboravaneloise, ia menggunakan aplikasi TikTok meski pun sebenarnya awalnya untuk sekedar mencari kesenangan, namun ada benefit lainnya seperti menambah pertemanan, serta menyalurkan hobi. Menurutnya masa pandemi Covid-19 karena segalanya serba online akhirnya ia mencoba menyalurkan hobi melalui TikTok. Penyaluran hobi pada akhirnya akan membuat dirinya merasakan keluwesan dalam berpikir, sebab hobi dan pertemanan akan menjadi “obat” mengatasi kejenuhan selama pembelajaran daring yang sebagian besar di lakukan hanya di rumah. Melalui aplikasi TikTok menjadi ajang untuk saling komen dan bertemu meski secara online bersama teman-teman sekolahnya yang sebagian memang telah menggunakan aplikasi TikTok ini

Menurut pengguna akun tiktok @novaalviana, Aplikasi TikTok bagi dirinya bisa bermanfaat untuk melihat tutorial kue tart dan membantu dirinya melihat *review* produk yang disukainya. Selain itu, manfaat yang ia rasakan adalah rasa happy, yang bisa ia tularkan ke beberapa teman kuliahnya, jika mendapatkan sesuatu yang baru dalam TikTok.

Hal senada juga disampaikan oleh pengguna akun @andromedabiru_19, bahwa aplikasi TikTok juga bisa digunakan

untuk alat promosi sebuah produk. Hal ini dikarenakan sebagai *freelance dan reseller*, dirinya terkadang juga melakukan promosi produk sebagai upaya mencari pasar.

Terkait fungsi sebagai alat promosi, pengguna akun TikTok @haryadimujianto menjelaskan bahwa justru TikTok bisa digunakan untuk sarana penghasil materi atau uang. Hal ini yang menjadi salah satu motivasi dirinya untuk menggunakan aplikasi Tik Tok. Penggunaan media sosial itu tergantung bagaimana penggunaannya, jika mereka jeli maka tidak hanya benefit jangka pendek, tapi akan mendapatkan benefit yang berkelanjutan seperti sebagai mesin pencari uang. Inilah bagian dari cara kita menggunakan keleluasaan dan keluwesan dalam berfikir.

3. Mengembangkan Gagasan

Indikator kreativitas lainnya adalah mampu mengembangkan gagasan. Penggunaan media sosial terutama Tik Tok memberikan manfaat bagi upaya pengembangan gagasan. Sebab, dengan melihat konten-konten yang beragam, unik, kreatif, dan inovatif dari berbagai penggunaannya, menimbulkan ide-ide baru bermunculan. Hal ini tentu melahirkan motivasi dan kreativitas baru. Menurut pengguna akun tiktok @firdinaalya, (21th), manfaat TikTok buat dirinya selain untuk hiburan dan refreshing, dalam aplikasi TikTok terdapat banyak konten yang berisi tips-tips seputar pengetahuan baru yang sangat berguna bagi banyak orang, seperti tutorial yang membutuhkan keahlian khusus seperti cara-cara sederhana dalam servis alat komunikasi seperti laptop maupun HP.

Hal yang sama juga dijelaskan oleh pemilik akun tiktok @raninurmb_ yang menjelaskan bahwa manfaat yang dirasakan dalam menggunakan TikTok selama ini adalah terdapat banyak reminder-reminder di dalamnya yang banyak mengingatkan pengguna terkait wawasan, pengetahuan, atau pun pembelajaran yang belum pernah diketahui sebelumnya.

Bahkan menurut pemilik akun @andromedabiru_19, penggunaan aplikasi TikTok bagi dirinya merupakan media untuk mengembangkan gagasan karena disamping berguna untuk

penyaluran hobi, juga bisa berbagi informasi melalui media sosial. Hal ini dikarenakan selama ini ia menggunakan TikTok untuk mencari inspirasi dan ide ketika akan membuat konten kreatif dan inovatif yang ujungnya ia bagikan juga dengan orang lain. Menurutnya konten-konten positif tentu sangat bermanfaat bagi orang lain. Konten-konten orang lain yang positif dan kreatifpun akan memicu kreativitas baru bagi kita setiap harinya.

Hal ini disampaikan juga oleh pengguna akun @haryadimujianto yang mengatakan bahwa selama masa pandemi Covid-19 ini, dirinya menggunakan TikTok salah satu motivasinya untuk menunjang kreativitas, karena di dalamnya berisi konten-konten yang memuat motivasi dari pengguna lain. Bahkan menurutnya, karena fungsinya yang beragam inilah penggunaan TikTok di masa pandemi Covid-19 menyebabkan aplikasi ini cukup diminati bahkan menjadi favorit bagi setiap kalangan.

F. Kesimpulan

Penggunaan Tik Tok di masa pandemi Covid-19 cukup menunjang kreativitas para penggunanya. Indikator kreativitas sebagaimana dikemukakan oleh Guilford⁴⁰ yang meliputi kelancaran berpikir, keluwesan berpikir, dan mengembangkan gagasan hampir semua dirasakan oleh para partisipan yang diwawancarai oleh peneliti. Hal ini dikarenakan para pengguna merasakan pemanfaatan aplikasi Tik Tok cukup efektif di masa pandemi Covid-19 yang sebagian besar aktivitas sehari-hari banyak dilakukan di rumah, sebagai upaya menghindari kerumunan dan kontak langsung dengan orang lain sebagai upaya pencegahan penularan Covid-19.

Selain menunjang kreativitas, penggunaan aplikasi Tik Tok juga memiliki beberapa manfaat lain diantaranya seperti media hiburan, media interaksi, media promosi, media berbagi informasi, dan media yang bisa meningkatkan imun.

⁴⁰ Guilford, J.P. B. Fruchter, *Fundamental Statistic in Psychology and Education* (Tokyo: McGraw-Hillkogakusha, Ltd, 2008).

Meskipun memiliki sejumlah manfaat positif, penggunaan Aplikasi Tik Tok juga memiliki dampak negative jika tidak digunakan secara bijak, diantaranya seperti bisa lupa waktu, boros kuota, dan menjadi media untuk mengumbar *narcisme* dan kemewahan individu yang tentu bertentangan dengan nilai-nilai sosial kemasyarakatan.

Daftar Pustaka

- Alo Liliweri. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana, 2015.
- Amabile, T.M. *Motivation and Creativity: Effects of Motivational Orientation on Creative Writers*. *Journal of Personality and Social Psychology*, 2005.
- Cahyono, A. S. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. *Jurnal Elektronik Universitas Tulungagung*, 140–157, 2016.
- Guilford, J.P. B. Fruchter. *Fundamental Statistic in Psychology and Education*, Tokyo: McGraw-Hillkogakusha, Ltd, 2008.
- Helys, M. R. &, & Handayani, *Efektifitas Komunikasi Dalam Penggunaan Media Sosial Instagram Sebagai Media Komunikasi Di Kalangan Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Surakarta*. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Ilmiah Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta*, 14(2085– 2215), 19–24, 2016.
- [https://kominfo.go.id/content/detail/13331/inipenyebab-kominfo-putuskan-blokir-tik tok/0/sorotan_media](https://kominfo.go.id/content/detail/13331/inipenyebab-kominfo-putuskan-blokir-tik-tok/0/sorotan_media), diakses pada 15 November 2020.
- John Adair, *Berpikir Kreatif, berpikir sukses*, Yogyakarta: Penerbit Rumpun, 2009.
- Junaedi, F. (ed), *Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom, 2011.

- Muchammad Bayu Tejo Sampurno, Tri Cahyo Kusumandyoko, Muh Ariffudin Islam, *Budaya Media Sosial, Edukasi Masyarakat dan Pandemi COVID-19*, SALAM; Jurnal Sosial & Budaya Syar-I FSH UIN Syarif Hidayatullah Jakarta Vol. 7 No. 6, 2020.
- Muhlis, Usman Jasad, Abdul Halik, *Fenomena Facebook Sebagai Media Komunikasi Baru*, Jurnal Diskursus Islam Volume 06 Nomor 1, April 2018.
- Munandar, U. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta, 2009.
- Nabilla Tashandra. "Main Tik Tok ternyata Bisa Bermanfaat Bagi Kesehatan Mental", pada <https://lifestyle.kompas.com/read/2020/05/13/080226420/main-tiktok-ternyata-bisa-bermanfaat-bagi-kesehatan-mental?page=all>, diakses pada 10 November 2020.
- Nastiti, L. W. *Bentuk Personal Branding Melalui Media Sosial (Studi Deskriptif Kualitatif Personal Branding Saptuari Sugiharto Melalui Akun Twitter Pribadi @Saptuari)*, <http://digilib.uinsuka.ac.id>, 2016.
- Putra, A. *Tik Tok – Sosial Media Berbasis Video Yang Sedang Sangat Populer*. Retrieved August 8, 2018, from <https://gadgetren.com/2018/03/16/apa-itu-tiktok-video-media-sosial/>, Agustus, 2018.
- Rifki Zamzam Mustaffa. *TikTok sebagai Konstruksi Identitas pada Masa Pandemi Covid-19 di Indonesia*, Narasi: Jurnal Literasi, Media, & Budaya, Institut Teknologi Bandung, Vol 1, No 2, 2020.
- Semiawan, Coni, 2009, *Kreativitas dan Keberbakatan*. Jakarta: PT. Indeks.
- Susilowati. *Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe)*. Jurnal Komunikasi, Volume 9 No. 2 September, 2018.

- Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, Umaimah Wahid. *Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19*, *Communiverse: Jurnal Ilmu Komunikasi* Volume 5 No. 2 | Juni 2020, Hal 70-80, 2020.
- Tri Puji Astuti, Riana Sitawati, & Tukijan. *Pengaruh Kreativitas Dan Perilaku Inovatif Terhadap Kinerja Karyawan Dengan Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Mediasi (Studi Pada Hotel Pandanaran Semarang)*, *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi*, No. 47 / Th. XXVI / Oktober, 2019.
- Ummul Huda. *Peningkatan kemampuan berpikir kreatif matematis dan habit of thingking interdependentiy (HTI) siswa melalui Pendekatan Openended dengan Setting Kooperatif (Studi Kuasi Eksperimen terhadap Siswa SMP di Kota Bandung)*, Bandung: Universitas Pendidikan Indonesia, 2014.
- Yunitasari, C., & Japariato, E. *Analisa Faktor-Faktor Pembentuk Personal Branding dari C.Y.N.* *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*, 1(1), 1-8, 2013.