

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK
TERHADAP PERKEMBANGAN KREATIVITAS REMAJA DI
KELURAHAN SARI REJO**

SKRIPSI

OLEH:

FAHRIZA ALFIANSYAH

208600021



**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 26/9/24

Access From (repository.uma.ac.id)26/9/24

**PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK
TERHADAP PERKEMBANGAN KREATIVITAS REMAJA DI
KELURAHAN SARI REJO**

SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area



OLEH:

FAHRIZA ALFIANSYAH

208600021

**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 26/9/24

Access From (repository.uma.ac.id)26/9/24


HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja Di Kelurahan Sari Rejo


Nama : Fahriza Alfiansyah

NPM : 208600021

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing


Dinda Permata Sari Harahap, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Pembimbing


Dr. Siti Aisyah, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Dekan

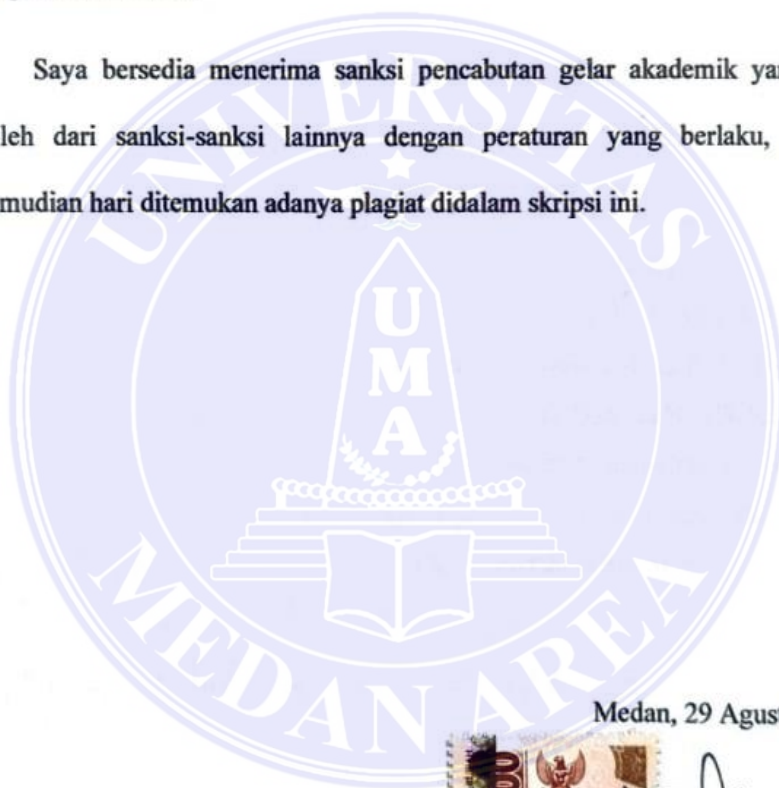

Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog
Kepala Bagian

Tanggal disetujui

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dicantumkan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dari sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiat didalam skripsi ini.



Medan, 29 Agustus 2024



208600021

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademis Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fahriza Alfiansyah

Npm : 208600021

Program Studi : Psikologi


Fakultas : Psikologi

Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right)** atas karya ilmiah saya yang berjudul : Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja Di Kelurahan Sari Rejo, beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai peneliti dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Medan, 29 Agustus 2024


Fahriza Alfiansyah
208600021

ABSTRAK

PENGARUH INTENSITAS PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP PERKEMBANGAN KREATIVITAS REMAJA DI KELURAHAN SARI REJO

OLEH:

FAHRIZA ALFIANSYAH

NPM: 208600021

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap perkembangan kreativitas remaja di Kelurahan Sari Rejo. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis regresi linier sederhana. Populasi dalam penelitian berjumlah 120 dengan sampel penelitian yang terdiri dari 92 remaja yang berusia dari 14-16 tahun yang menggunakan aplikasi TikTok. Data dikumpulkan dengan menggunakan skala Likert melalui skala berupa pernyataan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap perkembangan kreativitas remaja. Dari hasil uji analisis, penelitian ini menemukan bahwa Intensitas Penggunaan TikTok (X) berpengaruh terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja (Y). Hal ini dibuktikan pada Nilai R-Square 0.376 dalam penelitian ini menunjukkan bahwa 37.6% berkontribusi dalam perkembangan kreativitas remaja dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan TikTok. Sisa 62.4% yang berkontribusi dalam kreativitas remaja dijelaskan oleh faktor lain.. Hubungan positif ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok yang dialami remaja, semakin tinggi pula tingkat perkembangan kreativitas yang dapat mereka capai.

Kata kunci: Intensitas Penggunaan TikTok, Perkembangan Kreativitas Remaja, Remaja, Pengaruh TikTok, Studi Kuantitatif

ABSTRACT

THE EFFECT OF TIKTOK USAGE INTENSITY ON THE DEVELOPMENT OF ADOLESCENT CREATIVITY IN SARI REJO VILLAGE

BY:
FAHRIZA ALFIANSYAH
NPM: 208600021

This research aimed to determine the effect of TikTok usage intensity on the development of adolescent creativity in Sari Rejo Village. The research used a quantitative approach with a simple linear regression analysis method. The population of the study was 120, with a sample consisting of 92 adolescents aged 14-16 years who used the TikTok application. Data were collected using a Likert scale through statements to assess the effect of TikTok usage intensity on the development of adolescent creativity. The analysis results indicated that TikTok Usage Intensity (X) influenced the Development of Adolescent Creativity (Y). This was evidenced by the R-Square value of 0.376, which showed that 37.6% of the contribution to the development of adolescent creativity could be explained by the intensity of TikTok usage. The remaining 62.4% of the contribution to adolescent creativity was explained by other factors. This positive correlation indicated that the higher the intensity of TikTok usage experienced by adolescents, the higher the level of creativity development they could achieve.

Keywords: *TikTok Usage Intensity, Adolescent Creativity Development, Adolescents, TikTok Effect, Quantitative Study*



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Peneliti dilahirkan di Medan 28 September 2002 dari pasangan Bapak Sofian Wijaya dan Ibu Feria Tanti. Peneliti merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara. Peneliti memiliki dua kakak yang namanya Ade Winantie dan Weni Adriantie. Adapun riwayat peneliti, yaitu pada tahun 2009 peneliti masuk di Sekolah Dasar Swasta Angkasa Lanud Soewondo Medan. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Medan pada tahun 2015. Selanjutnya peneliti masuk ke Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 2 Medan pada tahun 2018 sampai dengan 2020. Kemudian, peneliti melanjutkan pendidikan di Perguruan Tinggi Swasta Program S1 Psikologi Universitas Medan Area pada tahun 2020.



KATA PENGANTAR

Penulis ingin menyampaikan rasa syukur kepada Allah SWT atas semua berkah dan anugerah yang diberikannya, karena pada saat ini penulis berhasil menyelesaikan skripsi sebagai syarat untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata Satu (S1) dalam Program Ilmu Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area. Penulis berhasil menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok Terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja di Kelurahan Sari Rejo” melalui serangkaian tahapan yang sudah dilalui.

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada Dosen Pembimbing Ibu Dinda Permata Sari Harahap, M.Psi, Psikolog, Ibu Nafeesa, S.Psi, M.Psi, Psikolog, Ibu Fikriyah Iftinan Fauzi, S.Psi, M.Psi, dan Ibu Dr. Salamiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi atas arahan yang bermanfaat bagi saya dalam penyusunan skripsi ini. Serta saya berterima kasih kepada keluarga saya Bapak Sofian Wijaya, Ibu Feria Tanti, Kak Ade Winantie, Kak Weni Adriantie yang sudah mendukung penuh atas usaha saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Saya juga berterima kasih kepada teman baik saya Syifa, Syuri, Gendis, Adam, Cindy yang sudah memberikan semangat selama proses pengerjaan skripsi ini. walaupun skripsi ini tidak sempurna, penulis sangat menghargai kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan di masa yang akan datang.

Medan, 29 Agustus 2024

Yang membuat pernyataan



Fahriza Alfiansyah

208600021

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKSI TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar belakang	1
1.2 Perumusan masalah	7
1.3 Batasan Masalah	7
1.4 Tujuan penelitian	7
1.5 Hipotesis Penelitian	7
1.6 Manfaat penelitian	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
2.1 Konsep Perkembangan Kreativitas Remaja	9
2.1.1 Pengertian Kreativitas	9
2.1.2 Jenis-Jenis Kreativitas	10
2.1.3 Pengertian Perkembangan Kreativitas Remaja	12
2.1.4 Aspek-aspek Perkembangan Kreativitas Remaja	13
2.1.5 Tujuan Perkembangan Kreativitas Remaja	15
2.2 Konsep Intensitas Penggunaan TikTok	16
2.2.1 Pengertian Intensitas	16
2.2.2 Pengertian TikTok	17
2.2.3 Manfaat Penggunaan Aplikasi Tiktok	19
2.2.4 Aspek-aspek Penggunaan Aplikasi TikTok	20
2.2.5 Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok	22

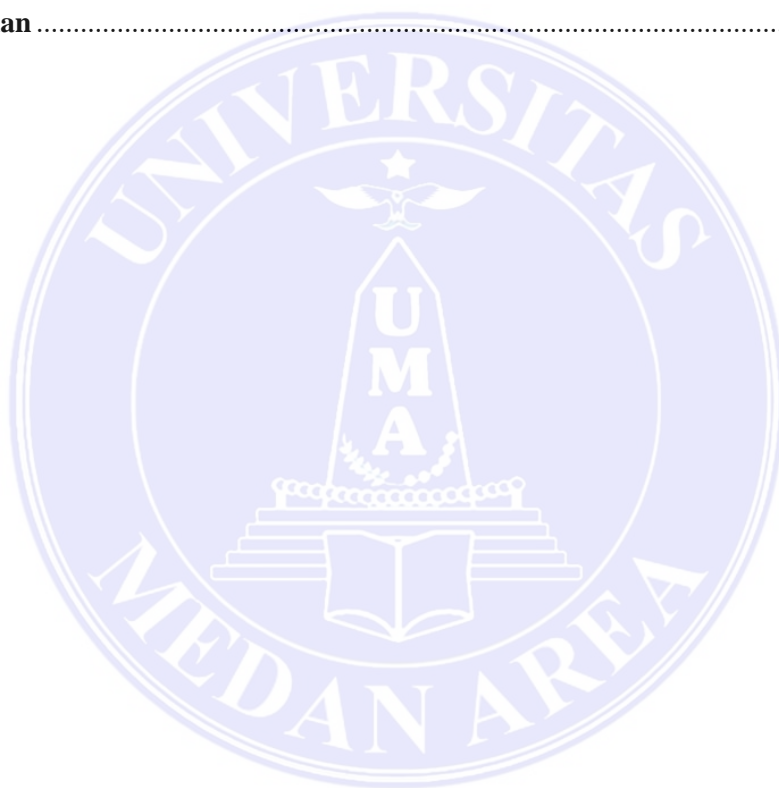
2.3	Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja	24
2.4	Kerangka Konseptual	27
BAB III METODE PENELITIAN		28
3.1	Tipe Penelitian	28
3.2	Variabel Penelitian dan Definisi operasional	28
3.3	Populasi dan Sampel	29
3.4	Metode pengumpulan data	31
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN		32
4.1	Hasil Penelitian	32
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi Penelitian	32
4.1.2	Pelaksanaan Penelitian	34
4.1.3	Karakteristik Responden	34
4.1.4	Hasil Analisis Data	36
4.2	Pembahasan	44
BAB V SIMPULAN DAN SARAN		50
5.1	Simpulan	50
5.2	Saran	51
DAFTAR PUSTAKA		53

DAFTAR TABEL

Tabel 1 Jumlah Penduduk Menurut Usia dan Jenis Kelamin	33
Tabel 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	35
Tabel 3 Intensitas Penggunaan TikTok setelah uji validitas	37
Tabel 4 Perkembangan Kreativitas Remaja setelah uji validitas	38
Tabel 5 Tabel Uji Reliabilitas	39
Tabel 6 Uji Normalitas	40
Tabel 7 Uji Linearitas.....	40
Tabel 8 Korelasi Product Moment Koefisien Determinan	41
Tabel 9 Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Empirik	42
Tabel 10 Hasil Uji Regresi	44
Tabel 11 Hasil Persamaan Garis Regresi Linear.....	44

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 Alat Ukur Penelitian.....	56
LAMPIRAN 2 Sebaran Data Penelitian.....	63
LAMPIRAN 3 Uji Validitas & Uji Reliabilitas.....	67
LAMPIRAN 4 Uji Normalitas.....	76
LAMPIRAN 5 Uji Korelasi.....	80
LAMPIRAN 6 Surat Pra Survey Penelitian Surat Penelitian Dan Surat Selesai Penelitian	83



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang

Globalisasi telah membawa pengaruh besar pada modernisasi terhadap perubahan dalam berbagai hal, salah satunya adalah perkembangan teknologi yang berkembang pesat dan cukup signifikan. Banyak aplikasi, media sosial, serta situs yang membuat pola kehidupan sehari-hari menjadi berubah dengan segala jenis kegiatan telah difasilitasi oleh teknologi internet (Utami & Baiti, 2018).

Menurut data penelitian Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (AJPII), jumlah pengguna Internet di Indonesia semakin bertambah dan meningkat sebanyak 196,7 juta orang (73,7%) pada triwulan II tahun 2020. Mayoritas pengguna Internet di Indonesia adalah yang paling banyak digunakan yaitu media sosial (Pratama, 2020).

Pada akhirnya perkembangan zaman di era digital telah menjadi pendorong utama bagi remaja untuk menjadi individu yang berkreasi. Era ini menawarkan sejumlah besar peluang dan sumber daya yang tidak pernah ada sebelumnya. Dengan akses mudah ke internet dan berbagai platform kreatif, remaja sekarang dapat mengeksplorasi minat dan bakat mereka dengan lebih bebas. Mereka dapat mencari informasi, tutorial, dan inspirasi melalui situs web, blog, video online, dan forum komunitas.

Kreativitas merupakan potensi yang dimiliki anak sejak lahir. Namun potensi tersebut tidak dapat dikembangkan secara maksimal jika tidak dilatih dan didisiplinkan oleh lingkungan. Setiap orang mempunyai potensi kreatif. Yang

membedakan antara satu orang dengan orang lainnya adalah seberapa besar atau kecil potensi yang dimilikinya. Anak-anak mempunyai kebebasan untuk mengekspresikan ide-idenya melalui imajinasi, drama, dan permainan yang konstruktif. Secara psikologis, rasa aman dan kebebasan merupakan prasyarat penting bagi perkembangan kreativitas. (Al Munawar & Rupayda, 2020).

Menurut Sternberg (2008) kreativitas mencerminkan kemampuan untuk mencipta yang lebih banyak. Kemampuan mencipta lebih banyak ini dapat diartikan sebagai berpikir divergen atau berpikir dengan banyak jawaban atas satu masalah. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Ormrod (2010) bahwa, kreativitas bukanlah suatu entitas tunggal yang dimiliki atau tidak dimiliki orang, melainkan merupakan kombinasi dari banyak proses berpikir, karakteristik, dan perilaku yang spesifik. Jadi, dapat disimpulkan bahwa kreativitas adalah proses berpikir, karakteristik, dan perilaku mencari banyak jawaban atas satu masalah.

Robinson (2001) berpendapat bahwa kreativitas harus dianggap sama pentingnya dengan literasi dalam pendidikan. Menurutnya, setiap anak dilahirkan dengan potensi kreatif yang luar biasa, tetapi sistem pendidikan sering kali tidak dirancang untuk mengenali dan mengembangkan potensi tersebut. dia mendorong adanya reformasi pendidikan yang lebih holistik, dimana kreativitas dihargai dan dikembangkan melalui pendekatan yang lebih fleksibel dan interdisipliner, yang mencakup seni, teknologi, dan pembelajaran berbasis proyeksi.

Menurut Munandar (1999) kreativitas penting bagi remaja karena menjadi sarana wujud diri dan pemenuhan kebutuhan. Remaja memiliki dorongan kuat untuk mengekspresikan diri dan jati diri mereka. Kreativitas menyediakan outlet

yang sehat untuk mengekspresikan diri dan mengeksplorasi berbagai kemungkinan. Melalui kreativitas, remaja dapat menemukan kekuatan, bakat, dan minat mereka yang unik.

Selain itu, kreativitas membantu remaja memenuhi kebutuhan mereka akan tantangan dan pertumbuhan. Masa remaja adalah periode perkembangan yang penuh dengan perubahan dan ketidakpastian. Remaja secara alami mencari cara untuk menguji kemampuan mereka, mengatasi tantangan, dan belajar hal-hal baru. Kreativitas menyediakan platform yang sempurna untuk melakukan hal itu. Ketika remaja terlibat dalam kegiatan kreatif, mereka didorong untuk berpikir di luar kebiasaan, memecahkan masalah secara inovatif, dan mengembangkan keterampilan baru.

Dengan adanya kreativitas akan membuat hidup menjadi lebih indah karena akan dikelilingi oleh hal-hal yang bervariasi dan tidak monoton, meningkatkan motivasi, dan semangat hidup. Semakin hari kreativitas dalam kehidupan akan semakin diperlukan. Kreativitas menjadi langkah awal terjadinya inovasi (penemuan) perubahan-perubahan. Kreativitas berperan besar dalam meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup manusia.

Remaja yang berkekrativitas bisa dilihat dari ciri-cirinya (Sudarti, 2020) meliputi (1) Kelancaran (*fluency*) atau kemampuan untuk menghasilkan banyak ide dalam waktu yang singkat. Remaja yang kreatif dapat melihat masalah dari berbagai sudut pandang dan menemukan banyak solusi alternatif. (2) Keluwesan (*flexibility*) atau kemampuan untuk berpikir out-of-the-box dan melihat hubungan yang tidak biasa antara berbagai hal. Mereka tidak terpaku pada cara-cara yang

sudah ada dan berani mencoba hal-hal baru. (3) Originalitas (*originality*) atau kemampuan untuk menghasilkan ide-ide yang baru dan tidak biasa. Remaja yang kreatif tidak mudah terpengaruh oleh orang lain dan berani mengekspresikan diri mereka secara unik. (4) Elaborasi (*elaboration*) atau Kemampuan untuk mengembangkan dan memperkaya ide-ide yang ada. Mereka tidak puas dengan ide-ide yang sederhana dan selalu mencari cara untuk memperbaikinya dan membuatnya lebih menarik. (5) Motivasi intrinsik (*intrinsic motivation*) atau remaja yang kreatif memiliki dorongan internal yang kuat untuk mengeksplorasi, belajar, dan menciptakan sesuatu yang baru. Mereka tidak termotivasi oleh hadiah atau pujian dari orang lain, tetapi oleh kepuasan batin yang mereka dapatkan dari proses kreatif.

Perkembangan kreativitas remaja saat ini juga menghadapi beberapa tantangan seperti (1) Distraksi digital; Kelimpahan konten digital dan media sosial dapat membuat remaja mudah terdistraksi dan kurang fokus pada kegiatan kreatif yang membutuhkan waktu dan konsentrasi. (2) Standarisasi pendidikan; Sistem pendidikan yang terlalu menekankan hafalan dan mengikuti aturan dapat menghambat kreativitas remaja. Mereka kurang diberi ruang untuk bereksperimen, berpikir kritis, dan mengembangkan ide-ide baru. (3) Kurangnya dukungan lingkungan; Tidak semua lingkungan mendukung perkembangan kreativitas remaja. Orang tua, guru, dan masyarakat sekitar terkadang kurang memberikan apresiasi atau bahkan menekan kreativitas remaja karena dianggap tidak sesuai dengan norma-norma yang ada (Marwoko 2019).

Menurut Rakhmayanti (2020) Dalam perkembangan media sosial saat ini, aplikasi media sosial yang dominan dan banyak digunakan dikalangan remaja

adalah TikTok. Bahkan penggunaan TikTok di Indonesia mendominasi penggunaan TikTok dari usia 14-24 tahun, dengan kelompok usia tersebut adalah remaja yang sedang bersekolah.

Aplikasi yang dirilis oleh Zhang Yiming pada September 2016 ini dinilai sangat sukses, karena riset Sensor Tower melaporkan bahwa TikTok menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh di Google Play Store dan App Store pada tahun 2020 (Fazrin, 2020). Aplikasi TikTok adalah aplikasi jejaring sosial untuk membuat dan berbagi video berdurasi sekitar 15 detik. Pengguna dapat menggunakan berbagai filter, musik latar, dan pola sinkronisasi bibir untuk berinteraksi dengan audiens online (Omar dan Dequan, 2020)

Aplikasi TikTok membuat pengguna generasi sekarang seperti remaja tertarik dan sangat cenderung menggunakannya. Karena pembuatan video di TikTok singkat, cukup mudah dan cepat, pengguna suka membagikan videonya kepada pengguna TikTok lainnya untuk mendapatkan banyak suka dan komentar. Hal ini dijelaskan oleh penelitian Palup et al. (2020) bahwa pada aplikasi TikTok pengguna juga dapat berbagi ide-ide kreatif agar videonya mendapat banyak viewer, like dan dapat dijadikan inspirasi bagi pengguna lain apapun videonya. Akan lebih diapresiasi jika isi videonya sangat menarik.

Dengan menggunakan TikTok, remaja memiliki kesempatan untuk mengasah keterampilan kreatif mereka dalam membuat dan mengedit video. Mereka dapat menghasilkan konten video yang unik dengan menggabungkan berbagai elemen seperti tarian, musik, dialog, dan efek visual menarik yang tersedia di platform ini.

Fenomena ini menunjukkan TikTok telah menjadi media ekspresi yang kreatif bagi remaja di Kelurahan Sari Rejo. Mereka dapat mengeksplorasi kreativitas mereka dengan menghasilkan konten yang mencerminkan minat, bakat, dan gaya remaja itu sendiri. Selain itu, remaja yang menggunakan TikTok juga bisa berinteraksi dengan komunitas online yang lebih luas, berbagi karya seperti konten yang ekspresif (live streaming, mengunggah video yang sudah di edit), dan mendapatkan apresiasi dari pengguna lain.

Berdasarkan hasil pra-survey berupa wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap 9 remaja terkait intensitas penggunaan TikTok di Kelurahan Sari Rejo bahwasannya remaja tersebut mengalami pengembangan dalam kreativitas mereka jika dilihat berdasarkan durasi dan apa yang mereka bagikan di TikTok yang mereka pakai dalam kesehariannya sekitar 1 jam atau bahkan lebih, seperti ada yang membuat ide baru terkait makanan seperti memasak yang dikarenakan konten TikTok yang ditontonnya, kemudian membuat konten sendiri berupa video-video yang sudah diedit dan di upload ke TikTok, kemudian diantaranya dapat mengekspresikan atau menyampaikan sesuatu hal seperti lelucon didalam fitur TikTok berupa Live Streaming, kemudian mereka ada yang membagikan aktivitas mereka seperti membuat tutorial memasak didalam fitur Live Streaming, bahkan bernyanyi mereka juga membagikannya dalam Live Streaming. Hal inilah yang membuat remaja-remaja sekarang menjadikan aplikasi TikTok sebagai acuan untuk mengembangkan kreativitas mereka dan dapat berbagi hal yang positif yang dapat dicontoh oleh orang lain juga.

1.2 Perumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan, terdapat rumusan masalah yang diajukan dalam penelitian ini yaitu apakah ada pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap perkembangan kreativitas remaja awal pada usia 14-16 tahun di Kelurahan Sari Rejo?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini mempunyai batasan masalah yaitu peneliti hanya memfokuskan apakah terdapat pengaruh Intensitas TikTok Terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja awal pada usia 14-16 tahun di Kelurahan Sari Rejo.

1.4 Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap perkembangan kreativitas remaja awal pada usia 14-16 tahun di Kelurahan Sari Rejo.

1.5 Hipotesis Penelitian

Hipotesis diajukan untuk membuktikan benar atau tidaknya dugaan penulis yaitu adanya pengaruh positif antara intensitas penggunaan TikTok terhadap perkembangan kreativitas remaja di Kelurahan Sari Rejo. Dimana semakin tinggi penggunaan TikTok maka semakin tinggi pula tingkat kreativitas remaja, atau semakin rendah penggunaan TikTok maka kreativitas juga tetap meningkat.

1.6 Manfaat penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memperluas pengetahuan tentang pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap perkembangan kreativitas remaja. Hal ini dapat membantu mengisi celah pengetahuan dalam bidang ini dan menjadi landasan untuk penelitian selanjutnya.

1.6.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat membantu meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya penggunaan media sosial yang bertanggung jawab dan kreatif. Hal ini dapat membantu mengurangi risiko penggunaan yang berlebihan atau tidak sehat dari TikTok dan mendorong pemanfaatan yang lebih positif.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Perkembangan Kreativitas Remaja

2.1.1 Pengertian Kreativitas

Menurut Gallagher (2011) berpendapat bahwa *“Creativity is a mental process by which an individual creates new ideas or products, or recombines existing ideas and product, in fashion that is novel to him or her”*. (kreativitas ialah proses mental yang dilakukan oleh individu dalam bentuk ide baru atau produk baru, atau kombinasi keduanya yang pada akhirnya akan melekat padanya).

Hermawan & Muktiyanto (2015) menyatakan bahwa "Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk memunculkan ide-ide inovatif dan solusi-solusi unik dalam menghadapi tantangan atau permasalahan yang dihadapinya." Dari definisi tersebut menekankan pentingnya kreativitas dalam memberikan solusi yang tidak konvensional atau diluar batasan pemikiran rutin. Melalui kemampuan ini, individu dapat membuka jalan menuju gagasan-gagasan inovatif yang belum pernah terpikirkan sebelumnya. Berdasarkan Supriadi (2011) juga menyatakan yaitu kreativitas ialah keterampilan seseorang untuk membuat bakat baru, seperti gagasan ataupun karya konkret yang cukup berbeda dari apa yang telah ada.

Dengan demikian, kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan, menggabungkan, atau menghasilkan sesuatu yang baru, baik dalam bentuk ide, produk, atau solusi, yang dihasilkan melalui proses mental dan keterampilan individu, dan seringkali melibatkan pemikiran yang inovatif dan di luar batasan konvensional.

2.1.2 Jenis-Jenis Kreativitas

Menurut Santoso (2020) ada 4 jenis Kreativitas yang dimiliki oleh seseorang, kreativitas tersebut adalah sebagai berikut.

1) Kreativitas "seni"

Kreativitas yang terkait dengan ekspresi artistik, seperti seni lukis, seni musik, atau seni tari.

2) Kreativitas "teknologi"

Kreativitas yang melibatkan pemanfaatan teknologi untuk menciptakan sesuatu yang baru dan inovatif.

3) Kreativitas "ilmu pengetahuan"

Kreativitas yang terkait dengan penemuan atau pengembangan dalam dunia ilmu pengetahuan dan teknologi.

4) Kreativitas "bisnis"

Kreativitas yang melibatkan strategi dan inovasi dalam dunia bisnis untuk mencapai keunggulan kompetitif.

Dengan adanya beragam jenis kreativitas ini, seseorang dapat mengeksplorasi potensi kreatifnya dalam berbagai bidang. Kreativitas seni memungkinkan ekspresi diri yang unik dan menghadirkan keindahan. Kreativitas teknologi membuka peluang untuk menghasilkan inovasi teknologi yang dapat memudahkan kehidupan sehari-hari. Kreativitas ilmu pengetahuan memberikan kemungkinan untuk menemukan pengetahuan baru dan memperluas pemahaman kita tentang dunia. Sementara kreativitas bisnis memungkinkan pengembangan strategi dan inovasi untuk mencapai kesuksesan dalam dunia bisnis.

Dengan mengakui dan mengembangkan kreativitas dalam berbagai bidang ini, kita dapat menciptakan sesuatu yang baru, orisinal, dan bermanfaat bagi diri sendiri dan juga masyarakat.

Menurut Wibowo (2020), terdapat 4 jenis kreativitas yang terdapat pada setiap orang, antara lain sebagai berikut.

1) Kreativitas "pemecahan masalah"

Kreativitas yang melibatkan kemampuan untuk mencari solusi baru dan inovatif dalam menyelesaikan masalah.

2) Kreativitas "komunikasi"

Kreativitas dalam menyampaikan ide atau informasi secara efektif dan menarik.

3) Kreativitas "pembelajaran"

Kreativitas dalam menciptakan metode atau pendekatan baru dalam proses pembelajaran.

4) Kreativitas "sosial"

Kreativitas dalam membangun hubungan dan interaksi sosial yang inovatif dan positif.

Berbagai jenis kreativitas ini memberikan kontribusi yang berbeda dalam berbagai aspek kehidupan. Kreativitas pemecahan masalah membantu kita dalam menemukan solusi yang inovatif dan efektif. Kreativitas komunikasi memberikan kemampuan untuk menyampaikan pesan dengan cara yang menarik dan efektif. Kreativitas pembelajaran menciptakan metode pembelajaran yang baru dan menarik bagi para siswa. Sedangkan, kreativitas sosial memungkinkan kita untuk membangun hubungan sosial yang inovatif dan positif.

Jadi, kreativitas memiliki peran penting dalam memperluas pemahaman kita, memecahkan masalah, menyampaikan ide dengan efektif, menciptakan metode pembelajaran yang menarik, dan membangun hubungan sosial yang inovatif dan positif.

2.1.3 Pengertian Perkembangan Kreativitas Remaja

Connors et al. (2014) mendefinisikan perkembangan kreativitas remaja sebagai kemampuan individu untuk memunculkan ide-ide inovatif dan solusi-solusi unik dalam menghadapi tantangan atau permasalahan yang dihadapinya pada masa remaja. Kreativitas tersebut tidak hanya terbatas pada satu bidang saja tetapi bisa mencakup berbagai aspek kehidupan seorang remaja.

Menurut Runco (2007), perkembangan kreativitas pada masa remaja adalah hasil dari interaksi antara faktor-faktor internal seperti potensi individu dan faktor eksternal seperti lingkungan fisik maupun sosialnya. Proses-proses mental seperti pemecahan masalah secara inovatif dan asosiasi bebas juga turut berperan dalam membentuk tingkat kreativitas seorang remaja.

Sedangkan menurut Sternberg (2006) dalam tulisannya "*Wisdom and Creativity in Old Age: Lessons from the Study of Aging Minds*" berpendapat bahwa faktor-faktor seperti motivasi intrinsik, pemecahan masalah fleksibel, kemampuan adaptasi terhadap perubahan lingkungan, serta minat dan dedikasi yang tinggi terhadap bidang tertentu menjadi penting dalam perkembangan kreativitas remaja.

Dapat disimpulkan bahwa perkembangan kreativitas pada masa remaja melibatkan faktor-faktor internal dan eksternal. Faktor internal meliputi potensi individu dan proses mental seperti pemecahan masalah inovatif dan asosiasi bebas.

Sedangkan faktor eksternal melibatkan lingkungan fisik dan sosial remaja. Kreativitas remaja tidak hanya terbatas pada satu bidang saja, melainkan mencakup berbagai aspek kehidupan. Faktor-faktor seperti motivasi intrinsik, pemecahan masalah fleksibel, adaptasi terhadap perubahan lingkungan, serta minat dan dedikasi yang tinggi terhadap bidang tertentu juga berperan penting dalam perkembangan kreativitas remaja.

2.1.4 Aspek-aspek Perkembangan Kreativitas Remaja

Menurut Munandar (2012) terdapat 4 aspek dalam kreativitas ini yaitu pribadi, pendorong, proses, dan produk atau lebih dikenal dengan 4P dalam kreativitas.

- a. Pribadi (Person). Hal Ini mencakup karakteristik pribadi, seperti kepribadian, bakat, minat, dan pengalaman individu. Pribadi menjadi landasan bagi ekspresi kreatif dan kemampuan untuk berpikir di luar batas konvensional.
- b. Pendorong (Press). Melibatkan faktor eksternal yang mendorong atau memotivasi individu untuk menjadi kreatif. Ini bisa termasuk lingkungan, dukungan sosial, atau tekanan untuk berinovasi dalam situasi tertentu.
- c. Proses. Merujuk pada cara individu memproses informasi dan mengatasi masalah. Proses kreatif melibatkan kemampuan untuk berpikir divergen, menggabungkan ide-ide, dan menemukan solusi yang unik.
- d. Produk. Mengacu pada hasil konkret dari kreativitas, seperti karya seni, penemuan, atau inovasi. Produk kreatif mencerminkan implementasi ide-ide baru yang dihasilkan melalui proses kreatif.

Munandar menekankan bahwa keseluruhan interaksi antara keempat aspek ini menciptakan kondisi yang mendukung munculnya kreativitas. Tetapi menurut Warren et al. (2018), kreativitas tidak hanya terbatas pada empat aspek (pribadi, pendorong, proses, dan produk) saja. Beberapa aspek tambahan juga menjadi faktor penting dalam mendorong kreativitas individu.

- a. Kelancaran (Fluency). Aspek ini merujuk pada banyaknya ide yang dihasilkan oleh individu. Tingkat kelancaran yang tinggi menandakan kemampuan seseorang untuk menghasilkan sejumlah besar ide dalam waktu yang singkat.
- b. Fleksibilitas (Flexibility). Aspek ini menggambarkan keragaman ide yang dihasilkan. Individu yang fleksibel secara kreatif dapat menghasilkan ide-ide yang beragam dan berbeda dalam pendekatan mereka terhadap suatu masalah atau konsep.
- c. Keaslian Baru (Originality). Aspek ini menekankan pada tingkat kebaruan atau keunikan ide. Keaslian baru mencerminkan sejauh mana ide yang dihasilkan bersifat inovatif dan belum pernah dipikirkan sebelumnya.
- d. Berguna (Usefulness). Aspek ini merujuk pada sejauh mana suatu ide dapat diterapkan atau memiliki nilai praktis. Kreativitas yang berguna menekankan pada relevansi dan kegunaan ide dalam konteks tertentu.

Aspek-aspek tambahan ini memperkaya pemahaman tentang kreativitas dengan menyoroti dimensi seperti kelancaran, fleksibilitas, keaslian baru, dan kegunaan ide. Seseorang yang memiliki kombinasi yang baik dari aspek-aspek ini cenderung memperlihatkan tingkat kreativitas yang lebih tinggi.

2.1.5 Tujuan Perkembangan Kreativitas Remaja

Menurut Artini (2012), seorang ahli psikologi dari Universitas Gadjah Mada, tujuan perkembangan kreativitas remaja adalah untuk mendorong mereka menjadi individu yang memiliki daya imajinasi yang kuat, berpikiran terbuka, dan memiliki kemampuan beradaptasi dengan perubahan. Dengan meningkatkan kreativitas, remaja dapat mengembangkan kemampuan berpikir kritis, inovatif, dan menghadapi tantangan dengan solusi yang unik.

Pentingnya perkembangan kreativitas remaja adalah untuk membantu mereka mengeksplorasi minat dan bakat mereka, mengembangkan kepercayaan diri, dan membangun kemampuan problem solving. Selain itu, kreativitas juga dapat menjadi sarana untuk mengekspresikan diri, mengatasi stres, dan meningkatkan kualitas hidup secara keseluruhan.

Menurut Runco (2007) ada 4 tujuan dari perkembangan kreativitas remaja ini, antara lain sebagai berikut.

1) Meningkatkan kemampuan berpikir inovatif

Salah satu tujuan utama adalah melatih remaja agar memiliki kemampuan untuk berpikir di luar kotak dan menciptakan solusi baru untuk masalah-masalah yang mereka hadapi.

2) Menggalang ekspresi diri yang unik

Kreativitas membantu remaja dalam mengekspresikan idenya dengan cara yang orisinal dan menjadi saluran bagi ungkapan kepribadian mereka.

3) Memfasilitasi penemuan minat dan bakat

Pengembangan kreativitas dapat membantu remaja mengeksplorasi minatnya secara mendalam sehingga mereka dapat menemukan bidang-bidang di mana mereka memiliki potensi besar.

4) Mendorong eksplorasi ide-ide baru

Tujuan lainnya adalah merangsang imajinasi dan eksperimen dengan ide-ide baru tanpa takut melakukan kesalahan atau kegagalan.

Dengan demikian, perkembangan kreativitas remaja bertujuan untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis, inovatif, dan adaptif, serta membantu mereka mengeksplorasi minat, mengembangkan kepercayaan diri, dan membangun kemampuan problem solving.

2.2 Konsep Intensitas Penggunaan TikTok

2.2.1 Pengertian Intensitas

Menurut Fechner (seorang ilmuwan Jerman yang hidup pada abad ke-19, mengembangkan teori Weber-Fechner pada tahun 1860), intensitas adalah ukuran atau tingkat dari kekuatan stimulus yang dirasakan oleh individu. Dalam teori Weber-Fechner yang dikembangkannya, dia berpendapat bahwa ada hubungan logaritmik antara stimulus fisik dan persepsi manusia terhadapnya.

Bagi Pierre Bourdieu (seorang sosiolog dan filsuf Prancis yang hidup pada abad ke-20, mengembangkan konsep intensitas dalam berbagai karya tulisnya seperti "*Distinction: A Social Critique of the Judgment of Taste*" yang diterbitkan pada tahun 1979), intensitas merujuk pada derajat keterlibatan atau investasi sosial yang dilakukan oleh individu dalam suatu bidang atau praktik sosial tertentu.

Intensitas di sini mencakup aspek keaktifan, dedikasi, dan perjuangan yang diperlihatkan oleh individu dalam mempertahankan dan meningkatkan posisi mereka di masyarakat.

Menurut Nietzsche (seorang filsuf Jerman yang hidup pada abad ke-19, mengembangkan pandangannya tentang intensitas dalam berbagai karya tulisnya seperti "*The Birth of Tragedy*" yang diterbitkan pada tahun 1872) melihat intensitas sebagai karakteristik dari pengalaman estetis yang kuat dan mendalam. Baginya, intensitas berhubungan erat dengan ekspresi emosional yang mendalam dan kemampuan seni untuk mempengaruhi secara langsung pemirsa melalui kesan-kesan sensorik yang kuat.

Dengan demikian, kesimpulannya adalah intensitas memiliki makna yang bervariasi tergantung pada konteksnya. Dalam konteks psikologi, intensitas berkaitan dengan persepsi stimulus fisik. Dalam konteks sosiologi, intensitas mencakup keterlibatan dan investasi sosial individu. Sedangkan dalam konteks estetika, intensitas terkait dengan pengalaman estetis yang kuat dan mendalam.

2.2.2 Pengertian TikTok

Menurut Nugroho (2018) TikTok merupakan sebuah aplikasi yang memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang bisa digunakan oleh para pengguna aplikasi ini dengan mudah untuk membuat video pendek yang keren dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Aplikasi ini merupakan sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada september 2016. Aplikasi ini adalah aplikasi dengan fitur pembuatan video pendek

dengan disertai musik dengan durasi paling lama 3 menit, aplikasi ini sangat disukai banyak orang dari kalangan dewasa, remaja, bahkan anak-anak.

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahmawan (2020), TikTok adalah sebuah aplikasi media sosial yang menawarkan fitur-fitur kreatif, interaksi sosial, hiburan, dan kemudahan penggunaan. Fitur kreatif seperti efek visual, filter, dan alat pengeditan memungkinkan pengguna untuk membuat konten yang menarik dan unik. Interaksi sosial melalui komentar, duet, dan share video memperluas jaringan sosial pengguna. TikTok juga menyajikan konten yang menghibur dan menyenangkan seperti tantangan, tarian, dan komedi. Antarmuka yang sederhana dan intuitif membuat penggunaan TikTok mudah bagi pengguna baru.

TikTok menurut Prosenjit & Aswesan (2021) adalah sebuah aplikasi turunan dari internet yang berbasis media sosial dengan memberikan fitur untuk membuat dan membagikan konten berupa video singkat. Media sosial TikTok merupakan aplikasi yang sudah tersedia sejak 2017 yang memungkinkan orang menciptakan, berbagi karya, dan menonton konten video pendek mereka (Chapple, 2020).

Berdasarkan ketiga pengertian yang disampaikan, dapat diambil kesimpulan bahwa TikTok adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan video pendek dengan menggunakan berbagai efek spesial, musik, dan fitur unik.

2.2.3 Manfaat Penggunaan Aplikasi Tiktok

Menurut Nugroho (2018) menyebutkan bahwa TikTok memberikan efek spesial yang unik dan menarik yang dapat digunakan oleh pengguna untuk membuat video pendek yang keren. Hal ini dapat menarik perhatian banyak orang yang melihatnya. Dengan adanya fitur-fitur kreatif dan musik, TikTok memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan kreativitas mereka dalam bentuk video pendek yang menarik. TikTok tidak hanya menjadi wadah untuk mengekspresikan kreativitas tetapi juga platform yang dapat menarik audiens dengan cepat dan efektif. Efek spesial yang disediakan oleh aplikasi ini memberikan sentuhan unik pada setiap video, menjadikannya menarik untuk ditonton dan dibagikan.

Menurut Prosenjit dan Aswesan (2021), TikTok adalah aplikasi berbasis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk membuat dan membagikan konten berupa video singkat. Dalam konteks ini, TikTok dapat memberikan manfaat sebagai platform untuk mengekspresikan diri, berbagi ide, dan menunjukkan bakat kreatif melalui video pendek. Hal ini memungkinkan pengguna untuk terhubung dengan orang lain yang memiliki minat yang sama dan memperluas jaringan sosial mereka.

Jadi, TikTok memberikan manfaat signifikan sebagai platform untuk mengekspresikan kreativitas dan menunjukkan keunikan pribadi. Dengan kemampuan membuat video singkat, pengguna dapat dengan cepat menyampaikan ide, berbagi momen unik, dan menggambarkan keahlian mereka. Hal ini menciptakan konektivitas dengan orang lain yang memiliki minat serupa, membentuk komunitas virtual di sekitar berbagai topik.

2.2.4 Aspek-aspek Penggunaan Aplikasi TikTok

Ardari (2016) mengemukakan 4 aspek penggunaan aplikasi TikTok yaitu:

1) Perhatian

Perhatian merujuk pada sejauh mana pengguna TikTok fokus pada konten yang mereka tonton. Peningkatan perhatian menunjukkan tingkat ketertarikan dan keterlibatan yang lebih besar terhadap platform.

2) Penghayatan

Penghayatan mencakup bagaimana pengguna merasakan dan mengalami konten di TikTok. Ini melibatkan respons emosional, apakah positif, negatif, atau netral. Penghayatan yang kuat dapat meningkatkan keterlibatan pengguna.

3) Durasi

Durasi merujuk pada lamanya waktu yang dihabiskan pengguna dalam menggunakan TikTok. Semakin lama durasinya, semakin besar intensitas penggunaan. Durasi yang tinggi dapat mencerminkan keterlibatan yang kuat terhadap platform.

4) Frekuensi

Frekuensi mengukur seberapa sering pengguna mengakses dan menggunakan TikTok. Frekuensi yang tinggi menandakan bahwa pengguna secara rutin terlibat dengan platform ini, yang dapat mencerminkan intensitas penggunaan yang tinggi.

Menurut Arifin (2022) juga mengemukakan bahwa terdapat 2 aspek penggunaan TikTok yaitu:

- 1) Aspek Positif, terdiri dari
 - a. Hiburan. TikTok dapat digunakan untuk hiburan, seperti menonton video-video komedi, musik, tarian, dan lainnya.
 - b. Pembelajaran. TikTok dapat digunakan untuk belajar tentang berbagai topik, seperti sejarah, sains, bahasa, dan lainnya.
 - c. Ekspresi diri. TikTok dapat digunakan untuk mengekspresikan diri secara kreatif, seperti membuat video lucu, video tutorial, dan lainnya.
 - d. Koneksi. TikTok dapat digunakan untuk terhubung dengan orang lain dari seluruh dunia, seperti berkomentar, menyukai video, dan mengikuti akun lain.
- 2) Aspek Negatif, terdiri dari
 - a. Kecanduan. TikTok dapat menyebabkan kecanduan, karena video-videonya yang pendek dan menarik dapat membuat penggunanya ingin terus menonton.
 - b. Bullying. TikTok dapat menjadi platform untuk cyberbullying, karena pengguna dapat membuat video untuk mengejek atau melecehkan orang lain.

Penyebaran informasi yang salah. TikTok dapat menjadi platform untuk penyebaran informasi yang salah, karena video-videonya yang pendek dan mudah dibagikan dapat membuat penggunanya mudah mempercayai informasi yang tidak benar.

2.2.5 Dampak Penggunaan Aplikasi TikTok

Rutledge (2021), seorang psikolog media dan direktur penelitian di Media Psychology Research Center, memberikan pandangan yang cukup positif mengenai dampak penggunaan TikTok pada kesejahteraan mental dan sosial individu. Menurut Rutledge, TikTok dapat menjadi platform yang memberikan ruang bagi ekspresi diri secara kreatif serta kesempatan untuk mengeksplorasi minat pribadi. Dengan membuat video pendek dan menampilkan bakat atau hobi mereka, pengguna bisa merasa lebih percaya diri dan mendapatkan dukungan serta apresiasi dari komunitas online.

Selain itu, melalui fitur kolaboratif seperti duet atau tantangan viral, TikTok juga mendorong interaksi sosial antara pengguna. Hal ini dapat meningkatkan rasa kepemilikan terhadap komunitas online serta memperluas jaringan pertemanan secara global. Namun demikian, Rutledge juga mencatat bahwa seperti semua platform media sosial lainnya, ada potensi negatif dalam penggunaan TikTok jika tidak digunakan dengan bijaksana. Misalnya, adanya risiko kecanduan digital atau perbandingan sosial yang merugikan bagi kesehatan mental.

Menurut Popova (2020), seorang pakar media sosial. Menurut beliau, dampak positif dari penggunaan TikTok adalah sebagai platform yang kreatif dan menginspirasi. Banyak pengguna TikTok yang menggunakan platform ini untuk mengekspresikan bakat mereka dalam bidang seni, tarian, musik, dan komedi. TikTok juga memberikan kesempatan bagi orang-orang yang sebelumnya tidak memiliki akses ke dunia hiburan mainstream untuk menunjukkan kemampuan mereka dan mendapatkan pengakuan.

Popova juga menyampaikan beberapa dampak negatif yang perlu diperhatikan. Salah satunya adalah adanya potensi penyalahgunaan dan eksploitasi terhadap pengguna muda di TikTok. Seiring dengan popularitasnya, ada risiko penggunaan yang tidak pantas atau penyebaran konten yang tidak sesuai dengan nilai-nilai sosial. Selain itu, penggunaan berlebihan TikTok juga dapat mengganggu produktivitas dan kesehatan mental pengguna, karena bisa menyebabkan kecanduan dan menghabiskan waktu yang berlebihan di depan layar.

Turkle (2019), seorang ahli psikologi. Menurut beliau, dampak positif dari penggunaan TikTok adalah sebagai sarana kreativitas dan penghubung sosial. TikTok memberikan kesempatan bagi pengguna untuk mengekspresikan diri mereka dengan cara yang unik dan menarik, serta berinteraksi dengan komunitas yang memiliki minat yang sama. Platform ini juga dapat membantu memperluas jaringan sosial dan membangun hubungan dengan orang-orang di seluruh dunia.

Namun, Turkle juga menyoroti beberapa dampak negatif dalam penggunaan TikTok. Salah satunya adalah gangguan terhadap konsentrasi dan pengalaman hidup nyata. Terlalu banyak waktu yang dihabiskan untuk menonton dan membuat konten di TikTok dapat mengurangi waktu yang seharusnya dihabiskan untuk berinteraksi secara langsung dengan lingkungan sekitar. Selain itu, ada juga risiko privasi yang perlu diwaspadai, terutama karena pengguna TikTok seringkali membagikan informasi pribadi mereka secara publik.

2.3 Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja

Dari penelitian terdahulu yang diteliti oleh Fauziah Rizkiani dan H. H. Daniel Tamburion pada tahun 2022, terdapat bahwasannya berdasarkan hasil uji validitas menunjukkan kedua variabel tersebut dinyatakan valid dengan nilai r hitung diatas 0,207. Dan pada perhitungan uji reliabilitas pada kedua variabel tersebut dinyatakan reliabel dengan Cronbach's Alpha diatas 0,06. Dalam hasil uji regresi linear sederhana terdapat hubungan yang positif antara variabel independent (aplikasi TikTok) terhadap variabel dependen (Kreativitas), yaitu nilai konstanta sebanyak 7.135 serta nilai koefisien regresinya yaitu 0,544. Dalam perhitungan uji T (parsial) berpengaruh signifikan antara variabel independent (aplikasi TikTok) terhadap variabel dependen (Kreativitas) oleh karena itu dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dalam perhitungan uji koefisien kolerasi terdapat hubungan yang sedang antara variabel independent (aplikasi TikTok) terhadap variabel dependen (Kreativitas) yaitu sebesar 5,41% sedangkan sisanya sebesar 4,41% yang dipengaruhi oleh faktor lain.

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

Menurut Muslimin (2020), seorang psikolog dari Universitas Indonesia yang meneliti tentang Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kreativitas Remaja dengan sampel 200 Remaja bahwasanya terdapat 72% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka menemukan ide-ide kreatif baru., jadi penggunaan TikTok dapat mempengaruhi kreativitas remaja dengan cara memberikan inspirasi dan ide-ide kreatif yang dapat diaplikasikan dalam kehidupan sehari-hari.

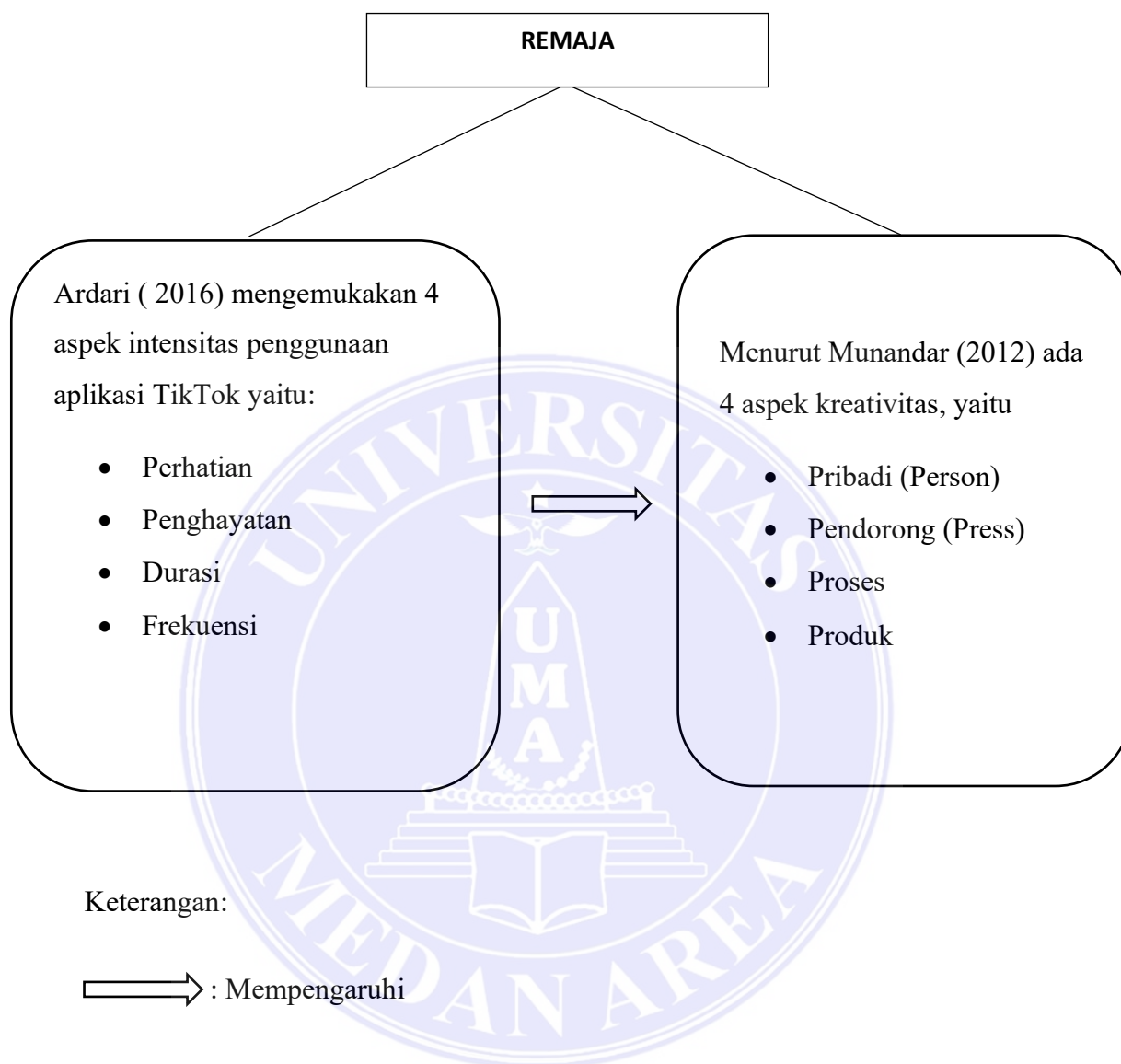
Menurut Dian (2019), seorang psikolog dari Universitas Padjajaran yang melakukan penelitian terhadap 100 remaja. Dalam aspek Kreativitas terdapat 70% responden yang menyatakan bahwa TikTok membantu mereka mengekspresikan diri secara kreatif, 65% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka menemukan ide-ide baru, 60% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka mengembangkan keterampilan editing video. Dalam aspek Keterampilan Berpikir Kritis terdapat 55% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka belajar tentang tren terkini, 50% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka menganalisis informasi, 45% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka memecahkan masalah. Dan dalam aspek Kepercayaan Diri terdapat 75% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka merasa lebih percaya diri, 70% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka merasa lebih nyaman dengan diri mereka sendiri, 65% responden menyatakan bahwa TikTok membantu mereka merasa lebih diterima oleh orang lain., jadi penggunaan TikTok dapat mempengaruhi kreativitas remaja dengan cara memberikan kesempatan untuk berekspresi dan mengekspresikan diri secara

kreatif. Namun, ia juga menekankan bahwa penggunaan yang berlebihan dapat mengganggu produktivitas dan keseimbangan kehidupan remaja.

Menurut Sartono (2018), seorang psikolog dari Universitas Gadjah Mada, penggunaan TikTok dapat mempengaruhi kreativitas remaja dengan cara memberikan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan keterampilan baru dalam bidang seni dan kreativitas. Namun, ia juga menekankan bahwa penggunaan yang berlebihan dapat mengganggu keseimbangan kehidupan remaja dan berdampak negatif pada kesehatan mental.

Dari pendapat para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan TikTok dapat mempengaruhi perkembangan kreativitas remaja dengan cara memberikan inspirasi, kesempatan untuk berekspresi, dan kesempatan untuk belajar dan mengembangkan keterampilan baru dalam bidang seni dan kreativitas.

2.4 Kerangka Konseptual



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tipe Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang digunakan untuk mempelajari populasi atau sampel tertentu. Penelitian menggunakan instrumen dan analisis data kuantitatif untuk menguji hipotesis penelitian. Peneliti menggunakan studi kuantitatif untuk mengukur pengaruh intensitas penggunaan TikTok terhadap perkembangan kreativitas remaja di Kelurahan Sari Rejo. Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu inferensial kuantitatif, desain penelitian kuantitatif inferensial ini digunakan untuk menguji pengaruh variabel penelitian. Data yang dikumpulkan kemudian dituangkan dalam bentuk angka yang berbentuk statistika kemudian diolah untuk memperoleh data yang valid. Dalam penelitian ini, data akan dikumpulkan melalui kuesioner kepada remaja di Kelurahan Sari Rejo.

3.2 Variabel Penelitian dan Definisi operasional

3.2.1 Variabel Independen (Variabel X: Intensitas Penggunaan TikTok)

Intensitas penggunaan TikTok adalah tingkat seseorang dalam menggunakan aplikasi TikTok dalam waktu sekitar 1 jam. Aspek-aspek dalam penggunaan TikTok berupa “perhatian” yang indikatornya seberapa mudah pengguna teralihkannya saat menggunakan TikTok, “penghayatan” yang indikatornya seberapa besar pengguna merasa terinspirasi oleh konten TikTok, dan seberapa besar pengguna merasa ingin membuat konten TikTok, “durasi” yang indikatornya berapa lama waktu yang dihabiskan pengguna untuk menonton konten

TikTok dalam sehari, dan berapa lama pengguna dalam membuat video TikTok, dan “Frekuensi” yang indikatornya Seberapa sering pengguna membuka TikTok dalam sehari.

3.2.2 Variabel Dependen (Variabel Y: Perkembangan Kreativitas Remaja)

Perkembangan kreativitas remaja didefinisikan sebagai kemampuan individu untuk memunculkan ide-ide inovatif dan solusi-solusi unik dalam menghadapi tantangan, yang dipengaruhi oleh interaksi. Terdapat 4 aspek dalam kreativitas, yaitu “pribadi” dengan indikatornya berani mencoba hal baru, dan melihat sesuatu dari berbagai sudut pandang, “pendorong” dengan indikatornya memiliki keinginan yang kuat untuk menjadi kreatif, dan memiliki kesempatan untuk menampilkan karya, “proses” dengan indikatornya menghasilkan banyak ide dalam waktu singkat, dan “produk” dengan indikatornya mengekspresikan diri melalui karya.

3.3 Populasi dan Sampel

Sampel penelitian yang dipilih adalah remaja awal yang tinggal di Kelurahan Sari Rejo. Subjek penelitian ini mencakup individu-individu remaja awal yang berusia antara 14 hingga 16 tahun dan memiliki kriteria yaitu menggunakan TikTok dalam kesehariannya. Jumlah populasi dalam penelitian ini berjumlah 120 responden dan sampelnya yang akan diambil sebanyak 92 responden yang dimana menggunakan rumus Slovin yaitu:

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

$$n = \frac{120}{(1+120 \times 0.05^2)}$$

$$n = \frac{120}{(1+0.3)}$$

$$n = \frac{120}{1.3}$$

$$n = 92.31 \text{ atau } 92 \text{ (pembulatan)}$$

Keterangan:

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: *margin of error*

Dari data tersebut, untuk penelitian ini peneliti akan menggunakan sampel sebanyak 92 orang. Sampel penelitian yang diambil dalam penelitian merupakan remaja awal 14-16 tahun yang karakteristiknya menggunakan Aplikasi TikTok dalam kesehariannya.

Lokasi penelitian ini berada di Kelurahan Sari Rejo. Dalam konteks penelitian ini, lokasi penelitian menjadi tempat dimana remaja tinggal dan menggunakan TikTok. Penelitian dapat dilakukan di berbagai institusi atau lingkungan di Kelurahan Sari Rejo yang melibatkan remaja.

Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan remaja yang memiliki tingkat intensitas penggunaan TikTok. Jadi peneliti mengambil sampel tersebut dengan cara memberikan kuesioner untuk subjek penelitian yang merupakan pengguna TikTok.

3.4 Metode pengumpulan data

Penelitian ini menggunakan metode skala. Sugiyono (2010) mendefinisikan skala sebagai metode penelitian yang menggunakan daftar pertanyaan yang harus dijawab atau daftar isian yang harus diisi oleh sejumlah subjek dan berdasarkan atas jawaban atau isian tersebut, peneliti mengambil kesimpulan mengenai subjek yang diselidiki.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala likert. Pernyataan skala likert memiliki dua sifat yaitu favourable (mendukung pernyataan) dan unfavourable (tidak mendukung pernyataan). Setiap pernyataan memiliki empat alternative jawaban yaitu Sangat Setuju (SS), Setuju (S), Tidak Setuju (TS) dan Sangat Tidak Setuju (STS). Pernyataan dari aitem mengandung dua sifat favourable diberi rentangan 4-1, sedangkan untuk sifat unfavourable diberi rentangan 1-4.

Selanjutnya, teknik analisis statistik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Uji Linier Sederhana (Simple Linier Regression) yang dimana uji ini untuk mengetahui pengaruh Intensitas Tiktok terhadap Perkembangan Remaja Awal di Kelurahan Sari Rejo.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan TikTok memiliki pengaruh positif terhadap perkembangan kreativitas remaja di Kelurahan Sari Rejo. Pada Uji Analisis regresi linear menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam intensitas penggunaan TikTok akan meningkatkan tingkat kreativitas remaja sebesar 0.317 unit. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi intensitas penggunaan TikTok oleh remaja, semakin tinggi pula perkembangan kreativitas yang mereka alami. Hasil ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa platform media sosial seperti TikTok dapat menjadi sumber inspirasi dan ide kreatif bagi penggunanya.

Pada penelitian ini, ditemukan bahwa intensitas penggunaan TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap perkembangan kreativitas remaja di Kelurahan Sari Rejo. Pada nilai R-Square sebesar 0.376, dapat disimpulkan bahwa 37.6% variasi dalam kreativitas remaja dapat dijelaskan oleh intensitas penggunaan TikTok, sementara 62.4% sisanya dijelaskan oleh faktor lain. Hasil ini dapat disimpulkan bahwa TikTok dapat menjadi alat yang efektif untuk mendorong kreativitas remaja dengan memberikan inspirasi dan ide-ide kreatif.

5.2 Saran

Beberapa saran yang dapat diberikan peneliti dari penelitian ini yaitu:

1. Saran untuk remaja

Remaja perlu menggunakan TikTok dengan bijak dan bertanggung jawab. Remaja juga harus selektif atau bagian yang dianggap penting dalam memilih konten yang ditonton dan dibagikan di TikTok. Remaja juga perlu menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengembangkan kreativitas mereka, bukan hanya untuk bersenang-senang semata.

2. Saran untuk orang tua

Orang tua dan pendidik perlu memberikan edukasi kepada remaja tentang penggunaan TikTok atau media sosial lain yang bijak dan bertanggung jawab. Orang tua dan pendidik juga dapat membantu remaja untuk memilih konten yang positif dan edukatif di TikTok, serta mendorong remaja untuk menggunakan TikTok sebagai sarana untuk mengembangkan kreativitas remaja.

3. Saran untuk pengembang aplikasi

Pengembang aplikasi perlu mengembangkan fitur-fitur di TikTok yang dapat lebih mendorong kreativitas remaja. Fitur-fitur tersebut dapat berupa alat-alat editing video yang lebih canggih, platform untuk kolaborasi kreatif, dan konten-konten edukatif yang terkait dengan pengembangan kreativitas.

4. Saran untuk penelitian selanjutnya

Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan variabel-variabel lain yang dapat mempengaruhi kreativitas remaja, seperti kualitas konten TikTok yang dikonsumsi, interaksi sosial di platform serta

dukungan lingkungan seperti keluarga dan sekolah, frekuensi penggunaan TikTok seperti banyaknya menggunakan fitur-fitur aplikasi TikTok, lamanya menggunakan TikTok yang dimana aktif mengajak pengguna TikTok lainnya untuk berkreaitivitas atau hanya sekedar melihat-lihat konten TikTok. Kemudian, penelitian mendatang dapat lebih mendalami pengaruh jenis konten yang dikonsumsi dan durasi penggunaan TikTok terhadap kreativitas, dan memperluas lokasi penelitian.



DAFTAR PUSTAKA

- Al- Munawar, H A H A & Rupaida, R. (2020). Upaya Mengembangkan Kreativitas Remaja. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan*, 2, 422-429.
- Ardari, C. (2016). Pengaruh Kepercayaan diri terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada remaja Awal (Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta; Vol. 9).
- Artini, I. G. N. B. (2012). Perkembangan Kreativitas Remaja dalam Pendidikan Karakter. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 2(2), 179-190.
- Connors, F., & K. M. (2014). *Understanding and supporting creativity in adolescents*. New York, NY: Routledge.
- Fauziah Rizkiani, H. H. (2022, 01 07). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Kreativitas Murid SMA Yuppentek 1 Tangerang di Masa Pandemi. Vol. 1, No. 2, 252-258.
- Fazrin, A. (2020). Fenomena TikTok: Dampak dan Pengaruhnya terhadap Remaja. *Jurnal Ilmiah Sosiologi dan Komunikasi*, 8(2), 147-160.
- G. Marwoko. (2019). Meningkatkan Kreativitas Remaja Melalui Motivasi dan Pelatihan pada Remaja Komplek Pesona Pamulang Pondok Petir Depok. *Jurnal Tarbiyah dan Didaktika*, 1(2), 174-176.
- Kenedi, K. (2019). Pengembangan Kreativitas Siswa Dalam Pembelajaran Seni Budaya di MTSN 1 Model Kota Bengkulu. *Suara Guru: Jurnal Kajian Pendidikan*, 7(2).
- Marwoko, D. (2019). Tantangan dan Solusi dalam Mengembangkan Kreativitas Remaja di Era Digital. *Jurnal Pendidikan Karakter*, 3(1), 45-56.
- Munandar, S.C. (2012). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Muslimin, R. (2020). Pengaruh TikTok terhadap Kreativitas Remaja. *Jurnal Psikologi Universitas Indonesia*, 37(1), 1-10.
- Nugroho, A. W. (2018). The Special Effects of TikTok: A Study on the Unique and Attractive Features of TikTok for Creating Cool Short Videos. *Journal of Social Media Studies*, 15(2), 45-60.
- Nurwulan, A. (2020). Perkembangan Anak dalam Perspektif Psikologi. *Jurnal Psikologi Perkembangan*, 5(2), 123-135.
- Omar, A. F., & Dequan, Z. (2020). TikTok: The Rise of a New Social Media Platform. *International Journal of Advanced Computer Science and Applications*, 11(7), 107-114.
- Ormrod, J. E. (2010). *Human Learning*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education.

- Palup, D., et al. (2020). Analisis Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Kreativitas dan Motivasi Belajar Siswa SMP Negeri 1 Wonocolo. *Jurnal Pendidikan dan Pembelajaran*, 1(1), 1-10.
- Pratama, R. A. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kreativitas Remaja. Skripsi, Universitas Islam Indonesia.
- Prosenjit, P., & Aswesan, N. (2021). TikTok: A Social Media App for Creative Expression and Networking. *International Journal of Social Media and Communication*, 28(3), 123-136.
- Rahmawan, R. (2020). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penggunaan TikTok. *Jurnal Media Sosial dan Komunikasi*, 10(2), 45-60.
- Rakhmayanti, E. (2020). Pengaruh Penggunaan TikTok terhadap Kreativitas Remaja. Skripsi, Universitas Pendidikan Indonesia.
- Riza Ruzniar, S. B. (2018). Kemampuan Berpikir Kreatif Siswa Dalam Geometric Dissections Materi Segi Empat di Sekolah Menengah Pertama. 1-12.
- Robinson, K. (2001). *Out of Our Minds: Learning to be Creative*. Oxford: Capstone Publishing.
- Runco, M.A. (2007). *Creativity theories and themes: Research, development, and practice* (2nd ed.). Elsevier Academic Press.
- Rutledge, P. (2021, December 2). TikTok and mental health: What the research says. *Psychology Today*.
- Santoso, D. (2017). Kreativitas dalam Bisnis: Strategi dan Inovasi untuk Keunggulan Kompetitif. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 8(2), 105-120.
- Santoso, D. (2018). Kreativitas dalam Teknologi: Menggabungkan Inovasi dan Teknologi untuk Menciptakan Sesuatu yang Baru. *Jurnal Teknologi Inovatif*, 10(3), 78-92.
- Santoso, D. (2019). Kreativitas dalam Ilmu Pengetahuan: Menemukan dan Mengembangkan Pengetahuan Baru. *Jurnal Ilmiah Penelitian*, 20(1), 15-30.
- Santoso, D. (2020). Kreativitas dalam Seni. *Jurnal Seni Rupa*, 15(2), 45-60.
- Sa'adah, L., Martadani, L., & Taqiyuddin, A. (2021). Analisis Perbedaan Kinerja Karyawan Pada Pt Surya Indah Food Multirasa Jombang. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 2(2), 515-522.
- Sternberg, R. J. (2008). *Creativity*. New York: Cambridge University Press.
- Sudarti, D. O. (2020). Mengembangkan Kreativitas Aptitude Anak dengan Pendekatan Saintifik. *Jurnal Psikologi UAI*, 7(2).
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, hal. 162-163.

- Turkle, S. (2019). TikTok and Its Impact on Creativity and Social Connection: A Psychological Analysis. *International Journal of Psychology and Social Sciences*, 25(3), 78-92.
- Utami, A., & Baiti, A. (2018). Pengaruh Globalisasi Terhadap Perkembangan Teknologi. *Jurnal Globalisasi*, 10(2), 123-135.
- Warren, F., Mason-Apps, E., Hoskins, S., Azmi, Z., & Boyce, J. (2018). The role of implicit theories, age, and gender in the creative performance of children and adults. *Thinking Skills and Creativity*, 28(2010), 98–109. doi.org/10.1016/j.tsc.2018.03.010.
- Wibowo, A. (2020). Kreativitas dalam Pemecahan Masalah: Strategi Baru untuk Menemukan Solusi Inovatif. *Jurnal Psikologi Terapan*, 15(2), 45-60.





LAMPIRAN 1

Alat Ukur Penelitian

KATA PENGANTAR

Dengan hormat,

Perkenalkan nama saya Fahriza Alfiansyah (208600021) semester 8, Dalam rangka memenuhi persyaratan pembuatan skripsi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area, maka tugas yang harus dilaksanakan adalah mengadakan suatu penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan dari Anda untuk dapat mengisi kuesioner yang tersedia untuk mendapatkan data yang dapat menunjang penelitian saya. Saya menjamin kerahasiaan jawaban yang Anda berikan, jadi Anda diharapkan dapat memberikan jawaban yang sesuai dengan kondisi dan apa yang sedang dirasakan sesungguhnya. Jawaban yang Anda berikan tidak ada penilaian benar atau salah. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian dan setiap bagian terdapat petunjuk pengerjaan.

Diharapkan Anda mengisi kuesioner ini sendiri dan dengan sungguh-sungguh. Sebelum Anda menyelesaikan kuesioner ini, periksalah kembali supaya tidak ada pertanyaan yang terlewat. Karena setiap jawaban yang Anda berikan dalam kuesioner ini sangat bermanfaat bagi saya untuk melaksanakan penelitian ini. **UNTUK DATA/IDENTITAS AKAN KAMI RAHASIAKAN.**

Untuk perhatian dan dukungan yang Anda berikan, saya ucapkan Terima kasih.

Hormat Saya,

Fahriza Alfiansyah

(208600021)

1. Saya merasa bahwa aplikasi TikTok adalah hal yang terpenting bagi saya.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
2. Saya tertarik dengan fitur-fitur dalam aplikasi TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
3. Saya kurang suka dengan fitur-fitur yang disediakan oleh aplikasi TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
4. Aplikasi TikTok bukan hal terpenting dalam hidup saya.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
5. Saya merasa nyaman ketika bisa membuka Aplikasi TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
6. Saya kurang paham menggunakan aplikasi TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
7. Saya hanya mempunyai media sosial berupa aplikasi TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
8. Saya tidak hanya bermain/membuka aplikasi TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

9. Saya sering menggunakan TikTok lebih dari 1 jam dalam 1 hari.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
10. Saya akan merasa gelisah ketika saya tidak bisa membuka aplikasi TikTok yang saya miliki.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
11. Saya mengikuti dan meng-update aplikasi TikTok yang saya miliki.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
12. Saya suka berinteraksi melalui aplikasi TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
13. Saya tahu bagaimana caranya menggunakan fitur-fitur dalam aplikasi TikTok yang saya miliki.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
14. Berkomunikasi di aplikasi TikTok bukan hal yang penting bagi saya.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
15. Saya suka mendengarkan pendapat orang lain tentang suatu masalah.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
16. Saya tidak takut untuk keluar dari zona nyaman dan mencoba hal-hal yang berbeda.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

17. Saya merasa cemas dan tidak nyaman ketika mencoba hal baru.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
18. Saya tidak suka berdebat dengan orang lain.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
19. Saya selalu memiliki banyak ide untuk berkreasi.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
20. Saya sering mencoba memahami situasi dari sudut pandang orang lain.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
21. Saya jarang mempertimbangkan pendapat orang lain.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
22. Saya suka mencoba kegiatan baru, meskipun saya belum pernah mencobanya.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
23. Saya lebih suka melakukan hal-hal yang sudah saya kenal dan kuasai.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
24. Saya suka mencoba berbagai aktivitas baru.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

25. Aku jarang memiliki kesempatan untuk menunjukkan karyaku kepada orang lain.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
26. Aku merasa senang dan bangga ketika orang lain melihat karyaku.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
27. Aku memiliki banyak kesempatan untuk menunjukkan karyaku kepada orang lain.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
28. Saya mudah bosan dengan kegiatan yang sama.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
29. Aku merasa malu dan tidak percaya diri ketika orang lain melihat karyaku.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
30. Saya tidak suka mengerjakan tugas yang sama berulang kali.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
31. Saya cepat menemukan solusi untuk masalah yang dihadapi.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
32. Saya sering teralihkan oleh ide-ide baru dan sulit untuk fokus pada satu tugas.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju

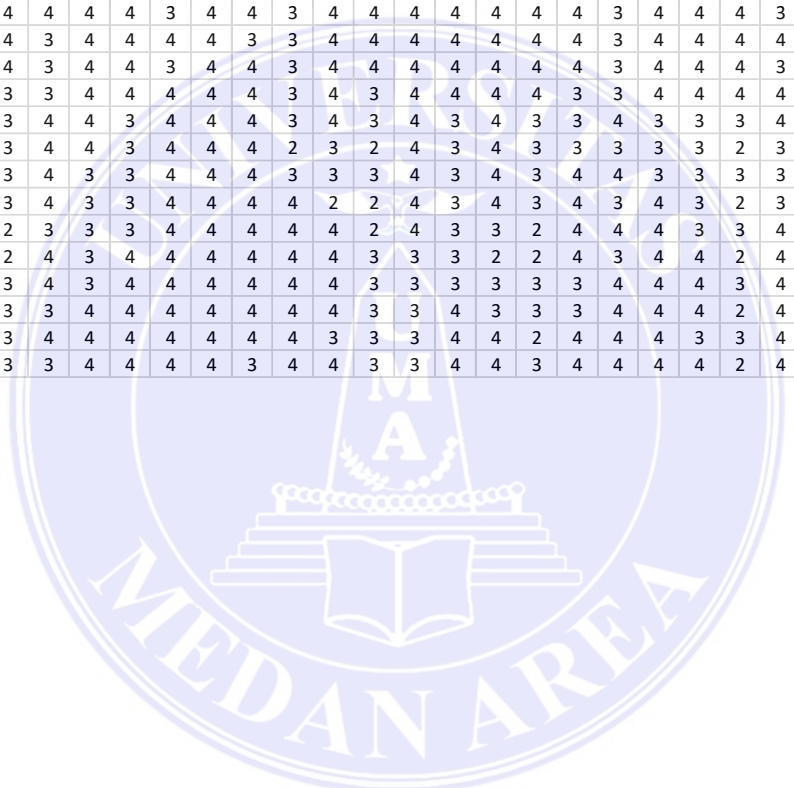
33. Saya merasa puas ketika saya menyelesaikan sesuatu.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
34. Saya merasa malu menunjukkan karya saya kepada orang lain.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
35. Saya senang membuat sesuatu, seperti membuat konten hiburan di TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
36. Saya sering kesulitan memilih ide terbaik dari banyak ide yang saya miliki.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
37. Saya tidak suka membuat sesuatu seperti konten di TikTok.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju
38. Saya memiliki banyak ide untuk menyelesaikan tugas.
 - a. Sangat Setuju
 - b. Setuju
 - c. Tidak Setuju
 - d. Sangat Tidak Setuju



LAMPIRAN 2

Sebaran Data Penelitian

61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	93
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	96
63	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	93
64	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	93
65	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	92
66	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	92
67	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	89
68	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	92
69	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	4	3	90
70	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	93
71	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	89
72	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	90
73	4	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	87
74	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	90
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	91
76	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	91
77	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	91
78	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	92
79	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	91
80	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	92
81	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	90
82	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	89
83	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	4	3	85
84	4	3	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	3	4	3	3	3	3	2	3	4	3	2	77
85	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	83
86	4	3	4	3	3	4	4	4	2	2	4	3	4	3	4	3	4	3	2	3	4	3	2	79
87	4	2	3	3	3	4	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	82
88	3	2	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	4	3	4	4	2	4	4	4	2	80
89	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	85
90	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	2	85
91	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	2	86
92	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	2	86

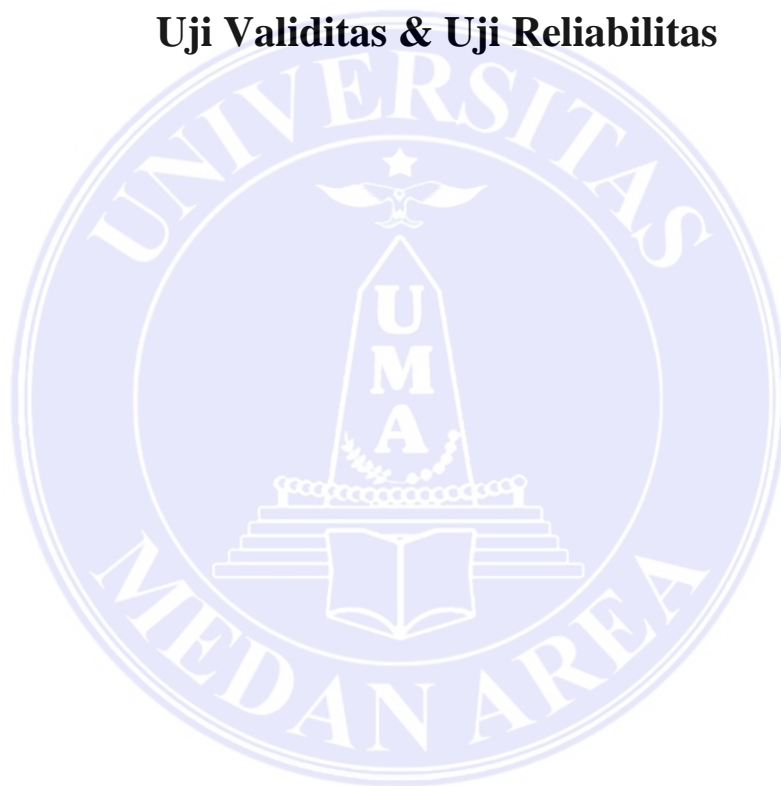


Intensitas Penggunaan TikTok

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	total
1	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	51
2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	50
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
4	3	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	47
5	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	4	43
6	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	2	3	4	3	49
7	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	54
8	3	3	4	3	4	2	4	4	4	3	3	2	3	3	45
9	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	2	2	3	4	47
10	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	48
11	4	4	2	4	3	4	4	4	3	2	3	4	3	4	48
12	3	4	4	3	3	4	3	3	4	2	4	4	4	3	48
13	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	52
14	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	3	45
15	2	4	4	2	2	3	4	2	4	2	4	3	4	2	42
16	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	2	30
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	42
19	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
21	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	44
22	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	54
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	55
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	55
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	55
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	55
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	56

LAMPIRAN 3

Uji Validitas & Uji Reliabilitas



Intensitas Penggunaan Tiktok

		Correlations															
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	TOTAL	
P01	Pearson Correlation	1	.750**	.489**	.852**	.761**	.321	.605**	.660**	.525**	.748**	.391*	.241	.588**	.602**	.848**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.000	.000	.083	.000	.000	.003	.000	.033	.199	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P02	Pearson Correlation	.750**	1	.707**	.667**	.519**	.301	.696**	.443*	.696**	.512**	.635**	.241	.855**	.361**	.831**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.003	.106	.000	.014	.000	.004	.000	.199	.000	.050	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P03	Pearson Correlation	.489**	.707**	1	.419*	.496**	.182	.517**	.314	.669**	.552**	.712**	.121	.782**	.151	.715**	
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.021	.005	.336	.003	.091	.000	.002	.000	.524	.000	.425	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P04	Pearson Correlation	.852**	.667**	.419*	1	.692**	.321	.525**	.729**	.525**	.748**	.456*	.241	.518**	.762**	.841**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.021		.000	.083	.003	.000	.003	.000	.011	.199	.003	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P05	Pearson Correlation	.761**	.519**	.496**	.692**	1	.265	.759**	.783**	.684**	.729**	.333	.185	.388*	.450*	.802**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.005	.000		.156	.000	.000	.000	.000	.000	.073	.327	.034	.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P06	Pearson Correlation	.321	.301	.182	.321	.265	1	.345	.146	.257	.212	.532**	.831**	.300	.261	.513**	
	Sig. (2-tailed)	.083	.106	.336	.083	.156		.062	.443	.170	.261	.002	.000	.107	.163	.004	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P07	Pearson Correlation	.605**	.696**	.517**	.525**	.759**	.345	1	.633**	.824**	.461*	.572**	.269	.565**	.219	.791**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.003	.000	.062		.000	.000	.010	.001	.151	.001	.246	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P08	Pearson Correlation	.660**	.443*	.314	.729**	.783**	.146	.633**	1	.633**	.640**	.248	.080	.292	.489**	.707**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.091	.000	.000	.443	.000		.000	.000	.186	.673	.118	.006	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P09	Pearson Correlation	.525**	.696**	.669**	.525**	.684**	.257	.824**	.633**	1	.461*	.714**	.181	.716**	.219	.807**	
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.003	.000	.170	.000	.000		.010	.000	.338	.000	.246	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P10	Pearson Correlation	.748**	.512**	.552**	.748**	.729**	.212	.461*	.640**	.461*	1	.286	.141	.455*	.529**	.751**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.002	.000	.000	.261	.010	.000	.010		.126	.457	.011	.003	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P11	Pearson Correlation	.391*	.635**	.712**	.456*	.333	.532**	.572**	.248	.714**	.286	1	.457*	.729**	.212	.723**	
	Sig. (2-tailed)	.033	.000	.000	.011	.073	.002	.001	.186	.000	.126		.011	.000	.261	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P12	Pearson Correlation	.241	.241	.121	.241	.185	.831**	.269	.080	.181	.141	.457*	1	.225	.087	.416*	
	Sig. (2-tailed)	.199	.199	.524	.199	.327	.000	.151	.673	.338	.457	.011		.232	.647	.022	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P13	Pearson Correlation	.588**	.855**	.782**	.518**	.388*	.300	.565**	.292	.716**	.455*	.729**	.225	1	.262	.764**	
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.003	.034	.107	.001	.118	.000	.011	.000	.232		.162	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
P14	Pearson Correlation	.602**	.361*	.151	.762**	.450*	.261	.219	.489**	.219	.529**	.212	.087	.262	1	.555**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.050	.425	.000	.013	.163	.246	.006	.246	.003	.261	.647	.162		.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	
TOTAL	Pearson Correlation	.848**	.831**	.715**	.841**	.802**	.513**	.791**	.707**	.807**	.751**	.723**	.416*	.764**	.555**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.022	.000	.001		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	92	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	14

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.37	.624	92
P2	3.61	.628	92
P3	3.59	.682	92
P4	3.72	.561	92
P5	3.64	.639	92
P6	3.85	.418	92
P7	3.71	.545	92
P8	3.63	.641	92
P9	3.68	.512	92
P10	3.53	.637	92
P12	3.79	.525	92
P13	3.75	.505	92
P14	3.62	.626	92
P15	3.59	.614	92

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	47.71	18.056	.402	.817
P2	47.47	18.076	.394	.818
P3	47.49	17.967	.371	.821
P4	47.36	17.375	.617	.802
P5	47.43	17.303	.539	.807
P6	47.23	18.815	.438	.816
P7	47.37	18.280	.429	.815
P8	47.45	17.612	.474	.812
P9	47.39	18.329	.453	.814
P10	47.54	17.701	.461	.813
P11	47.28	17.590	.616	.803
P12	47.33	18.838	.338	.821
P13	47.46	17.306	.553	.806
P14	47.49	18.494	.323	.823

Perkembangan Kreativitas Remaja

	P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	P21	P22	P23	P24	Total
P01 Pearson Correlation	1	.121	.396**	.557**	.196	.091	.046	.230**	-.107*	-.048	.007	.503**	-.025	.215**	-.052	.052	-.036	.110	.057	.081	.167	.059	-.019	.386**	.006
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P02 Pearson Correlation	.352	1	.379*	.533**	.062	.388	.065	.398	.035	.309	.619	.045	.000	.809	.040	.625	.733	.297	.588	.442	.440	.111	.577	.905	.006
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P03 Pearson Correlation	.252	.121	1	.379*	.000	.000	.000	.656	.678	-.010	.407**	.430**	.363**	.883**	.198	.299**	.689**	.449**	.370	.078	.254*	.265	.579**	.771**	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P04 Pearson Correlation	.386	.396**	.379*	1	.672**	.200	.217*	.106	.167	.044	.168	.686**	.000	.307**	.127	.091	.073	.229	.065	.087	.619	.013	.250	.306	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P05 Pearson Correlation	.000	.000	.000	.000	1	.131	.679	.834	.434	.012	.002	.000	.001	.000	.003	.548	.582	.002	.023	.266	.802	.006	.269	.012	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P06 Pearson Correlation	.196	.352	.000	.000	.672**	.022	.021	.196	.360**	.238**	.246**	.143	.212*	.398**	.294**	.288**	.208	.574**	.339**	.180	.386**	.380**	.116	.568**	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P07 Pearson Correlation	.046	.047	.037	.131	.833	.844	.661	.000	.022	.019	.174	.042	.000	.004	.005	.046	.000	.001	.005	.000	.000	.005	.000	.272	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P08 Pearson Correlation	.665	.678	.656	.656	.844	.661	1	.059	.266**	.094	.256**	-.026	.233**	.132	.063	.666	.045	.139	.532**	.136	-.025	.282**	.183	.046	.304**
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P09 Pearson Correlation	.220**	-.010	.166	.022	.196	.146	-.659**	1	.080	.092	-.022	.052	.023	.004	-.003	.486**	.236**	.039	-.131	.130	.253**	.367**	.173	.002	.266**
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P10 Pearson Correlation	.035	.928	.317	.834	.061	.165	.573	.448	.384	.836	.625	.826	.967	.974	.000	.022	.712	.214	.216	.015	.000	.099	.868	.009	.868
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P11 Pearson Correlation	-.107*	.407**	.167	.083	.360**	.189	.266**	.680**	1	.314**	.374**	.054	.301**	.319**	.163	.217**	.434**	.485**	.362**	.208**	.266**	.406**	.365**	.154	.572**
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P12 Pearson Correlation	.309	.000	.111	.434	.000	.300	.010	.448	.000	.000	.608	.000	.000	.002	.122	.038	.000	.000	.047	.010	.000	.000	.000	.142	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P13 Pearson Correlation	-.048	.357**	.044	.262**	.236**	.101	.094	.692	.374**	1	.533**	.168	.340**	.118	.362**	.192	.255**	.215**	.406**	.345**	.152	.413**	.199	.449**	.561**
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P14 Pearson Correlation	.649	.000	.675	.012	.022	.337	.371	.884	.000	.000	.110	.001	.282	.000	.066	.014	.040	.000	.001	.149	.000	.068	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P15 Pearson Correlation	.007	.688**	.168	.313**	.245**	.046	.256**	-.022	.374**	.533**	1	.217**	.541**	.233**	.715**	.212*	.207**	.149	.421**	.487**	-.038	.303**	.077	.680**	.689**
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P16 Pearson Correlation	.503**	.430**	.665**	.738**	.143	.168	-.026	.052	.054	.168	.217**	1	.175	.541**	.265	.151	.022	.229	.192	.178	-.097	.256**	.070	.346**	.511**
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P17 Pearson Correlation	.000	.000	.000	.000	.174	.109	.807	.625	.608	.110	.037	.066	.000	.011	.151	.834	.038	.067	.000	.356	.013	.507**	.001	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P18 Pearson Correlation	-.025	.363**	.050	.344**	.212*	.104	.233**	.361**	.340**	.541**	1	.340**	.440**	.264**	.210	.218	.308**	.363**	.003	.000	.520	.000	.489	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P19 Pearson Correlation	.809	.000	.635	.001	.042	.322	.026	.826	.000	.001	.000	.095	.001	.000	.006	.045	.037	.003	.000	.000	.000	.489	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P20 Pearson Correlation	.040	.000	.003	.000	.000	.073	.208	.967	.002	.262	.025	.000	.001	.000	.000	.183	.005	.000	.001	.076	.596	.002	.008	.003	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P21 Pearson Correlation	.215**	.683**	.307**	.469**	.396**	.188	.132	.004	.316**	.118	.233**	.544**	.340**	1	.365**	.140	.296**	.461**	.337**	.166	.056	.323**	.273**	.305**	.627**
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P22 Pearson Correlation	-.052	.669**	.127	.308**	.294**	.139	.063	-.003	.163	.362**	.715**	.265	.440**	.395**	1	.133	.220*	.201	.246**	.378**	-.077	.256**	.038	.601**	.544**
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P23 Pearson Correlation	.626	.000	.229	.003	.004	.186	.533	.974	.122	.000	.000	.011	.000	.000	.206	.025	.055	.018	.000	.465	.004	.793	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P24 Pearson Correlation	.052	.198	.091	.063	.288**	.071	-.066	.466**	.217*	.192	.212*	.151	.264**	.140	.133	.267**	.133	.035	.419**	.193	.415**	.135	.265**	.449**	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P25 Pearson Correlation	.626	.000	.229	.003	.004	.186	.533	.974	.122	.000	.000	.011	.000	.000	.206	.025	.055	.018	.000	.465	.004	.793	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P26 Pearson Correlation	.626	.000	.229	.003	.004	.186	.533	.974	.122	.000	.000	.011	.000	.000	.206	.025	.055	.018	.000	.465	.004	.793	.000	.000	.000
N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

P17	Pearson Correlation	-.036	.299**	.073	.058	.208	.167	.045	.239	.424**	.265	.207	.022	.210	.290**	.220	.367**	1	.305**	.126	.152	.178	.315	.246	.192	.464**
	Sig. (2-tailed)	.733	.004	.488	.582	.046	.111	.670	.022	.000	.014	.048	.834	.045	.005	.035	.000	.003	.230	.147	.089	.002	.018	.067	.000	
P18	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.110	.509**	.239	.326**	.574**	.197	.139	.039	.485**	.215	.149	.219	.218	.481**	.201	.133	.305**	1	.406**	-.044	.195	.360**	.299**	.116	.546**
P19	Sig. (2-tailed)	.297	.000	.028	.002	.000	.060	.188	.712	.000	.040	.158	.028	.037	.000	.055	.206	.003	.000	.677	.062	.000	.004	.004	.272	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P20	Pearson Correlation	.057	.449**	.095	.237	.339**	.084	.532**	-.131	.362**	.405**	.427**	.192	.308**	.337**	.246	.035	.128	.406**	1	.240	-.041	.195	.302**	.277**	.566**
	Sig. (2-tailed)	.588	.000	.366	.023	.001	.426	.000	.214	.000	.000	.000	.067	.003	.001	.018	.743	.230	.000	.021	.699	.063	.003	.008	.008	.000
P21	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.081	.370**	.019	.112	.180	-.070	.136	.130	.208	.345**	.487**	.178	.362**	.186	.378	.419	.152	-.044	.240	1	.009	.142	-.017	.631**	.510**
P22	Sig. (2-tailed)	.442	.000	.857	.286	.085	.508	.195	.216	.047	.001	.000	.090	.000	.076	.000	.000	.147	.677	.021	.935	.176	.874	.000	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P23	Pearson Correlation	.081	.078	-.053	.027	.386**	-.038	.253	.266**	.152	-.038	-.097	.011	.056	-.077	.133	.178	.195	-.044	.009	1	.259	.448**	-.055	.264	.264
	Sig. (2-tailed)	.440	.460	.619	.802	.000	.720	.739	.015	.010	.149	.720	.356	.920	.586	.465	.065	.089	.062	.689	.935	.013	.000	.602	.602	.011
P24	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	.167	.354**	.258	.294**	.288**	.213	.282**	.387**	.406**	.473**	.303**	.258	.441**	.333**	.255**	.415**	.315**	.360**	.195	.142	.256**	.142	.256**	.142	.256**
P25	Sig. (2-tailed)	.111	.014	.013	.006	.005	.042	.006	.000	.000	.003	.013	.000	.002	.004	.000	.002	.000	.063	.176	.013		.075	.015	.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
P26	Pearson Correlation	.059	.265**	.121	.117	.360**	.156	.183	.173	.365**	.189	.077	.070	-.073	.273	.029	.135	.246	.289**	.302**	-.017	.448**	.188	1	-.030	.415**
	Sig. (2-tailed)	.577	.011	.250	.269	.000	.136	.081	.099	.000	.058	.468	.507	.489	.008	.793	.200	.018	.004	.003	.874	.000	.075		.777	.000
P27	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
	Pearson Correlation	-.013	.579**	.133	.260**	.116	.019	.048	.002	.154	.449**	.680**	.346**	.492**	.305**	.601**	.285**	.192	.116	.277**	.631**	-.055	.254	-.030	1	.599**
P28	Sig. (2-tailed)	.905	.000	.206	.012	.272	.880	.648	.988	.142	.000	.001	.000	.000	.003	.000	.067	.272	.008	.000	.602	.015	.777		.000	.000
	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92
Total	Pearson Correlation	.286**	.771**	.416**	.573**	.586**	.291**	.304**	.269**	.572**	.561**	.609**	.511**	.561**	.627**	.594**	.449**	.464**	.548**	.556**	.510**	.264**	.608**	.415**	.599**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000	.000	.005	.003	.009	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000
Total	N	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92	92

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

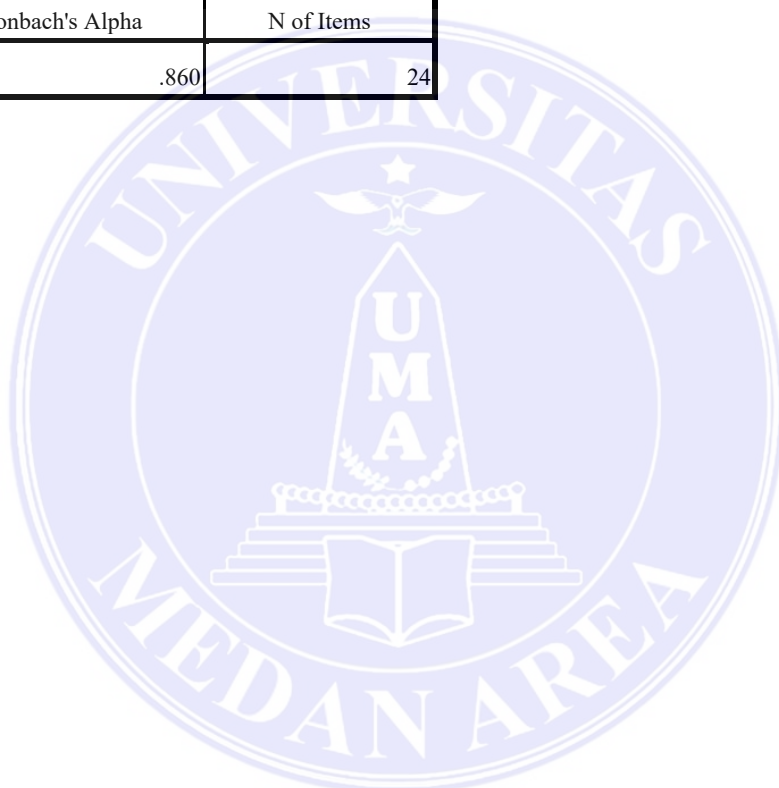
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	92	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	92	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.860	24



Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
K1	3.74	.489	92
K2	3.74	.511	92
K3	3.85	.418	92
K4	3.87	.398	92
K5	3.75	.460	92
K6	3.67	.537	92
K7	3.67	.576	92
K8	3.78	.488	92
K9	3.78	.465	92
K10	3.84	.427	92
K11	3.67	.537	92
K12	3.85	.418	92
K13	3.77	.422	92
K14	3.80	.451	92
K15	3.70	.569	92
K16	3.75	.435	92
K17	3.67	.516	92
K18	3.84	.427	92
K19	3.64	.546	92
K20	3.39	.662	92
K21	3.63	.588	92
K22	3.95	.228	92
K23	3.60	.515	92
K24	3.65	.619	92

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
K1	85.87	32.159	.306	.862
K2	85.87	29.236	.732	.844
K3	85.76	31.700	.354	.857
K4	85.74	31.052	.524	.853
K5	85.86	30.628	.530	.852
K6	85.93	32.018	.303	.863
K7	85.93	31.842	.310	.863
K8	85.83	32.255	.189	.862
K9	85.83	30.673	.515	.852
K10	85.77	30.947	.507	.853
K11	85.93	29.666	.613	.848
K12	85.76	31.239	.455	.854
K13	85.84	30.973	.508	.853
K14	85.80	30.467	.576	.850
K15	85.91	29.948	.524	.851
K16	85.86	31.463	.386	.856
K17	85.93	31.029	.390	.856
K18	85.77	31.013	.493	.853
K19	85.97	30.318	.486	.853
K20	86.22	30.062	.418	.856
K21	85.98	32.087	.166	.865
K22	85.66	31.984	.582	.855
K23	86.01	31.330	.337	.858
K24	85.96	29.624	.524	.851

$$24 - 2 = 20 \times 4 + 20 \times 1 / 2 = 55$$



LAMPIRAN 4

Uji Normalitas

(NPar Tests)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		intensi pengguna tiktok	kreativitas
N		92	92
Normal Parameters ^a	Mean	41.08	65.41
	Std. Deviation	4.536	4.957
Most Extreme Differences	Absolute	.139	.156
	Positive	.139	.130
	Negative	-.135	-.156
Kolmogorov-Smirnov Z		1.332	1.495
Asymp. Sig. (2-tailed)		.158	.123
a. Test distribution is Normal.			

Means

Case Processing Summary

	Cases					
	Included		Excluded		Total	
	N	Percent	N	Percent	N	Percent
keativitas * intensitas penggunaan tiktok	92	100.0%	0	.0%	92	100.0%

Report

keativitas

Intensitas penggunaan tiktok	Mean	N	Std. Deviation
30	79.00	1	.
32	80.00	1	.
42	80.00	2	.000
43	78.00	1	.
44	80.00	1	.
45	69.50	2	13.435
46	71.00	1	.
47	70.33	3	3.786
48	74.50	6	7.120
49	71.12	8	6.446
50	73.14	7	6.669
51	73.20	10	5.329
52	75.91	11	2.948
53	72.67	6	5.854
54	74.50	10	2.799
55	75.54	13	2.634
56	76.67	9	2.784
Total	74.41	92	4.957

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kreativitas * intensitas penggunaan tiktok	Between Groups	(Combined)	486.332	16	30.396	1.303	.218
		Linearity	.415	1	.415	.018	.000
		Deviation from Linearity	485.917	15	32.394	1.388	.175
	Within Groups		1749.972	75	23.333		
Total			2236.304	91			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
kreativitas * intensitas penggunaan tiktok	.614	.376	.466	.217



LAMPIRAN 5

Uji Korelasi

Correlations

		intensitas penggunaan tiktok	keaktivitas
intensitas penggunaan tiktok	Pearson Correlation	1	.614**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	92	92
keaktivitas	Pearson Correlation	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	92	92

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

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	intensitas penggunaan tiktok ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keaktivitas

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.614	.376	-.011	4.984

a. Predictors: (Constant), intensi pengguna tiktok

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	.415	1	.415	.317	.000
	Residual	2235.889	90	24.843		
	Total	2236.304	91			

a. Predictors: (Constant), intensi pengguna tiktok

b. Dependent Variable: kreativitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	75.174	5.906		12.728	.000
	intensitas penggunaan tiktok	.015	.115	-.014	-.129	.897

a. Dependent Variable: kreativitas



LAMPIRAN 6
Surat Pra Survey Penelitian
Surat Penelitian Dan Surat Selesai Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS PSIKOLOGI

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 📠 (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225602 📠 (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 1231/FPSI/01.10/IV/2024
Lampiran : -
Hal : Penelitian

26 April 2024

Yth. Bapak/Ibu Kepala
Badan Riset Inovasi Daerah (BRIDA) Kota Medan
di -

Tempat

Dengan hormat, bersama ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami:

Nama : Fahriza Alfiansyah
NPM : 208600021
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Psikologi

untuk melaksanakan pengambilan data di Kelurahan Sari Rejo, Jl. Sehati No.15, Kel. Sari Rejo, Kec. Medan Polonia, Kota Medan guna penyusunan skripsi yang berjudul *"Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja di Kelurahan Sari Rejo"*.

Perlu kami informasikan bahwa penelitian dimaksud adalah semata-mata untuk tulisan ilmiah dan penyusunan skripsi, yang merupakan salah satu syarat bagi mahasiswa tersebut untuk mengikuti ujian Sarjana Psikologi di Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut kami mohon kiranya Bapak/Ibu dapat memberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, dan apabila telah selesai melakukan penelitian maka kami harapkan Bapak/Ibu dapat mengeluarkan Surat Keterangan yang menyatakan bahwa mahasiswa tersebut telah selesai melaksanakan pengambilan data pada Instansi yang Bapak/Ibu pimpin.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya yang baik diucapkan terima kasih.

An. Dekan,
Ketua Program Studi Psikologi



Faadhil, S.Psi, M.Psi, Psikolog

Tembusan
- Kepala Kelurahan Sari Rejo
- Mahasiswa Ybs
- Arsip





PEMERINTAH KOTA MEDAN
KECAMATAN MEDAN POLONIA
KELURAHAN SARI REJO

JALAN SEJATI NO.15 MEDAN – 20157
Pos-el : kelurahansarirejo.medanpolonia@gmail.com

Medan, 27 Mei 2024

Nomor : 000.9/ 89
Lampiran : -
Perihal : Pemberitahuan selesai melaksanakan
Pengambilan data di Kelurahan Sari Rejo
Kecamatan Medan Polonia

Kepada yth :
Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
Di

Tempat

Sehubungan dengan surat Universitas Medan Area Nomor: 1231/FPSI/01.10/IV/2024
Tanggal 26 April 2024 Perihal Surat Penelitian

Lurah Sari Rejo Kecamatan Medan Polonia Kota Medan dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : FAHRIZA ALFIANSYAH
N P M : 208600021
Jurusan : Ilmu Psikologi
Judul : Pengaruh Intensitas Penggunaan Tiktok terhadap
Perkembangan Kreativitas Remaja di Kelurahan Sari Rejo

Telah selesai melaksanakan penelitian di Kelurahan Sari Rejo Kecamatan Medan Polonia,
penelitian dimulai dari tanggal 14 Mei s/d 21 Mei 2024 dalam rangka Tulisan Ilmiah dan Penyusunan
Skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk mengikuti Ujian Sarjana Psikologi di Fakultas
Psikologi Universitas Medan Area.

Demikian disampaikan untuk urusan selanjutnya .

LURAH SARI REJO
KECAMATAN MEDAN POLONIA


ED GURNAWAN, S.IP
NIP. 198604242007011001



PEMERINTAH KOTA MEDAN
BADAN RISET DAN INOVASI DAERAH
Jalan Jenderal Besar A. H. Nasution Nomor 32, Medan Johor, Medan Sumatera Utara 20143,
Telepon (061) 7873439 Faksimile (061) 7873314
Laman brida.pemkomedan.go.id, Pos-el brida@pemkomedan.go.id

SURAT KETERANGAN RISET
Nomor : 000.9/1049

DASAR : 1. Peraturan Daerah Kota Medan Nomor : 8 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Medan Nomor 15 Tahun 2016 Tentang Pembentukan Perangkat Daerah Kota Medan.
2. Peraturan Walikota Medan Nomor : 97 Tahun 2022, tanggal 30 Desember 2022 tentang Kedudukan, Susunan Organisasi, Tugas dan Fungsi, dan Tata Kerja Perangkat Daerah Kota Medan.

MENIMBANG : Surat dari Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area Nomor 1231/FPSI/01.10/IV/2024 Tanggal 26 April 2024 Perihal Penelitian.

NAMA : Fahriza Alfiansyah
NIM : 208600021
JURUSAN : Ilmu Psikologi
JUDUL : "Pengaruh Intensitas Penggunaan TikTok Terhadap Perkembangan Kreativitas Remaja di Kelurahan Sarirejo"
LOKASI : Kelurahan Sarirejo Kecamatan Medan Polonia
LAMANYA : 7 (tujuh) hari
PENANGGUNG JAWAB : Ketua Program Studi Psikologi Fakultas Psikologi Universitas Medan Area

Melakukan Riset, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Sebelum melakukan Riset terlebih dahulu harus melapor kepada pimpinan Perangkat Daerah lokasi Yang ditetapkan.
2. Mematuhi peraturan dan ketentuan yang berlaku di lokasi Riset .
3. Tidak dibenarkan melakukan Riset atau aktivitas lain di luar lokasi yang telah ditetapkan.
4. Hasil Laporan Riset diserahkan kepada Kepala Badan Riset dan Inovasi Daerah Kota Medan selambat lambatnya 2 (dua) bulan setelah Riset dalam bentuk *softcopy* atau melalui Email (brida@pemkomedan.go.id).
5. Surat Keterangan Riset dinyatakan batal apabila pemegang surat keterangan tidak mengindahkan ketentuan atau peraturan yang berlaku pada Pemerintah Kota Medan.
6. Surat Keterangan Riset ini berlaku sejak tanggal dikeluarkan.

Demikian Surat ini diperbuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Dikeluarkan di : Medan
Pada Tanggal : 13 Mei 2024



Ditandatangani secara elektronik oleh :
Kepala Badan
Riset dan Inovasi Daerah,
Mansuryah, S. Sos, M. AP
Pembina Tk. I (P/II)
NIP 196805091988091001

Tembusan :
1. Wali Kota Medan.



Balai Sertifikasi Elektronik

- Dokumen ini telah ditandatangani secara elektronik, menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan oleh
- 110/ITE/No. 11 Tahun 2006 Pasal 4 Ayat 1. Tanda Tangan Elektronik memiliki kekuatan hukum dan nilai yang sama dengan
asli.