

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berinteraksi dan mengekspresikan diri. Salah satu wujud nyata perubahan tersebut adalah pesatnya perkembangan media sosial sebagai platform komunikasi modern. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana berbagi informasi, tetapi juga telah berkembang menjadi ruang kreatif yang memungkinkan penggunanya untuk memproduksi dan mendistribusikan konten secara bebas kepada khalayak luas tanpa batas ruang dan waktu. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah mengalami transformasi dari sekadar media komunikasi menjadi ruang interaksi yang lebih dinamis dan partisipatif di era digital (J. S. Nasution et al., 2025)

Di antara berbagai platform media sosial yang ada saat ini, TikTok hadir sebagai salah satu yang paling populer dan diminati, khususnya dikalangan generasi muda. TikTok merupakan aplikasi berbasis video berdurasi pendek dengan beragam efek, filter, dan fitur kreatif yang mendorong penggunanya untuk menjadi kreator konten sehingga memungkinkan pengguna untuk berkreasi, mengekspresikan ide, kreativitas, serta menunjukkan aktivitas yang menarik (Putriani et al., 2023). Yang membedakan TikTok dari platform lain adalah kecenderungan-nya dalam merekomendasikan konten-konten yang beragam kepada pengguna melalui algoritma *for your page* (FYP) sehingga setiap kreator memiliki peluang yang sama untuk menjangkau audiens yang luas tanpa memiliki jumlah pengikut yang besar terlebih dahulu.

Sejalan dengan hal tersebut, tingginya penggunaan TikTok juga didukung oleh data dari *We Are Social* dan *Meltwater* (Social, 2025), yang menunjukkan bahwa Indonesia termasuk salah satu negara dengan jumlah pengguna TikTok terbesar di dunia, dengan estimasi pengguna aktif mencapai sekitar 184,95 juta hingga 194,37 juta pada pertengahan tahun 2025. Besarnya jumlah pengguna tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi bagian penting dalam kehidupan digital masyarakat Indonesia. Platform ini tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana untuk berbagi informasi, menampilkan aktivitas sehari-hari, serta menyalurkan kreativitas dalam bentuk konten digital. Dengan demikian, popularitas TikTok mencerminkan bahwa media sosial telah berkembang menjadi ruang ekspresi sekaligus produksi karya kreatif yang memiliki pengaruh kuat terhadap pola komunikasi dan interaksi masyarakat.

Penggunaan TikTok saat ini telah merambah ke berbagai kalangan, termasuk mahasiswa. Bagi mahasiswa TikTok tidak lagi dimanfaatkan sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana komunikasi, penyampaian informasi, serta ruang untuk mengekspresikan ide dan kreativitas melalui berbagai jenis konten digital. Berbagai konten yang dihasilkan mahasiswa mencakup aktivitas akademik, kegiatan organisasi, edukasi, hingga dokumentasi kehidupan sehari-hari di lingkungan kampus. Dalam proses pembuatannya, mahasiswa dituntut untuk mampu menemukan ide, mengolah konsep, menyusun pesan, serta menyajikannya dalam bentuk video yang menarik sesuai karakteristik pengguna TikTok. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa TikTok telah menjadi salah satu media yang mendorong mahasiswa untuk mengembangkan kreativitas sekaligus menjadi ruang

bagi mahasiswa untuk menampilkan berbagai aktivitas kampus secara kreatif (Naina Alfiah, 2024).

Kreativitas merupakan kemampuan individu untuk menghasilkan ide, gagasan maupun karya yang bersifat baru dan bermakna, baik melalui penciptaan sesuatu yang sepenuhnya orisinal maupun melalui kombinasi baru dari unsur-unsur yang telah ada. Dalam konteks pembuatan konten digital, kreativitas tidak hanya berkaitan dengan aspek estetika visual, tetapi juga mencakup bagaimana seseorang menemukan ide, memilih tema, mengolah pesan, hingga menyajikannya dalam format yang menarik dan komunikatif bagi audiens. Kreativitas dalam ranah komunikasi digital dengan demikian tidak hanya dinilai dari keindahan tampilan konten, tetapi juga dari sejauh mana konten tersebut mampu menyampaikan pesan secara efektif kepada audiens yang dituju (Yudi et al., 2022).

Fenomena tersebut juga terlihat pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh. Sebagai mahasiswa yang mempelajari bidang media dan komunikasi, mereka memiliki pengetahuan serta keterampilan dalam mengelola dan menyampaikan pesan melalui berbagai media digital, termasuk TikTok. Hal tersebut mendorong mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengguna media sosial, tetapi juga sebagai kreator konten yang aktif mengangkat berbagai aktivitas kampus, seperti kegiatan perkuliahan, organisasi kemahasiswaan, pelaksanaan *event*, hingga aktivitas akademik lainnya ke dalam bentuk video pendek. Berbagai aktivitas kampus tersebut dikemas dengan cara yang berbeda sesuai dengan ide dan kreativitas masing-masing mahasiswa. Kondisi ini menunjukkan adanya kecenderungan mahasiswa dalam memanfaatkan TikTok sebagai media untuk mengemas aktivitas kampus secara kreatif, yang kemudian dapat diamati lebih

lanjut melalui praktik nyata di lapangan. Namun demikian, belum diketahui secara mendalam bagaimana proses kreatif yang dilakukan mahasiswa dalam mengolah ide menjadi konten berbasis aktivitas kampus.

Berdasarkan pengamatan awal peneliti terhadap 5 (lima) akun TikTok mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh, ditemukan bahwa mahasiswa aktif memproduksi konten yang secara konsisten menampilkan berbagai aktivitas di lingkungan kampus. Masing-masing konten menunjukkan karakteristik kreatif yang berbeda, baik dari segi pemilihan tema, teknik pengambilan gambar, penggunaan efek dan musik, maupun cara penyampaian pesan dalam video. Variasi tersebut menggambarkan bahwa mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengguna media sosial, tetapi juga sebagai kreator yang mampu mengemas aktivitas kampus menjadi konten yang komunikatif dan menarik. Namun demikian, belum diketahui secara mendalam bagaimana proses kreatif yang dilalui mahasiswa mulai dari pencarian ide, perencanaan konten, proses produksi, hingga cara mereka menyampaikan pesan melalui konten yang dihasilkan.

Kondisi tersebut juga menunjukkan bahwa kreativitas mahasiswa dalam mengolah aktivitas kampus menjadi konten TikTok merupakan hal yang menarik untuk dikaji. Namun berdasarkan telaah terhadap penelitian-penelitian terdahulu, kajian mengenai kreativitas mahasiswa dalam pembuatan konten TikTok masih didominasi oleh pendekatan kuantitatif yang berfokus pada pengukuran tingkat pengaruh atau hubungan antar variabel (Fitri et al., 2021). Sementara itu, penelitian kualitatif yang dilakukan, seperti penelitian (Yudi et al., 2022) terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Slamet Riyadi Surakarta, lebih berfokus pada kreativitas dalam konteks eksistensi diri secara umum, dan belum mengkaji secara

khusus bagaimana kreativitas itu diwujudkan melalui konten berbasis aktivitas kampus. Oleh karena itu, masih terdapat ruang penelitian untuk mengeksplorasi secara lebih mendalam kreativitas mahasiswa dalam mengolah aktivitas kampus menjadi konten TikTok, khususnya pada mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh.

Berdasarkan pemaparan dan pengamatan awal tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk mengkaji secara lebih mendalam kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh dalam membuat konten TikTok berbasis aktivitas kampus melalui pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai bagaimana mahasiswa mengembangkan ide, mengolah aktivitas kampus menjadi konten digital, serta menampilkan kreativitasnya melalui platform TikTok. Selain memberikan kontribusi terhadap pengembangan kajian komunikasi digital dan kreativitas media, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi bagi mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial secara positif, kreatif, dan produktif. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul **“Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh dalam Membuat Konten TikTok Berbasis Aktivitas Kampus (Studi Kualitatif Deskriptif).”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu: “Bagaimana kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh dalam membuat konten TikTok berbasis aktivitas kampus?”

1.3 Fokus Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu: “kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh dalam membuat konten TikTok berbasis aktivitas kampus, fokus penelitian meliputi gambaran umum konten TikTok berbasis aktivitas kampus yang dihasilkan serta proses kreativitas mahasiswa dalam mengolah aktivitas kampus menjadi konten TikTok berdasarkan Model kreativitas 4P Rhodes yang meliputi *Person, Process, Press, dan Product*.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memberikan manfaat secara teoritis dan praktis, dengan tujuan sebagai berikut:

1. Untuk mendeskripsikan kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh dalam membuat konten TikTok berbasis aktivitas kampus.
2. Untuk menganalisis proses kreativitas mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh dalam mengemas aktivitas kampus menjadi konten TikTok yang menarik.

1.5 Manfaat Penelitian

Mengacu pada tujuan penelitian, maka hasil penelitian diharapkan memberi manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis

- a. Dapat menjadi karya ilmiah yang mendukung pengembangan ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi digital dan kreativitas dalam produksi konten media sosial.
- b. Penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi dan bahan acuan bagi penelitian selanjutnya yang mengkaji kreativitas dalam pembuatan konten digital, khususnya pada platform TikTok.

2. Manfaat Praktis.

- a. Dapat memberi wawasan bagi mahasiswa, khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Malikussaleh, mengenai pentingnya mengembangkan kreativitas dalam menghasilkan konten TikTok yang berbasis aktivitas kampus.
- b. Dapat berguna bagi peneliti dan pembaca sebagai bahan pembelajaran dalam memahami proses kreativitas serta praktik produksi konten digital di kalangan mahasiswa.