

PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK OLEH MAHASISWA DALAM MENEMUKAN IDE BISNIS DAN PEMBELAJARAN DARING SELAMA PANDEMIC COVID-19

Ro'yal Aina¹⁾, Wilda Kamilia Fitri²⁾, Lu'lu'ul Jannah³⁾

¹Universitas Media Nusantara Citra

royalaina4@gmail.com

²Universitas Media Nusantara Citra

wildakamilia123@gmail.com

³Universitas Negeri Yogyakarta

luluuljannah@uny.ac.id

Abstract

The TikTok application is a new application that is being favored by students. So that the role of the TikTok application in the conditions of the Covid-19 pandemic is very useful in overcoming boredom and useful for students in understanding lecture material and in finding business ideas. The purpose of this study is to examine the effect of the TikTok application on business ideas and online learning. The sample of this research is 106 respondents. The analysis tool is regression with SPSS. The variables used in this study are the TikTok application, business ideas and online learning. The results of the first hypothesis state that the TikTok application has an effect on business ideas and the results of the second hypothesis state that the TikTok application has an effect on online learning.

Keywords: TikTok Application, Business Ideas, Learning Media

Abstrak

Aplikasi TikTok adalah aplikasi baru yang sedang digemari oleh mahasiswa. Sehingga peran aplikasi TikTok ini dalam kondisi pandemic covid-19 sangat berguna dalam mengatasi rasa bosan dan bermanfaat untuk mahasiswa dalam memahami materi perkuliahan maupun dalam menemukan ide bisnis. Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk menguji pengaruh aplikasi TikTok terhadap ide bisnis dan pembelajaran daring. Sampel penelitian ini sebanyak 106 responden. Alat analisis adalah regresi dengan SPSS. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi TikTok, ide bisnis dan pembelajaran daring. Hasil hipotesis pertama menyatakan bahwa aplikasi TikTok berpengaruh terhadap ide bisnis dan hasil hipotesis kedua menyatakan bahwa aplikasi TikTok berpengaruh terhadap pembelajaran daring.

Kata kunci: Aplikasi TikTok, Ide Bisnis, Media Pembelajaran

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digitalisasi khususnya media sosial dapat membawa pengaruh yang besar terhadap masyarakat (Cahyono, 2016). Hal ini ditunjukkan dengan banyaknya aplikasi baru yang bermunculan di media sosial. Salah satu aplikasi yang menjadi tren masa kini adalah Aplikasi TikTok. Aplikasi ini dibuat oleh China pada tahun 2014, dan masuk di Indonesia pada akhir tahun 2017 (Dini dkk, 2021). Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang didalamnya mengandung unsur konten video berdurasi pendek dan biasanya paling digemari oleh anak-anak sampai mahasiswa.

Para pengguna TikTok biasanya mengunggah konten video yang bersifat menghibur dengan durasi yang pendek. Tetapi dengan adanya kebebasan yang cukup penuh di media sosial, banyak dari para pengunggah TikTok melakukan konten-konten yang bersifat negatif bahkan tidak mendidik. Hal ini tentu saja menjadi perhatian banyak publik, sehingga Kementerian Komunikasi dan Informatika (KOMINFO) memutuskan untuk memblokir aplikasi TikTok pada tahun 2018 (Wibowo & Yudi, 2021). Setelah hampir 2 tahun, Aplikasi TikTok dimunculkan kembali dan menjadikan tren baru yang digemari oleh generasi millenial karena memiliki berbagai macam fitur yang dapat mengembangkan kreativitas para pengunggahnya di tahun 2020 (Hasiholan dkk, 2020).

Pada bulan Maret 2020, seluruh dunia termasuk Indonesia dikejutkan dengan adanya fenomena suatu wabah yaitu Covid-19. Wabah Covid-19 ini pertama kali muncul di Kota Wuhan, yang kemudian *World Health Organization* (WHO) menetapkan wabah tersebut sebagai pandemi, karena menyebar dengan sangat cepat ke seluruh dunia termasuk di Indonesia (Budiyanti, 2020). Hal ini tentu saja sangat berdampak terhadap semua sektor, baik di sektor sosial, ekonomi maupun pendidikan. Maka dari itu, pemerintah menghimbau kepada masyarakat untuk melakukan semua kegiatan di rumah saja, dimulai dari kerja, beribadah sampai belajar dilakukan secara *online*.

Dilihat dari sektor sosial, selain adanya himbauan pemerintah untuk menjaga jarak, pemerintah juga mengajak masyarakat untuk mengikuti protokol kesehatan seperti harus memakai masker ketika keluar rumah, rajin mencuci tangan, dan menghindari kerumunan atau selalu menjaga jarak. Aturan ini ditetapkan untuk mencegah sekaligus menghentikan rantai penyebaran covid-19. Tidak hanya memakan banyak korban jiwa, pandemi covid-19 juga sangat berdampak pada sektor perekonomian. Banyak karyawan yang diberhentikan dari tempat kerjanya (PHK) dan banyak dari pebisnis yang mengalami penurunan keuangannya (Nasution dkk, 2020). Dari sektor pendidikan juga terkena dampak dari pandemi covid-19 yaitu, para pelajar dan mahasiswa harus melaksanakan

pembelajaran *via online* (Siahaan, 2020). Oleh karena itu, banyak adaptasi yang harus dilakukan secara perlahan oleh masyarakat, supaya bisa sabar menghadapi pandemi covid-19.

Dari semua sektor yang terkena dampak pandemi covid-19, masyarakat juga mendapat dampak psikis seperti mengalami rasa bosan. Hal ini dikarenakan terbatasnya kegiatan seperti, lingkungan pembelajaran, lingkungan bekerja, dan aktivitas lain yang dilakukan di rumah saja. Terlepas dari itu semua, media sosial menjadi hal yang dapat meningkatkan produktivitas masyarakat selama pandemi, bahkan menjadi tren yang menanjak cukup tajam salah satunya yaitu aplikasi TikTok (Fanaqi, 2021). Hal ini sejalan dengan pernyataan Massie (2020), yang menyatakan bahwa selama pandemi unduhan aplikasi TikTok di Indonesia mengalami peningkatan sebanyak 20% dari sebelumnya. Hal ini membuktikan bahwa aplikasi TikTok dapat memberikan hiburan bagi pengguna selama pandemi. Selain konten video hiburan, aplikasi TikTok juga memberikan video seputar bisnis, baik itu berupa ide ataupun strategi bisnis. Hal ini tentu saja dapat membantu menumbuhkan perekonomian masyarakat di masa pandemi.

Pebisnis maupun mahasiswa yang baru ingin memulai bisnis di masa pandemi dapat menemukan ide bisnis melalui konten video yang tersedia di aplikasi TikTok. Ide bisnis yang diberikan oleh pengguna TikTok juga beragam, mulai dari makanan, fashion dan masih banyak lagi. Sehingga dapat memberi kemudahan untuk memilih dan menyesuaikan dengan keuangan mahasiswa. Selain memberikan ide bisnis, aplikasi TikTok juga dapat menjadi media pembelajaran yang atraktif selama kegiatan pembelajaran daring.

Pembelajaran daring yang dilakukan selama pandemi menjadikan dunia digital sebagai suatu alternatif pembelajaran yang mengharuskan pengajar dan pelajar untuk mampu menggunakan teknologi tersebut (Rohmah dkk, 2021). Kegiatan belajar menggunakan media internet seperti kelas virtual, video, dan media online yang disediakan oleh instansi pendidikan lainnya. Akan tetapi, media tersebut nyatanya tidak cukup membuat mahasiswa mampu memahami materi. Dengan berbagai alasan seperti, merasa bosan dengan durasi belajar yang lama, sehingga perlu adanya media pendukung yang lebih kreatif dan mudah diterima oleh mahasiswa. Sejalan dengan hal tersebut, aplikasi TikTok menyediakan konten video pembelajaran secara singkat dan mudah dipahami.

Tabel 1. *State Of The Art*

Judul Jurnal	Penulis, Tahun Terbit; Nama Jurnal	Perbedaan Penelitian yang Menjadi Dasar Penelitian
Membangun branding produk UMKM melalui sosial media TikTok	(Lian fawahan dan Ita marlaningsing purnasari, 2021); Jurnal ekonomi, keuangan dan bisnis syariah	• Tidak memasukkan variabel pembelajaran daring • Tidak memasukkan variabel ide bisnis
Aplikasi TikTok sebagai media pembelajaran keterampilan sastra	(Wisnu Nugroho Aji, 2021); Jurnal metafora	• Tidak memasukkan Variabel ide bisnis • Tidak membahas pembelajaran secara umum
TikTok sebagai media kreativitas di masa pandemi Covid 19	(Chotijah Fanaqi, 2021); Jurnal dakwah dan media komunikasi dakwah	• Tidak memasukkan variabel ide bisnis • Tidak memasukkan variabel pembelajaran daring
Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial TikTok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam.	(Toni Wibowo & Yudi, 2021); Conference on Business, Social Sciences and Technology	• Tidak memasukkan variabel pembelajaran daring • Tidak memasukkan variabel ide bisnis

Sumber: <https://scholar.google.com/>, olahan sendiri

Berdasarkan fenomena dan penelitian terdahulu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pemanfaatan Aplikasi TikTok oleh Mahasiswa dalam menemukan ide bisnis dan pembelajaran daring selama pandemic Covid-19”.

KAJIAN TEORI DAN PENGEMBANGAN HIPOTESA

Aplikasi TikTok

Aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang dapat diakses oleh penggunanya untuk membuat dan membagikan video berdurasi pendek dengan kreasi dan kreativitas seperti, menyanyi, menari, dan memberikan informasi menarik (Kesuma & Tamburian, 2021). Aplikasi TikTok juga merupakan aplikasi media sosial yang saat ini banyak digemari dan digunakan oleh masyarakat Indonesia khususnya di kalangan remaja sekolah (Aprilian, Elita & afriyati, 2019). Berkaitan dengan keunikan dan banyaknya pengguna TikTok, Safitri, Ramadhany & Irwansyah (2021) menyebutkan bahwa video yang dihasilkan oleh aplikasi TikTok sangat mudah tersebar atau viral.

Ide Bisnis

Ide bisnis merupakan gagasan seseorang, banyak orang, atau suatu organisasi untuk mendapatkan jalan keluar dari suatu masalah serta dapat memenuhi kebutuhan di suatu lingkungan (pasar, masyarakat) (Firmansyah & Roosmawarni, 2019). Ide bisnis bisa dikatakan sebagai gagasan untuk menciptakan sesuatu yang baru atau membuat perubahan pada sebuah bisnis. Hal ini dapat dikaitkan dengan berkembangnya pasar, banyaknya pesaing dan sistem digital yang semakin canggih. Melalui sistem digital yang canggih, ada salah satu diantara aplikasi di media sosial yang sedang digemari yaitu aplikasi TikTok.

Aplikasi TikTok tidak hanya dapat digunakan sebagai hiburan saja melainkan juga dapat dimanfaatkan untuk memasarkan produk atau jasa. Selain itu, bagi mahasiswa yang baru ingin memulai bisnis dapat menemukan ide bisnis dan strategi bisnis yang baik. Aplikasi TikTok menyediakan konten video yang berisi ide bisnis kreatif yang beragam, sehingga memudahkan mahasiswa untuk menemukan ide bisnis. Mahasiswa juga dapat menyalurkan ide bisnis atau bahkan pengetahuan mengenai strategi bisnis agar kemudian bisa dimanfaatkan oleh masyarakat luas.

H1: Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Ide Bisnis

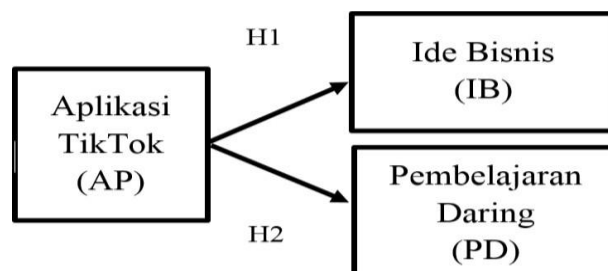
Pembelajaran Daring

Pembelajaran daring yaitu kegiatan belajar mengajar secara online dengan menggunakan media internet yang menyalurkan materi pembelajaran (Syarifudin, 2020). Kegiatan pembelajaran daring dapat dilakukan tidak secara tatap muka atau disebut sebagai pembelajaran jarak jauh. Hal serupa dikemukakan oleh Handarini & Wulandari (2020), bahwa pembelajaran daring merupakan suatu sistem pembelajaran yang dilakukan tidak biasa, yaitu bertatap muka secara virtual dengan memanfaatkan media digital untuk mempermudah proses pembelajaran jarak jauh. Beberapa media digital yang biasanya digunakan yaitu antara lain video, kelas virtual, pesan suara, email, dan video streaming online (Bilfaqih & Qomarudin, 2015).

Untuk mendukung kegiatan tersebut, selain melalui media formal masa modern ini sudah banyak tersedia aplikasi yang dapat memberikan video pembelajaran secara gratis, praktis dan menarik contohnya aplikasi TikTok. Dengan minat yang tinggi generasi milenial khususnya usia sekolah dan mahasiswa terhadap aplikasi TikTok, menyebabkan aplikasi TikTok sebagai salah satu alternatif media yang menarik dan interaktif bagi siswa dan mahasiswa dalam memahami pembelajaran lewat video singkat (Ardiyanti dkk, 2021). Mahasiswa dapat memanfaatkan video dari aplikasi TikTok sebagai bahan acuan

pembelajaran daring agar membantu meluruskan materi yang sebelumnya sulit untuk dipahami. Selain membantu menambah pengetahuan, aplikasi TikTok juga dapat mengembangkan kreativitas mahasiswa dalam membuat video (Luisandrith & Yanuartuti, 2020). Dengan begitu, mahasiswa juga dapat berkontribusi membuat dan membagikan video pembelajaran kepada masyarakat luas melalui aplikasi TikTok. Dengan kemampuan pengetahuan yang mumpuni sebagai mahasiswa, juga ide kreatif dapat diaplikasikan kedalam video pembelajaran yang menarik dan mudah dipahami selama pembelajaran daring. Hal berikut dapat dilakukan mahasiswa sebagai bentuk peran dalam meningkatkan pendidikan masyarakat.

H2: Pengaruh Aplikasi TikTok Terhadap Pembelajaran Daring



Gambar 1. Kerangka berpikir
Sumber: Olahan sendiri

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan data primer. Data yang diperoleh secara langsung dari pihak yang bersangkutan. Sampel penelitian adalah mahasiswa baik MNC University maupun mahasiswa di luar MNC University. Data penelitian dikumpulkan dengan menyebarkan kuesioner berupa pernyataan dengan skala likert 1- 4. Hasil kuesioner kemudian diolah menggunakan SPSS. Penelitian ini menggunakan variabel independen berupa aplikasi TikTok, sedangkan variabel dependennya yaitu ide bisnis dan pembelajaran daring.

HASIL DAN PEMBAHASAN

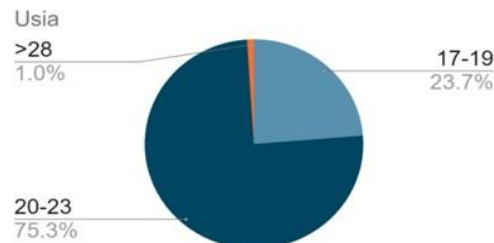
Deskripsi Data Penelitian

Penelitian ini menggunakan kuesioner sebagai alat mengambil data. Responden pada kuesioner berjumlah 106 responden. Kuesioner telah melalui uji validitas dan uji reliabilitas dengan nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,928

Analisis Identitas Responden

1. Berdasarkan Usia

Penulis menyertakan usia pilihan untuk mengisi identitas responden dengan skala, 17-19 tahun, 20-23 tahun, 26-28 tahun, dan >28 tahun. Berikut ini data responden yang diperoleh berdasarkan

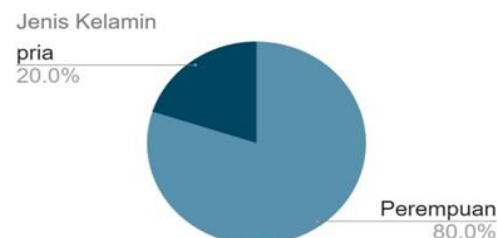


Gambar 2. Diagram identitas responden berdasarkan usia

Berdasarkan diagram diatas, responden terbanyak yang mengisi kuesioner penelitian ini adalah responden dengan rentang usia 20-23 tahun yaitu sebanyak 75,3%, diikuti oleh responden dengan rentang usia 17-19 tahun sebanyak 23,1%, dan terakhir rentang usia >28 tahun sebanyak 1%.

2. Berdasarkan Jenis Kelamin

Penulis juga menyertakan jenis kelamin untuk mengisi identitas responden pada data kuesioner, diantaranya adalah wanita dan pria.

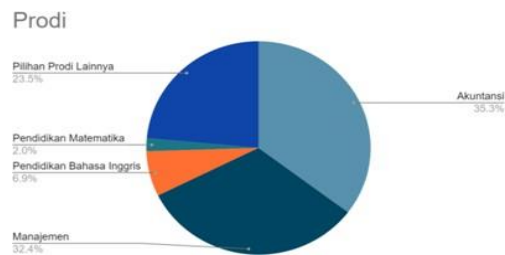


Gambar 3. Diagram identitas responden berdasarkan jenis kelamin

Berdasarkan diagram lingkaran diatas, maka penulis mendapatkan kesimpulan bahwa, mayoritas responden yang menanggapi kuesioner penelitian ini adalah responden perempuan, yaitu sebanyak 80%. Sedangkan persentase terendah oleh responden dari pria yaitu sebanyak 20%.

3. Berdasarkan Program Studi (Prodi)

Penulis mencantumkan prodi pilihan untuk mengisi identitas responden pada data kuesioner. Prodi pilihan dalam kuesioner penelitian ini antara lain: Akuntansi, Manajemen, Pendidikan Bahasa Inggris, Pendidikan Matematika, dan Pilihan Prodi Lain untuk responden diluar keempat prodi tersebut. Berikut data responden yang diperoleh berdasarkan Prodi.

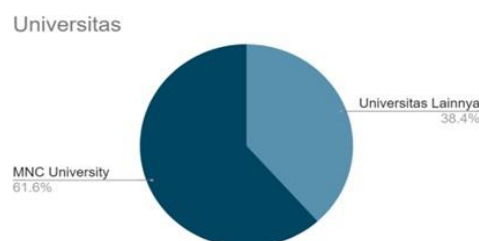


Gambar 4. Diagram identitas responden berdasarkan program studi

Berdasarkan diagram lingkaran diatas, maka penulis mendapatkan kesimpulan bahwa, mayoritas responden yang menanggapi kuesioner penelitian ini adalah responden yang berasal dari prodi Akuntansi, yaitu sebanyak 35,3%, diikuti oleh responden dari prodi Manajemen sebanyak 32,4%, diikuti oleh responden dari prodi pilihan lainnya sebanyak 23,5%, diikuti oleh responden dari prodi pendidikan bahasa inggris 6,9%. Sedangkan persentase terendah diikuti oleh responden dari prodi Matematika yaitu sebesar 2%.

4. Berdasarkan Universitas

Penulis mencantumkan Universitas pilihan untuk mengisi identitas responden pada data kuesioner. Universitas pilihan dalam kuesioner penelitian ini antara lain yaitu MNC University dan pilihan lain untuk responden. Pilihan lain dimaksudkan untuk mahasiswa dari luar MNC University. Berikut data responden yang diperoleh berdasarkan Universitas.



Gambar 5. Diagram identitas responden berdasarkan universitas

Berdasarkan diagram lingkaran tersebut, maka penulis mendapatkan kesimpulan bahwa, mayoritas responden yang menanggapi kuesioner penelitian ini adalah responden yang berasal dari MNC University, yaitu sebanyak 61,6%. Sedangkan persentase terendah merupakan responden dari Universitas lainnya yaitu sebanyak 38,4%.

Analisis Regresi

1. Uji T

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen secara terpisah terhadap variabel dependen (Tauke dkk, 2017). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 atau t hitung lebih besar dari t tabel, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Akan tetapi apabila nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 atau t hitung lebih kecil dari t tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Tabel 2. Uji T: Y1 (Ide Bisnis)

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(constant)	6.989	1.221		5.725	.000
	X1	.491	.066	.588	7.420	.000

Sumber: Olahan sendiri menggunakan SPSS

Rumus tabel $t = t(a/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 103) = 1,98326$

Dari pengujian tersebut, nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $7.420 > 1,98326$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan hipotesis 1 diterima yang berarti aplikasi TikTok memiliki pengaruh terhadap ide bisnis.

Aplikasi TikTok berpengaruh terhadap ide bisnis. Mahasiswa dapat menemukan ide bisnis melalui aplikasi tiktok. Aplikasi TikTok menyediakan konten video yang berisi ide bisnis kreatif yang beragam, sehingga memudahkan mahasiswa untuk menemukan ide bisnis. Mahasiswa juga dapat menyalurkan ide bisnis atau bahkan pengetahuan mengenai strategi bisnis agar kemudian bisa dimanfaatkan oleh masyarakat luas.

Tabel 3. Uji T: Y2 (Pembelajaran Daring)

Model		Unstandardized B	Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(constant)	4.773	.982		4.859	.000
	X1	.449	.053	.637	8.437	.000

Sumber: Olahan sendiri menggunakan SPSS

Rumus tabel $t = t(a/2 ; n-k-1) = t(0,025 ; 103) = 1,98326$

Dari pengujian tersebut, nilai t hitung lebih besar dari t tabel yaitu $8.437 > 1,98326$ dan nilai signifikansi lebih kecil dari $0,05$ yaitu $0,000 < 0,05$ sehingga dinyatakan hipotesis 2 diterima yang berarti aplikasi TikTok memiliki pengaruh terhadap pembelajaran daring.

Aplikasi TikTok memiliki pengaruh terhadap pembelajaran daring. Pernyataan ini sesuai dengan pernyataan Puspitasari (2021), dalam penelitiannya menyatakan bahwa Pembelajaran daring dengan memanfaatkan aplikasi tiktok memudahkan interaksi antara dosen dan mahasiswa secara langsung walaupun terdapat keterbatasan jarak. Melalui aplikasi Tiktok sebagai media pembelajaran daring, memungkinkan tersampainya materi pelajaran kepada mahasiswa melalui video.

2. Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) bertujuan untuk mengetahui besarnya variabel independen mempengaruhi variabel dependen (Ghozali, 2016). Hasil pengujian dapat dilihat dari nilai *R Square* untuk menunjukan pengaruh dari variabel independen terhadap masing-masing variabel dependen.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi: Y1 (Ide Bisnis)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate	Durbin -Waston
1	.588 ^a	.346	.340	3.719	1.972

Sumber: Olahan sendiri menggunakan SPSS

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai *R square* hasil penelitian pada variabel aplikasi tiktok menunjukan angka 0,346. Hal tersebut berarti variabel independen dalam penelitian ini yaitu aplikasi TikTok berpengaruh kepada ide bisnis sebagai variabel dependen (Y1) sebesar 34,6%.

Tabel 5. Hasil Uji Koefisien Determinasi: Y2 (Pembelajaran Daring)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error Of The Estimate	Durbin -Waston
1	.637 ^a	.406	.401	2.992	2.041

Sumber: Olahan sendiri menggunakan SPSS

Berdasarkan pada tabel diatas, nilai R square hasil penelitian pada variabel aplikasi tiktok menunjukan angka 0,406. Hal tersebut berarti variabel independen dalam penelitian ini yaitu aplikasi TikTok berpengaruh kepada pembelajaran daring sebagai variabel dependen (Y2) sebesar 40,6%.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan yang dapat diambil dari pembahasan tersebut yaitu aplikasi TikTok memiliki pengaruh terhadap ide bisnis dan pembelajaran daring. Dari banyaknya pengaruh ini, maka mahasiswa diharapkan bisa memanfaatkan aplikasi TikTok selain untuk menemukan ide bisnis dan mempermudah pembelajaran daring, mahasiswa juga perlu memberi manfaat terhadap orang lain dengan membuat konten TikTok terkait ide bisnis, strategi bisnis, serta materi pembelajaran. Karena dari hasil kuesioner pun mahasiswa masih kurang kontribusi dalam membuat konten TikTok terkait dengan pembelajaran daring dan ide bisnis.

Meskipun penulis menginginkan kesempurnaan dalam penyusunan tulisan ini akan tetapi penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam tulisan ini, serta memiliki banyak keterbatasan, sehingga tidak dapat mengulas secara luas. Maka untuk itu, penelitian selanjutnya dapat menambah variabel atau faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi ide bisnis dan pembelajaran daring agar pembahasan lebih luas dan menarik. Penelitian selanjutnya juga dapat menambahkan variabel independennya berupa aplikasi atau media yang lebih menarik untuk diteliti. Kemudian penelitian yang menggunakan kuesioner sebagai sampel ini juga tidak mampu mendapatkan responden sesuai target dengan hanya mendapatkan 106 responden sebagai sampel. Sehingga disarankan untuk penelitian selanjutnya dapat mengambil responden lebih banyak sebagai sampel untuk hasil yang lebih beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilian, D., Elita, Y., & Afriyati, V. (2019). Hubungan antara Penggunaan Aplikasi *Tiktok* dengan Perilaku Narsisme pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Jurnal Ilmiah BK*, 2(3), 220-228. https://ejournal.unib.ac.id/index.php/j_consilia
- Ardiyanti, H., Kustandi, C., Cahyadi, A., & Elihami. (2021). Efektivitas Model Pembelajaran Daring Berbasis TikTok. *JURNAL KOMUNIKASI PROFESIONAL*, 5(3), 285-293.
- Bilfaqih, Y., & Qomarudin, M. N. (2015). Esensi Pengembangan Pembelajaran Daring.

- Budiyanti, E. (2020). Dampak virus corona terhadap sektor perdagangan dan pariwisata Indonesia. *Info Singkat XII*,(4).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Cahyani, N. M., Indriyanto, E., & Masripah, S. (2016). Uji Validitas dan Reabilitas Terhadap Implementasi Aplikasi Penjualan dan Pembelian. *INFORMATION SYSTEM FOR EDUCATORS AND PROFESSIONALS: Journal of Information System*, 1(1), 21-34.
- Dini, C., Putri T, E. E., Izzah, N., & Puspitasari, Y. E. (2021). Penggunaan Video Berbasis Tiktok Pada Pembelajaran Era Masyarakat Digital.
- Fanaqi, C. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 105-130.
- Firmansyah, M. A., & Roosmawarni, A. (2019). *KEWIRAUSAHAAN (Dasar dan Konsep)*: Rafferty House.
- Handarini, O. I., & Wulandari, S. S., (2020). Pembelajaran Daring Sebagai Upaya Study From Home (SFH) Selama Pandemi Covid 19. *Jurnal Pendidikan Administrasi Perkantoran (JPAP)*. 8(3).
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan di Indonesia untuk Mencegah Covid-19. *CommuniVerse: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70-80. <https://doi.org/10.36341/cmv.v5i2.1278>.
- Janti, S. (2014). Analisis validitas dan reliabilitas dengan skala likert terhadap pengembangan si/ti dalam penentuan pengambilan keputusan penerapan strategic planning pada industri garmen. *PROSIDING SNAST*, 155-160.
- Kesuma, S., & Tamburian, D. (2021). Resepsi Remaja terhadap Konten @BotakTikTok di Media Sosial TikTok. *Koneksi*, 5(1).
- Luisandrih, D. R., & Yanuartuti, S. (2020). Interdisiplin: Pembelajaran Seni Tari Melalui Aplikasi TikTok Untuk Meningkatkan Kreativitas Anak. *Jurnal Seni Tari*, 9(2), 175-180.
- Massie, A. (2020). Kehadiran TikTok di Masa Pandemi (The Presence of TikTok in the Pandemic).
- Nasip, I., & Sudarmaji, E. (2017). Model Bisnis Kanvas: Alat Untuk Mengidentifikasi Peluang Bisnis Baru Bagi Pengusaha UKM Indonesia. In *1st National Conference on Business and Entrepreneurship*.
- Nasution, D. A. D., Erlina, E., & Muda, I. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap perekonomian Indonesia. *Jurnal Benefita*, 5(2), 212-224.
- Puspitasari, A. C. D. D. (2021) Aplikasi TikTok Sebagai Media Pembelajaran Jarak jauh pada Mahasiswa Universitas Indraprasta PGRI, *Jurnal*

Education. (7)3.

- Rohmah, D. S., Aina, R., & Prasetyo, D. T. (2021). APAKAH PEMBELAJARAN JARAK JAUH MEMICU TERJADINYA CULTURE SHOCK PADA PESERTA DIDIK? SEBUAH STUDI LITERATUR. *JKKP (Jurnal Kesejahteraan Keluarga dan Pendidikan)*, 8(02), 131-140.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. (2020). Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207-214. <http://dx.doi.org/10.24912/kn.v4i2.8093>
- Safitri, A. A., Ramadhany, A., & Irwansyah. (2021). Penerapan Teori Penetrasi Sosial pada Media Sosial: Pengaruh Pengungkapan Jati Diri melalui TikTok terhadap Penilaian Sosial. *Jurnal Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1) DOI:<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.180>
- Siahaan, M. (2020). Dampak pandemi Covid-19 terhadap dunia pendidikan. *Dampak Pandemi Covid-19 Terhadap Dunia Pendidikan*, 20(2).
- Syarifudin, A. S. (2020). Implementasi Pembelajaran Daring Untuk Meningkatkan Mutu Pendidikan Sebagai Dampak Diterapkannya Social Distancing. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia METALINGUA*, 5(1). DOI:<https://doi.org/10.21107/metalingua.v5i1.7072> .
- Tauke, P. Y., Murni, S., & Tulung, J. E. (2017). Pengaruh kinerja keuangan terhadap nilai perusahaan real estate and property yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia tahun 2012-2015. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 5(2).
- Wibowo, T., & Yudi, Y. (2021, September). Studi Penetrasi Aplikasi Media Sosial Tik-Tok Sebagai Media Pemasaran Digital: Studi Kasus Kota Batam. In *Conference on Business, Social Sciences and Technology (CoNeScINTech)*, 1 (1), 662-669).