

# Jurnal Teropong Pendidikan

Program Studi Magister Teknologi Pendidikan Universitas Pelita Harapan

<https://doi.org/10.19166/jtp.v5i1.9536>

## Pengaruh Penggunaan Media Sosial terhadap Kreativitas Peserta Didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi ESMOD Jakarta

Gavrielin Ginarid<sup>a</sup>, Risanti Intan Al Baluni<sup>b</sup>, Sesilia Fajar Handayani<sup>c</sup>

<sup>a</sup>Sekolah Lentera Harapan, Indonesia

<sup>b</sup>PT Penerbit Erlangga, Indonesia

<sup>c</sup>Universitas Pelita Harapan, Indonesia

\*Corresponding author e-mail: 01669230034@student.uph.edu

### ARTICLE INFO

DOI:10.19166/jtp.v5i1.9536

Article history:

Received:

4 March 2025

Accepted:

24 April 2025

Available online:

31 May 2025

Keywords:

Social Media, Instagram, Tiktok, Creativity

### ABSTRACT

Technological advancements have introduced the concept of 21st century learning that integrates technology to promote critical and creative thinking. Data shows that 167 million people in Indonesia use social media, with 41.9% aged 13-24 years old. This study aims to analyze the influence of social media use on students' creativity in learning and identify the most influential platforms, with a focus on Instagram and TikTok. This study uses quantitative research methods with correlation data analysis techniques, correlation coefficients, and categorization. This research uses an instrument in the form of a questionnaire that was distributed to 50 fashion design students at ESMOD Jakarta. The results show that the use of social media has a positive influence on the creative process of students, although the influence is very weak which can be seen from the beta coefficient ( $\beta$ ) value of 0.09 and the regression value of 0.13, as well as the low determination coefficient ( $R^2$ ) of 0.02. In addition, the results of the T-count value  $<$  the T-table ( $0.52 < 1.68$ ) show that there is not enough evidence to state that there is a significant difference in creativity between Instagram and TikTok users. So, it can be concluded that although social media has a very weak positive effect on students' creativity, there is no significant difference between Instagram and TikTok users. Both platforms contribute almost equally, and other factors may play a more significant role in boosting students' creativity.

## PENDAHULUAN

Perkembangan dunia yang begitu pesat khususnya dalam hal teknologi, mencetuskan sebuah konsep pembelajaran abad 21 yang menyesuaikan dengan generasi saat ini. Proses pembelajaran disesuaikan dengan keadaan dunia saat ini yang menghadapi tuntutan untuk mengintegrasikan teknologi dalam pendidikan, seperti keterampilan dalam berpikir kritis dan kreatif, kolaborasi, serta komunikasi (Thabroni, 2022). Pembelajaran seperti ini menciptakan pembelajaran yang lebih inklusif, dinamis serta relevan dengan perkembangan zaman yang terus berubah.

Keterampilan kreativitas berperan penting dalam menghadapi era globalisasi. Media sosial sebagai sarana komunikasi dan kolaborasi memiliki potensi yang kuat untuk memfasilitasi ekspresi kreatif peserta didik. Menciptakan konsep baru, mengimplementasikan ide-ide baru, atau membuat kombinasi baru merupakan contoh dari kreativitas yang dapat dikembangkan dalam satu *platform* secara bersamaan, yaitu media sosial (Tuto *et al.*, 2023). Kreatifitas dapat juga diartikan sebagai kemampuan untuk membuat konsep atau solusi yang unik dan berguna untuk situasi tertentu.

Berdasarkan data dari *We Are social*, sebanyak seratus enam puluh tujuh juta orang sampai Januari 2023 merupakan pengguna aktif media sosial yang juga setara dengan enam puluh koma empat persen jumlah populasi di Indonesia. Empat puluh satu koma Sembilan persen pengguna sosial media berumur tiga belas sampai dua puluh empat tahun dengan *Whatsapp*, Instagram, dan TikTok sebagai tiga besar favorit sosial media. Dari tiga *platform* tersebut, ditemukan bahwa dalam sebulan per-pengguna dapat menghabiskan waktu rata-rata dua puluh empat jam empat puluh tiga menit perbulan untuk ber-sosial media (Kemp, 2023). Dari sini dapat dilihat bahwa sosial media berkembang sangat pesat sehingga dapat digunakan sebagai alat untuk kolaborasi dan meningkatkan keterampilan kreativitas peserta didik. Sosial media juga memberikan kesempatan peserta didik ataupun penggunanya untuk saling berbagi pengetahuan secara kreatif ataupun belajar dari orang lain.

Dalam konteks tersebut, beberapa pertanyaan muncul, antara lain (1) Adakah pengaruh penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik dalam pembelajaran? (2) Sosial Media apa yang lebih berpengaruh dalam kreativitas peserta didik?

Selanjutnya, tujuan utama penulisan ini adalah untuk (1) Menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik dalam pembelajaran. (2) Mengidentifikasi sosial media apa yang memengaruhi proses kreativitas peserta didik.

Penelitian ini hanya membatasi pada *platform* Instagram dan Tiktok. Sehingga diharapkan nantinya hasil dari penelitian ini mampu mengintegrasikan teknologi media sosial dalam pembelajaran untuk mendukung kreativitas peserta didik, serta memberikan wawasan baru bagi praktisi pendidikan.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Kreatifitas*

Peranan media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari, termasuk dalam proses pendidikan. Media sosial tidak hanya mengubah cara kita berinteraksi dan berkomunikasi, tetapi juga membuka peluang-peluang baru untuk membantu peserta didik membangun kreatifitas mereka. Menurut Sardianah *et al.* (2021) kreativitas merupakan aktivitas mental karena berkaitan dengan pemahaman manusia terhadap lingkungannya secara terus menerus dengan penuh ketekunan dan kesabaran yang menghasilkan berbagai ide, temuan, cara-cara baru dan berbagai tindakan yang merupakan terobosan bagi suatu perubahan yang sangat bernilai dan bermakna bagi manusia dalam mengembangkan, mengatur, dan mengendalikan lingkungannya sehingga memberikan manfaat bagi kehidupan manusia dan lingkungannya.

Menurut Faradiba *et al.* (2022) dalam penelitiannya untuk *development* indikator

kreativitas di sekolah-sekolah Taiwan, mengatakan bahwa kreativitas di dalam sekolah seharusnya menjadi bagian dari isi kurikulum dan etos pendidikan sehingga mendorong peserta didik untuk belajar dan berkreasi, selain itu juga mendorong kemampuan kreatif dan imajinatif mereka. Diharapkan bahwa paradigma bergeser dari yang berpusat pada guru ke pendekatan yang berpusat pada peserta didik. Beberapa indikator kreativitas yang akan dipakai dalam penelitian yang dilakukan oleh Faradiba *et al.* (2022) menjadi salah satu acuan dalam penelitian ini antara lain; bagaimana peserta didik mengalami proses menciptakan dan percaya bahwa mereka memiliki otentik untuk berkreasi dan bagaimana berbagi ide atau kolaborasi dengan orang lain.

Kreativitas merupakan dasar proses berpikir untuk mengembangkan atau menemukan sebuah ide atau hasil yang asli (orisinil), estetis, konstruktif yang berhubungan dengan perspektif. Konsep-konsep ini menekankan pada aspek berpikir intuitif dan rasional, terutama ketika menggunakan informasi dan sumber daya untuk memunculkan atau menjelaskan perspektif dari pemikir aslinya (Situmorang *et al.*, 2020). Menurut Mulia & Rahayu (2023) kreativitas timbul dari penggabungan berbagai jenis pemikiran, seperti pemikiran divergen, konvergen, dan evaluatif. Gabungan ini tercermin dalam kemampuan untuk menyatukan, menganalisis, dan mengaplikasikan informasi yang beragam untuk menyelesaikan masalah. Oleh karena itu, kreativitas dapat dikenali melalui kemampuan untuk beradaptasi, menyampaikan ide dengan lancar, dan menghasilkan sesuatu yang baru serta tanggap terhadap situasi yang penuh dengan tantangan.

Pada penelitian Mulia & Rahayu (2023) terdapat beberapa tanda kreativitas meliputi:

- a. *Flexibility*, yang mengacu pada kemampuan untuk menyusun berbagai kombinasi informasi yang berbeda-beda dan menggabungkannya menjadi solusi alternatif atau ide baru.
- b. *Fluency*, yang merujuk pada kemampuan untuk menghasilkan hasil dari berbagai alternatif yang digunakan dalam menyelesaikan masalah.
- c. *Originality*, yang menggambarkan kemampuan untuk menciptakan transformasi informasi yang orisinal dan relevan dengan pemecahan masalah yang belum pernah dilakukan sebelumnya.
- d. *Elaboration*, yang merupakan proses memperluas informasi yang ada untuk menciptakan sesuatu yang baru berdasarkan fondasi yang telah ada sebelumnya.
- e. *Sensitivity*, yang mencakup kemampuan untuk mengevaluasi ketidaksesuaian atau perbedaan yang ada, dan menggunakan hasil evaluasi tersebut untuk melakukan penyesuaian dan perbaikan.

### **Media Sosial**

Media Sosial adalah sarana komunikasi dan informasi di *platform web* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengemukakan ide. Meskipun memerlukan koneksi internet, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan, terutama di kalangan pelajar dan generasi muda yang ingin tetap terhubung dengan perkembangan zaman (Syifa *et al.*, 2023). Media sosial mencakup berbagai bentuk seperti *blog*, jejaring sosial, wiki, dan forum, yang memungkinkan partisipasi aktif dari pengguna dalam menciptakan konten.

Perssela *et al.* (2022) menyatakan bahwa media sosial adalah *platform online* yang mendukung interaksi sosial dan memfasilitasi dialog interaktif melalui teknologi *web*. Ini memungkinkan pengguna untuk merepresentasikan diri mereka sendiri, berinteraksi dengan orang lain, berbagi informasi, dan membangun hubungan sosial secara virtual. Selain itu, Perssela *et al.* (2022) menyebutkan salah satu ciri khas media sosial adalah terbukanya dialog antara pengguna.

Secara keseluruhan, media sosial merupakan *medium online* yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi melalui *web*. Dalam konteks pendidikan, media sosial dapat menjadi alat pembelajaran, sumber belajar, dan sarana komunikasi yang meningkatkan kemampuan peserta didik. Budiman (2022) menyatakan bahwa

pemanfaatan media sosial dalam pendidikan dapat membentuk komunitas belajar yang aktif dan memberikan pengalaman yang berharga untuk masa depan peserta didik.

Beberapa media sosial yang akan menjadi acuan dalam penelitian ini, antara lain;

#### 1. Instagram

Penggunaan Instagram secara keseluruhan telah mengalami pertumbuhan yang signifikan sejak tahun 2014, meningkat dari dua ratus juta menjadi lebih dari satu koma tiga miliar pengguna aktif (Statista, 2021). Instagram merupakan *platform* jejaring sosial yang dimiliki oleh Meta, perusahaan yang juga memiliki *Facebook* dan *WhatsApp*. Pengguna Instagram memiliki kemampuan untuk mengedit konten foto dan video dengan beragam filter, dan mereka dapat membuat postingan dengan teks hingga dua ribu dua ratus karakter. *Platform* ini memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan pribadi, menggunakan *hashtag* yang dapat dicari, dan membagikan cerita yang dapat diakses oleh orang lain untuk sementara waktu. Melalui pesan, postingan, dan cerita, pengguna dapat berkomunikasi dengan berbagai cara melalui *platform* ini. Peserta didik menghabiskan lebih banyak waktu per hari di IG, dibandingkan dengan media sosial lainnya (Budenz *et al.*, 2022).

Instagram sangat bagus untuk menampilkan produk-produk fesyen secara visual dengan menggunakan konten yang menarik dan menyenangkan (Veranita *et al.*, 2021). Berbagai format dan fitur ada di Instagram untuk mendorong kreativitas dalam posting. Maka dari itu, konten yang diunggah ke Instagram dianggap lebih kreatif daripada konten yang diunggah ke jaringan sosial lainnya (Veranita *et al.*, 2021).

Beberapa Fitur yang dapat dijadikan instrumen dalam penelitian ini, antara lain:

##### a. *Instagram Stories*

Fitur *Stories* memungkinkan pengguna untuk berbagi konten sementara dalam bentuk foto atau video selama dua puluh empat jam. Peserta didik dapat menggunakan *Stories* untuk memamerkan proses kreatif mereka, memberikan *sneak peek* ke dalam karya mereka, atau mengadakan jajak pendapat tentang desain tertentu.

##### b. IGTV (*Instagram TV*)

IGTV memungkinkan pengguna untuk mengunggah video dengan durasi yang lebih panjang, yang dapat digunakan peserta didik untuk berbagi tutorial, *behind-the-scenes* dari proses desain, atau presentasi proyek-proyek kreatif mereka secara lebih mendalam.

##### c. *Instagram Live*

Fitur *Live* memungkinkan pengguna untuk melakukan siaran langsung, yang dapat digunakan peserta didik untuk mengadakan sesi tanya jawab, *workshop* kreatif, atau demonstrasi desain langsung kepada audiens mereka.

##### d. *Hashtag*

Penggunaan *hashtag* dapat membantu peserta didik untuk menjangkau khalayak yang lebih luas dengan karya-karya mereka. Selain itu, mereka juga dapat mencari inspirasi atau menemukan komunitas desainer fesyen lainnya dengan menggunakan *hashtag* yang relevan.

##### e. *Explore Page*

Halaman Jelajah (*Explore Page*) Instagram menampilkan konten yang dipersonalisasi berdasarkan minat dan aktivitas pengguna. Peserta didik dapat menggunakan fitur ini untuk menemukan karya-karya kreatif terbaru dari desainer fesyen lainnya atau mendapatkan inspirasi dari tren terbaru dalam industri mode.

##### f. *Direct Messaging*

Fitur *Direct Messaging* memungkinkan interaksi pribadi antara pengguna Instagram. Peserta didik dapat menggunakan fitur ini untuk berkolaborasi dengan sesama desainer, bertukar ide, atau meminta umpan balik tentang karya mereka.

##### g. *Shopping Tags*

Fitur *Shopping Tags* memungkinkan pengguna untuk menandai produk dalam postingan mereka dan mengarahkan pengikut langsung ke halaman pembelian. Peserta didik dapat menggunakan fitur ini untuk mempromosikan dan menjual karya desain fesyen mereka sendiri.

## 2. Tiktok

Menurut Putra & Junita (2024) TikTok adalah *platform* media sosial yang sedang berkembang dengan cepat. *Platform* ini memanfaatkan format video, audio, dan teks untuk menyajikan konten. *Platform* ini menawarkan berbagai fitur yang menekankan potensi interaksi sosial dan penyebaran informasi. Salah satu fitur unik yang ditawarkan oleh TikTok adalah "*For You Page*" (FYP), yang merupakan video-video yang disusun secara algoritmik dan disesuaikan dengan minat pengguna (Sangadji *et al.*, 2024). Fitur-fitur yang ada di dalam Tiktok antara lain:

### a. *Video Editing Tools*

TikTok menyediakan berbagai alat pengeditan video yang memungkinkan pengguna untuk membuat konten kreatif dengan mudah. Fitur-fitur seperti efek khusus, filter, dan alat pengeditan yang intuitif dapat memengaruhi kemampuan peserta didik dalam menghasilkan konten kreatif.

### b. *Challenges and Hashtag Challenges*

TikTok seringkali memiliki tantangan kreatif (*challenges*) yang memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam membuat konten sesuai dengan tema tertentu. Ini bisa menjadi sumber inspirasi bagi peserta didik untuk menciptakan karya desain fesyen yang inovatif dan kreatif.

### c. *Explore Page*

Halaman jelajah (*Explore Page*) TikTok menampilkan konten yang *trending* dan populer. Peserta didik dapat menggunakan fitur ini untuk mencari inspirasi dari karya-karya kreatif pengguna TikTok lainnya, yang mungkin dapat mendorong mereka untuk bereksperimen dengan ide-ide baru dalam desain fesyen.

### d. Interaksi Sosial

TikTok memungkinkan interaksi sosial yang aktif melalui komentar, *like*, dan berbagi konten. Diskusi dan umpan balik dari sesama pengguna dapat membantu peserta didik dalam memperluas wawasan mereka, mendapatkan masukan, dan memperbaiki karya desain fesyen mereka.

### e. *Trending Song and Sounds*

TikTok sering kali memiliki lagu-lagu dan suara yang sedang tren, yang sering digunakan dalam konten-konten kreatif. Penggunaan musik dan suara yang tepat dapat meningkatkan daya tarik dan kualitas karya desain fesyen yang dibuat oleh peserta didik.

## METODE

### *Jenis Penelitian*

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif, data dikumpulkan dalam bentuk angka atau kata-kata yang kemudian diubah menjadi data numerik. Data numerik ini kemudian dianalisis secara statistik untuk menghasilkan informasi yang signifikan di balik data tersebut (Ali, 2022). Penulis ingin meneliti hubungan antara penggunaan sosial media TikTok dan Instagram dengan tingkat kreativitas peserta didik.

### *Subjek Penelitian*

Subjek penelitian ini adalah peserta didik Fesyen Desain dan Kreasi angkatan 2021 ESMOD Jakarta. Dalam satu angkatan tersebut, terdapat lima puluh peserta didik yang akan menjadi populasi dan sampel penelitian.

### Data dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Sumber data primer dari penelitian ini adalah peserta didik Fesyen Desain dan Kreasi angkatan 2021 ESMOD Jakarta. Adapun data yang diperoleh dari peserta didik adalah skor kreatifitas yang diambil melalui angket kuesioner melalui *google form*.

Data Sekunder untuk penelitian ini terdiri dari: buku-buku terkait dengan kreatifitas dan sosial media, artikel ilmiah, jurnal, maupun arsip-arsip pendukung lainnya.

### Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2021), instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen ini berfungsi untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data di mana peneliti memberikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis yang harus dijawab oleh responden (Sugiyono, 2021).

Untuk mengukur kreatifitas dan sosial media apa yang lebih berpengaruh terhadap kreativitas tersebut, peneliti menggunakan teori kreatifitas yang mengacu pada teori *Guilford*.

**Tabel 1.** Kuesioner (Pengaruh Sosial Media Terhadap Kreativitas)

Indikator	Pertanyaan
<i>Flexibility</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa mudah untuk menggabungkan berbagai informasi menjadi ide baru saat menggunakan media sosial.</li> <li>2. Saya merasa bahwa media sosial memperluas cara saya berpikir dalam mencari solusi.</li> <li>3. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih fleksibel dalam menyelesaikan masalah.</li> <li>4. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk beradaptasi dengan situasi baru dalam pembelajaran.</li> </ol>
<i>Fluency</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk menghasilkan lebih banyak ide dalam pembelajaran.</li> <li>2. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk menciptakan berbagai alternatif solusi.</li> <li>3. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih cepat dalam menyelesaikan masalah.</li> <li>4. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk berpikir cepat dalam mencari solusi.</li> <li>5. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih efisien dalam pembelajaran.</li> </ol>
<i>Originality</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk menciptakan ide-ide orisinal dalam pembelajaran.</li> <li>2. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk menciptakan solusi unik yang belum pernah ada sebelumnya.</li> <li>3. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih kreatif dalam mencari solusi.</li> <li>4. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk berpikir di luar kotak.</li> <li>6. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dalam pembelajaran.</li> </ol>
<i>Elaboration</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk memperluas informasi yang saya miliki.</li> <li>2. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk menciptakan sesuatu yang baru berdasarkan informasi yang sudah ada.</li> <li>3. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih detail dalam mengeksplorasi ide.</li> <li>4. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk lebih</li> </ol>

	<p>mendalam dalam memahami materi.</p> <p>7. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih sistematis dalam mengeksplorasi ide.</p>
<i>Originality</i>	<p>1. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk menciptakan ide-ide orisinal dalam pembelajaran.</p> <p>2. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk menciptakan solusi unik yang belum pernah ada sebelumnya.</p> <p>3. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih kreatif dalam mencari solusi.</p> <p>4. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk berpikir di luar kotak.</p> <p>5. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk menciptakan sesuatu yang baru dan berbeda dalam pembelajaran.</p>
<i>Elaboration</i>	<p>1. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk memperluas informasi yang saya miliki.</p> <p>2. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk menciptakan sesuatu yang baru berdasarkan informasi yang sudah ada.</p> <p>3. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih detail dalam mengeksplorasi ide.</p> <p>4. Saya merasa bahwa media sosial memengaruhi kemampuan saya untuk lebih mendalam dalam memahami materi.</p> <p>5. Saya merasa bahwa media sosial membantu saya untuk lebih sistematis dalam mengeksplorasi ide.</p>

### ***Teknik Pengambilan Data***

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh media sosial terhadap kreativitas peserta didik fesyen desain. Populasi penelitian adalah lima puluh orang peserta didik fesyen desain di ESMOD Jakarta. Populasi tersebut juga merupakan *sample* penelitian. Teknik pengambilan data yang digunakan adalah kuesioner dengan menggunakan *google form*. Kuesioner atau angket merupakan metode pengumpulan data di mana peneliti menyajikan daftar pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab (Sugiyono, 2021). Pengukuran dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* karena skala *likert* digunakan untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang sebuah fenomena sosial yang sedang terjadi (Sutedja & Ahmaddien, 2020).

### ***Uji Validitas***

Validitas penelitian ini akan diuji dengan menggunakan pendekatan *convergent* dan *divergent*. Pendekatan *convergent* digunakan untuk memastikan bahwa variabel yang diukur dalam penelitian ini benar-benar mengukur konstruk yang dimaksud, yaitu pengaruh penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Desain dan Kreasi Fesyen. Sebagai contoh, kita akan memastikan bahwa pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner yang berkaitan dengan penggunaan media sosial benar-benar merepresentasikan kegiatan yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dalam konteks pembelajaran di jurusan tersebut. Sementara itu, pendekatan *divergent* akan digunakan untuk memeriksa bahwa variabel-variabel yang tidak seharusnya berkorelasi dengan konstruk yang diukur dalam penelitian ini, seperti faktor-faktor luar yang memang tidak berkorelasi (Sutedja & Ahmaddien, 2020).

### ***Hipotesis***

Hipotesis untuk penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

H1: Terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi.

- Hipotesis Nol (H0): tidak ada pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi.
- Hipotesis Alternatif (Ha1): terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi.

H2: Ada perbedaan peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi antara pengguna Instagram dibandingkan dengan pengguna media sosial Tiktok.

- Hipotesis Nol (H0): Tidak ada perbedaan mean kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi antara pengguna Instagram dibandingkan dengan pengguna media sosial Tiktok.
- Hipotesis Alternatif (Ha2): Mean kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi lebih besar pengguna Instagram dibanding dengan pengguna media sosial TikTok.

### ***Variabel Penelitian***

Variabel yang diteliti merupakan variabel yang menentukan anggapan dasar pada penelitian ini. Menurut Sugiyono (2021) Adapun variabel – variabel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- Variabel bebas: Variabel bebas dalam penelitian ini adalah penggunaan media sosial Instagram dan Tiktok
- Variabel terikat: Variabel terikat dapat diartikan sebagai variabel tergantung, yang mana pengertiannya adalah merupakan hasil dari perhitungan data yang dipergunakan untuk membuktikan anggapan dasar, yaitu kreativitas peserta didik.

### ***Teknik Analisis Data***

Analisis data adalah proses mengolah data dan informasi untuk tujuan penelitian, yang kemudian akan digunakan sebagai informasi atau hasil penelitian. Analisis data dilakukan untuk memastikan bahwa data yang dikumpulkan valid, sehingga proses selanjutnya lebih mudah. Penelitian ini adalah penelitian korelasi untuk mencari ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa eratnya hubungan serta berarti atau tidak hubungan itu. Semua sampel yang dipilih diukur mengenai kedua variabel yang diteliti, kemudian sama-sama dicari koefisien korelasinya.

Menurut Hamzah (2021) koefisien korelasi adalah suatu alat statistik, yang dapat digunakan untuk membandingkan hasil pengukuran dua variabel yang berbeda agar dapat menentukan tingkat hubungan antara variabel-variabel ini untuk menghitung besarnya korelasi kita menggunakan statistik yang dapat digunakan untuk menghitung antara dua variabel atau lebih variabel.

Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi digunakan kategorisasi berdasarkan model distribusi normal. Adapun kategori penilaian dari setiap variabel adalah sebagai berikut:

**Tabel 2.** Kategori Penilaian

<b>Klasifikasi</b>	<b>Skor</b>
Tinggi	$X \geq (M + 1,0 SD)$
Sedang	$(M - 1,0 SD) \leq X < (M + 1,0 SD)$
Rendah	$X < (M - 1,0 SD)$

Mencari terlebih dahulu perhitungan rata-rata skor kelompok (M) dan deviasi standar kelompok (SD), selanjutnya masuk pada perhitungan klasifikasi.

Menghitung nilai Standar Deviasi (SD):

$$SD = \frac{\sqrt{\sum fx^2 - (\sum fx)^2}}{N - 1}$$

SD : Standar Deviasi  
 x : Skor x  
 N : Jumlah responden

$$M = \frac{\sum x}{N}$$

Menghitung Mean (M):

M : Mean  
 N : Jumlah Total  
 x : Banyaknya nomor pada variabel x

Menghitung persentase. Perhitungan ini digunakan untuk menghitung jumlah persentase subyek dalam kategori tinggi, sedang dan rendah.

$$P = \frac{f}{n} \times 100\%$$

P : Angka persentase  
 f : Frekuensi  
 n : Jumlah frekuensi

Selanjutnya untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan pengaruh penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi, menggunakan analisis *product moment*. Analisis korelasi digunakan untuk menjelaskan kekuatan hubungan antara dua variabel.

Dengan perhitungan sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\frac{\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{N}}{\sqrt{\left\{\frac{\sum x^2 - (\sum x)^2}{N}\right\} \left\{\frac{\sum y^2 - (\sum y)^2}{N}\right\}}}$$

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi antara x dan y  
 N : Jumlah Subyek  
 x : Skor *item*  
 y : Skor total  
 $\sum x$  : Jumlah skor item  
 $\sum y$  : Jumlah skor total  
 $\sum x^2$  : Jumlah kuadrat skor item  
 $\sum y^2$  : Jumlah Kuadrat skor total

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Deskripsi Data

Penelitian ini dilakukan selama satu hari pada tanggal 26 April 2024 dengan

menggunakan media *google form* yang disebar kepada lima puluh responden siswa ESMOD Jakarta, dimana ada dua kelompok responden, dua puluh lima siswa pengguna tiktok dan dua puluh lima siswa pengguna instagram. Semua responden berjenis kelamin wanita, yang terdiri dari tiga angkatan 2021, 2022, dan 2023.

### ***Deskripsi Data Social Media***

#### ***Deskripsi Data Tiktok***

Berdasarkan data yang diperoleh dari dua lima responden, setelah analisis dengan nilai *rmean* enam puluh lima koma dua belas dan standar deviasi delapan koma lima empat, uji *chi square* digunakan untuk menguji hipotesis bahwa data berdistribusi normal ( $H_0$ ). Dengan nilai *chi-square* yang dihitung sebesar sebelas koma tujuh dengan interval kelas 5, hasil menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak melebihi nilai kritis tabel *chi-square* pada tingkat signifikansi yang ditentukan (Ali, 2022).

#### ***Deskripsi Data Instagram***

Dari dua puluh lima responden yang menggunakan Instagram, ditemukan hasil *mean* atau rata-rata enam puluh enam koma tiga enam dan standar deviasi delapan koma dua sembilan. Pengujian normalitas yang dilakukan dengan *chi square* menghasilkan nilai sembilan koma empat delapan dengan kelas interval 5, menunjukkan bahwa nilai tersebut tidak melebihi nilai kritis dari tabel *chi square* (Ali, 2022) sehingga hipotesis nol diterima, yang mana ini menunjukkan bahwa data pengguna instagram berpengaruh terhadap kreativitas penggunanya.

### ***Deskripsi Data Kreativitas***

#### ***Uji Validitas & Reliabilitas***

Pada uji validitas dan reliabilitas kami mengkaji pengaruh penggunaan media sosial terhadap kreativitas menggunakan empat indikator kreativitas: fleksibilitas, kemahiran, originalitas, dan elaborasi. Hasil analisis menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini valid dan reliabel, dengan *cronbach's alpha* nol koma delapan tujuh. Instrumen ini mampu menjelaskan enam puluh sembilan koma tujuh sembilan persen dari total varian kreativitas, menunjukkan kemampuan yang baik dalam mengukur aspek-aspek utama kreativitas. Hal ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan konsisten dan dapat dipercaya, sehingga dapat diandalkan untuk menyimpulkan pengaruh penggunaan media sosial terhadap kreativitas peserta didik di ESMOD Jakarta.

#### ***Uji Normalitas***

Berdasarkan hasil uji normalitas terhadap empat indikator penelitian terdistribusi normal, dengan nilai P dari uji normalitas lebih besar dari nol koma lima. Hasil ini mengindikasikan bahwa distribusi data tidak menyimpang signifikan dari distribusi normal, sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Dengan demikian, data yang diperoleh memenuhi syarat untuk analisis statistik parametrik, yang memungkinkan penggunaan metode regresi linear dan uji korelasi *pearson* untuk menguji hubungan antara penggunaan media sosial dan kreativitas peserta didik.

#### ***Uji Heteroskedastisitas***

Hasil pengujian heteroskedastisitas menunjukkan bahwa statistik F bernilai nol, yang lebih kecil dari nilai F kritis sebesar dua koma tujuh empat. Hal ini menunjukkan ketiadaan heteroskedastisitas pada data yang diberikan. Oleh karena itu, data yang digunakan memiliki kesalahan residual yang konstan, menekankan keseragaman dan memenuhi asumsi homoskedastisitas.

### **Uji Analisis Regresi**

Uji regresi antara penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas ditemukan adanya perubahan sebesar melalui nilai koefisien *beta* ( $\beta$ ) sebesar nol koma sembilan. Hal ini menunjukkan bahwa adanya perubahan yang terjadi pada kedua variabel tersebut. Sedangkan, nilai R sebagai koefisien korelasi dalam analisis regresi bernilai nol koma tiga belas yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif terhadap proses kreativitas walau signifikansinya sangat lemah karena hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai nol koma dua dalam hubungan tersebut. Dari hasil analisis regresi, dapat disimpulkan bahwa meskipun penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap proses kreativitas, pengaruh tersebut sangat lemah dan hampir tidak signifikan.

### **Uji Mean**

Hasil uji *mean* yang menguji hasil perbedaan antara sampel ( $\mu$ ) dan nilai nol menunjukkan bahwa  $T_{hitung}$  lebih kecil dari  $T_{tabel}$ , yang dapat dilihat dari tabel, sehingga ini mengindikasikan bahwa tidak cukup bukti untuk menyatakan bahwa rata-rata sample secara signifikan lebih besar dari nol.

$T_{hitung} : 0.52$	$T_{tabel} : 1.68$
---------------------	--------------------

### **Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melakukan uji korelasi pearson untuk mengetahui hubungan antara sosial media dengan kreativitas siswa.

#### **H1. Pengaruh penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi.**

Berdasarkan hasil pengujian, pada hipotesis ini H1 terbukti berpengaruh positif karena R *pearson* nol koma delapan satu lebih besar dari  $R_{tabel}$  (nol koma dua delapan) sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi.

#### **H2. Ada perbedaan peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi antara pengguna Instagram dibandingkan dengan pengguna media sosial Tiktok.**

Pada hipotesa ini tidak terbukti karena uji *mean* hasilnya sama dan tidak ada perbedaan, sehingga tidak ada bukti yang cukup untuk menyatakan perbedaan signifikan antara kedua kelompok yang diuji. Dapat dilihat dari  $T_{hitung}$  nol koma lima dua yang lebih rendah dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu satu koma enam delapan, sehingga tidak cukup bukti untuk menyatakan bahwa rata-rata kreativitas siswa yang menggunakan Instagram secara signifikan lebih besar daripada yang menggunakan Tiktok.

### **Pembahasan**

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik dalam pembelajaran dan mengidentifikasi sosial media apa yang memengaruhi proses kreativitas peserta didik. Berdasarkan hasil pengolahan data dan hasil pengujian yang telah dilakukan.

1. Adanya pengaruh positif signifikan antara penggunaan media sosial terhadap proses kreativitas peserta didik di Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi.

Dari hasil penelitian dan hitungan diatas menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang positif antara media sosial dan proses kreativitas siswa. Terlihat dari nilai koefisien *beta* ( $\beta$ ) sebesar nol koma sembilan dan nilai regresi sebesar nol koma tiga belas yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh yang positif terhadap proses kreativitas

walaupun signifikansinya sangat lemah karena hasil koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang memiliki nilai nol koma dua dalam hubungan tersebut. Hal ini mungkin saja terjadi karena lingkungan belajar, metode pengajaran, bakat individu, dan dukungan sosial mungkin memiliki pengaruh yang jauh lebih besar dibandingkan dengan penggunaan media sosial dan perlu upaya lain yang mungkin lebih efektif untuk meningkatkan kreativitas siswa.

2. Tidak ada bukti yang cukup untuk menyatakan perbedaan signifikan antara kedua kelompok pengguna Instagram maupun Tiktok.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan tidak ada bukti yang cukup untuk menyatakan adanya perbedaan signifikan antara kedua kelompok pengguna Instagram maupun Tiktok. Nilai  $T_{hitung}$  nol koma lima dua yang lebih rendah dari nilai  $T_{tabel}$  yaitu satu koma enam delapan. Hal ini mungkin terjadi karena fitur-fitur yang ditawarkan oleh keduanya memiliki kesamaan dalam memicu inspirasi dan kreativitas. Tidak ada perbedaan yang signifikan pula dalam hal menampilkan konten sejenis seperti tren mode, tutorial design maupun inspirasi kreatif.

### ***Keterbatasan Penelitian***

Terdapat beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain:

1. Penelitian ini sulit untuk digeneralisasikan ke populasi yang lebih luas karena hanya berfokus pada siswa di jurusan Fesyen Desain dan Kreasi, sehingga hasilnya akan berbeda jika diterapkan pada latar belakang maupun minat yang berbeda.
2. Metode pengumpulan data yang hanya melalui survei dirasa tidak cukup mendalam dan memadai untuk menggali informasi menyeluruh.
3. Instrumen yang digunakan untuk mengukur kreativitas maupun pengguna media sosial dirasa tidak cukup sensitif untuk memberikan perbedaan yang mencerminkan konsep kreativitas ataupun pengguna media sosial.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Kesimpulan ini diharapkan dapat merangkum esensi dari analisis yang telah dilakukan, memberikan gambaran jelas tentang pencapaian dan temuan utama, serta mengarahkan pandangan kita ke langkah-langkah selanjutnya yang perlu diambil. Dengan demikian, kita dapat melihat keseluruhan gambaran secara lebih utuh dan mendalam, serta memahami implikasi dari setiap poin yang telah dibahas.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan beberapa hal berikut ini:

1. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh positif terhadap proses kreativitas siswa, meskipun pengaruhnya sangat lemah. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien *beta* ( $\beta$ ) sebesar nol koma sembilan dan nilai regresi sebesar nol koma tiga belas, serta koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang rendah sebesar nol koma dua.
2. Didapat hasil nilai  $T_{hitung} < T_{tabel}$  (nol koma lima dua lebih kecil satu koma enam delapan). Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada bukti yang cukup untuk menyatakan adanya perbedaan signifikan dalam kreativitas antara pengguna Instagram dan pengguna Tik Tok.

Meskipun media sosial dapat sedikit mendorong kreativitas, kedua *platform* media sosial tersebut memberikan kontribusi yang hampir sama, dan faktor-faktor lain mungkin lebih berpengaruh dalam meningkatkan kreativitas siswa.

### ***Implikasi***

Kesimpulan penelitian ini menghasilkan beberapa implikasi penting dalam konteks pendidikan dan penggunaan media sosial:

- a. Pengembangan kurikulum dan lingkungan belajar yang mendukung:  
Karena pengaruh media sosial hasilnya tidak terlalu signifikan terhadap kreativitas siswa, pendidik harus berkonsentrasi pada aspek lain yang lebih penting meliputi: metode pengajaran yang kreatif, lingkungan belajar yang lebih mendukung baik sekolah maupun rumah, dan pengembangan minat bakat siswa. Institusi pendidikan harus menciptakan lingkungan yang mendukung kerja tim dan kreativitas, baik melalui aktivitas ekstrakurikuler maupun pendekatan pembelajaran yang holistik, yang menggabungkan berbagai sumber di luar media sosial sebagai sumber inspirasi.
- b. Penelitian lanjutan dan pemanfaatan media sosial:  
Media sosial dapat membantu kreativitas, tetapi harus digunakan dengan hati-hati dan tidak menjadi satu-satunya sumber inspirasi. Untuk mendorong kreativitas siswa dan guru, mereka harus melihat dan memanfaatkan berbagai sumber belajar yang ada. Penelitian lebih lanjut diperlukan untuk menentukan aspek lain yang lebih besar yang memengaruhi kreativitas siswa, ini termasuk pendekatan pengajaran, lingkungan keluarga, dan partisipasi dalam kegiatan ekstrakurikuler.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi dari penelitian ini, terdapat beberapa rekomendasi yang dapat diadopsi untuk meningkatkan kreativitas siswa pada Jurusan Fesyen Desain dan Kreasi. Meskipun media sosial memiliki sedikit pengaruh positif, ada faktor-faktor lain yang lebih signifikan yang perlu diperhatikan. Berikut adalah beberapa saran yang lebih terperinci untuk membantu pendidik, pengembang kurikulum, dan peneliti dalam meningkatkan proses pembelajaran dan pengembangan kreativitas siswa.

- a. Adopsi metode pembelajaran inovatif:  
Pendidik diharapkan dapat menggunakan pendekatan pembelajaran yang mendorong kreativitas, misalnya pembelajaran berbasis proyek dan pembelajaran kolaboratif. Meningkatkan keterampilan pemecahan masalah dan berpikir kreatif dengan melakukan kolaborasi kelompok pada proyek-proyek pembelajaran.
- b. Sumber yang beragam dalam pengembangan kurikulum:  
Pengembang kurikulum harus memasukkan berbagai sumber inspirasi ke dalam proses belajar mengajar. Selain media sosial, sumber daya seperti literatur, seni, teknologi, dan aktivitas ekstrakurikuler bisa ditambahkan untuk meningkatkan pengalaman belajar dan mendorong kreativitas siswa.
- c. Penggunaan media sosial yang bijak dan seimbang:  
Pendidik dan siswa diharapkan dapat menggunakan media sosial secara bijak dan seimbang. Media sosial harus digunakan sebagai salah satu dari berbagai alat teknologi pendidikan untuk mencari inspirasi. Pendidik juga harus memberikan pedoman untuk menggunakan media sosial secara efektif tanpa mengabaikan sumber inspirasi lain.
- d. Penelitian lanjutan untuk menentukan faktor-faktor signifikan:  
Penelitian lebih lanjut perlu dilakukan untuk mengidentifikasi aspek-aspek tambahan yang berkontribusi pada peningkatan kreativitas siswa. Apakah lingkungan keluarga, lingkungan sekolah, berpartisipasi dalam komunitas kreatif, dan aktivitas ekstrakurikuler.

### **REFERENSI**

- Ali, M. M. (2022). Metodologi penelitian kuantitatif dan penerapannya dalam penelitian. *JPIB: Jurnal Penelitian Ibnu Rusyd*, 1(2), 1–5. <https://ojs.stai-ibnurusyd.ac.id/index.php/jpib/article/view/86>

- Budenz, A., Klassen, A., Purtle, J., Yom-Tov, E., Yudell, M., & Massey, P. (2022). If I was to post something, it would be too vulnerable: University students and mental health disclosures on Instagram. *Journal of American College Health*, 70(2), 615–624. <https://doi.org/10.1080/07448481.2020.1759608>
- Budiman, B. (2022). Pemanfaatan media sosial sebagai media pembelajaran Bahasa Indonesia. *EUNOIA: Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 2(2), 150–156. <http://dx.doi.org/10.30821/eunoia.v2i2.2098>
- Faradiba, Y., Jahja, Y., & Khasanah, A. (2022). Pengembangan kreativitas anak melalui kurikulumplus. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 3(10), 870–878. <https://doi.org/10.59141/japendi.v3i10.654>
- Hamzah, D. A. (2021). *Metode penelitian kualitatif rekonstruksi pemikiran dasar serta contoh penerapan pada ilmu pendidikan, sosial & humaniora*. CV Literasi Nusantara Abadi.
- Kemp, S. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia*. DATAREPORTAL. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>
- Mulia, T. C., & Rahayu, W. (2023). Creative thinking in Mathematics. *PRIMA: Jurnal Pendidikan Matematika*, 7(2), 213–225. <http://dx.doi.org/10.31000/prima.v7i2.8528>
- Perssela, R. P., Mahendra, R., & Rahmadiani, W. (2022). Pemanfaatan media sosial untuk efektivitas komunikasi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Kuliah Kerja Nyata*, 2(3), 650–656. <https://doi.org/10.36085/jimakukerta.v2i3.4525>
- Putra, Y. D., & Junita, D. (2024). Realitas keterlibatan gen Z dalam media sosial Tiktok perspektif sosiokultural. *INTERCODE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 33–55. <https://doi.org/10.36269/ire.v4i1.2746>
- Sangadji, F. A. P., Fitri, A. C. S., Sitanggang, D. A., Hidayat, R., & Ikaningtyas, M. (2024). Peran media sosial tiktok sebagai platform untuk pengembangan bisnis di era digital. *KARYA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 4(1), 143–149. [https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA\\_JPM/article/view/683](https://jurnalfkip.samawa-university.ac.id/KARYA_JPM/article/view/683)
- Sardianah, S., Muslimin, M., & Salam, S. (2021). Pengaruh penerapan pendekatan kontekstual dan kreativitas siswa terhadap kemampuan menulis puisi di SMP Negeri 1 Atinggola. *Jurnal Penelitian Pendidikan Bahasa Indonesia*, 1(1), 13–20. <http://dx.doi.org/10.37905/rjppbi.v1i1.537>
- Situmorang, S. M. S., Rustaman, N. Y., & Purwianingsih, W. (2020). Identifikasi kreativitas peserta didik SMA dalam pembelajaran levels of inquiry pada materi system pernapasan melalui asesmen kinerja. *Didaktika Biologi: Jurnal Penelitian Pendidikan Biologi*, 4(1), 35–43. <https://doi.org/10.32502/dikbio.v4i1.2287>
- Statista. (2021). *Global social networks ranked by number of users*. Statista. <https://www.statista.com/statistics/272014/global-social-networks-ranked-by-number-of-users>
- Sugiyono. (2021). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Indonesia, Bandung: Alfabeta.
- Sutedja, H. A., & Ahmaddien, I. (2020). *Pengantar statistika*. Indonesia, Bandung: Widina Bhakti Persada.

- Syifa, S. F., Istirohmah, A. N., Lestari, P., & Azizah, M. N. (2023). Dampak penggunaan media sosial terhadap prestasi belajar peserta didik. *BELAINDIKA: Pembelajaran dan Inovasi Pendidikan*, 5(1), 21–27. <http://dx.doi.org/10.52005/belaindika.v5i1.100>
- Thabroni, G. (2022, April 17). *Konsep pendidikan abad 21: Prinsip, kompetensi, keterampilan, dsb.* serupa.id. <https://serupa.id/konsep-pendidikan-abad-21/>
- Tuto, M. F., Fransiskus, A., & Iswahyudi, D. (2024). Pengaruh pemanfaatan media sosial (youtube) terhadap kreativitas belajar peserta didik pada mata pelajaran Pendidikan Pancasila di SMP Negeri 17 Malang. *JAMAPEDIK: Jurnal Manajemen, Akuntansi dan Pendidikan*, 1(2), 241–250. <https://doi.org/10.59971/jamapedik.v1i2.50>
- Veranita, M., Susilowati, R., & Yusuf, R. (2021). Pemanfaatan platform media sosial instagram sebagai media promosi industri kuliner saat pandemi COVID-19 (studi kasus pada akun @kolakcampurkolaku). *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(3), 279–290. <https://doi.org/10.31940/jbk.v17i3.279-290>