

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANTARA MANAJER DAN ARTIS DALAM  
MENGEMBANGKAN KREATIVITAS PADA MEDIA SOSIAL TIKTOK KUTIPAN-X**

Adelina Frisila<sup>1</sup>, Eko Hartanto<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

**Article History**

Received : 26-Desember-2023

Revised : 28-Desember-2023

Accepted : 03-Januari-2024

Published : 03-Januari-2024

**Corresponding author\*:**

Adelina Frisila

**Contact:**

[adelinafrisila95@gmail.com](mailto:adelinafrisila95@gmail.com)

**Cite This Article:**

Frisila, A. ., & Hartanto, E. . (2024).  
KOMUNIKASI INTERPERSONAL  
ANTARA MANAJER DAN ARTIS  
DALAM MENGEMBANGKAN  
KREATIVITAS PADA MEDIA  
SOSIAL TIKTOK KUTIPAN-X.  
Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 3(01),  
132–137.

**DOI:**

<https://doi.org/10.56127/jukim.v3i01.1125>

**Abstract:** *This writing aims to determine the interpersonal communication that occurs between managers and artists in developing creativity on the social media TikTok Kutipan-X. This study uses a constructivism paradigm with a descriptive qualitative approach. Data collection techniques were carried out through interviews, observation, documentation, and literature study. At the time of COVID-19, TikTok became one of the popular social media used by all groups of people for creativity. The theory used in this research is Albert Bandura's social learning theory, which states that Bandura's theory is based on 4 modeling processes namely, attention, representation, behavior production, and motivation. This theory can show how to develop creativity according to the process that is in accordance with the theory that has been mentioned. The results of this study show the effectiveness of interpersonal communication that occurs between managers and artists in developing creativity and then carry out an analysis based on Albert Bandura's social learning modeling process. The interpersonal communication created between the manager and the artist has gone well as expected for Kutipan -X Creative Media and will continue to develop in the future, and have a positive impact on the use of social media, especially TikTok.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Creativity, Social Learning Albert Bandura.*

**Abstrak:** Penulisan ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang terjadi antara manajer dan artis dalam mengembangkan kreativitas pada media sosial TikTok Kutipan -X. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme dengan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data yang dilakukan melalui wawancara, observasi, dokumentasi, dan studi pustaka. Pada saat COVID-19 berlangsung, TikTok menjadi salah satu media sosial yang populer dimanfaatkan semua kalangan masyarakat untuk berkegiatan. Teori yang digunakan pada penelitian ini adalah teori belajar sosial Albert Bandura, yang menyatakan bahwa teori Bandura berdasarkan pada 4 proses modeling yaitu, perhatian, representasi, produksi perilaku, dan motivasi. Pada teori ini dapat menampilkan bagaimana mengembangkan kreativitas sesuai dengan proses yang sesuai dengan teori yang sudah disebutkan. Hasil penelitian ini menampilkan efektivitas komunikasi interpersonal yang terjadi antara manajer dan artis dalam mengembangkan kreativitas kemudian melakukan analisis berdasarkan proses modeling belajar sosial Albert Bandura. Komunikasi interpersonal yang diciptakan antara manajer dan artis sudah berjalan dengan baik sesuai dengan yang diharapkan untuk Media Kreatif Kutipan X dan kedepannya akan semakin berkembang, serta memiliki dampak positif dalam penggunaan media sosial khususnya TikTok.

**Kata Kunci:** Komunikasi Interpersonal, Kreativitas, Belajar Sosial Albert Bandura.

**PENDAHULUAN**

Penggunaan media sosial berbasis internet pada saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat, terlebih lagi pandemic yang terjadi di Indonesia membuat banyak sekali masyarakat untuk bebas dalam melakukan kreativitas melalui media sosial tersebut. Penggunaan media sosial berbasis internet pada saat ini mengalami peningkatan yang cukup pesat, terlebih lagi pandemic yang terjadi di Indonesia membuat banyak sekali masyarakat untuk bebas dalam melakukan kreativitas melalui media sosial tersebut.

Berdasarkan hasil survey yang dilampirkan laman We Are Social pada bulan Febuari 2022, masyarakat Indonesia sebagai pengguna internet meningkat 1% yang pada awalnya tahun 2021 sebanyak 202,6 juta pengguna mejadi 204,7 juta pada tahun 2022. Pengguna media sosial aktif juga mengalami kenaikan yang tidak sedikit dari tahun 2021 sebanyak 12,6% dari 170 juta menjadi 191,4 juta pengguna aktif.

Media sosial seperti Instagram, Twitter, Facebook, TikTok dan lain sebagainya ialah media sosial online dimana tempat atau wadah untuk masyarakat berbagi, berpartisipasi, mengembangkan kreativitas secara online dan realtime. Media sosial yang saat ini terkenal di Indonesia bahkan di seluruh dunia adalah TikTok. Aplikasi ini mendorong kreativitas penggunaannya dalam membuat konten. Pengguna dapat membuat video yang dapat menciptakan ketertarikan oleh masyarakat kemudian hasil video dapat diperlihatkan kepada followers bahkan orang lain yang tidak mengenal kita jika masuk “for your page”. Penggunaan media sosial Tiktok juga tidak selalu berdampak positif, jika masyarakat menggunakan media sosial secara tidak terkontrol akan berdampak pada perolehan informasi yang berlebihan pada masyarakat tersebut. Atau yang disebut dengan TMI (To Much Information) dan mendorong untuk masyarakat melakukan perilaku lain yang menyimpang yang nantinya akan menjadi rentan pada resiko untuk mengakses konten-konten yang tidak wajar atau negatif (Triastuti, 2017).

Menurut ByteDance (2016) TikTok merupakan wadah untuk menginspirasi kreativitas dan membawa sukacita. Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru, baik benar-benar dalam hal baru atau ide baru yang diperoleh dengan cara menghubungkan beberapa hal yang sudah ada atau menjadikannya suatu hal yang baru. Salah satunya ialah berkreaitivitas melalui media sosial TikTok yang sedang banyak dikunjungi baik anak-anak maupun orang dewasa pada umumnya.

Menurut Barron (dalam Asrori, 2008) Kreativitas adalah kemampuan untuk menciptakan sesuatu yang baru. Sesuatu yang baru bukan berarti belum pernah ada sebelumnya, melainkan dapat menggabungkan unsur-unsur yang telah ada sebelumnya. Kreativitas juga sebagai proses dimana untuk memahami hambatan atau kesulitan dalam hidupnya, lalu mengkomunikasikan hasilnya, serta memperbaharui dan menguji yang sudah dirumuskan sebelumnya (Torrance dalam Asrori, 2008).

Salah satu wadah media sosial dengan menyalurkan kreativitas sekaligus mengembangkan yang sudah ada sebelumnya, khususnya media sosial TikTok adalah Kutipan-X. Bermodalkan jejaring media sosial dengan membuat ide konten dapat mengacu kreativitas untuk tahu juga bagaimana lingkup masyarakat terhadap minat konten yang dibuat oleh TikTok Kutipan -X. Terlebih lagi saat ini pengguna aplikasi TikTok yang semakin banyak baik di Indonesia maupun luar negeri. Berdasarkan data Business of Apps, ada 1,6 miliar pengguna aktif TikTok di dunia hingga 2022.



Gambar 1 Media Sosial Tiktok Kutipan-X  
Sumber : Dokumentasi Peneliti, 2023

Tentunya dalam meningkatkan media sosial TikTok Kutipan-X, ada talenta yang berbakat didalamnya. Terdapat bagaimana cara mengatur, melakukan, dan mengembangkan sebuah konten dalam menciptakan kreatifitas, seperti manajer dan talent. Tanggung jawab seorang manajer adalah mengkoordinasi, memupuk, mengarahkan, dan mengendalikan kegiatan kegiatan kreatif pada karyawan ke arah pencapaian suatu management. Dalam suatu management yang bergerak di bidang media digital, tentulah diperlukan talent atau orang yang melaksanakan setiap ide atau kreativitas yang sudah dibentuk oleh manajer.

Kerja sama antara manajer dan artis sangat dibutuhkan ketika sedang memproduksi sebuah konten yang nantinya akan di publikasikan ke media sosial. Menciptakan kerja sama untuk memperoleh kreativitas yang berdampak di kehidupan sehari-hari. Namun, perlu diperhatikan saat menciptakan dan membuat sebuah konten, harus melihat bagaimana pasaran mengenai target yang dituju dan paling penting tidak merugikan pihak manapun. Dari ide yang sudah ada, dikembangkan kembali menjadi inovasi yang baru dan kreatif dan tentunya bermanfaat bagi mereka yang menontonnya. Oleh sebab itu, diperlukannya komunikasi yang baik antara manajer dan juga artis, berhubungan dengan ide, konsep, ataupun mengembangkan kreativitas pada media digital.

Kemampuan yang dibutuhkan terdapat dalam pribadi seseorang untuk berkomunikasi dengan baik, yaitu komunikasi interpersonal. Komunikasi Interpersonal adalah komunikasi jika secara langsung dilakukan dapat menimbulkan kontak pribadi antar komunikator dan komunikan di mana tujuan dari komunikasi interpersonal adalah untuk mempengaruhi orang lain dengan mengubah sikap atau pandangan terhadap suatu hal (Alang, 2018). Dalam melakukan komunikasi antara manajer dan artis dalam mengembangkan suatu management memiliki peran yang sama, yaitu sama-sama mau memberi dan menerima masukan dalam mengembangkan kreativitas khususnya dalam social media Kutipan-X itu sendiri. Bagaimana perkembangan digital dan inovasi juga perlu untuk dicari tahu guna meningkatkan produktivitas dalam media sosial itu sendiri. Dan yang paling utama pula, menerima dan memberikan perubahan yang nantinya akan berdampak baik kepada masyarakat yang menjadi pengikut social media TikTok Kutipan-X.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan seperti di atas, rumusan masalah pada penelitian ini adalah “Bagaimana Komunikasi Interpersonal antara Manajer dan Artis dalam Mengembangkan Kreativitas pada Media Sosial TikTok Kutipan-X?”.

#### **METODE PENELITIAN**

Objek penelitian merupakan sebuah atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek, atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian diambil kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Objek penelitian yang diteliti dalam penelitian ini adalah komunikasi interpersonal yang terjadi antara manajer dan artis dalam mengembangkan kreativitas pada media sosial TikTok Kutipan-X. Subjek penelitian adalah informan yang merupakan seseorang yang memiliki latar belakang penelitian yang dapat dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang suatu situasi dan kondisi latar belakang sebuah penelitian (Moloeng, 2010). Subjek yang diambil dalam penelitian ini adalah manajer dan artis yang tergabung dalam suatu produksi bernama Kutipan-X.

Bogdan dan Taylor (Moleong, 2007) mengatakan bahwa metodologi kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data berupa deskriptif dengan kata-kata yang tertulis maupun lisan dari perilaku orang-orang yang sedang diamati. Penelitian kualitatif didasarkan oleh alamiah dan memiliki sifat penemuan. Oleh sebab itu, peneliti harus memiliki wawasan teori yang luas dan bijak untuk bisa bertanya, menganalisis, dan memberikan konstruksi pada objek yang diteliti agar menjadi lebih jelas. Di karenakan penelitian kualitatif menekankan kepada makna dan terikat pada suatu nilai.

Paradigma ini juga yang menunjukkan bahwa mereka ada pada yang penting absah, dan masuk akal. Bersifat normatif yang menunjukan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan perimbangan yang eksistensial atau epistemologis yang panajng (Mulyana, 2003). Menurut Patton dalam Jurnal Sri Hayuningrat (2010) para peneliti konstruktivis mempelajari berbagai realita yang terkonstruksi oleh pribadi atau individu, serta implikasi dari konstruksi tersebut bagi kehidupan mereka dengan yang lainnya.

Metode pengumpulan data pada penelitian ini terdiri dari, wawancara adalah salah satu bentuk pengumpulan data yang dilakukan peneliti, serta sering digunakan dalam melakukan penelitian kualitatif, observasi juga merupakan salah satu bagian dalam pengumpulan data yang sangat banyak digunakan saat melakukan metode penelitian kualitatif, data berupa dokumen seperti ini biasanya dipakai untuk menggali informasi yang sudah terjadi sebelumnya, studi pustaka dapat berupa surat, catatan harian, dan arsip foto, Peneliti mencari dan mengumpulkan data dengan cara memperoleh informasi yang berasal dari jurnal, buku, internet, sumber bacaanya lainnya, serta mempelajari data melalui literature.

Keabsahan suatu data pada penelitian ini menggunakan triangulasi. Triangulasi digunakan untuk memaksimalkan konsistensi metode silang berupa wawancara atau metode yang serupa. Penulis menggunakan triangulasi sumber untuk menguji keabsahan data yang berhubungan dengan masalah yang dilakukan penulis pada penelitian ini. Penulis memilih manajer dan artis yang tergabung dalam produksi Kutipan-X untuk mendapatkan jawaban yang dikemukakan oleh responden dalam kegiatan wawancara hingga data yang diperoleh menjadi kredibel atau dapat dipercaya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Lima kualitas umum yang perlu dipertimbangkan ini juga sangat penting untuk membantu dalam mengembangkan kreativitas baik itu dari manajer ataupun dari artis, berupa Keterbukaan (Openness), Empati (Empaty), Perilaku Suportif (Supportiveness), Perilaku Positif (Positiveness), dan Kesetaraan (Equality).

Pertama, mengenai keterbukaan. Dalam melakukan komunikasi interpersonal dengan para artis, manajer melakukan pendekatan dengan berkomunikasi yang tidak begitu formal. Karena antara manajer dan artis memiliki jarak umur yang tidak begitu jauh, itu merupakan salah satu faktor keterbukaan melalui komunikasi yang diperlukan tidak begitu sulit antara mereka. Dalam pendekatan yang dilakukan antara manajer dan artis pun tidak ada kendala untuk saling terbuka satu sama lain. Setiap artis menyampaikan dalam berkomunikasi satu sama lain sudah cukup baik, baik antara artis ataupun ke manajer nya sendiri. Melalui komunikasi yang mereka ciptakan layaknya teman, membuat mereka lebih mudah untuk berbaur untuk bercanda, namun tak dipungkiri terkadang masih terdapat misscommunication satu sama lain. Namun dari hal tersebut, mereka masih melakukan komunikasi dengan baik karena salah satu bentuk profesionalitas yang mereka berikan baik sebagai manajer atau artis di Kutipan-X. Hal tersebut juga dibenarkan oleh Digo sebagai founder yang beranggapan bahwa komunikasi yang dilakukan dalam bentuk keterbukaan sangat baik dan gaya bahasa yang santai namun tetap profesionalitas dalam bekerja untuk mencapai target.

Kedua, mengenai empati. Dalam mengembangkan kreativitas terlebih lagi ini dalam media kreatif. Tentunya tidak selalu berjalan sesuai yang diinginkan, pasti terdapat suatu masalah baik itu internal atau eksternal. Sebagai manajer, hal yang dapat diberikan sebagai bentuk empati pastinya memberikan support terhadap artis yang mungkin saat itu tengah mengalami suatu masalah. Karena empati yang diberikan baik itu antara artis atau pun manajer dalam bentuk apa pun pastinya sangat berpengaruh untuk memberikan dampak positif. Terlebih pula selain memberi support, melalui komunikasi yang baik antara manajer dan artisnya bertanya dan membantu dalam bentuk memberikan solusi agar kegiatan dalam mengembangkan kreativitas melalui pembuatan suatu konten juga berjalan dengan baik dan menghasilkan konten yang menarik pula.

Ketiga perilaku suportif. Bentuk suportif atau dukungan yang diberikan antara manajer dan artisnya juga sangat beragam, baik itu moril atau pun materil. Pencapaian yang mungkin semakin hari semakin berkembang yang dilakukan oleh artis memiliki dampak pula kepada Media Sosial TikTok Kutipan-X. Dukungan yang diberikan kepada artis sebagai salah satu penghargaan atas pencapaian yang para artis lakukan, dari mendapat endorsement, mendapat insight dari media sosial Instagram, dan masih banyak lagi. Setiap konten yang di produksi oleh artis jika mengalami kenaikan pastinya akan mendapatkan apresiasi guna mengembangkan kembali kreativitas para artisnya. Selain itu pula, di dukung dalam bentuk fisik yang membuat para artis atau pun manajer semakin semangat lagi dalam memproduksi suatu konten, bukan hanya untuk Kutipan-X melainkan untuk meningkatkan kreativitas bagi pribadi setiap artisnya.

Keempat perilaku positif. Komunikasi interpersonal juga dapat berpengaruh untuk mengembangkan kreativitas antara manajer dan artisnya. Perilaku positif ditunjukkan untuk meningkatkan kualitas dalam membuat konten itu sendiri, konten yang di produksi juga diharapkan untuk memberikan dampak positif kepada masyarakat yang menonton konten tersebut. Yang terpenting konten yang di publikasikan dapat menjadi hiburan dan mengisi kegiatan kosong kepada masyarakat yang mengisi dibalik kegiatan sehari-hari. Perilaku positif yang dilakukan artis pun pastinya menjaga situasi untuk menciptakan konten yang kreatif dan menghibur masyarakat, dapat berupa membeli makanan, bercanda bersama team yang lain dan masih banyak hal lainnya yang pastinya membawa dampak positif.

Kelima kesetaraan. Disini manajer tidak memberikan perlakuan khusus antar artis Kutipan - X, manajer sebisa mung kin untuk menyama-ratakan hal yang justru tidak akan memicu masalah di dalamnya.

Meskipun umur manajer dan artis yang tidak begitu terpaut jauh, tidak menjadi suatu alasan untuk mereka mendapatkan perhatian khusus. Hal tersebut diungkapkan para artis, jika manajer tidak memberikan perlakuan istimewa antar artisnya, mereka bekerja mungkin dalam keadaan seperti teman agar lebih akrab namun, karena mereka sadar diluar itu semua ada bentuk kerja profesionalitas yang pastinya harus dijunjung tinggi baik itu dari manajer atau pun artisnya.

Kinerja yang dilakukan baik artis ataupun manajer dalam mengembangkan kreativitas pada media sosial TikTok Kutipan-X sudah cukup baik. Mereka melakukan sesuai dengan arahan, dan melakukan dengan sebaik mungkin untuk menghasilkan konten yang bisa dinikmati oleh masyarakat. Dan pastinya manajer dan artis semakin hari akan semakin meningkatkan kinerja mereka untuk mendapatkan feedback bukan dari masyarakat saja melainkan dari Kutipan-X itu sendiri. Para artis juga merasa dengan mengembangkan kreativitas di Kutipan-X khususnya media sosial TikTok menjadi wadah yang pas dan sesuai dengan personallity serta passion mereka. Hal tersebut, membuat kinerja dan kreativitas diharapkan semakin berkembang, baik dari setiap artisnya dan juga Kutipan-X itu sendiri.

Kemandirian memiliki hubungan dengan pribadi yang mandiri, kreatif, dan mampu berdiri dengan kepercayaan diri yang dimiliki, serta bisa membuat seseorang sebagai individu yang mampu melakukan segala hal dengan sendiri (Parker, 2006). Mengenai kemandirian dalam melaksanakan proses syuting, masih terlihat kurang dari beberapa artis yang menjadi bagian dari team Kutipan-X itu sendiri. Saat di lapangan, para artis masih butuh arahan dan juga briefing sebelum melaksanakan syuting, namun baik dari manajer atau founder tidak membatasi setiap artis untuk ber kreativitas dalam membuat konten dan justru semakin baik lagi kalau bisa mendapatkan penilaian baik dari masyarakat yang menonton konten tersebut. Dalam observasi peneliti juga melihat bahwa terkadang jadwal syuting yang seharusnya suka mengalami kemoloran atau kemunduran dari jadwal seharusnya. Hal tersebut menyebabkan keterlambatan pula terhadap artis yang lain dan itu pula menjadi salah satu penyebab kemunduran saat melakukan proses baik itu syuting dan juga publikasi.

Dalam mengembangkan kreativitas, pastinya ada suatu hambatan yang tercipta antara manajer dan artisnya baik itu hambatan dari eksternal atau pun internal. Namun, bagi manajer dan artis suatu hambatan tidak menjadi kendala untuk mengembangkan kreativitas. Justru hal tersebut dapat dijadikan acuan untuk bisa memproduksi konten yang lebih baik. Terlebih lagi cara mereka dalam mengatasi suatu hambatan dengan komunikasi yang baik dan terbuka tanpa harus merugikan pihak mana pun. Untuk merepresentasikan setiap konten pula, mendapatkan referensi atau acuan yang kemudian akan dikembangkan kembali sesuai dengan ciri khas para artisnya dan membuka diskusi bagaimana konten yang baik untuk di publikasikan. Tidak merubah hal atau perilaku setiap artisnya dalam mengembangkan kreativitas dengan menjadi diri sendiri dan bisa introspeksi jika memang harus meningkatkan kualitas dari konten tersebut. Serta, motivasi yang diberikan dan didapatkan antara manajer dan artisnya juga sangat diperlukan untuk sama-sama memiliki peningkatan dalam mengembangkan kreativitas itu sendiri.

Berdasarkan teori Belajar Sosial oleh Albert Bandura yang terjadi antara manajer dan artis, dalam mengembangkan kreativitas dalam bentuk modeling terdapat 4 yaitu, perhatian, representasi, produksi perilaku, dan motivasi. Perhatian yang di dapatkan setiap artis tidak memiliki keistimewaan yang diberikan oleh manajer, hal tersebut dapat mempengaruhi kinerja setiap artisnya. Oleh sebab itu, jika terdapat perbedaan perhatian justru akan menimbulkan hambatan dalam mengembangkan kreativitas.

Untuk merepresentasikan setiap konten pula, mendapatkan referensi atau acuan yang kemudian akan dikembangkan kembali sesuai dengan ciri khas para artisnya dan membuka diskusi bagaimana konten yang baik untuk di publikasikan. Tidak merubah hal atau perilaku setiap artisnya dalam mengembangkan kreativitas dengan menjadi diri sendiri dan bisa introspeksi jika memang harus meningkatkan kualitas dari konten tersebut. Serta, motivasi yang diberikan dan didapatkan antara manajer dan artisnya juga sangat diperlukan untuk sama-sama memiliki peningkatan dalam mengembangkan kreativitas itu sendiri.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan serangkaian penulisan yang dilakukan oleh peneliti terhadap Komunikasi Interpersonal antara Manajer dan Artis dapat ditarik kesimpulan bahwa komunikasi yang terjalin sudah efektif sesuai dengan ke efektifan komunikasi interpersonal itu sendiri yang terdiri dari keterbukaan, empati, perilaku suportif, perilaku positif, dan kesetaraan dalam mengembangkan kreativitas dalam Media Sosial TikTok Kutipan-X.

Berdasarkan teori Belajar Sosial oleh Albert Bandura yang terjadi antara manajer dan artis, dalam mengembangkan kreativitas dalam bentuk modeling terdapat 4 yaitu, perhatian, representasi, produksi perilaku, dan motivasi. Dari keempat pembelajaran yang di kemukakan oleh Albert Bandura tersebut, sudah melaksanakan proses nya dengan baik dan sesuai dengan arahan mulai dari perhatian yang diberikan baik dari manajer ke artis tidak memiliki pembedaan agar tidak terjadi ketimpangan, representasi pada setiap konten yang sudah ada dikembangkan kembali tentunya sesuai dengan minat bakat setiap artisnya, produksi perilaku yang tidak merubah baik itu situasi eksternal atau internal individu mereka jadi setiap artis memproduksi konten tidak merubah personallity , dan motivasi yang mereka berikan serta dapatkan untuk menciptakan konten yang berkualitas, dan mendapatkan penilaian baik dari masyarakat, serta pastinya hubungan komunikasi antara manajer dan artis sudah berjalan dengan baik berdasarkan 4 aspek tersebut. Karena 4 indikator tersebut dapat berpengaruh untuk mengembangkan kreativitas pada media sosial TikTok Kutipan-X.

#### DAFTAR PUSTAKA

Referensi Cetak:

##### Buku

- [1] Arifina, A. M. *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Pustaka Rumah Cinta, 2020.
- [2] Drs. H. Kasiyanto Kasemin, M. *Paradigma Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi*. Media Nusa Creative, 2016
- [3] Nursapiah. *Penelitian Kualitatif*. Wal ashri Publishing, 2020
- [4] Rahmadi. *Pengantar Metodologi Penelitian*. Antasari Press, 2011

##### Jurnal

- [5] Pratiwi, R. R. . “Hubungan Persepsi Komunikasi Interpersonal dalam Keluarga dengan Adiksi Media Sosial pada Siswa SMKN 4 Bandung”. *Prosiding Psikologi*, 2019.
- [6] Afriyadi, F. “Efektivitas komunikasi interpersonal antara atasan dan bawahan karyawan PT. Borneo Enterprindo Samarinda”. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2015.
- [7] Laila, Q. N. “Pemikiran Pendidikan Moral Albert Bandura”. *Modeling: Jurnal Program StudiPGMI*, 2015.
- [8] Rosdiana, A., & Nurnazmi, N. “Dampak Aplikasi Tiktok dalam Proses Sosial di Kalangan Remaja Rabadompu Timur”. *Edu Sociata: Jurnal Pendidikan Sosiologi*, 2021.
- [9] Boiliu, E. R. “Aplikasi Teori Belajar Sosial Albert Bandura Terhadap PAK Masa Kini”. *Jurnal Ilmu Teologi Dan Pendidikan Agama Kristen*, 2022.
- [10] Purnaningtyas, A., & Fauziati, E. “Penerapan Teori Sosial Albert Bandura pada Pembiasaan Pengelolaan Sampah Siswa Sekolah Dasar”. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2022.
- [11] Ferniansyah, A., Nursanti, S., & Nayiroh, L. “Pengaruh media sosial Tiktok terhadap kreativitas berpikir generasi z”. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 2021.
- [12] Umanailo, M. “Paradigma Konstruktivis. Paradigma”. 2003. [9] Rahardjo, M. “Triangulasi dalam penelitian kualitatif”. 2010
- [13] Dr. Murdiyanto. E. “Penelitian Kualitatif (Teori dan Aplikasi disertai contoh Proposal). Lembaga Peneltian dan Pengabdian pada Masyarakat UPN “Veteran” Yogyakarta Press”. 2020.