

BAB II

LANDASAN LITERATUR

2.1. Tinjauan Teoritis

2.1.1. Manajemen Pendidikan

Manajemen yang berasal dari kata latin “*managere*”, gabungan dari kata “*manus*” yaitu “tangan” dan “*agere*” yaitu “melakukan”, berarti mengatur, menangani, mengelola, mengendalikan, mengkomunikasikan, atau mengarahkan sesuatu untuk mencapai hasil sesuai dengan hal yang diinginkan. Manajemen juga bisa diartikan sebagai proses kerja sama antara individu, kelompok, serta sumber daya lainnya dalam mencapai suatu tujuan tertentu dari organisasi dengan memanfaatkan fungsi manajemen seperti *planning*, *organizing*, *actuating*, dan *controlling*. Di lain sisi, pendidikan (*education*), merupakan usaha, bantuan, perlindungan, dan bantuan yang diberikan kepada seseorang dengan tujuan pendewasaan. Undang-Undang Sistem Pendidikan Nasional Nomor 20 Tahun 2003 pasal 1 dan 3 mengartikan pendidikan sebagai usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, dan akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa dan negara (Kristiawan et al., 2017).

Berdasarkan pengertian tersebut, bisa disimpulkan bahwa manajemen pendidikan adalah ilmu atau semua kegiatan yang meliputi usaha-usaha dalam

mengelola sumber daya pendidikan untuk mewujudkan suasana serta proses pembelajaran agar peserta didik bisa secara aktif mengembangkan potensi dirinya, khususnya dalam lembaga pendidikan formal. Fungsi-fungsi manajemen yang ada digunakan untuk mencapai objektif dari pendidikan secara efisien dan efektif (Kristiawan et al., 2017).

2.1.1.1. Pendidikan Tinggi

Pendidikan tinggi adalah jenjang pendidikan yang lebih tinggi setelah pendidikan menengah (SMA) yang terbagi menjadi pendidikan akademik dan profesional (Kristiawan et al., 2017). Menurut Peraturan Pemerintah RI Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi, pendidikan tinggi bertujuan untuk:

- Menyiapkan peserta didik menjadi anggota masyarakat yang memiliki kemampuan akademik dan atau profesional yang dapat menerapkan, mengembangkan, dan atau memperkaya hasanah ilmu pengetahuan, teknologi, dan kesenian.
- Mengembangkan dan menyebarkan ilmu pengetahuan, teknologi, dan atau kesenian serta mengupayakan penggunaannya untuk meningkatkan taraf kehidupan masyarakat dan memperkaya kebudayaan nasional.

2.1.1.2. Perguruan Tinggi

Perguruan tinggi, sebagai penyelenggara pendidikan tinggi, selain berperan dalam hal pembelajaran, juga berkontribusi dalam penelitian dan pengabdian kepada masyarakat sebagai upaya untuk menghasilkan insan yang terdidik dan berkualitas. Bentuk dari perguruan tinggi bisa berupa politeknik,

sekolah tinggi, universitas, institut, dan akademi. Perguruan tinggi berperan besar dalam menghasilkan penelitian sebagai bentuk kontribusi kepada negara. Penelitian yang dimaksud berupa kegiatan seperti telaah taat kaidah menggunakan metode secara sistematis untuk memperoleh informasi, data dan keterangan dengan tujuan menemukan kebenaran atau menyelesaikan masalah dalam ilmu pengetahuan, teknologi atau kesenian dalam upaya memberikan sumbangan demi kemajuan masyarakat (Kristiawan et al., 2017). Oleh karena itu sangatlah masuk akal bila perguruan tinggi dianggap sebagai salah satu lembaga yang banyak memberikan sumbangan inovasi dan pengajuan paten untuk negara (Kaloudis et al., 2019).

2.1.2. Inovasi dan Ekonomi Kreatif.

Burkus berpendapat bahwa inovasi merupakan penerapan ide-ide bermanfaat dan memiliki kebaruan. Benih inovasi adalah kemampuan kreativitas yang haruslah diterapkan, jika tidak diterapkan, ide yang lahir dari kreativitas bukanlah sebuah inovasi. Baumgartner menyatakan inovasi sebagai bentuk implementasi dari ide kreatif untuk menghasilkan nilai. Sloane mengutarakan bahwa kreativitas merupakan dasar inovasi karena kreativitas berarti berpikir mengenai hal kebaruan dan inovasi merupakan bentuk dari implementasi kebaruan tersebut (Skillicorn, 2016). Berdasarkan pengertian yang dikemukakan oleh para ahli, Skillicorn menyimpulkan secara garis besar faktor yang memengaruhi inovasi adalah memiliki ide dan mengeksekusi ide berlandaskan kreativitas.

Kemampuan inovasi bisa didorong dengan adanya perkembangan di bidang Ekonomi Kreatif. Menurut Howkins, sebagai *Father of The Creative Industry*, Ekonomi Kreatif atau Ekraf merupakan ekonomi pertama yang bergantung pada pemanfaatan imajinasi dan kecerdikan ketimbang komoditas keras (*hard commodity*, seperti pertambangan atau ekstraksi) untuk mendorong seseorang untuk lebih produktif serta memiliki potensi untuk mengubah sistem *status quo* masyarakat (BEKRAF, 2019). Ekraf diakui sebagai sektor yang memiliki kontribusi signifikan terhadap PDB (Produk Domestik Bruto) suatu negara dan memiliki potensi sebagai salah satu area dengan pertumbuhan terbesar di masa depan, karena Ekraf bertumbuh sejalan dengan perkembangan teknologi dan tahan terhadap tekanan ekonomi. Selain itu, Ekraf pada masa sekarang juga sangat terkait dengan aktivitas yang berhubungan dengan *e-commerce*, yaitu sektor industri yang juga sedang melunjak akhir-akhir ini. Sektor industri kreatif yang paling harus diperhatikan adalah desain, seperti kerajinan, audio-visual, desain komunikasi visual (seni visual, *new media*, dan publikasi), drama, busana, dan film (terutama animasi) (UNCTAD, 2018).

2.1.3. Ekonomi Kreatif di Indonesia

2.1.3.1. Manfaat Ekonomi Kreatif di Indonesia

Berdasarkan data dalam *Opus Creative Economy 2019* (BEKRAF, 2019), terdapat beberapa manfaat yang bisa diperoleh oleh Indonesia jika menerapkan Ekraf (Ekonomi Kreatif):

- Meningkatkan Standar Hidup dan Gaji

Perkembangan dan besarnya potensi Ekraf di Indonesia yang pesat dapat mendorong Penanam Modal Asing (PMA) ke Indonesia.

- *Low Cost*

Sektor ini tidak mengharuskan investasi besar dalam mesin atau pabrik. Biasanya membutuhkan sedikit atau tanpa modal di awal pun sudah bisa berjalan.

- Ramah Lingkungan

Tidak terlalu membebani lingkungan, karena modal utama dari Ekraf adalah kreativitas manusia.

- Nilai Ekonomi yang Lebih Tinggi

Produk Ekraf cenderung memiliki nilai yang lebih tinggi dari segi budaya dan ekonomi.

- *Low Barrier Entry*

Sektor tradisional cenderung membutuhkan modal atau sertifikasi industri yang lebih besar dibandingkan Ekraf.

- Kolaboratif

Kolaboratif bidang ini biasa mempertemukan berbagai macam individu dengan latar belakang yang berbeda sehingga bisa terbentuk interkoneksi dan multi disiplin.

- Mempromosikan HAKI (Hak Kekayaan Intelektual) Indonesia

HAKI merupakan aset yang sangat berharga bagi pencipta, kebudayaan, bangsa dan negara Indonesia.

- Fleksibel

Ekraf mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan.

2.1.3.2. Kebijakan oleh Badan Ekonomi Kreatif di Indonesia

Berdasarkan peraturan Ketua Badan Kreatif Indonesia Perekonomian No.1/2015 Pasal 70 tentang struktur organisasi dan tata kelola dari Bekraf, berikut merupakan kebijakan dan program terkait dengan akses ke Kapital Ekonomi Kreatif:

- a. **Objektif:** Meningkatkan daya saing UKM Kreatif, membantu mengurangi kemiskinan dan memperluas kesempatan kerja serta meningkatkan nilai tambah pelaku Ekonomi Kreatif Sub-sektor.
- b. **Sasaran:** Pemenuhan modal dan peningkatan kapasitas bagi pelaku Ekonomi Kreatif.
- c. **Target:** Pemenuhan kapital serta peningkatan kapasitas bagi pelaku Ekonomi Kreatif
- d. **Tugas:**
 - Identifikasi pelaku Ekonomi Kreatif untuk dibiayai.
 - Membantu menemukan *market taker/guarantor*.

- Fasilitas perantara untuk mengakses kredit / pembiayaan pelaku Ekonomi Kreatif ke lembaga perbankan
- Mentoring tentang pemasaran dan pembuatan produk, pengelolaan keuangan, serta pendaftaran HAKI melalui bimbingan teknis.
- Mengembangkan program kemitraan.
- *Credit / financing oversight / management.*

2.1.4. Desain Komunikasi Visual

Menurut Cenadi, Desain Komunikasi Visual atau DKV merupakan bentuk komunikasi kepada khalayak sasaran tertentu menggunakan visual melalui kombinasi dari berbagai elemen, seperti huruf, rupa, dan citra sebagai bahasa. Prasatya juga menyatakan bahwa Desain Komunikasi Visual merupakan ilmu yang menekuni perancangan berbagai bentuk ungkapan dan komunikasi kreatif yang komunikatif, solutif, fungsional, persuasif, estetis, dan artistik. Mengutip dari Tinarbuko, Desain Komunikasi Visual digunakan untuk memecahkan masalah melalui desain yang paling baru di antara desain yang baru (inovasi), serta memperbarui dan memperluas cakupan ilmu wilayah kerja kreatif. Widagdo juga berpendapat bahwa Desain Komunikasi Visual juga tergolong sebagai produk massal dan konsumsi massa, karena merupakan produk kebudayaan yang terkait dengan sistem sosial dan ekonomi yang dihasilkan dari rasionalitas, berlandaskan pengetahuan, praktis, dan berguna bagi umum (Prastya, 2019).

Sejalan dengan pernyataan di atas, tidak dapat dipungkiri bahwa kebutuhan akan Desain Komunikasi Visual dalam kehidupan sehari-hari, khususnya dalam perekonomian, terus meningkat seiring dengan meningkatnya permintaan masyarakat akan kebutuhan produk dengan nilai kebaruan. Selain itu, Desain Komunikasi Visual juga diidentifikasi sebagai subsektor yang paling memiliki hubungan dengan ruang lingkup Ekraf, karena memengaruhi subsektor lain seperti Penerbitan, Periklanan, Animasi, Game Interaktif, Arsitektur, Film, Video, Fotografi, Desain Kemasan, Kerajinan, dan *Fashion* (BEKRAF, 2019).

2.1.5. Kreativitas

Kreativitas dianggap sebagai modal yang semakin menentukan besaran keuntungan, bukan sekedar faktor berkarya saja, karena merupakan dasar terlahirnya inovasi. Aragon mengartikan kreativitas sebagai hal yang berkontribusi bagi budaya dan sejarah dan mengarah pada pemecahan masalah yang lebih baik dalam pekerjaan sehari-hari dan dalam kehidupan dimana kebaruan atau orisinalitas dan nilai dengan perkembangan dari waktu ke waktu menentukan karakteristik kreativitas (Clapp, 2017). Adler et al. mengemukakan kreativitas sebagai sebuah generasi ide yang baru dan berguna (Astutik et al., 2020). Dalam konteks manusia, Loveless mengidentifikasi kreativitas sebagai sifat dari manusia dan sebagai keterampilan hidup yang esensial bagi manusia, dimana kreativitas merupakan kemampuan seseorang untuk menghasilkan ide yang orisinal, memiliki nilai kebaruan, dan unik (Rasheed et al., 2020).

Kreativitas mengacu pada kemampuan seseorang untuk melahirkan konsep inovatif, dan bernilai kebaruan (Piliang, 2018). Mihaly Csikszentmihalyi mengartikan kreativitas sebagai seseorang yang mengekspresikan pandangan baru yang tidak biasa dan otentik. National Advisory Committee on Creative & Cultural Education (NACCCE) mengidentifikasi lima karakteristik dari kreativitas, yaitu penggunaan imajinasi, proses terencana, memiliki objektif, orisinalitas hasil, dan hasil yang meningkatkan nilai (Souleles et al., 2019). Individu yang kreatif memiliki kemampuan untuk merencanakan serangkaian metode yang terdiri dari aktivitas pemecahan masalah yang melibatkan proses pengembangan ide serta pemikiran kritis yang bisa dipraktikan dan dikembangkan (Rizali, 2020). Ciri-ciri kreativitas tidak terlepas dari keterampilan individu untuk memberikan solusi kreatif dan perspektif baru yang didukung dengan bukti yang memiliki nilai kebaruan dan menjunjung orisinalitas (Rasheed et al., 2020).

Kreativitas merupakan disiplin yang sangat diminati di era globalisasi ini, karena kreativitas meranah ke pemikiran kritis, *sustainable creative*, serta keterampilan analitikal. Konsep dan elemen yang memengaruhi kreativitas masih tergolong luas dan abstrak, namun secara garis besar, kreativitas dapat dipengaruhi oleh dua faktor yang saling berhubungan dan memengaruhi satu dengan yang lain, yaitu faktor eksternal, seperti peran lingkungan ataupun metode yang dapat memfasilitasi proses kreatif seperti kolaborasi dan proses pembuatan ide, serta faktor internal, yang datang dari individu itu sendiri seperti pengetahuan, kepribadian, dan rasa ingin tahu. Oleh karena itu, kreativitas dapat diajarkan dan dikembangkan melalui proses disengaja dan terencana (Souleles et al., 2019).

Seelig berpendapat bahwa cara mengembangkan kreativitas adalah dengan mengoptimalkan variabel pendukungnya, dalam hal ini yaitu pembelajaran kolaboratif melalui pemanfaatan *Social Networks Sites* (SNS) atau media sosial, yang berdasarkan penelitian terdahulu, banyak diusulkan dapat meningkatkan kreativitas secara tidak langsung (Rasheed et al., 2020).

2.1.6. Pembelajaran Kolaboratif (*Collaborative Learning*)

So & Brush berpendapat bahwa pembelajaran kolaboratif (*collaborative learning*) adalah bentuk interaksi antara sesama pelajar untuk menghasilkan sesuatu (Thai et al., 2017). Pembelajaran kolaboratif adalah pendekatan pendidikan untuk meningkatkan pembelajaran melalui kerja sama kelompok yang dilakukan secara sengaja dan memiliki unsur rutinitas, dimana dua atau lebih pelajar bersama-sama terlibat secara aktif dalam proyek untuk memecahkan masalah, menyelesaikan tugas, atau mempelajari konsep baru (*What Is Collaborative Learning? Examples of Activities*, n.d.). Dewiyanti et al. mendefinisikan pembelajaran kolaboratif sebagai kegiatan yang terkait dengan bagaimana suatu kelompok berfungsi dalam menyelesaikan tugas. Sebagai sebuah kelompok, para anggota harus merencanakan proses kerja sama dan memastikan bahwa proses tersebut memiliki tujuan atau objektif yang dicapai melalui sifat suportif antar anggota. Menentukan strategi, menyumbangkan ide, menangani konflik internal, dan memantau proses kelompok merupakan aspek penting dalam pembelajaran kolaboratif. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan pembelajaran, semua anggota kelompok memiliki tanggung jawab untuk berpartisipasi dalam proses pembelajaran kolaboratif tersebut (Brunvand, 2016).

Melalui pembelajaran kolaboratif, seorang mahasiswa bisa memperoleh pengalaman serta edukasi yang tidak terbatas di lingkungan tempat ia belajar. Facer dan Williamson berpendapat bahwa pembelajaran kolaboratif merupakan elemen penting dalam pengembangan kreativitas, karena pembelajaran kolaboratif mengandung proses yang mengarah pada kreativitas, yaitu proses identifikasi masalah, pembuatan ide, serta evaluasi (Souleles et al., 2019). Pembelajaran kolaboratif telah menarik perhatian banyak ilmuwan dan peneliti, karena dianggap sebagai *skills* yang penting dalam pertukaran ilmu (Al-Rahmi & Zeki, 2017). So & Brush berpendapat bahwa secara historis, pembelajaran kolaboratif telah dianggap sebagai metode pembelajaran yang efektif baik dalam pembelajaran tradisional (tatap muka) maupun jarak jauh (melalui media digital) (Thai et al., 2017). Dalam pembelajaran digital, hasil penelitian Leask menekankan kemampuan komunikasi media sosial atau *Social Networks Sites* (SNS) dan teknologi kolaboratif digunakan untuk mendukung pengajaran dan pembelajaran internasional dan terbukti efektif. Nilai *Social Networks Sites* (SNS) yang interaktif dalam lembaga-lembaga pendidikan tinggi sekarang diakui sebagai cara dan strategi pembelajaran zaman sekarang yang semakin mengglobal. Salah satu manfaat *Social Networks Sites* (SNS) yang paling sering dikutip oleh para sarjana adalah kemampuannya untuk memfasilitasi pembelajaran kolaboratif dan komunikasi di antara teman sebaya dan dengan orang-orang di luar akademisi (Al-Rahmi & Zeki, 2017).

2.1.7. Social Networking Sites (SNS)

2.1.7.1. Definisi SNS

Berdasarkan pengertian dalam *Cambridge Business English Dictionary*, SNS atau *Social Networking Sites* merupakan situs web yang dirancang untuk membantu orang dalam berkomunikasi dan berbagi informasi, foto, dll dalam sebuah komunitas atau kelompok. SNS, yang juga dikenal sebagai situs jejaring sosial atau media sosial, merupakan platform *online* yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil publik, berinteraksi dengan pengguna lain, serta memperluas jaringan koneksi di luar lingkungan ia berada (Techopedia, 2020). Aspek SNS yang digunakan dalam penelitian ini adalah aspek sosial, sehingga SNS dapat diartikan sebagai media *online* untuk mempertemukan serta menghubungkan orang-orang yang memiliki kesamaan minat, latar belakang, aktivitas, atau hubungan. Pengguna SNS ini kemudian menggunakan koneksi mereka untuk mengembangkan hubungan melalui aktivitas seperti *sharing*, mengirim email dan pesan instan, serta memberi komentar (Akram & Kumar, 2017). Contoh SNS atau medial sosial terspesialisasi yang populer pada zaman sekarang adalah YouTube, Instagram, Twitter, LinkedIn, Reddit, Snapchat, Tumblr, Pinterest, and TikTok.

2.1.7.2. Social Networking Sites (SNS) dan Budaya Digital (*Digital Culture*)

Budaya adalah praktik, nilai, norma, dan harapan bersama dari sekumpulan manusia. Budaya digital mengacu pada konsep yang menggambarkan bagaimana teknologi dan internet membentuk cara seseorang berinteraksi, berperilaku, berpikir, dan berkomunikasi sebagai manusia (Sadiku et al., 2017).

Industry 4.0 serta *Society 5.0* menandakan bahwa masyarakat Indonesia telah memasuki era digitalisasi dan integrasi teknologi (Rizali, 2020). Hal ini tentu mengubah banyak aspek dalam proses kerja serta pola hidup masyarakat, khususnya dari segi sosial, dimana sosialisasi pada zaman sekarang sebagian besarnya dilakukan secara *online*. Media yang banyak digunakan masyarakat dalam mendukung interaksi sosial dan komunikasi adalah media sosial atau *Social Networking Sites* (SNS). SNS telah lama menjadi bagian dari kehidupan masyarakat oleh karena adanya kemajuan teknologi yang mendorong masyarakat untuk menerima gaya interaksi sosial yang baru ini seiring berjalannya waktu. Hadirnya SNS memberikan dampak yang signifikan pada masyarakat, khususnya para generasi muda. Dari aspek sosial, para generasi muda banyak menggunakan SNS sebagai cara untuk berinteraksi, menjalin hubungan, bertukar pikiran, berbagi informasi, serta berkomunikasi dengan orang yang dikenal maupun orang baru. Pada tingkat individu, SNS memungkinkan mereka untuk berkomunikasi dengan teman dan kerabat, mencari pengetahuan baru, serta pengembangan minat. Pada tingkat profesional, SNS digunakan untuk memperluas pengetahuan di bidang tertentu dan membangun jaringan profesional (Akram & Kumar, 2017).

2.1.7.3. *Social Networking Sites* (SNS) dalam Pendidikan Tinggi

Dalam beberapa tahun belakangan, di antara banyaknya perkembangan teknologi, adopsi ICT yang paling banyak digunakan dalam pembelajaran *online* (*e-learning*) adalah *Social Networking Sites* (SNS). SNS memberikan berbagai manfaat bagi para pengajar dan mahasiswa. Dari aspek sosial, luasnya rentang sosialisasi seorang mahasiswa akan membantu mahasiswa dalam

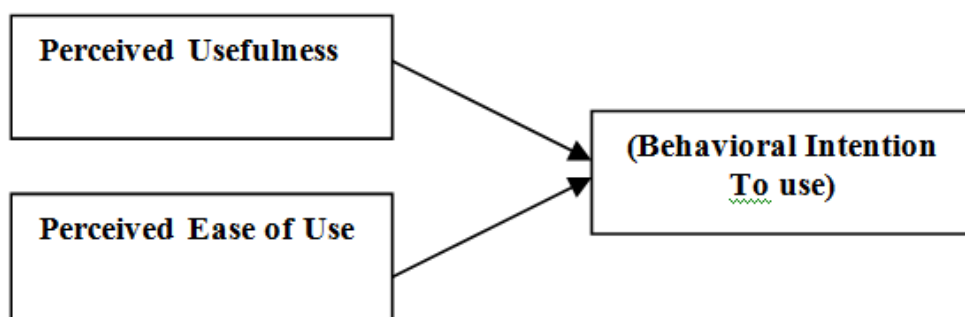
mengembangkan pola pikirnya. Baik itu interaksi sosial antara mahasiswa, mahasiswa dengan pengajar, atau mahasiswa dengan individu di luar lingkungan kuliah, seorang mahasiswa dapat dengan mudah belajar apapun dari siapapun untuk meningkatkan pengetahuannya, terlepas dari lokasi dan latar belakang pendidikan individu tersebut (Akram & Kumar, 2017).

Selain itu, ketertarikan perguruan tinggi terhadap penggunaan SNS dalam pendidikan, terjadi karena adanya pergeseran pembelajaran yang awalnya terkonsentrasi pada produk *knowledge skills*, menjadi proses pembelajaran jangka panjang terkait *skills* kolaborasi (Al-Rahmi & Zeki, 2017). SNS dapat menggantikan aktivitas dan komunikasi interaktif di dunia nyata (yang terbatas ruang dan waktu) dan menyediakan dasar terciptanya kolaborasi, interkoneksi, *creative thinking*, partisipasi aktif, serta pertukaran ilmu dan ide, khususnya interaksi antara penggunanya, yaitu mahasiswa dan pengajar (Souleles et al., 2019). Yang et al. menyatakan bahwa kehadiran SNS sebagai media interaktif dapat meningkatkan prestasi akademis mahasiswa dan mengurangi waktu yang digunakan dalam persiapan kelas fisik (Al-Rahmi & Zeki, 2017).

2.1.8. TAM (*Technology Acceptance Model*)

TAM (*Technology Acceptance Model*) merupakan model yang dirancang oleh Davis pada tahun 1989 dan telah menjadi model yang banyak digunakan dalam studi terkait bidang Sistem Informasi atau Teknologi Informasi (SI / TI) guna mendapatkan perspektif dan penjelasan yang lebih komprehensif tentang proses dari *technology acceptance* maupun *usage behavior* dari pengguna (Napitupulu et al., 2017), dengan kata lain TAM digunakan untuk menganalisa

faktor yang memengaruhi keinginan individu dalam menggunakan teknologi baru (Charness & Boot, 2016). Penelitian terdahulu mengutip bahwa model TAM pada dasarnya diadopsi dari konsep TRA (Theory of Reasoned Action), yaitu teori *reasoned action* yang berlandaskan pada premis bahwa perilaku seseorang dipengaruhi oleh reaksi dan persepsi individu terhadap suatu hal, dimana reaksi dan persepsi pengguna TI akan memengaruhi perilaku *technology acceptance* individu tersebut (Napitupulu et al., 2017). Secara teori, Davis mengemukakan dua faktor fundamental yang memengaruhi keinginan seseorang dalam menggunakan teknologi baru, yaitu *Perceived Usefulness*, yang menitikberatkan pada teori bahwa keputusan seseorang untuk menggunakan suatu aplikasi dikarenakan adanya kepercayaan bahwa aplikasi tersebut dapat memungkinkan mereka untuk meningkatkan performa kerja mereka, dan *Perceived Ease of Use*, mengenai pertimbangan individu akan upaya penggunaan aplikasi apakah sebanding dengan manfaat yang diperoleh (kesulitan dan kemudahan dalam menggunakan aplikasi) (Napitupulu et al., 2017).



Sumber: Napitupulu et al. (2017)

Gambar 2.1. TAM Research Model

Behavioral Intention To Use atau *Intention To Use*, merupakan niatan atau intensi dari pengguna teknologi yang tingkat penggunaannya dapat diperkirakan dari sikap yang diberikan pengguna terhadap teknologi yang bersangkutan, seperti motivasi penggunaan dan lain sebagainya (Napitupulu et al., 2017).

2.2. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1. Penelitian Terdahulu Bagian 1

Jurnal	Jurnal 1	Jurnal 2	Jurnal 3
Nama Jurnal, Volume, Nomor Jurnal, Tahun.	Journal of King Saud University, Computer and Information Sciences, Vol 29, Issue 4, 526–535, 2017.	Proceedings of INTED 2019 Conference, Valencia, Spain, ISBN: 978-84-09-08619-1, 2019.	EURASIA Journal of Mathematics, Science and Technology Education, Vol 14(1):33-43, 2018.
Judul	<i>A Model of Using Social Media for Collaborative Learning to Enhance Learners' Performance On Learning.</i>	<i>Perceptions Of Design Students On Creativity And Social Networking Sites.</i>	<i>Constructing Creativity: Social Media and Creative Expression in Design Education.</i>
Peneliti	Waleed Mugahed Al-Rahmi, Akram M. Zeki.	N. Souleles, S. Savva, & A. Parmaxi.	Jia-Xiang Chai & Kuo-Kuang Fan
Tempat Penelitian	International Islamic University Malaysia.	Cyprus University Of Technology (Cyprus).	Guangdong Literature & Art Vocational College, China & National Yunlin University of Science and Technology, Taiwan.
Bidang Studi	<i>Information and Communication Technology.</i>	<i>Information and Communication Technology.</i>	<i>Science and Technology Education.</i>
Pendekatan Dan Analisis	Penelitian ini mengeksplorasi penggunaan media sosial di proses pembelajaran	Penelitian ini membahas mengenai persepsi mahasiswa sarjana desain terkait tentang	Penelitian ini mengembangkan model teoritis untuk menganalisis hubungan antara

	kolaboratif melalui pembelajaran Alquran dan Hadits menggunakan model TAM.	kegiatan dan Situs Jejaring Sosial (SNS). Ini adalah bidang yang belum diteliti, dan menggunakan metode fenomenografi.	media sosial dan ekspresi kreatif dalam pendidikan desain, menggunakan teori aliran, teori generativitas, dan TAM dan menguji model yang diusulkan melalui software statistik SAS9.4.
Kesimpulan	Model TAM menunjukkan dampak signifikan secara langsung dan tidak langsung dari variabel-variabel pada pembelajaran kolaboratif melalui penggunaan media sosial yang mengarah pada kinerja yang lebih baik oleh peserta didik.	Meskipun siswa menganggap kreativitas sebagai suatu komponen penting dari pendidikan desain, tidak ada kesadaran eksplisit atau gambaran terkait metode pembelajaran desain yang dapat menunjang kreativitas melalui penggunaan SNS.	Adanya korelasi positif antara media sosial dengan ekspresi kreatif, adanya korelasi positif dimensi kegunaan media sosial terhadap perluasan dan kolerasi negatif terhadap lingkungan.
Kritikan	Studi ini hanya membahas mengenai relasi antara media sosial dan pembelajaran kolaboratif.	Kurangnya daya prediksi dari metode fenomenografi dan hanya memberikan gambaran umum tentang suatu fenomena pada periode tertentu.	<i>Perceived ease of use, perceived usefulness, dan adoption intention</i> pada studi ini tidak dapat mencerminkan semua dimensi kegunaan media sosial secara keseluruhan.

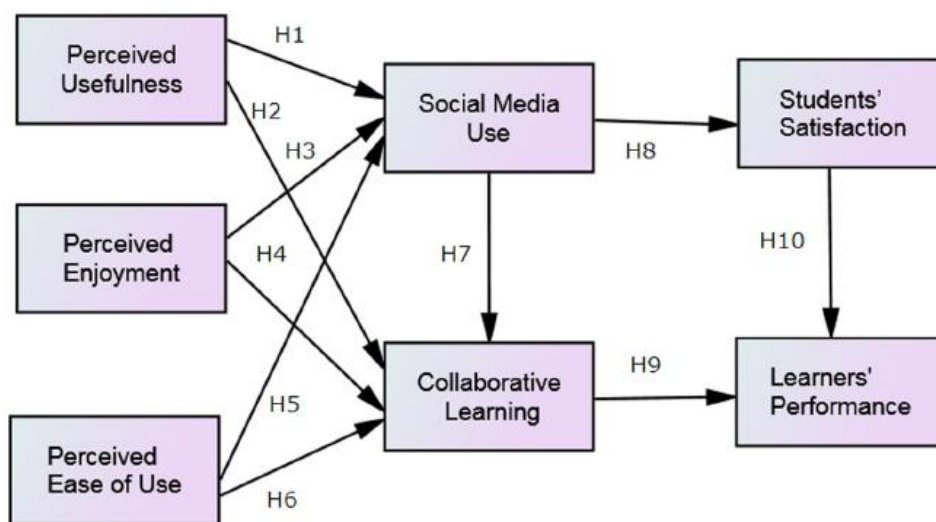
Tabel 2.2. Penelitian Terdahulu Bagian 2

Jurnal	Jurnal 4	Jurnal 5
Nama Jurnal, Volume, Nomor Jurnal, Tahun.	Asian Journal of Computer Science And Information Technology, Vol 7, ISSN: 2249-5126, 2017	Computers & Education An International Journal, ISSN: 0360-1315, 2020
Judul	<i>The predicability of perceived enjoyment and its impact on the intention to use mobile learning</i>	<i>Usage of social media, student engagement, and creativity: The role of knowledge sharing</i>

	<i>systems.</i>	<i>behavior and cyberbullying.</i>
Peneliti	Faisal Mubuke, Cosmas Ogenmungu, Geoffrey Mayoka. K, Ayub Kutosi Masaba, Wesimika Andrew	Muhammad Imran Rasheed, Muhammad Jawad Malik, Abdul Hameed Pitafi, Jawad Iqbal, Muhammad Khalid Anser, & Mazhar Abbas.
Tempat Penelitian	Makerere University Business School, Mbale Regional Campus	Cina
Bidang Studi	<i>Computer Science and Information Technology</i>	<i>Computer and Education</i>
Pendekatan Dan Analisis	Penelitian ini mengidentifikasi dampak dari <i>perceived enjoyment</i> yang dirasakan dalam memengaruhi niat untuk menggunakan M-learning di lingkungan universitas. SPSS digunakan untuk menganalisis data kuantitatif yang dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Statistik deskriptif digunakan untuk menganalisis data yang berkaitan dengan informasi latar belakang menggunakan Mean, Persentase, Frekuensi dan Tabel sedangkan metode Analisis Faktor digunakan untuk menganalisis kekuatan faktor-faktor dalam variabel. Analisis korelasi digunakan untuk menganalisis pengaruh <i>perceived enjoyment</i> yang dirasakan ke <i>intention to use</i> dari sistem M-learning.	Penelitian ini menganalisis hubungan antara penggunaan media sosial dengan <i>student outcome (student engagement dan student creativity)</i> melalui <i>knowledge sharing</i> , serta menambahkan <i>cyber bullying</i> sebagai moderator antara penggunaan media sosial dan <i>knowledge sharing</i> .
Kesimpulan	Melalui analisis korelasi, <i>perceived enjoyment</i> menunjukkan pengaruh yang besar terhadap <i>intention to use</i> dari sistem M-learning. Manajemen dan anggota dewan universitas sebaiknya mengembangkan sistem pembelajaran M-Learning dengan mengedepankan <i>perceived enjoyment</i> untuk mengurangi tekanan selama proses pembelajaran.	Temuan mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial oleh siswa berhubungan dengan kreativitas dan keterlibatan mereka dalam pelatihan penelitian pascasarjana melalui perilaku <i>knowledge sharing</i> .
Kritikan	Hanya membahas mengenai <i>perceived enjoyment</i> sebagai faktor yang memengaruhi <i>intention to use</i> .	<i>Cross-sectional</i> data yang memiliki potensi ancaman <i>Common Method Variance CMV</i> .

2.3. Rerangka Konseptual

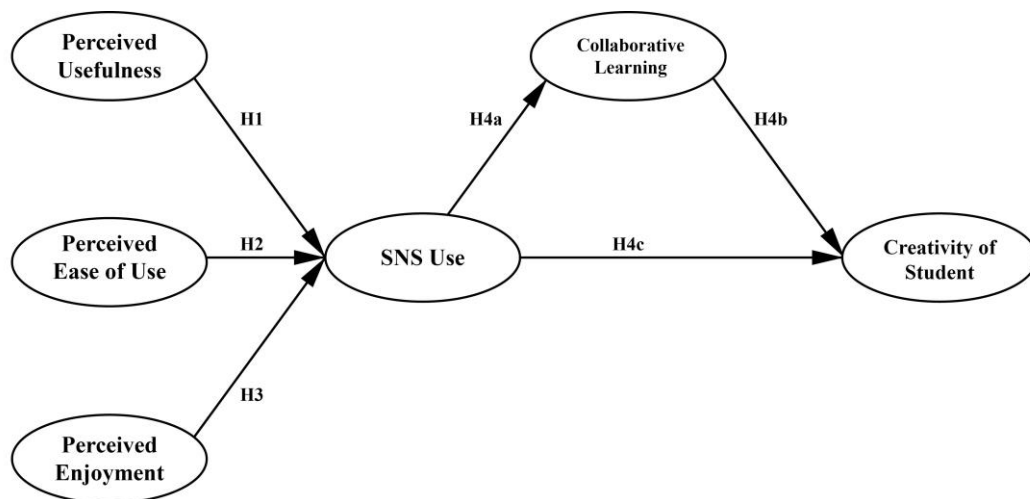
Berdasarkan penelitian terdahulu dan tinjauan teori, penulis menggunakan TAM (*Technology Acceptance Model*) rancangan Davis sebagai dasar pengembangan model penelitian untuk mengetahui korelasi antara penggunaan SNS dalam aspek sosial dan kreativitas dari mahasiswa. Model ini sering digunakan dalam penelitian terkait penggunaan SNS karena berkaitan dengan pengenalan teknologi baru, dalam hal ini SNS, tidak terlepas dari adanya penerimaan dan penolakan individu terhadap teknologi baru (Al-Rahmi & Zeki, 2017). Penulis juga mengambil referensi pengembangan model TAM oleh Al-Rahmi & Zeki (2017), yang penelitiannya berpusat pada analisa dampak pembelajaran kolaboratif terhadap kinerja peserta didik melalui penggunaan media sosial.



Sumber: Al-Rahmi & Zeki (2017)

Gambar 2.2. Modifikasi Model TAM (Relasi SNS dan *Collaborative Learning*)

Pada penelitian tersebut, Al-Rahmi & Zeki (2017) menambahkan *Perceived Enjoyment* dalam model TAM, karena hasil studi oleh Al-Rahmi & Zeki (2017), terbukti adanya pengaruh *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Enjoyment* pada *adoption behavior* dari medial sosial. Penulis kemudian memodifikasi model TAM oleh Al-Rahmi & Zeki (2017), sehingga terbentuk model sebagai berikut:



Sumber: Model Penelitian yang dimodifikasi dari Al-Rahmi & Zeki (2017),

Gambar 2.3. Modifikasi Model TAM (Relasi SNS dan Kreativitas Mahasiswa)

Model yang penulis rancang digunakan untuk menganalisa pengaruh antara penggunaan *Social Networking Sites* (SNS) terhadap kreativitas mahasiswa melalui *Collaborative Learning* sebagai variabel mediator.

2.4. Hipotesis

Berdasarkan rerangka konseptual yang telah penulis rancang, maka hipotesis penelitian adalah sebagai berikut:

2.4.1. *Perceived Usefulness*

Dalam membentuk model, penulis menggunakan referensi penelitian terdahulu oleh Rasheed et al. (2020), Labib & Mostafa (2015), Al-Rahmi & Zeki (2017), serta Chai & Fan (2018) yang membahas signifikansi dari peran *Perceived Usefulness* sebagai determinan dari perilaku mahasiswa dalam menggunakan *Social Networking Sites* (SNS), dimana *Perceived Usefulness* adalah salah satu unsur utama yang mengacu pada probabilitas bahwa dengan menggunakan SNS, mahasiswa akan lebih terbantu dalam meningkatkan kinerjanya sebagai seorang mahasiswa. Penelitian terdahulu ini mengambil variabel *Perceived Usefulness* dari konsep model TAM oleh Davis, dimana dalam adopsi teknologi baru, khususnya SNS, sangat bergantung pada kegunaan yang dirasakan oleh pengguna (*Perceived Usefulness*). Oleh karena itu dapat disimpulkan hipotesis pertama adalah sebagai berikut:

H1: *Perceived Usefulness* berpengaruh terhadap penggunaan *Social Networking Sites* (*SNS Use*).

2.4.2. *Perceived Ease of Use*

Dalam membentuk model, penulis menggunakan referensi dari model penelitian terdahulu oleh Al-Rahmi & Zeki (2017) dan Dumpit & Fernandez (2017) yang menunjukkan bahwa hubungan positif antara *Perceived Ease of Use*

dan penggunaan SNS. Hasil penelitian terdahulu menyimpulkan bahwa SNS memiliki fitur dan sistem yang mudah dimengerti oleh mahasiswa, sehingga mereka cenderung untuk menggunakannya lagi. Hasil ini didukung oleh teori Davis, dimana *Perceived Ease of Use* berkaitan dengan *free effort* atau kebebasan dari kesulitan penggunaan dengan usaha yang kecil. Davis berpendapat bahwa semakin mudah suatu teknologi baru digunakan dibandingkan teknologi lain, semakin besar kemungkinan teknologi tersebut akan diterima oleh pengguna. Oleh karena itu dapat disimpulkan hipotesis kedua adalah sebagai berikut:

H2: *Perceived Ease of Use* berpengaruh terhadap penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)*.

2.4.3. *Perceived Enjoyment*

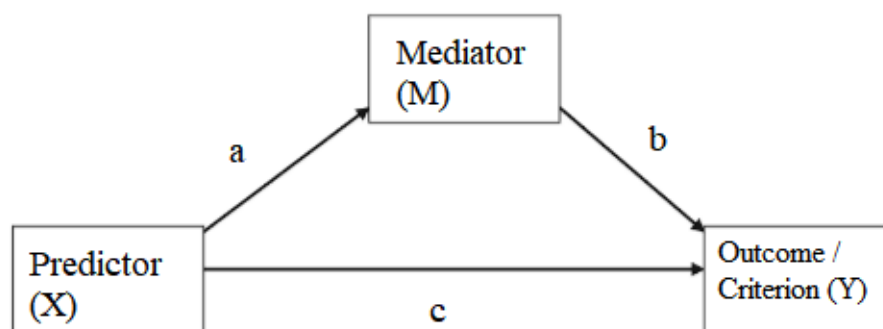
Dalam membentuk model, penulis menggunakan referensi dari penelitian Labib & Mostafa (2015), Al-Rahmi & Zeki (2017), Mubuke (2017), dan Shokery et al. (2016) yang membahas signifikansi dari *Perceived Enjoyment* dalam memotivasi mahasiswa untuk menggunakan SNS. Penelitian terdahulu tersebut membahas bahwa tingkat kesenangan (*Perceived Enjoyment*) saat menggunakan media sosial berdampak terhadap perilaku serta keinginan seseorang dalam mengakses SNS. Oleh karena itu dapat disimpulkan hipotesis ketiga adalah sebagai berikut:

H3: *Perceived Enjoyment* berpengaruh terhadap penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)*.

2.4.4. Penggunaan SNS terhadap Kreativitas Mahasiswa melalui *Collaborative Learning*

Dalam membentuk model, penulis menggunakan referensi dari penelitian Rasheed et al. (2020), Al-Rahmi & Zeki (2017), Labib & Mostafa (2015), Kim et al. (2017), dan Alhajri & Mansour (2018) yang membahas hubungan antara variabel *Collaborative Learning*, penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)*, serta kreativitas mahasiswa. Hasil penelitian membuktikan bahwa penggunaan aspek sosial dari SNS di kalangan mahasiswa meningkatkan aktivitas pembelajaran kolaboratif, yang tidak terlepas dari *knowledge sharing*, yang kemudian mengarah pada keterlibatan dan perilaku kreatif mahasiswa dalam pendidikan. Berdasarkan tinjauan teori, diketahui bahwa *Perceived Usefulness*, *Perceived Ease of Use*, dan *Perceived Enjoyment* sangat berpengaruh terhadap persepsi yang nantinya berperan dalam tingkat kepuasan penggunaan SNS di masa yang akan datang. SNS merupakan *channel* yang bisa dimanfaatkan untuk mengembangkan kreativitas mahasiswa, dimana SNS memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi dalam komunitas melalui pembelajaran kolaboratif(*collaborative learning*) (Souleles et al., 2019). Penulis kemudian menggunakan *Collaborative Learning* sebagai variabel mediasi dalam model yang penulis rancang., mengartikan variabel mediasi sebagai variabel yang mengintervensi antara variabel “stimulus” dan “respon”, dengan kata lain variabel perantara. Variabel mediator menjelaskan “bagaimana” atau “mengapa” dalam hubungan antara variabel independen dan variabel dependennya. Dalam model mediasi, variabel independen tidak dapat memengaruhi variabel dependen secara

langsung, namun melalui variabel ketiga (variabel perantara). Cara mengidentifikasi variabel mediasi adalah dengan menyimpulkan korelasi antara variabel independen (X) dengan mediator (M) yaitu hipotesis Ha, kemudian mendemonstrasikan korelasi antara variabel dependen (Y) terhadap mediator (M) yaitu hipotesis Hb, dilanjutkan dengan korelasi antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y), diakhiri dengan menunjukkan keseluruhan mediasi, yaitu hubungan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) melalui mediator (M) (Karazsia & Berlin, 2018). Gambar 2.3 menunjukkan bentuk model mediasi.



Sumber: Statisticshowto (2018)

Gambar 2.4. Model Mediasi

Oleh karena itu dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

H4a: Penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)* berpengaruh terhadap *Collaborative Learning*.

H4b: *Collaborative Learning* berpengaruh terhadap Kreativitas Mahasiswa (*Students' Creativity*).

H4c: Penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)* berpengaruh terhadap Kreativitas Mahasiswa (*Students' Creativity*).

H4: *Collaborative Learning* memediasi hubungan antara penggunaan *Social Networking Sites (SNS Use)* dengan Kreativitas Mahasiswa (*Students' Creativity*).