

Nilai Edukasi pada Aplikasi Tik Tok di Kalangan Remaja Kota Bandung

Fajar Nurdiansyah¹, Titin Suhartini²

^{1,2} Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya

Email: fajarnurdiansyah07@gmail.com

Abstract: *The Tik Tok application is one application that is very popular among teenagers, various kinds of content can be found on the Tik Tok application, ranging from entertainment to educational content. This makes the Tik Tok application a medium of information as well as education. The purpose of this study was to determine the perception of the informant's experience of educative content in the Tik Tok application. Informants in this research are teenagers who grew up in the city of Bandung. This study uses a phenomenological study using a qualitative approach. The results of this study indicate that the features contained in the Tik Tok application it makes it easy to get educational content, the educational values contained have broad benefits, making the Tik Tok application has advantages in terms of information needs and the form of filtering does not yet have strong security because the application is used in various fields. parts of the world so that it has a role in policy values which in the end must be generalized.*

Keywords: *Tik Tok; social media; educational value; perception*

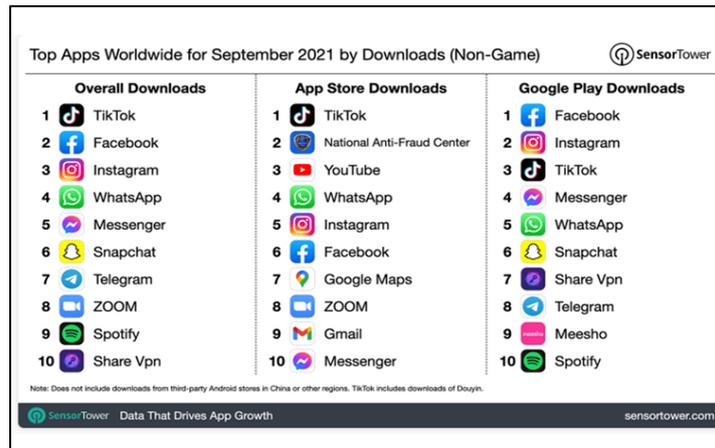
Abstrak: *Aplikasi Tik Tok merupakan salah satu aplikasi yang sangat populer di kalangan remaja, berbagai macam konten dapat ditemukan di aplikasi Tik Tok, mulai dari konten hiburan hingga konten edukasi. Hal ini menjadikan aplikasi Tik Tok sebagai media informasi sekaligus mengedukasi. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui persepsi dari pengalaman informan terhadap konten edukatif di aplikasi Tik Tok. Dengan informan penelitian yaitu remaja yang di berada di kota Bandung. Penelitian ini menggunakan studi fenomenologi dengan menggunakan pendekatan kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa fitur-fitur yang terdapat pada aplikasi Tik Tok memudahkan untuk mendapatkan konten edukasi, nilai-nilai edukasi yang terkandung memiliki manfaat yang luas, menjadikan aplikasi Tik Tok memiliki keunggulan dari segi kebutuhan informasi dan bentuk pemfilteran belum memiliki keamanan yang kuat karena aplikasi ini digunakan diberbagai belahan dunia sehingga memiliki peranan akan nilai kebijakan yang pada akhirnya harus digeneralisasi secara umum.*

Kata kunci: *Tik Tok; media sosial; nilai edukasi; persepsi*

Pendahuluan

Aplikasi Tik Tok merupakan sebuah jejaring sosial dan *platform* video musik asal negeri China yang diluncurkan pada awal bulan September tahun 2016 (Aji & Setiyadi, 2021). Tik Tok adalah *platform* bagi destinasi video singkat yang dapat digunakan oleh siapa saja melalui ponsel. *Platform* video singkat ini mendapat banyak perhatian dari masyarakat karena merupakan aplikasi yang paling banyak diunduh. Berdasarkan data dari Bohang (2018), memperlihatkan sepanjang kuartal pertama, aplikasi Tik Tok merupakan aplikasi yang paling tinggi yang diunduh pengguna *smartphone* yaitu 45,8 juta kali. Jumlah tersebut mengalahkkan aplikasi media sosial lainnya, seperti: WhatsApp, YouTube, Instagram, dan Facebook.

Gambar 1. Aplikasi dengan Jumlah Unduhan Tertinggi



Sumber : www.kompas.com

Berdasarkan data tersebut mengindikasikan bahwa Aplikasi TikTok merupakan media sosial dengan jumlah *user* terbanyak, dan kini menjadi sangat populer, mulai dari remaja, anak kecil hingga orang dewasa pun menggemari aplikasi TikTok. Sekitar 10 juta pengguna aktif aplikasi TikTok di Indonesia, mayoritas adalah remaja, anak milenial, usia sekolah, atau dikenal dengan generasi Z (Hutamy et al., 2021).

Pada aplikasi TikTok, pengguna hanya dapat membuat video dengan maksimal durasi 30 detik. Selain itu aplikasi TikTok juga dapat menambahkan *special effect*, seorang pengguna akun dapat membuat video berdurasi 30 detik dengan memberikan tambahan *special effect* yang keren, menarik dan unik serta terdapat pilihan untuk menggunakan musik sehingga pengguna akun TikTok dapat berkreasi dengan beragam tarian maupun gaya, selain itu masih banyak lagi hal kreatif yang bisa dilakukan sehingga dapat mendorong kreativitas penggunanya menjadi seorang pembuat konten (*content creator*). Aplikasi TikTok juga dapat memberikan penggunanya untuk memilih bermacam pilihan *special effect* dan *background* musik dari berbagai karya artis terkenal dengan bermacam kategori dan juga *special effect* lainnya yang bisa dipakai secara instan dan mudah, sehingga dapat membuat video menjadi menarik serta memiliki alunan lagu yang disesuaikan dengan keinginan penggunanya. Dari konten video yang dibuat secara instan dan praktis ini juga bisa dibagikan ke sesama pengguna media sosial lainnya salah satunya aplikasi sosial media Instagram.

Semakin populernya aplikasi TikTok dan menjadi aplikasi favorit baru bagi para pengguna media sosial yang sebelumnya menggunakan aplikasi Instagram, yang bertujuan agar konten video pendek tersebut setelah diunggah dapat dilihat oleh pengikutnya atau biasa disebut *followers*, dan tidak sedikit pada akhirnya banyak yang menikmati atau menyukai kiriman video-video tersebut, sehingga menjadi *booming* serta membuat banyak orang *humming* bahkan terdapat fenomena munculnya seleb TikTok atau artis TikTok, dan salah satunya adalah Bowo Alpenliebe (Susilowati, 2020).

Pada masa pandemi global yang disebabkan oleh Covid-19, terjadi peningkatan yang signifikan dalam penggunaan media sosial, termasuk salah satunya aplikasi TikTok. TikTok telah bekerjasama dengan sejumlah pihak lokal hingga organisasi internasional untuk berbagi informasi dibidang kesehatan terutama fokus pada Covid-19. Hal tersebut juga membuat

aplikasi TikTok dapat dijadikan sebagai media edukasi dengan konten kreatif namun tetap informatif. Selain itu hal tersebut juga menjadikan TikTok sebagai sarana pemberian informasi yang cepat dan menarik saat ini, dilihat dari jumlah pengguna aktif TikTok sebesar 625 juta (Suswinda dalam Nasution et al., 2021)

Terdapat 78.700 ribu video TikTok yang telah ditemukan dengan kata pencarian “pencegahancovid19”, tetapi penelitian ini berfokus pada akun pengguna dan video TikTok yang khusus memiliki konten yang memberikan edukasi dan informasi seputar Covid-19 secara berkala, maka dari itu peneliti melakukan pemilihan dan pengelompokan video berdasarkan akun yang kebenarannya sudah bisa dipastikan. Selama ini media dipercaya memiliki peran yang cukup besar dalam kehidupan manusia, terutama saat berperan menjadi wadah edukasi (Hapsari et al., 2020). Pada perkembangan teknologi komunikasi 4.0 ini, media baru merupakan penyampai atau pengirim pesan yang termasuk dalam kategori interaktif sehingga menjadikan media baru sebagai sumber informasi.

Dari fitur interaktif yang terdapat pada media baru membuat *audiens* atau khalayak dapat mengontrol penuh seluruh kegiatannya. Berdasarkan hasil riset *platform We Are Social dan Hootsuite*, internet sudah diakses oleh 64% warga Indonesia atau sekitar 175,4 juta jiwa (Adikara et al., 2021). Dari hasil tersebut masyarakat Indonesia dikatakan sangat suka mencari sumber informasi dan mengakses internet dari media baru (Ludwianto, 2020). Penggunaan media baru merupakan salah satu pilihan dalam memenuhi kebutuhan informasi yang dilakukan oleh seluruh lapisan masyarakat saat ini. Terdapat contoh kasus di mana kalangan ibu muda saat ini menggunakan media *online* sebagai sumber informasi perihal *parenting*, sebesar 70% ibu muda mengandalkan media *online* dalam mendapatkan informasi *parenting*, sementara 30% ibu muda memilih mendapatkan informasi *parenting* dengan cara konvensional (Afrilia dalam Hutamy et al., 2021).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma konstruktivis. Kualitatif merupakan penelitian yang memosisikan peneliti berada di dalam lingkup suatu permasalahan penelitian sehingga membuat keterlibatan langsung di dalamnya (Yayu, Anisti, Hidayat, & Suhadi, 2019). Adapun fokus penelitian ini mengkaji mengenai keberadaan konten yang bersifat edukatif pada aplikasi TikTok di kalangan remaja. Terkait fokus penelitian, penelitian menggunakan studi fenomenologi, menurut Littlejohn bahwa fenomenologi merupakan suatu tradisi dalam mengeksplorasi pengalaman manusia. Dalam hal ini terdapat asumsi bahwa manusia yang aktif memahami dunia di sekitarnya sebagai suatu pengalaman hidupnya dan aktif menafsirkan pengalaman tersebut. Hal ini selaras dengan pengalaman sadar setiap individu narasumber yang menggunakan dan merasakan konteks edukatif yang disajikan oleh aplikasi jejaring media sosial, yaitu TikTok. Untuk menjawab fokus penelitian tersebut peneliti menggunakan data primer yang diperoleh dari wawancara bersama beberapa remaja yang di berada di kota Bandung yang memang memiliki akun dari aplikasi TikTok dan aktif menggunakan aplikasi tersebut. Data juga diambil dari sumber sekunder, yakni melalui berita-berita yang tersedia di internet, yang berasal dari situs resmi dan terpercaya. Peneliti juga menggunakan beberapa referensi buku, jurnal, dan penelitian sebelumnya yang membahas mengenai penelitian serupa.

Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara dengan sistem *online*. Metode ini digunakan karena kondisi saat peneliti melakukan penelitian dimasa pandemi Covid-19. Hasil data wawancara diolah melalui teknik analisis data meliputi reduksi, *display* hingga penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi peneliti membuat transkrip dari hasil wawancara dengan narasumber terkait konten edukasi di aplikasi TikTok. Tahap ini menyeleksi data yang diperlukan oleh peneliti. Tahap *display* merupakan lanjutan dari reduksi yang biasanya berupa tabel atau matriks data. Data yang sudah diseleksi kemudian di klasifikasikan sesuai tujuan penelitian. Tahapan terakhir merupakan penarikan kesimpulan, yakni membuat analisis data dan menjelaskannya berdasarkan teori yang relevan dengan hasil penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Tahapan dalam Mendapatkan Konten Edukasi pada Aplikasi TikTok

TikTok merupakan suatu aplikasi yang membuat individu bisa membantu mengekspresikan dirinya di media sosial. Dalam penelitian Monica dan Gayes menyatakan bahwa Media sosial dirasa penting dikarenakan individu dapat mengekspresikan dan membentuk karakter sesuai dengan yang diinginkan dengan menonjolkan karakteristik tertentu (Carolina & Mahestu, 2020). Bentuk mengekspresian diri disini dengan melakukan banyak hal, seperti membuat video yang bisa menambah sisi kreativitas, membuat *lipsync* maupun membuat video tantangan yang dapat menumbuhkan kepercayaan dirinya yang masuk pada tahap perkembangan diri remaja. Berdasarkan hasil pengamatan dari fenomena yang terjadi saat ini dengan adanya media sosial membuat seseorang untuk menghilangkan lelah serta mengusir kebosanannya. Salah satu yang media sosial yang sedang diminati oleh remaja saat ini adalah TikTok. Media sosial TikTok merupakan media audio visual, yang dapat didengar sekaligus dilihat. Kebanyakan pengguna media sosial TikTok berasal dari kalangan remaja. Para remaja sangat menyukai media sosial ini yang disebabkan konten yang di dalamnya dapat menghibur dan mengisi waktu luang mereka (Adawiyah, 2020).

Tahapan yang dilakukan sejatinya hanya mengandalkan fitur yang disajikan oleh aplikasi TikTok itu sendiri. Hampir seluruh informan memulai menggunakan aplikasi ini dari ketidaksengajaan atau terbawa tren saja, namun seiring berjalannya waktu TikTok dirasa menjadi media komunikasi massa yang dapat menunjang nilai kebutuhan masyarakat itu sendiri, khususnya dalam penelitian ini, yaitu remaja yang memiliki kebutuhan akan nilai edukasi dari aplikasi TikTok, Dalam penyampaian suatu pesan dapat secara langsung ataupun secara tidak langsung. Tetapi dalam proses komunikasi tetap menggunakan suatu media. Jika secara langsung medianya berupa mulut atau anggota tubuh lainnya, sedangkan tidak langsung menggunakan suatu media elektronik (telepon, radio, televisi, dan lain-lain) atau media cetak (koran, majalah, tabloid, dan lain-lain).

Secara teknis aplikatif media edukasi berbasis digital yaitu aplikasi TikTok itu sendiri memang menawarkan kemudahan dengan istilah "*user friendly*" karena semua bentuk dan langkah untuk pengguna mengharapkan konten yang mereka inginkan itu sangat mudah mereka dapatkan, sehingga pada pencapaiannya aplikasi TikTok mendapatkan tempatnya tersendiri dikalangan masyarakat khususnya remaja. Hal ini pula mengacu kepada informan yang harus

memiliki keterampilan dalam mengolah isi pesan informasi baik yang didapat secara tidak sengaja maupun yang sengaja dicari oleh pengguna aplikasi TikTok itu sendiri.

Keahlian dalam mengolah sumber informasi yang terpercaya menjadi pondasi benar atau tidaknya sebuah informasi parenting tertentu diimplementasikan dalam pola asuh anak di satu keluarga. Semakin cepatnya perkembangan anak dan bermacam tuntutan orang tua terutama ibu untuk semakin aktif mencari informasi terkait perkembangan anak dan pola asuh yang cocok dengan kondisi anak. Dalam penelitian Afrilia menemukan sebagai orang tua, perlu adanya proses memilih dan memilah informasi yang berasal dari media sosial agar terhindar dari jebakan arus informasi yang mungkin saja justru memberikan dampak negatif bagi proses *parenting* yang dilakukan (Afrilia, 2017). Tentunya hal ini memiliki keterkaitan erat dengan literasi digital dari kemampuan orang tua untuk mendapatkan informasi dalam pola pengasuhan anak.

Menurut UNESCO literasi digital merupakan keahlian dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) untuk membuat, memanfaatkan, menemukan, mengevaluasi dan mengomunikasikan informasi atau konten, dengan kecakapan kognitif, sosial emotional, etika dan aspek teknologi atau teknis. Sebagai keahlian yang tidak hanya melibatkan dalam kemampuan mengoperasikan perangkat teknologi, literasi digital juga dapat memperlihatkan tingkat keaktifan pengguna media digital yang mendapatkan ribuan informasi namun tetap bisa mengolahnya jadi pengetahuan yang berguna hingga mendapatkan solusi untuk menyelesaikan permasalahan (Hapsari et al., 2020).

Nilai-Nilai Edukasi Yang Terkandung Pada Aplikasi TikTok

Kegiatan yang dilakukan di rumah secara terus menerus membuat seseorang semakin dekat dengan internet, gawai, dan *platform-platform* digital. Agar dapat mengurangi kejenuhan selama berada di rumah, seorang individu akan berusaha mencari hiburan di mana mereka bisa mengakses dengan mudah dan mendapatkan informasi hingga hiburan secara bersamaan di mana hal tersebut bisa didapatkan di TikTok. Aplikasi yang berasal dari China ini semakin populer di Indonesia. Perusahaan riset aplikasi Sensor Tower merilis laporan aplikasi *non-game* yang paling tinggi diunduh hingga pertengahan tahun 2020. Tiktok dinobatkan sebagai aplikasi paling banyak diunggah dengan jumlah unduhan lebih dari 63,3 juta di perangkat Android maupun iOS. Naik sebanyak 1,6 persen dari periode tahun lalu. Menurut Sensor Tower, tercatat negara Indonesia menjadi negara yang paling banyak mengunduh aplikasi TikTok dengan menyumbang 11% dari total unduhan TikTok.

Penggunaan TikTok sebagai media edukasi oleh penggunanya dapat dikaitkan dengan teori interaksi simbolik yang fokus pada cara individu mempersepsikan dirinya dan lingkungannya. Komunikasi dan interaksi simbolik merupakan aktivitas ciri dasar manusia di mana proses komunikasi dan pertukaran simbol diberi makna. Dalam tatanan teknologi digital dan masyarakat informasi, penyebaran pesan melalui media sosial bisa menjadi sangat efektif.

Salah satu teori yang bisa digunakan untuk mengkaji khalayak media adalah teori pemaknaan khalayak atau *reception analysis* yang dicetuskan oleh Stuart Hall. Dalam KBBI resepsi memiliki arti penerimaan, dalam bahasa Inggris resepsi berasal dari kata *reception* yang

artinya penerimaan atau penyambutan pembaca. Jelasnya, resepsi merupakan kegiatan pengolahan teks dan pemberian makna terhadap konten di media, hingga khalayak memberikan respon terhadapnya. Teori ini mengkaji bagaimana khalayak memaknai teks yang telah dikonstruksi oleh media. Morley menyatakan bahwa studi khalayak dalam konteks kajian dominan mempertanyakan ideologi media massa yang dapat mempengaruhi khalayak (Nisa, 2017). Dalam studi ini khalayak tidak serta merta menerima begitu saja ideologi yang diberikan oleh media, melainkan mereka aktif menginterpretasikan sendiri makna dari teks yang diberikan oleh media. Hal ini sejalan dengan apa yang diungkapkan oleh McQuail yang dikutip oleh Hadi (2008) bahwa khalayak dianggap sebagai bagian dari *interpretative communicative* yang selalu aktif dalam mempersepsi pesan dan memproduksi makna pesan dari media, mereka bukan lagi khalayak pasif yang hanya menerima makna saja.

Jensen (2003) mengungkapkan bahwa teori resepsi merujuk pada perbandingan antara wacana teks media dengan wacana khalayak, yang hasil interpretasinya merujuk pada konteks isi media tersebut. Sedangkan menurut McQuail (1997) lebih kepada penggunaan media sebagai cerminan dari konteks sosial budaya dan sebagai proses dari pemberian makna melalui persepsi *audiens* atau khalayak atas pengalaman dan produksi (Hadi, 2008).

Dari pemaparan mengenai teori di atas, penulis akan mengaitkan dengan keberadaan sub fokus penelitian mengenai nilai-nilai edukasi yang terdapat pada aplikasi TikTok sendiri, yang dimana secara alami para informan mendapatkan banyak manfaat yang positif terlebih mengenai konten edukatif yang disajikan oleh aplikasi TikTok, resepsi yang terbentuk dari pengguna aplikasi TikTok ini memang memiliki sudut pandang yang sangat positif dan memberikan pengaruh baik bagi penggunanya, hal ini pula sesuai dengan kajian teori yang penulis kaji pada penelitian ini, yaitu mengenai keberadaan teori pemaknaan khalayak.

Menurut McQuail komunikasi massa mengandung aspek-aspek unik yang menuntut adanya teori komunikasi sendiri. Cabang teori komunikasi tersebut lebih condong bersifat sosiologis dibandingkan psikologis, dan lebih normatif dari pada teori yang berkenaan dengan mikroproses komunikasi (misalnya pemahaman, persepsi, penulisan teks, pola-pola interaksi dan respons) (Axanta & Purba, 2020) yang jika penulis kaitkan narasi yang dimaksud adalah keberadaan isi pesan yang ada pada aplikasi TikTok yang banyak memberikan konten edukatif di dalamnya, meski perlu suatu prinsip dasar untuk lebih bisa bijak juga dalam menggunakan media digital itu sendiri.

Filterisasi untuk Mendapatkan Konten yang Bersifat Edukatif pada Aplikasi TikTok

Kini TikTok menjadi trend baru di Indonesia, konten yang dihasilkan oleh pengguna TikTok sendiri sangat beragam. Dengan kondisi pandemi seperti saat ini, pengguna TikTok banyak yang menggunakan aplikasi ini untuk mengedukasi perihal kasus COVID-19 yang di bungkus dengan sajian yang menarik dan dapat membuat khalayak tidak jenuh dan bosan untuk melihat konten tersebut. Agar mengurangi efek dan dampak hingga memutus mata rantai penyebaran COVID-19. Pemerintah, tenaga kesehatan bahkan masyarakat bersama-sama membuat konten edukasi dengan menggunakan aplikasi TikTok dimana secara tidak langsung memberikan edukasi para *viewers* TikTok.

Steve Wheeler menyatakan ada sembilan elemen dalam dunia literasi digital yang membuat *audiens* atau khalayak mengakses informasi. (1) *social networking*, kemampuan berupa pengetahuan dalam memaksimalkan fitur-fitur yang telah ada untuk membuat khalayak mengetahui etika pemanfaatan situs jejaring sosial sehingga literasi digital dianggap dapat memberikan edukasi seperti apa dan bagaimana berjejaring sosial yang baik. (2) *transliteracy*, merupakan keahlian untuk menggunakan berbagai *platform* yang bermacam-macam khususnya untuk mengumpulkan, memproduksi, *sharing* konten hingga mengomunikasikan melalui berbagai *platform social media*, *smartphone*, grup diskusi dan berbagai layanan *online* yang tersedia. (3) *maintenance privacy*, atau menjaga privasi merupakan hal yang penting dari kemampuan literasi digital. Mendeteksi dengan baik ciri-ciri situs palsu, penipuan siber dan menampilkan identitas yang aman. (4) *managing digital identity*, memperlihatkan keahlian dalam mengatur identitas penggunaan yang baik di berbagai *platform media sosial*. (5) *creating content*, berkaitan dengan keahlian perihal berbagi informasi yang didapatkan lalu mendistribusikannya diberbagai *platform media sosial*. (6) *organising and sharing content*, keahlian untuk bisa memosisikan dan memetakan masing-masing *platform* dengan konten yang memiliki kategori yang sama menjadi elemen dalam literasi digital. (7) *reusing content*, memanfaatkan konten yang pernah dibuat untuk digunakan kembali dan didistribusikan dengan menambahkan informasi baru sebagai pembaruan. (8) *filtering and selecting content*, menunjukkan bahwa keahlian literasi digital untuk menyaring dan menyeleksi informasi yang baik untuk dibagikan dan (9) *self broadcasting*, mampu ikut menyalurkan informasi yang menarik pada media sosial masing-masing dan jadi bentuk kontribusi aktif berbagi informasi (Hapsari et al., 2020).

Pada akhirnya bijak dalam memanfaatkan media sosial memang menjadi tolak ukur utama remaja menggunakan aplikasi TikTok sebagai media informasi yang memiliki konten yang bersifat edukatif, karena sekuritas yang ada pada keseluruhan aplikasi media sosial berbasis digital ini belum sepenuhnya memiliki standar pengawasan ketika arus informasi yang justru malah sebaliknya (negatif) masuk ke dalam aplikasi TikTok itu sendiri.

Hal ini pula yang akhirnya menimbulkan persepsi remaja terhadap aplikasi TikTok memiliki pandangan yang beragam namun terkesan seragam dari intisari yang penulis dapatkan, yaitu mengenai konten yang tidak mendidik semua dikembalikan kepada masing-masing penggunaannya untuk dapat lebih bijaksana dalam mengontrol arus komunikasi yang terjadi pada aplikasi TikTok itu sendiri sehingga dapat mewujudkan persepsi nilai yang positif secara keseluruhan. Persepsi diartikan sebagai hasil dari sebuah pengamatan terhadap suatu target, atau rangsangan yang diberikan dari sebuah proses pemaknaan (Jayanti & Arista, 2019). Publik memberikan arti atau makna terhadap stimulus berdasarkan pengalaman yang dialaminya, keahlian mempersepsi itulah yang bisa melanjutkan proses pembentukan citra. Jika informasi yang diberikan dapat memenuhi kognisi individu, persepsi akan mejadi positif.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa untuk mendapatkan sajian konten edukasi yang dibutuhkan sangat mudah, hal ini didapatkan dengan segala fitur yang ditawarkan oleh aplikasi Tik-Tok itu sendiri. Nilai-nilai edukasi konten aplikasi TikTok yang terkandung memang lebih dekat memberikan akan nilai yang memiliki manfaat secara luas

memiliki keunggulan secara kebutuhan informasi. Akan tetapi masih perlu adanya mekanisme filterisasi. TikTok masih belum memiliki sekuritas yang kuat sama seperti media sosial digital lainnya, karena keberadaannya yang memang digunakan di seluruh dunia, yang mana nilai kebijakannya yang pada akhirnya harus digeneralisasi secara umum.

Referensi

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14(2), 135–148. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v14i2.7504>
- Adikara, G. J., Kurnia, N., Adhrianti, L., Astuty, S., Wijayanto, X. A., Desiana, F., & Astuti, S. I. (2021). *Aman Bermedia Digital* (G. J. Adikara & N. Kurnia (eds.)). Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika.
- Afrilia, A. M. (2017). Penggunaan New Media Di Kalangan Ibu Muda Sebagai Media Parenting Masa Kini. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 1(1), 31–42.
- Aji, W. N., & Setiyadi, D. B. P. (2021). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Keterampilan Bersastra. *Metafora : Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra*, 6(1), 11.
- Axanta, V., & Purba, V. (2020). Pemaknaan Rasisme Dalam Film Green Book. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 226–238.
- Bohang, F. K. (2018, July 5). Tik Tok Punya 10 Juta Pengguna Aktif di Indonesia. *Www.Kompas.Com*. <https://pemilu.kompas.com/read/2018/07/05/09531027/tik-tok-punya-10-juta-pengguna-aktif-di-indonesia>
- Carolina, M., & Mahestu, G. (2020). Prilaku Komunikasi Remaja dengan Kecenderungan FoMo. *Jurnal Riset Komunikasi*, 11(1), 24.
- Hadi, I. P. (2008). Penelitian Khalayak Dalam Perspektif Reception Analysis. *Scriptura*, 3(1), 1–7.
- Hapsari, S. A., Pratiwi, M. R., & Indrayani, H. (2020). Konten Edukasi Pengasuhan Anak Melalui Media Online Komunitas Parenting Keluargakita.Com. *International Conference Communication and Sosial Sciences (ICCOMSOS)*, 1(1), 12.
- Hariansyah, M. (2018). *Millenials “Bukan Generasi Micin.”* Guepedia Publisher.
- Hutamy, E. T., Swartika, F., Naila, A., Azisah, Q., Hasan, M., Ekonomi, P., Makassar, U. N., & Makassar, P. (2021). Persepsi Peserta Didik Terhadap Pemanfaatan Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran. *Prosiding Seminar Nasional Penelitian Dan Pengabdian 2021*, 12.
- Jayanti, F., & Arista, N. T. (2019). Persepsi Mahasiswa Terhadap Pelayanan Perpustakaan Universitas Trunojoyo Madura. *Competence : Journal of Management Studies*, 12(2), 205–223. <https://doi.org/10.21107/kompetensi.v12i2.4958>
- Ludwianto, B. (2020). *Riset: 64% Penduduk Indonesia Sudah Pakai Internet*. *Www.Kumparan.Com*. <https://kumparan.com/kumparantech/riset-64-penduduk-indonesia-sudah-pakai-internet-1ssUCDbKILp/full>
- Nasution, N. S., Musthofa, S. B., & Shaluhiah, Z. (2021). Edukasi Pencegahan Covid-19 Dalam Media Sosial: Gambaran Konten Video Tiktok. *Jurnal Kesehatan Masyarakat*, 9(2), 180–187.
- Nisa, U. (2017). Studi Resepsi Khalayak terhadap Pemberitaan Syariat Islam pada Kompas.com. *Jurnal Komunikasi Global*, 6(1), 74–89.
- Susilowati. (2020). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok Sebagai Personal Branding Di Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun @bowo_allpennliebe). *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 176–185.
- Yayu, N., Anisti, A., Hidayat, D., & Suhadi, M. (2019). Pendekatan intercultural

communication pada public relations PT Santos dalam membangun komunikasi empati.
Profesi Humas, 4(1), 1–22. <https://doi.org/10.24198/prh.v4i1.18626>