

## **Realitas Keterlibatan Gen Z dalam Media Sosial Tiktok Perspektif Sosiokultural**

**Yulian Dwi Putra**

Institut Agama Islam IAIN Curup  
Email: Yuliandwiputra95@gmail.com

**Devi Junita**

Institut Agama Islam IAIN Curup  
Email: Devijunita@gmail.com

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi realitas keterlibatan Generasi Z dalam media sosial TikTok dari perspektif sosiokultural. Melalui pendekatan kualitatif, penulis melakukan analisis terhadap interaksi, konten yang dibagikan, dan pengalaman pengguna TikTok Generasi Z. Penulis menggunakan wawancara mendalam dan observasi partisipatif untuk mengumpulkan data dari sejumlah partisipan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa keterlibatan mereka dalam TikTok tidak hanya sebagai pengguna pasif, tetapi juga sebagai pembuat konten yang aktif, yang mempengaruhi identitas dan interaksi sosial mereka secara signifikan. Temuan ini memberikan wawasan yang mendalam tentang bagaimana Generasi Z membentuk dan mengalami realitas mereka melalui media sosial, serta implikasi sosiokulturalnya.

**Kata Kunci:** Generasi Z, Media Sosial TikTok, Perspektif Sosiokultural.

## PENDAHULUAN

Penggunaan media sosial telah menjadi bagian yang penting dalam kehidupan sehari-hari, dan salah satu aplikasi yang paling populer adalah TikTok. TikTok adalah aplikasi yang memiliki keterangan paling banyak diunduh pada 2020. Hal ini menunjukkan bahwa TikTok telah mempengaruhi berbagai sektor, termasuk pendidikan. Generasi Z, yang lahir di era pesatnya perkembangan teknologi komunikasi, memiliki keaktifan yang tinggi dalam menggunakan media sosial. Mereka memiliki keterbukaan atas akses internet yang mempermudah interaksi sosial antar sesama. Teknologi digital telah membentuk pola pikir dan perilaku generasi Z, yang membuat mereka memiliki karakteristik *multitasking* yang terbiasa dengan berbagai kegiatan atau aktivitas dilakukan dalam satu waktu.

Generasi Z (Gen Z) merupakan generasi yang dibesarkan dengan teknologi digital dan internet. Mereka sangat aktif dalam menggunakan media sosial, termasuk TikTok, platform video pendek yang populer. Penelitian ini bertujuan untuk memahami realitas keterlibatan Gen Z dalam TikTok dari perspektif sosiokultural. Saat ini

teknologi digital menjadi salah satu hal yang sangat penting bagi kehidupan Gen Z. Di zaman ini, banyak hal yang bisa dilakukan dengan teknologi, salah satu contohnya adalah untuk berkreasi maupun berkomunikasi. Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk bersosialisasi, tetapi juga sebagai alat analisis diri dan pencitraan diri seiring berjalannya waktu. Seiring berkembangnya teknologi, masyarakat dapat menggunakan media sosial termasuk untuk berkirim pesan dengan banyak pengguna media sosial lainnya.

Media itu sendiri berupa berita, informasi, gambar dan juga video, media sosial juga merupakan platform yang dapat menciptakan berbagai bentuk komunikasi, memberikan informasi yang berbeda di semua tingkatan, dengan bantuan jejaring sosial setiap orang dapat berkomunikasi. Manusia adalah bagian dari masyarakat, dan manusia tidak dapat memenuhi kebutuhannya tanpa hubungan antarmanusia. Hubungan seperti itu mencoba berkomunikasi dengan orang lain melalui jejaring sosial di Internet. “Komunikasi manusia merupakan hubungan yang dinamis”.

Hubungan komunikasi sosial terjadi perubahan komunikasi sosial sebab melibatkan perkembangan pada

teknologi komunikasi telah menciptakan perangkat mekanis yang dirancang untuk meningkatkan kualitas kehidupan manusia, dimana manusia bisa menjadi semakin pintar. “Menurut beberapa ahli, manusia ketergantungan terhadap perangkat teknis dan sarana komunikasi sangat sulit untuk dipisahkan, sehingga manusia berkaitan dengan perolehan berita dan kebutuhan lainnya.”

Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan 10 pengguna Gen Z TikTok di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi realitas keterlibatan Gen Z dalam media sosial TikTok dari perspektif sosiokultural. Data sementara menunjukkan bahwa Gen Z terlibat dalam TikTok karena berbagai alasan, termasuk Hiburan: TikTok menawarkan konten hiburan yang menarik dan mudah diakses. Ekspresi Diri: TikTok memungkinkan Gen Z untuk mengekspresikan diri secara kreatif melalui video. Koneksi Sosial: TikTok membantu Gen Z untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan komunitas online. Identitas Diri: TikTok berperan dalam pembentukan identitas diri Gen Z.

Penelitian ini juga menemukan bahwa terdapat beberapa faktor sosiokultural yang mempengaruhi keterlibatan Gen Z dalam TikTok, antara lain: Budaya Digital: Gen Z terbiasa dengan teknologi digital dan internet, sehingga mereka mudah beradaptasi dengan TikTok. *Individualisme*: Gen Z memiliki kecenderungan individualis dan ingin menunjukkan identitas diri mereka melalui TikTok. *Konsumerisme*: Gen Z merupakan generasi yang konsumtif dan mudah terpengaruh oleh tren yang ada di TikTok. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keterlibatan Gen Z dalam TikTok merupakan fenomena sosiokultural yang kompleks. Faktor-faktor sosiokultural seperti budaya digital, *individualisme*, dan *konsumerisme* memainkan peran penting dalam shaping bagaimana Gen Z menggunakan TikTok.

Disini penulis akan membahas mengenai penggunaan media sosial TikTok sebagai platform untuk pengembangan Identitas Remaja, dan bagaimana media sosial Tiktok itu dalam mempengaruhi Identitas Remaja. Penulis juga akan membahas mengenai apa saja yang menjadi dampak negatif maupun dampak positif dari penggunaan media sosial TikTok tersebut.

---

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Definisi dan Karakteristik Gen

#### Z

Generasi Z, sering disingkat sebagai Gen Z, merujuk pada kelompok individu yang lahir setelah generasi milenial, sekitar tahun 1997 hingga 2012. Mereka dikenal sebagai generasi digital asli karena sejak lahir sudah akrab dengan teknologi digital dan internet. Definisi dan karakteristik Gen Z dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, sosial, dan ekonomi yang pesat di era mereka tumbuh.

#### 1. Digital Natives

Gen Z adalah generasi pertama yang tidak mengenal dunia tanpa internet. Mereka tumbuh dengan perangkat digital di tangan, seperti smartphone dan tablet, yang menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Keterampilan mereka dalam mengoperasikan teknologi dan mengakses informasi secara online menjadikan mereka sebagai digital natives sejati. Mereka terbiasa dengan informasi yang serba cepat dan instan, sehingga memiliki kemampuan multitasking yang tinggi.

#### 2. Berorientasi Global

Gen Z cenderung memiliki pandangan yang lebih global dibandingkan generasi sebelumnya. Internet memungkinkan mereka untuk terhubung dengan orang dari berbagai belahan dunia, memperkaya perspektif mereka tentang budaya, isu-isu global, dan keragaman. Mereka lebih terbuka terhadap perbedaan dan cenderung memiliki kesadaran sosial yang tinggi, terutama dalam hal lingkungan dan hak asasi manusia.

#### 3. Pendidikan dan Karir

Pendidikan bagi Gen Z tidak hanya tentang memperoleh gelar, tetapi juga tentang mengembangkan keterampilan praktis yang dapat diterapkan di dunia kerja. Mereka cenderung memilih jalur pendidikan yang fleksibel dan praktis, sering kali memanfaatkan platform e-learning dan kursus online. Dalam hal karir, Gen Z mencari pekerjaan yang menawarkan keseimbangan hidup-kerja yang baik, kesempatan untuk berkembang, dan makna yang

mendalam. Mereka menghargai keberagaman dan inklusi di tempat kerja.

#### 4. Kesehatan Mental

Kesadaran akan kesehatan mental merupakan salah satu aspek penting bagi Gen Z. Mereka lebih terbuka membicarakan masalah kesehatan mental dan mencari dukungan ketika dibutuhkan. Media sosial memainkan peran ganda dalam hal ini, baik sebagai sumber dukungan maupun sebagai pemicu stres dan kecemasan. Oleh karena itu, keseimbangan dalam penggunaan teknologi menjadi perhatian khusus bagi mereka.<sup>1</sup>

#### 5. Konsumsi Media dan Informasi

Gen Z lebih suka mengonsumsi konten dalam bentuk video dan gambar daripada teks panjang. Platform seperti YouTube, TikTok, dan Instagram sangat populer di kalangan mereka. Mereka juga cenderung skeptis terhadap

informasi yang mereka terima, mengingat banyaknya hoaks dan berita palsu di internet. Oleh karena itu, mereka sering memverifikasi informasi dari berbagai sumber sebelum mempercayainya.

#### 6. Nilai dan Aktivisme

Nilai-nilai yang dipegang oleh Gen Z sangat dipengaruhi oleh isu-isu sosial dan lingkungan. Mereka lebih peduli pada keberlanjutan dan lebih cenderung mendukung perusahaan yang memiliki tanggung jawab sosial. Aktivisme menjadi bagian penting dari identitas mereka, baik melalui partisipasi langsung dalam gerakan sosial maupun melalui kampanye di media sosial.<sup>2</sup>

Gen Z adalah generasi yang dinamis, adaptif, dan inovatif. Karakteristik mereka yang unik dipengaruhi oleh kemajuan teknologi, globalisasi, dan perubahan sosial yang cepat. Mereka membawa perspektif baru dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk pendidikan, karir, dan

---

<sup>1</sup> Rahmawati, L. (2021). "Generasi Z dan Tantangan Pendidikan di Abad 21." *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan*, 6 (2), hal, 125-136.

<sup>2</sup> Ardianto, E. (2019). *Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Generasi Z*. Bandung: Pustaka Pelajar, Hal, 67.

konsumsi media. Dengan kemampuan mereka untuk beradaptasi dan berinovasi, Gen Z memiliki potensi besar untuk membawa perubahan positif di masa depan.

## **B. Sejarah dan Perkembangan TikTok**

1. Awal Mula dan Perkembangan Awal  
TikTok, sebuah aplikasi berbagi video pendek, pertama kali diluncurkan di China pada September 2016 dengan nama *Douyin* oleh perusahaan teknologi Beijing *ByteDance Technology Co. Ltd.* *Douyin* dengan cepat menarik perhatian di pasar domestik, mencapai 100 juta pengguna dalam waktu satu tahun sejak peluncurannya.

Pada September 2017, *ByteDance* meluncurkan versi internasional dari *Douyin* dengan nama TikTok. Peluncuran TikTok di pasar internasional bertujuan untuk menangkap tren global dan memperluas jangkauan perusahaan di luar China. *ByteDance* menyadari potensi besar aplikasi

ini di kalangan generasi muda yang gemar membuat dan mengonsumsi konten video pendek.<sup>3</sup>

### 2. Akuisisi Musical.ly

Langkah strategis yang signifikan dalam perkembangan TikTok terjadi pada November 2017 ketika *ByteDance* mengakuisisi Musical.ly, sebuah aplikasi video sosial populer yang berbasis di Shanghai, namun sangat populer di Amerika Serikat dan Eropa. Musical.ly terkenal dengan fitur *lip-syncing* dan memiliki basis pengguna yang besar di kalangan remaja .

Pada Agustus 2018, *ByteDance* menggabungkan Musical.ly dengan TikTok, mengalihkan semua pengguna Musical.ly ke platform TikTok. Penggabungan ini tidak hanya memperluas basis pengguna TikTok, tetapi juga memperkuat posisinya sebagai aplikasi video pendek terkemuka di dunia .

### 3. Pertumbuhan Global dan Popularitas

---

<sup>3</sup> Sembiring, L. (2019). *Analisis Perkembangan Aplikasi TikTok di Indonesia*.

Setelah penggabungan dengan Musical.ly, TikTok mengalami lonjakan popularitas yang luar biasa. Aplikasi ini dengan cepat menjadi salah satu aplikasi yang paling banyak diunduh di *App Store* dan *Google Play* di berbagai negara. Kesuksesan ini didorong oleh fitur-fitur inovatif TikTok seperti efek khusus, filter, musik latar, dan tantangan viral yang menarik minat pengguna .

TikTok juga berhasil menarik perhatian para kreator konten, selebriti, dan influencer yang melihat potensi besar platform ini untuk menjangkau audiens yang lebih luas. Fitur-fitur interaktif dan algoritma rekomendasi konten yang canggih membuat pengguna betah menghabiskan waktu berjam-jam di aplikasi ini

#### 4. Tantangan dan Kontroversi

Namun, perjalanan TikTok tidak tanpa tantangan. TikTok menghadapi berbagai isu regulasi dan keamanan data di beberapa negara. Misalnya, pada 2020, pemerintah India melarang TikTok bersama dengan aplikasi lain dari China, mengutip alasan keamanan

nasional dan privasi pengguna. Hal ini menjadi pukulan besar bagi TikTok karena India adalah salah satu pasar terbesar mereka dengan ratusan juta pengguna .

Di Amerika Serikat, TikTok juga menghadapi tekanan dari pemerintah yang mengkhawatirkan potensi risiko keamanan nasional terkait data pengguna Amerika yang mungkin diakses oleh pemerintah China. *ByteDance* bahkan dihadapkan pada kemungkinan harus menjual operasi TikTok di Amerika Serikat atau menghadapi pelarangan .

#### 5. Adaptasi dan Inovasi

Meskipun menghadapi tantangan, TikTok terus beradaptasi dan berinovasi untuk mempertahankan pertumbuhannya. TikTok memperkenalkan fitur baru seperti *TikTok for Business*, yang memungkinkan brand dan pengiklan untuk memanfaatkan platform ini untuk kampanye pemasaran mereka. Selain itu, TikTok juga meluncurkan program kemitraan dan monetisasi untuk para kreator konten, memberikan insentif bagi mereka

untuk terus membuat konten yang menarik dan kreatif .

TikTok juga memperluas kemitraannya dengan berbagai industri, termasuk musik, olahraga, dan pendidikan. Misalnya, TikTok menjalin kerja sama dengan *Universal Music Group* dan *Sony Music* untuk menyediakan katalog musik yang lebih luas bagi penggunanya. Di bidang pendidikan, TikTok meluncurkan kampanye edukatif seperti *Learn On TikTok*, yang menyediakan konten edukatif dalam berbagai topik mulai dari sains hingga seni .

#### 6. Dampak dan Masa Depan

TikTok telah membawa dampak signifikan dalam dunia digital dan budaya pop. Aplikasi ini mengubah cara orang berinteraksi dengan konten video pendek, menciptakan tren global, dan bahkan mempengaruhi industri musik dengan lagu-lagu yang viral di TikTok sering kali menjadi hits di chart musik tradisional.

Di masa depan, TikTok diperkirakan akan terus berkembang dan berinovasi,

menghadirkan fitur-fitur baru yang menarik dan memperkuat ekosistemnya. Tantangan regulasi dan keamanan data tetap menjadi perhatian utama yang harus dihadapi oleh TikTok untuk menjaga keberlanjutan pertumbuhannya di pasar global .

Sejarah dan perkembangan TikTok menunjukkan bagaimana sebuah aplikasi berbagi video pendek dapat mengubah lanskap digital dalam waktu yang relatif singkat. Dari awal peluncurannya sebagai *Douyin* di China, akuisisi Musical.ly, hingga menghadapi berbagai tantangan global, TikTok telah menjadi fenomena budaya dengan dampak yang luas. Inovasi dan adaptasi yang terus menerus menjadi kunci keberhasilan TikTok dalam mempertahankan popularitasnya dan mengukuhkan posisinya sebagai salah satu platform media sosial terkemuka di dunia.

#### C. Teori Sosiokultural

Teori Sosiokultural dikembangkan oleh Lev Vygotsky, seorang psikolog Rusia, yang berfokus pada peran interaksi sosial dan budaya dalam perkembangan kognitif individu. Dalam

konteks media sosial seperti TikTok, teori ini relevan untuk memahami bagaimana generasi Z berinteraksi dan berkembang melalui platform tersebut. Media sosial telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara pertengahan 1990 hingga awal 2010.

TikTok, sebuah platform video pendek, telah mendominasi lanskap media sosial dengan menawarkan tempat bagi kreativitas, ekspresi diri, dan interaksi sosial. Untuk memahami keterlibatan generasi Z di TikTok, perspektif sosiokultural menawarkan kerangka kerja yang kaya untuk menganalisis bagaimana interaksi sosial dan budaya mempengaruhi pengalaman mereka.

#### 1. Teori Sosiokultural

Sosiokultural Vygotsky menekankan pentingnya konteks sosial dan budaya dalam perkembangan kognitif. Vygotsky berargumen bahwa pengetahuan dibentuk melalui interaksi dengan orang lain dalam lingkungan sosial yang kaya dan beragam. Dua konsep

kunci dalam teori ini adalah "zona perkembangan proksimal" (ZPD) dan "*scaffolding*."<sup>4</sup>

##### a. Zona Perkembangan Proksimal (ZPD)

ZPD adalah jarak antara apa yang dapat dilakukan seseorang dengan bantuan dan apa yang dapat dilakukannya sendiri. Dalam konteks TikTok, ini berarti generasi Z dapat belajar dan berkembang melalui konten yang mereka lihat dan interaksi dengan pengguna lain.

##### b. Scaffolding

Ini adalah dukungan yang diberikan oleh orang lain yang lebih berpengetahuan untuk membantu individu mencapai tugas yang mereka belum bisa lakukan sendiri. Di TikTok, scaffolding bisa datang dari komentar, tutorial, duet, dan kolaborasi yang

---

<sup>4</sup> Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher*

*Psychological Processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press, hal. 88.

membantu pengguna belajar keterampilan baru atau memahami konten lebih dalam.

c. Keterlibatan Gen Z di TikTok

Generasi Z menunjukkan keterlibatan yang tinggi di TikTok, yang dapat dilihat dari berbagai aktivitas mereka di platform ini, termasuk pembuatan konten, berinteraksi dengan konten orang lain, dan mengikuti tren yang berkembang. Berikut adalah beberapa cara di mana teori sosiokultural dapat diterapkan untuk memahami keterlibatan ini:

1) Pembelajaran Sosial  
Generasi Z belajar melalui pengamatan dan partisipasi dalam komunitas TikTok. Mereka meniru tren, tantangan, dan format

video yang populer, yang merupakan bentuk pembelajaran melalui model sosial.

2) Interaksi dan Kolaborasi

TikTok menyediakan fitur-fitur yang mendorong interaksi dan kolaborasi, seperti duet dan stitch. Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi dengan mudah, yang mendukung ide Vygotsky bahwa pembelajaran terjadi melalui interaksi sosial.

3) Identitas dan Ekspresi Diri

TikTok adalah platform di mana generasi Z dapat mengekspresikan identitas mereka dan mendapatkan umpan balik dari komunitasnya. Proses ini mencerminkan gagasan bahwa identitas individu dibentuk melalui interaksi dengan

lingkungan sosial dan budaya mereka.

## 2. Dampak Budaya pada Keterlibatan

Budaya memainkan peran penting dalam cara generasi Z menggunakan TikTok. Budaya pop, meme, musik, dan tren global membentuk konten yang mereka buat dan konsumsi. Ini menggarisbawahi pentingnya elemen budaya dalam teori sosiokultural, yang menyatakan bahwa budaya menyediakan alat kognitif dan simbolik yang digunakan individu untuk memahami dunia mereka.

### a. Kreativitas dan Inovasi

Budaya kreatif di TikTok mendorong generasi Z untuk bereksperimen dengan berbagai bentuk ekspresi dan konten. Kreativitas ini didukung oleh lingkungan sosial yang mengapresiasi inovasi dan memberikan pengakuan melalui *likes*, *shares*, dan komentar.

### b. Norma Sosial dan Nilai

TikTok juga membentuk dan mencerminkan norma sosial dan nilai-nilai yang

berlaku dalam budaya generasi Z. Konten yang viral sering kali mencerminkan nilai-nilai seperti inklusivitas, keadilan sosial, dan kesadaran lingkungan.

## 3. Tantangan dan Implikasi

Meskipun TikTok menawarkan banyak peluang untuk pembelajaran dan interaksi sosial, ada juga tantangan yang perlu diperhatikan:

### a. Dampak Psikologis

Paparan berlebihan pada media sosial dapat memiliki dampak psikologis negatif, termasuk kecemasan, depresi, dan masalah harga diri. Penting untuk memahami bagaimana interaksi di TikTok mempengaruhi kesehatan mental generasi Z.

### b. Privasi dan Keamanan

Dengan banyaknya data pribadi yang dibagikan di TikTok, ada kekhawatiran tentang privasi dan keamanan pengguna, terutama remaja. Perlu ada edukasi yang

memadai tentang praktik privasi yang aman.

Keterlibatan generasi Z di TikTok dapat dipahami lebih dalam melalui perspektif sosiokultural. Interaksi sosial, pembelajaran melalui model, dan pengaruh budaya semuanya memainkan peran penting dalam bagaimana generasi ini menggunakan dan dipengaruhi oleh platform tersebut. Memahami ini tidak hanya memberikan wawasan tentang perilaku generasi Z, tetapi juga membantu dalam merancang intervensi yang dapat memaksimalkan manfaat sambil meminimalkan risiko penggunaan media sosial

#### **D. Analisis Keterlibatan Gen Z di TikTok dari Perspektif Sosiokultural**

TikTok, sebuah platform media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membuat dan berbagi video pendek, telah menjadi fenomena global sejak diluncurkan pada tahun 2016. Gen Z, generasi yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, merupakan pengguna dominan platform ini. Melalui TikTok, Gen Z

mengekspresikan identitas mereka, membentuk komunitas, dan mempengaruhi budaya populer. Dari perspektif sosiokultural, keterlibatan Gen Z di TikTok dapat dianalisis melalui beberapa aspek: identitas digital, pembentukan komunitas, dan pengaruh terhadap budaya populer.

##### **1. Identitas Digital**

Identitas digital adalah konsep yang menggambarkan bagaimana individu mempresentasikan diri mereka di dunia maya. Bagi Gen Z, TikTok adalah platform yang ideal untuk eksplorasi dan ekspresi diri. Video pendek yang menjadi format utama TikTok memungkinkan pengguna untuk menunjukkan kepribadian, minat, dan bakat mereka dalam cara yang menarik dan kreatif.

##### **2. Kreativitas dan Ekspresi Diri**

TikTok menyediakan berbagai fitur seperti filter, efek visual, dan musik yang memungkinkan pengguna untuk berkreasi tanpa batas. Hal ini sejalan dengan karakteristik Gen Z yang cenderung menghargai originalitas dan ekspresi

individual. Menurut penelitian dari Rachmawati (2021), Gen Z menggunakan TikTok sebagai media untuk menampilkan sisi unik mereka, yang seringkali tidak dapat mereka tunjukkan di platform lain atau dalam kehidupan nyata.

### 3. Autentisitas dan Transparansi

Gen Z juga dikenal menghargai autentisitas. Di TikTok, banyak pengguna yang memproduksi konten yang dianggap lebih “nyata” dan tidak terlalu diatur dibandingkan platform lain seperti Instagram. Fenomena ini menciptakan lingkungan di mana Gen Z merasa lebih bebas untuk mengekspresikan diri mereka secara jujur dan tanpa filter

### 4. Pembentukan Komunitas

TikTok bukan hanya platform untuk berbagi video, tetapi juga tempat di mana komunitas terbentuk dan berkembang. Algoritma TikTok yang unik, yang mempromosikan konten berdasarkan minat pengguna, memungkinkan

pembentukan sub-kultur dan komunitas online yang kuat.

### 5. Sub-kultur dan Tren Viral

Gen Z sangat aktif dalam menciptakan dan mengikuti tren viral di TikTok. Dari tantangan tari hingga tagar tertentu, tren ini seringkali mencerminkan nilai-nilai dan minat kolektif Gen Z. , fenomena ini mencerminkan dinamika sosial di mana anggota komunitas merasa terhubung melalui partisipasi dalam tren yang sama.

### 6. Ruang Aman dan Dukungan Sosial

Banyak pengguna TikTok menemukan dukungan dan validasi melalui komunitas online. Platform ini menyediakan ruang di mana individu dapat menemukan orang-orang dengan pengalaman atau minat serupa, yang menciptakan rasa kebersamaan dan dukungan emosional. Dalam penelitiannya, menemukan bahwa Gen Z sering menggunakan TikTok sebagai sarana untuk berbagi cerita pribadi dan mendapatkan dukungan dari komunitas online.

## 7. Pengaruh Terhadap Budaya Populer

Keterlibatan Gen Z di TikTok tidak hanya mempengaruhi kehidupan mereka sendiri tetapi juga budaya populer secara lebih luas. TikTok telah menjadi pusat dari banyak tren musik, fashion, dan bahkan bahasa.

## 8. Musik dan Budaya Populer

Banyak lagu yang menjadi populer berkat TikTok. Lagu-lagu ini sering digunakan sebagai latar belakang untuk video viral, yang kemudian memperkenalkan musik tersebut kepada audiens yang lebih luas. Hal ini menunjukkan bagaimana TikTok berfungsi sebagai penggerak dalam industri musik. Menurut penelitian dari Hasanah (2022), Gen Z memainkan peran penting dalam menentukan tren musik melalui keterlibatan mereka di TikTok.<sup>5</sup>

## 9. Fashion dan Gaya Hidup

Selain musik, TikTok juga mempengaruhi tren fashion dan

gaya hidup. Banyak pengguna yang berbagi tips fashion, tutorial kecantikan, dan gaya hidup yang menjadi inspirasi bagi orang lain. Fenomena ini mencerminkan bagaimana TikTok telah menjadi platform di mana tren gaya hidup cepat menyebar dan diadopsi oleh massa.

Analisis keterlibatan Gen Z di TikTok dari perspektif sosiokultural menunjukkan bahwa platform ini lebih dari sekadar alat hiburan. TikTok telah menjadi ruang di mana Gen Z dapat mengekspresikan diri mereka, membentuk dan berpartisipasi dalam komunitas, serta mempengaruhi budaya populer secara signifikan. Melalui TikTok, Gen Z menunjukkan bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai alat penting untuk eksplorasi identitas, pembentukan komunitas, dan penyebaran budaya. TikTok, dengan segala dinamikanya, mencerminkan perubahan sosiokultural yang

---

<sup>5</sup> Hasanah, U. (2022). *Pengaruh Media Sosial terhadap Industri Musik: Studi Kasus TikTok*. Jurnal Industri Kreatif.

lebih luas yang sedang berlangsung di kalangan generasi muda saat ini.

### **E. Motivasi dan Alasan Keterlibatan Gen Z dalam TikTok**

TikTok, sebuah platform media sosial berbasis video pendek, telah menjadi fenomena global sejak tahun 2016 yang diluncurkan oleh perusahaan teknologi asal China, *ByteDance*. Platform ini memiliki daya tarik yang kuat terutama bagi generasi muda, khususnya Gen Z (generasi yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an). Keterlibatan Gen Z dalam TikTok didorong oleh berbagai faktor yang melibatkan aspek psikologis, sosial, dan teknologi. Berikut adalah penjelasan mendalam mengenai motivasi dan alasan keterlibatan Gen Z dalam TikTok.

#### **1. Kebutuhan Akan Ekspresi Diri**

Gen Z tumbuh dalam era digital di mana kebebasan berekspresi menjadi salah satu nilai penting. TikTok menyediakan platform yang memungkinkan mereka

mengekspresikan diri melalui video pendek yang kreatif dan sering kali humoris. Platform ini menawarkan berbagai fitur seperti filter, efek khusus, dan alat pengeditan yang memudahkan pengguna untuk membuat konten yang menarik dan unik tanpa memerlukan keterampilan teknis yang mendalam.

Generasi ini memiliki kebutuhan yang tinggi untuk mengekspresikan identitas diri mereka dan mencari pengakuan dari komunitas sebayanya melalui platform digital. TikTok memberikan ruang yang luas untuk ekspresi diri ini, yang menjadi daya tarik utama bagi Gen Z.

#### **2. Pencarian Hiburan dan Pelarian**

TikTok juga berfungsi sebagai sumber hiburan utama bagi Gen Z. Algoritma TikTok yang canggih mampu menyajikan konten yang sesuai dengan keinginan masing-masing pengguna, sehingga pengalaman menonton menjadi sangat personal dan menyenangkan. Dalam konteks ini, TikTok berperan sebagai media pelarian dari

rutinitas sehari-hari dan sumber kebahagiaan sementara.

Gen Z sering menggunakan media sosial untuk mencari hiburan dan melarikan diri dari stres sehari-hari. TikTok, dengan konten yang ringan dan menghibur, memenuhi kebutuhan ini dengan sangat baik.

### 3. Kebutuhan Akan Keterhubungan Sosial

Selain hiburan dan ekspresi diri, Gen Z juga menggunakan TikTok sebagai sarana untuk terhubung dengan orang lain. Fitur-fitur interaktif seperti "duet" dan "*stitch*" memungkinkan pengguna untuk berkolaborasi dan berkomunikasi dengan pengguna lain secara langsung melalui konten video. Hal ini menciptakan rasa kebersamaan dan komunitas yang kuat di antara pengguna.

Interaksi sosial dan komunitas merupakan motivasi utama bagi Gen Z dalam menggunakan media sosial. TikTok menyediakan platform di mana mereka bisa berinteraksi dengan teman-teman dan bahkan selebriti, yang semakin

meningkatkan keterlibatan mereka.

### 4. Tren dan Pengaruh Sosial

TikTok dikenal dengan kemampuannya untuk menciptakan tren viral yang cepat. Gen Z, yang sangat dipengaruhi oleh tren dan norma sosial dari kelompok sebayanya, cenderung mengikuti dan berpartisipasi dalam tren yang sedang populer di platform ini. Partisipasi dalam tren ini bukan hanya untuk kesenangan pribadi, tetapi juga sebagai cara untuk menunjukkan bahwa mereka *up-to-date* dan relevan di mata teman-teman mereka.

Pengaruh teman sebaya dan tren sosial sangat kuat dalam menentukan perilaku dan preferensi Gen Z di media sosial. TikTok, dengan siklus tren yang cepat, menjadi media yang sempurna untuk kebutuhan ini.

### 5. Peluang untuk Mendapatkan Pengakuan dan Kesuksesan

TikTok juga menyediakan peluang bagi Gen Z untuk mendapatkan pengakuan dan bahkan kesuksesan komersial. Banyak pengguna TikTok yang

berhasil menjadi selebriti internet atau "*influencer*" dengan basis pengikut yang besar, yang sering kali membuka peluang untuk berbagai bentuk kemitraan dan sponsor.

Banyak Gen Z yang melihat media sosial, termasuk TikTok, sebagai jalan untuk mendapatkan popularitas dan bahkan karier yang sukses sebagai pembuat konten. Kesempatan untuk menjadi terkenal dan diakui oleh khalayak luas merupakan motivasi yang kuat bagi keterlibatan mereka.

#### 6. Kemudahan Akses dan Penggunaan

TikTok dirancang untuk mudah digunakan, yang membuatnya sangat menarik bagi Gen Z. Aplikasi ini menawarkan antarmuka yang intuitif dan proses pembuatan konten yang sederhana namun kaya fitur. Dengan smartphone yang selalu ada di tangan, Gen Z dapat dengan mudah mengakses dan menggunakan TikTok kapan saja dan di mana saja.

Kemudahan akses dan penggunaan teknologi digital sangat penting bagi Gen Z. TikTok

memenuhi kriteria ini dengan menyediakan platform yang mudah diakses dan digunakan, yang mendorong pengguna untuk terus kembali dan berpartisipasi aktif.

Motivasi dan alasan keterlibatan Gen Z dalam TikTok sangat beragam, mencakup kebutuhan akan ekspresi diri, hiburan, keterhubungan sosial, partisipasi dalam tren, peluang untuk mendapatkan pengakuan, serta kemudahan akses dan penggunaan. Kombinasi dari faktor-faktor ini menciptakan lingkungan yang sangat menarik bagi Gen Z, yang menjelaskan popularitas luar biasa TikTok di kalangan generasi ini.

#### **F. Media Sosial TikTok dan Identitas Remaja**

Media sosial adalah sarana komunikasi di internet yang memungkinkan pengguna untuk mewakili diri mereka sendiri dan berkomunikasi, berkolaborasi, berbagi, komunikasi dengan pengguna lain dan

menciptakan hubungan sosial virtual.<sup>6</sup> Menurut Heidi Cohen yang dikutip dalam buku Komunikasi Antar-Personal karya Allo Wiliwer, media sosial terus diartikan sebagai penggunaan media sosial itu sendiri yang berubah atau berkembang. Hal ini karena didukung fakta bahwa media sosial adalah tentang teknologi dan platform yang memungkinkan pembuatan konten pada web interaktif sedemikian rupa sehingga terjadi kolaborasi dan pertukaran pesan secara bebas antar para pengguna.<sup>7</sup>

Pencarian identitas diri merupakan upaya untuk memperkuat konsep diri yang bermakna. Sementara itu, identitas diri dalam sosiologi dimana individu mengidentifikasi dirinya dalam kerangka sosial. Mencakup bagaimana seseorang merasa terhubung dengan kelompok sosial dan bagaimana hal ini memengaruhi perilaku serta persepsi terhadap diri sendiri dan orang lain. Dalam sosiologi, identitas diri juga dipandang sebagai kesadaran diri yang membantu individu mengenali keunikan pribadi, peran, komitmen dan tujuan hidupnya. Identitas diri yang positif berperan penting dalam meningkatkan

kepercayaan diri dan kesejahteraan mental.

Pada buku Psikologi Komunikasi (Jalaluddin Rakhmat, M.Sc.) Menyelidiki adanya dampak televisi terhadap masyarakat pedesaan di Sulawesi Utara, Rusdi Muchtar melaporkan: “Sebelum ada televisi, masyarakat biasanya tidur sekitar jam 8 dan bangun pagi-pagi sekali karena harus berangkat kerja. diantaranya, khususnya generasi muda, sering menonton TV hingga larut malam, mengubah kebiasaan rutusnya menjadi bekerja atau sekolah tidak aktif (10-11 jam sehari. Siang hari, nanti ke lapangan dan pulang ke rumah. efek transisi (*transitional effect*), yang ia definisikan sebagai “suatu reorganisasi kegiatan-kegiatan yang disebabkan oleh diperkenalkannya televisi; beberapa kegiatan mungkin berhenti dan beberapa mungkin dihentikan sama sekali untuk memberikan waktu untuk menonton” (penataan ulang kegiatan-kegiatan karena diperkenalkannya televisi menonton televisi berkurang dan ada pula yang berhenti sama sekali karena

---

<sup>6</sup> Rulli Nasrullah, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosial Teknologi*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hal, 11.

<sup>7</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi AntarPersonal*, (Jakarta: PrenadamediaGroup, 2015), hal, 288.

waktunya dihabiskan untuk menonton televisi).<sup>8</sup>

Disini kita sudah mengetahui apa saja yang bisa menyebabkan masyarakat ketergantungan dengan media, pada pembahasan ini membahas mengenai media sosial Tiktok. Media sosial tiktok sangat berpengaruh terhadap identitas Gen Z. Mereka bisa dengan mudah ketergantungan dengan aplikasi Tiktok dikarenakan Gen Z memiliki rasa penasaran yang tinggi untuk mengekspresikan diri mereka dimedia sosial terutama pada aplikasi Tik Tok. Gen Z yang biasanya pulang sekolah menghabiskan waktu bersama teman-temannya untuk bermain permainan tradisional sekarang beralih ke aplikasi-aplikasi yang sedang tren dikalangan Gen Z salah satunya aplikasi Tik Tok. Yang dulunya Gen Z menonton televisi pada saat malam hari sekarang mereka lebih memilih diam dikamar untuk menonton Tik Tok. Efek yang dimaksud disini yaitu kurangnya kesadaran Gen Z akan hal itu dan kurangnya juga peran dari orang tua yang kurang mengawasi anaknya dalam memainkan HP. Gen Z juga apabila sudah ketergantungan oleh

HP sulit untuk di ajak berkomunikasi dan sulit untuk mengontrol emosi.

Steven H. Chaffee menunjukkan dua efek lain yang dihasilkan dari kehadiran media sebagai objek fisik: hilangnya perasaan tidak menyenangkan dan meningkatnya perasaan tertentu terhadap media. Dalam membahas kegunaan dan kepuasan, kita melihat bagaimana orang menggunakan media untuk memuaskan kebutuhan psikologis. Masyarakat sering menggunakan media untuk menghilangkan perasaan buruk, seperti kesepian, marah, kecewa, dan lain-lain. Media massa digunakan tanpa mempertanyakan isi pesan yang disampaikan. Seorang gadis kesepian memutar radio, tidak memperhatikan siarannya; generasi muda yang kecewa menonton televisi, terkadang tidak memperhatikan apa yang ditayangkan; seseorang yang sedang marah datang ke bioskop hanya untuk menenangkan diri.<sup>9</sup>

Membatasi efek hanya selama melihat pengaruh media terhadap pesan dan media itu sendiri. Maka banyak dampak media yang akan terabaikan. Menurut Steven M. Chaffee, ini merupakan pendekatan pertama dalam

---

<sup>8</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya 2020), hal, 218-219.

<sup>9</sup> *Ibid.*, hal 220.

mempelajari dampak media massa. Pendekatan lain adalah dengan melihat perubahan khalayak komunikasi massa penerimaan informasi, perubahan perasaan atau sikap, dan perubahan perilaku; dengan kata lain, perubahan kognitif, afektif dan perilaku. Faktor yang memengaruhi identitas diri remaja antara lain faktor internal dan juga eksternal. Faktor internal meliputi aspek fisik dan aspek psikologis, sedangkan faktor eksternal meliputi penilaian atau respon dari orang lain (*significant other*) dan kelompok rujukan (*reference group*).<sup>10</sup>

### **G. Dampak Positif dan Negatif Penggunaan Media Sosial TikTok**

Konten yang ditampilkan di TikTok sangat bervariasi seperti tantangan, musik, dance, tutorial, editing, edukasi dan cerita tentang keseharian pengguna yang memiliki humor dan mengisi waktu luang dan menjadi viral dan dapat dilihat banyak orang. Remaja menyukai berbagai jenis konten dan ada juga yang menyukai konten game yang menampilkan seleb TikTok dalam video bermain game online seperti , Mobile Legends, Free

Fire, dan PUBG. Ada juga yang suka menari, bercerita tentang keseharian, dan memasak. Keberadaan media sosial Tiktok juga dimanfaatkan para penggunanya untuk mengekspresikan diri. Sehingga dapat membentuk perilaku komunikasi Gen Z. Media sosial Tiktok juga memudahkan kita untuk mengekspresikan perasaan, isi hati, dan peristiwa melalui tulisan, video musik, atau simbol sederhana, dll. Hadirnya aplikasi Tiktok di kalangan Gen Z diharapkan dapat memberikan dampak positif yaitu memberikan informasi, memperluas pengetahuan mahasiswa, memperluas jaringan generasi muda, memperluas keahlian dan masih banyak lagi.

Pengaruh konten apapun terhadap penggunanya sangatlah besar, bahkan dapat mengubah cara berpikir dan pola keseharian setiap orang sedemikian rupa sehingga menimbulkan dampak positif maupun negatif. Alasan menggunakan aplikasi Tiktok adalah dapat meningkatkan kreatifitas dan hiburan diri ketika sedang bosan, bahkan bisa juga media sosial. Ciri-ciri kepribadian kreatif yaitu individu yang memiliki potensi yang kreatif dapat

---

<sup>10</sup> Yuri Gita Fadhila, *Pengaruh Media Sosial Tiktok Sebagai Pembentukan Identitas*

*Remaja Generasi Z UIN Raden Intan Lampung, 2023, hal, 73.*

diidentifikasi berdasarkan ciri-ciri berikut: rasa ingin tahu, terbuka akan adanya hal-hal baru, jangka panjang. Rasa ingin tahu untuk dan mengeksplorasi, mencari jawaban yang memuaskan, kemampuan menganalisis dan mensintesis lebih banyak jawaban, memiliki semangat bertanya dan meneliti, dengan kemampuan abstrak yang cukup baik dan bacaan yang cukup luas.

Menggunakan media sosial Tiktok sudah menjadi sebuah rutinitas bagi Gen Z saat ini, dimana mereka bisa mendapatkan berbagai hal untuk aktivitas, kreativitas dan kebahagiaannya, yang mereka unggah, pengguna aplikasi Tiktok juga dapat digunakan untuk berbagi foto, video, dll. Namun tidak menutup kemungkinan hal-hal tersebut dapat mempengaruhi seseorang.

Dampak negatif dan positifnya adalah:

1. Dampak negatif bagi pengguna aplikasi Tiktok:
  - a. membuang-buang waktu sia-sia, penggunaan Tiktok yang berlebihan bisa mempengaruhi manajemen waktu seseorang jika tidak tahu

cara mengatur waktu dengan baik, Tiktok mengingatkan waktu remaja terbuang sia-sia karena fokus bergerak *Fyp* Tiktok yang menurut mereka sangat menarik, padahal sebenarnya tidak. Mereka tidak mendapatkan apapun dari video tersebut sehingga pekerjaan yang harus mereka lakukan tertunda.

- b. Menjadi perbandingan ekonomi dan kehidupan sosial masyarakat. Remaja yang menonton konten-konten yang menunjukkan adanya perbedaan antara kehidupan ekonomi dan sosial, membuat mereka merasa minder dan iri dengan yang mereka lihat.
- c. Banyak orang mendapatkan informasi yang tidak benar atau penipuan, berita yang dibagikan melalui aplikasi Tiktok mungkin tidak akurat atau benar, jadi jika pengguna tidak mendapatkan informasi

- tersebut dan memfilter dengan baik Hal ini dapat berdampak buruk bagi mereka karena mereka mempercayai berita yang mungkin tidak benar.
- d. Aplikasi ini masih kurang cocok untuk anak di bawah umur karena banyak video porno atau vulgar yang tersebar di Fyp, sehingga di sini orang tua sangat harus berperan untuk lebih memperhatikan anaknya melihat video yang layak untuk ditonton.
  - e. Ada yang terlalu kreatif terhadap video-video yang menarik hingga mendapat banyak like dan komentar serta tidak bisa membedakan mana yang boleh dan mana yang tidak boleh untuk diperlihatkan ke orang banyak.
2. Efek positif dari aplikasi TikTok:
- a. Siswa bisa memperoleh informasi melalui Tiktok setiap orang dapat mempelajari banyak konten baru dari video atau tampilan teks dalam video sehingga cocok bagi mereka yang kurang suka membaca. Mereka dapat memperoleh informasi hanya dengan mendengarkan video.
  - b. Siswa dapat memperoleh berita terkini melalui aplikasi TikTok, melalui aplikasi ini kita melihat informasi dengan cara yang berbeda, yang disajikan semenarik mungkin.
  - c. Kita menjadi lebih mobile dengan adanya aplikasi TikTok, tubuh kita bisa berolahraga melalui video pendek online yaitu menari.
  - d. Pengembangan keterampilan, membuat konten-konten yang menarik memerlukan keterampilan inovatif untuk pembelajaran dan pengembangan keterampilan. meningkatkan berbagai keterampilan dengan menunjukkan bakat yang diungkapkan dalam

konten-konten yang ada di TikTok

- e. Karena pengguna aplikasi TikTok semakin percaya diri, semakin semangat bersaing untuk tampil di publik, konten yang menarik menggugah minat pengguna untuk tampil lebih kreatif lagi.
- f. Bisa menambah teman dan penghasilan, konten yang menarik pasti akan ditonton banyak orang, kemudian orang menjadikan Anda sebagai model sebab mereka menganggap video Anda menarik dan menambahkannya sebagai teman, tidak hanya karena aplikasi TikTok bisa dibuat sebagai sumber penghasilan.

Jadi penggunaan aplikasi TikTok kita harus lebih pintar pada saat memilih video, apa yang akan kita tonton, bagaimana citra pada diri seseorang terbentuk dari orang lain menilai diri

kita, jika kita bisa menghargai orang lain, maka biasanya kita dihormati oleh orang lain, namun tidak semua orang lain bisa mempengaruhi pembentukan konsep diri seseorang.<sup>11</sup>

#### **H. Media Sosial TikTok Berpengaruh Terhadap Perilaku Sosial dan Interaksi Remaja**

Menurut Gillin, dan Soekanto, interaksi sosial adalah hubungan sosial yang bersifat dinamis yang mencakup hubungan antara individu, kelompok, dan antar individu dengan kelompok lain. Ketika dua orang atau lebih bertemu, interaksi sosial dimulai dari saat itu. Mereka saling meminta untuk berjabat tangan, berbicara atau bahkan berkelahi. Sekalipun orang yang ditemuinya tidak saling berbicara, namun ada tanda-tanda interaksi sosial karena saling sadar, Perubahan sensorik dan saraf pribadi dapat disebabkan oleh berbagai hal seperti bau badan, parfum, suara, atau gerakan.

Ketika mempertimbangkan tindakan yang perlu diambil, bisa disimpulkan bahwa komunikasi tidak selalu memerlukan percakapan

---

<sup>11</sup> Jurnal Iqbal Nur Muhtar, Yusuf B., Abdul Rahman *Penggunaan Aplikasi TikTok*

*Terhadap Perilaku Mahasiswa di Universitas (Universitas Negeri Makassar)*, 2023, hal, 230-232.

langsung. jika dua orang atau lebih bertemu dan menyadari kehadiran satu sama lain, hal ini berbeda dengan ketika mereka tidak berinteraksi. Tanpa penglihatan, pendengaran, dan perasaan melalui panca indera, tidak ada interaksi sosiologis yang terjadi. Pengetahuan mengenai struktur sosial saja tidak cukup untuk memahami kehidupan nyata; memahami proses interaksi sosial adalah hal yang penting. Sosiologi yaitu mempelajari tentang transaksi sosial, termasuk kerja sama antara individu, karena semua aktivitas manusia didasarkan pada gotong royong.<sup>12</sup>

## PENUTUP

### A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya berperan sebagai pengguna pasif di TikTok, tetapi juga aktif dalam menciptakan konten. Mereka menggunakan platform ini untuk mengekspresikan diri, berinteraksi, dan membentuk identitas sosial mereka. Faktor sosiokultural seperti budaya digital, *individualisme*, dan *konsumerisme* sangat mempengaruhi keterlibatan Gen Z di TikTok. Budaya digital yang sudah mendarah daging membuat mereka cepat beradaptasi

dengan teknologi baru, sedangkan kecenderungan *individualisme* dan *konsumtivisme* mendorong mereka untuk menampilkan diri dan mengikuti tren yang ada di TikTok.

Penggunaan TikTok membawa dampak positif seperti peningkatan kreativitas, pengetahuan, dan koneksi sosial. Namun, juga terdapat dampak negatif seperti pengelolaan waktu yang buruk, kecenderungan untuk membandingkan diri dengan orang lain, dan potensi terpapar konten yang tidak pantas bagi anak-anak di bawah umur. TikTok mempengaruhi perilaku sosial dan interaksi remaja. Platform ini memfasilitasi bentuk baru dari komunikasi dan interaksi sosial yang lebih visual dan cepat, yang berbeda dari bentuk interaksi sosial tradisional.

## DAFTAR PUSTAKA

Ahmad Nur Fauzan, H.Sanusi, M. Ali Wafa *Dampak Aplikasi TikTok Pada Interaksi Sosial Remaja*, Universitas Arsyad Al Banjari Banjarmasin.

Alo Liliweri, (2015), *Komunikasi AntarPersonal*, Jakarta: Prenadamedia Group.

---

<sup>12</sup> Jurnal Ahmad Nur Fauzan, dkk, *Dampak Aplikasi TikTok Pada Interaksi Sosial*

*Remaja* Universitas Arsyad Al Banjari Banjarmasin , hal, 3.

Ardianto, E. (2019), *Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Generasi Z*. Bandung: Pustaka Pelajar.

Rahmawati, L. (2021), *Generasi Z dan Tantangan Pendidikan di Abad 21*, Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan, 6 (2).

Ardianto, E. (2019), *Media Sosial dan Pengaruhnya Terhadap Generasi Z*. Bandung: Pustaka Pelajar.

DanisPuntoadi, (2011), *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*, Jakarta: PT Elex Komputindo.

Handayani, D, (2020), *Ekspresi Diri Generasi Z Melalui Media Sosial*. Jakarta: Penerbit Andi.

Hasanah, U. (2022). *Pengaruh Media Sosial terhadap Industri Musik: Studi Kasus TikTok*. Jurnal Industri Kreatif.

Iqbal Nur Muhtar, dkk, (2023), *Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Mahasiswa di Universitas*, Universitas Negeri Makassar.

Jalaluddin Rakhmat, (2020), *Psikologi Komunikasi*. Bandung PT Remaja Rosdakarya.

Kurniawan, R. (2022), *Media Sosial dan Kesuksesan Generasi Z: Studi Kasus TikTok*. Malang: Universitas Brawijaya Press.

Sembiring, L. (2019), *Analisis Perkembangan Aplikasi TikTok di Indonesia*. Jurnal Komunikasi dan Media, 17 (2).

Vygotsky, L. S. (1978), *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Rulli Nasrullah, (2015), *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosial Teknologi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media,

Prasetya, A., & Widodo, A. (2019), *Interaksi Sosial di Media Sosial: Perspektif Generasi Z*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Putra, H. (2021), *Pengaruh Tren Sosial Terhadap Perilaku Pengguna Media Sosial*. Bandung: Penerbit ITB.

Riyadi, S. (2020). *Aksesibilitas Teknologi Digital bagi Generasi Z*. Jakarta: Penerbit Salemba.

Sitti Nurhalimah, dkk, (2019), *Media Sosial dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*, Yogyakarta: Deepublish Publisher.

Susanto, E. (2021), *Media Sosial dan Generasi Z: Studi Kasus Penggunaan TikTok*. Surabaya: Pustaka Ilmu.

Yuri Gita Fadhila, (2023),  
*Pengaruh Media Sosial TikTok Sebagai  
Pembentukan Identitas Remaja Generasi  
Z UIN Raden Intan Lampung.*