

Pengaruh Terpaan Konten *Life Tips* Akun *TikTok* @niaghan Terhadap Motivasi Pengembangan Diri Remaja di Kota Denpasar

Berlian Ramadhana¹⁾, I Gusti Agung Alit Suryawati²⁾, Ade Devia Pradipta³⁾, Calvin Damasemil⁴⁾

^{1,2,3,4)} Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana

Email: berliann.412@gmail.com¹⁾, igaaalitsuryawati@unud.ac.id²⁾, deviapradipta88@unud.ac.id³⁾, calvin@unud.ac.id⁴⁾

ABSTRAK

TikTok is a trending social media among teenagers. Various content is uploaded on TikTok. Such as life tips on TikTok account @niaghan regarding social life suggestions that can improve social and mental self-development. To see How exposure to life tips content from TikTok account @niaghan affects self-development, this study aims to determine the effect of exposure to content life tips from TikTok account @niaghan on motivation for self-development of adolescents in Denpasar City. This study uses a quantitative explanatory method using the Uses and Effect Theory and McClelland's Theory of Motivation. The findings of this study indicate that there is an influence of exposure to the content of life tips from TikTok @niaghan account on motivation for self-development of adolescents in Denpasar City, indicated by an R Square value of 0.69 which has a positive and significant value, and a correlation coefficient which has very strong relationship level. 0.830.

Keywords: *Content life tips @niaghan, Self-development motivation, Social media exposure, TikTok*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Kemajuan dalam bidang komunikasi saat ini terus berkembang, salah satunya dengan kehadiran konten kreator yang memanfaatkan internet untuk menyebarkan informasi. Menurut data Badan Pusat Statistik Provinsi Bali, sebanyak 86,73 persen masyarakat Kota Denpasar mengakses internet selama periode tahun 2021 (bali.bps.go.id), Penggunaan internet menjadi awal dari kemunculan *new media* (media baru) yang dekat dengan masyarakat seperti media sosial

(Cahyono,2016). Melalui media sosial masyarakat dapat mengakses informasi, konten, berbagi video atau foto serta berinteraksi dengan pengguna lain (Prihatiningsih. 2017). Jenis konten pada media sosial juga beragam, dapat berupa konten informatif, konten edukasi, konten hiburan, dan konten testimonial atau *review* (ibrand.id). Platform pada internet yang paling sering diakses adalah media sosial, Salah satunya adalah *TikTok*. Data pada *We Are Social* melaporkan, pengguna aktif aplikasi *TikTok* di Indonesia mencapai 99,1 juta pengguna pada April

2022 yang berada di urutan kedua setelah Amerika Serikat (wearesocial.com). Menurut *Head of Public Policy TikTok* Indonesia, Donny Eryastha, remaja dengan rentan usia 14-24 tahun merupakan pengguna yang mendominasi *TikTok* di Indonesia (Rakhmayanti, 2020).

TikTok mempunyai *special effect* yang berbeda dari aplikasi lainnya serta mudah digunakan, sehingga semua orang bisa dengan mudah menciptakan sebuah video yang keren (Massie, 2020). Perbedaan media sosial *TikTok* dengan media sosial lainnya adalah pengguna dapat berbagi kepada seluruh pengguna (*user*). Hal ini karena algoritma *TikTok* yang dapat membuat video yang diunggah muncul di halaman rekomendasi atau *For Your Page* (FYP) (jakartanotebook.com).

Dengan terpaan informasi yang didapatkan melalui konten pada *TikTok*, mulai muncul emosi, kesenangan serta minat yang memengaruhi khalayak untuk menambah pengetahuan dan keterampilan. Menurut Shore dalam Krisyantono (2008), kegiatan melihat, mendengar, membaca serta memperhatikan isi pesan pada media dapat dipahami sebagai terpaan media. Aktivitas ini membuat khalayak mampu untuk mengolah informasi yang menarik perhatian, sehingga dapat memengaruhi emosi dan minat untuk mengembangkan diri.

Konten *life tips* merupakan konten penuh informasi, dapat berupa konten tulisan atau video yang berisikan kumpulan tips atau saran untuk memecahkan masalah dalam kehidupan agar manusia bisa lebih produktif (Tribunsumsel.com). Salah satu akun *TikTok* yang sering membagikan konten *life tips* adalah akun @niaghan. Akun @niaghan seringkali masuk ke dalam media *online* sebagai konten *TikTok* yang inspiratif. Salah satunya pada media *online hipwee.com*, akun @niaghan masuk dalam 5 akun *TikTok* dengan konten yang inspiratif. Dalam Keeksistensian akun ini dibuktikan dengan jumlah pengikut sebanyak 1,1 Juta pengikut dan jumlah menyukai konten sebanyak 39,3 Juta *likes* (gadis.co.id). Akun @niaghan kerap kali membagikan konten yang berisikan *life tips* mengenai *self-development*, *psychological hacks*, hingga komunikasi (docheck.id). Konten yang dihadirkan memiliki format konten yang berbeda karena konten @niaghan merepresentasikan keadaan yang digambarkan dengan berbagai sudut pandang (POV).

Penelitian ini akan berfokus mengenai pengaruh dari terpaan konten *life tips* akun *TikTok* @niaghan terhadap motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar dengan melihat efek yang ditimbulkan akibat terpaan dari media. Fenomena tersebut diperkuat oleh Teori *Uses and Effect* Sven Windahl (1979) yang menjelaskan

bahwa khalayak dipengaruhi oleh media karena penggunaan media yang didasarkan pada kebutuhan khalayak, dengan menggunakan Teori motivasi *McClelland* yang berpusat pada tiga kebutuhan aktualisasi manusia yaitu kebutuhan pencapaian, kebutuhan afiliasi dan kebutuhan kekuasaan (Friedman & Schustack, 2006).

Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* terhadap motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar

Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk memaparkan persentase serta menerangkan pengaruh terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* terhadap motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar.

2. KAJIAN PUSTAKA

New Media

New media diuraikan oleh para ilmuwan seperti Marshall McLuhan dan Dennis McQuail. Pemikiran dasar McLuhan tentang media yakni sesungguhnya media digital atau teknologi untuk berkomunikasi yang digunakan manusia bisa memengaruhi dan membarui pengguna. Istilah *new media* diaplikasikan untuk beragam teknologi komunikasi yang digitalisasi dan ketersediaannya luas untuk penerapan pribadi sebagai sarana komunikasi (McQuail, 2011: 148). Flew menjelaskan bahwa *new media*

menekankan format konten media yang dikombinasi dengan informasi baik dalam bentuk teks, suara, gambar dan lainnya (Flew, 2005). Dalam penelitian ini, jejaring sosial *TikTok* bertujuan untuk menjadi contoh *new media*. *TikTok* adalah wadah untuk berkeaktifan dan mengekspresikan diri yang menawarkan sejumlah alat bantu dan kendali untuk mengelola pengalaman seseorang (Tiktok.com). salah satu teori media adalah teori CMC yang hanya berfokus pada *Communication, Mediated and Computer* yang dapat dibagi menjadi 3 bidang utama. Internet dan aplikasi yang digunakan untuk komunikasi telah menyebabkan perkembangan CMC dalam berbagai bentuk (Prabowo, 2018). Dalam hal ini, semua media sosial yang digunakan untuk berjejaring, termasuk *TikTok* dapat didefinisikan sebagai CMC

Terpaan Media

Terpaan media atau media *exposure* dapat diartikan situasi di mana khalayak mengalami intensitas penerimaan pesan yang tersebar melalui media. Terpaan dari media tersebut dapat memengaruhi perubahan sikap pada khalayak (Effendy, 1990:10), Rosengren (1974:277) dalam (Rakhmat, 2012:66) menjelaskan penggunaan media dapat didefinisikan dengan jumlah waktu yang dihabiskan pada media yang berbeda (durasi dan frekuensi), bentuk isi pesan dalam media yang dikonsumsi, dan interaksi antara audiens dengan isi pesan yang

digunakan media untuk keseluruhan (atensi). Adapun penjelasan mengenai aspek yang digunakan dalam pengukuran terpaan media menurut Elvinaro 2004 dalam (Autoridad Nacional del Servicio Civil 2021,200 C.E.) adalah sebagai berikut:

1. Durasi, yaitu berapa lama media digunakan untuk melihat, mendengarkan dan membaca.
2. Frekuensi, yaitu sesering apa komunikasi melihat, membaca, dan mendengar media.
3. Perhatian (atensi), Mencakup kegiatan melihat, membaca, dan mendengar media tanpa ada aktivitas lain. Komponen audio, video, dan elemen lainnya berperan dalam hal ini.

Konten Life Tips

Secara umum *tips* adalah saran-saran yang praktis dan sederhana sebagai petunjuk singkat agar orang lain dapat melakukan sesuatu sesuai dengan yang diharapkan (indonesiana.id). *Tips* umumnya diberikan berdasarkan pengetahuan atau pengalaman seseorang atau ahli (kanalpengetahuan.com). Konten *life tips* atau *life hack* bisa berupa konten tulisan atau video yang memberikan kumpulan *tips* atau saran untuk mengatasi permasalahan dalam kehidupan sosial untuk menunjang aktivitas manusia agar menjadi lebih produktif (Tribunsumsel.com). Terdapat

banyak sekali konten *life tips* yang dibagikan melalui *TikTok*. Mulai dari *fashion*, makanan, hingga *social tips*.

Teori Uses and Effect

Dalam Teori *Uses and Effect* pengguna, media, *audience* serta efek (hasil) memiliki hubungan secara langsung. Konsep *use* (pengguna) merupakan komponen mendasar atau prinsip penuntun dari teori ini karena pengetahuan tentang media menyediakan tempat untuk memahami dan memikirkan hasil dari proses komunikasi. Teori *Uses and Effect* menjelaskan mengenai bagaimana aplikasi media dapat memberi efek kepada penggunanya. Konsep *use* pada teori ini didefinisikan sebagai aktivitas menggunakan media secara langsung melalui *exposure* dengan konten pada media tersebut. Sementara itu konsep *effect* diartikan menjadi akibat yang menyebabkan terjadinya perubahan tindakan atau perilaku bagi pengguna media.

Motivasi Pengembangan Diri

Motivasi merupakan usaha untuk dapat mendorong seseorang agar bisa melakukan sesuatu atau energi seseorang untuk melaksanakan suatu tindakan dengan tujuan tertentu (Sardiman, 2007:73). Motivasi dapat menimbulkan rasa semangat dan mengubah perilaku seseorang menjadi sesuatu yang lebih baik bagi dirinya,

seperti mengembangkan potensi diri. Pengembangan diri adalah suatu usaha seseorang untuk menginvestasikan diri agar dapat mengendalikan diri dengan baik dan efektif. Abraham Maslow menjelaskan bahwa pengembangan diri merupakan upaya yang dilakukan individu untuk memenuhi segala kebutuhan terhadap aktualisasi diri (studiilmu.com).

Salah satu pengembangan teori motivasi yakni teori *McClelland*. Pada teori ini *McClelland* memfokuskan pada tiga bentuk kebutuhan yang disebut Teori Kebutuhan *McClelland*. Tiga kebutuhan tersebut menyatakan bahwa perilaku manusia dapat dipengaruhi dengan tiga hal yakni

- a. Kebutuhan akan pencapaian (*Need for Achievement*)
Yakni, kebutuhan untuk mendapatkan pencapaian atau keberhasilan dalam seluruh segi kehidupan menurut standar yang telah ditetapkan.
- b. Kebutuhan akan Afiliasi (*Need for Affiliation*)
Yakni, dorongan dalam diri untuk memiliki suatu hubungan baik interpersonal maupun sosial dengan orang lain atau kelompok.
- c. Kebutuhan akan kekuasaan (*Need for Power*)
Yakni, keinginan untuk memiliki pengaruh kendali dan wewenang atas orang lain.

3. METODE PENELITIAN

Metode yang diterapkan pada penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanasi. Menggunakan sumber data yakni data primer berupa hasil jawaban responden dan data sekunder yakni buku, jurnal dan literatur internet yang sesuai dengan topik. Pada penelitian ini responden adalah remaja di Kota Denpasar yang telah menonton konten *life tips* akun *TikTok @niaghan*. Sampel pada penelitian ini adalah 130 responden. Kuesioner dengan skala likert digunakan sebagai instrumen penelitian dengan teknik analisis data dijalankan dengan melakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas data, uji koefisien korelasi, analisis regresi linier sederhana dan uji hipotesis. Teknik penyajian data yang sistematis menggunakan tabel dan narasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil Responden

Remaja di Kota Denpasar yang menonton konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* merupakan Responden pada penelitian ini. Responden terdistribusi dengan berbagai demografi. Berdasarkan jenis kelamin responden terbagi menjadi jenis kelamin laki-laki dengan jumlah persentase sebesar 29,2% dan jenis kelamin perempuan memiliki persentase sebesar 70,8%

Distribusi responden menurut usia, diketahui responden dengan kelompok usia 14-16 tahun sebesar 1,5 %, kelompok usia 17-20 tahun sebesar 13,8% dan responden dengan

distribusi terbanyak pada kelompok usia 21-24 tahun yaitu sebesar 84,6%

Berdasarkan domisili, responden berdomisili di Denpasar Barat dengan persentase sebesar 33,1%, domisili Denpasar utara sebesar 15,4%, domisili Denpasar Utara 11,5% dan persentase terbesar yakni Denpasar Selatan sebesar 40%

Menurut distribusi konten ketika mengakses *TikTok*. Responden dengan konten informatif sebesar 19,2%, konten edukasi 13,8%, konten hiburan 65,4% dan persentase terkecil pada konten testimonial dengan persentase sebesar 1,5%

Menurut pengeluaran biaya internet per bulan responden penelitian ini memiliki pengeluaran < Rp 50.000 sebesar 10%, pengeluaran Rp 50.000-Rp 100.000 sebanyak 57,7%, dan pengeluaran > Rp 100.000 sebanyak 32,3%.

Berdasarkan frekuensi akses *TikTok* dalam seminggu. Responden dengan frekuensi 1-2 hari sebesar 8,5%, 3-4 hari dan 5-6 hari memiliki persentase yang sama yaitu sebesar 10,8% dan frekuensi terbesar yakni setiap hari dengan persentase sebesar 70%

Terpaan Konten *Life Tips* Akun *TikTok @niaghan*

Hasil rata-rata dari keseluruhan skor jawaban responden untuk variabel terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* adalah 3,04 dan termasuk pada kategori tinggi atau sering. Hal ini

menunjukkan rata-rata jumlah keseluruhan responden sering mengalami terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan*. Pernyataan yang memiliki nilai rata-rata paling tinggi yakni pada pernyataan “Saya tertarik dengan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* karena isi pesan yang disampaikan jelas” dengan perolehan rata-rata jawaban yakni 3,25 dan termasuk dalam kategori sangat sering. Jika melihat keterkaitan terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan*, jenis kelamin serta usia responden. Keterkaitan responden berjenis kelamin perempuan serta kelompok usia 14-16 tahun mendapat nilai rata-rata yang tinggi

Motivasi Pengembangan Diri

Hasil deskripsi jawaban responden yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan skor jawaban mengenai variabel motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar adalah 3,13 masuk pada kategori tinggi atau baik. Hal ini menunjukkan rata-rata remaja di Kota Denpasar memiliki taraf baik pada motivasi pengembangan diri. Nilai tertinggi rata-rata jawaban responden terdapat pada pernyataan “Saya memiliki dorongan untuk berinteraksi baik dengan orang lain, setelah menonton konten *life tips* akun *TikTok @niaghan*” dengan nilai rata-rata 3,23 dan termasuk dalam kategori baik. Jika melihat keterkaitan terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan*, jenis kelamin serta usia responden. Terdapat

keterkaitan yakni responden perempuan dan kelompok usia 14-16 tahun termasuk pada nilai tinggi

Pembahasan

TikTok merupakan *platform* media sosial yang tengah menjadi pusat perhatian di kalangan anak muda jaman sekarang. *TikTok* mampu menarik perhatian masyarakat khususnya kalangan anak muda untuk mengekspresikan kreativitasnya dalam bentuk video pendek dengan berbagai topik mulai dari hiburan, testimonial, hingga edukasi dan informatif. Salah satu konten kreator yang memanfaatkan *TikTok* untuk menyebarkan informasi adalah akun @niaghan. Akun @niaghan merupakan akun dengan 1,1 juta pengikut dan 39,3 penyuka. Format konten akun @niaghan ialah POV (*Point of View*) yang memperlihatkan situasi tertentu serta solusi untuk menghadapinya. Terdapat banyak konten menarik yang dibagikan @niaghan salah satunya adalah konten *life tips*, yaitu konten informatif seputar tips dan trik yang membahas mengenai kehidupan sosial.

Pada penelitian ini motivasi pengembangan diri diukur dengan menggunakan tiga indikator dari Teori Motivasi *McClelland* yang meliputi kebutuhan pencapaian, kebutuhan afiliasi, dan kebutuhan kekuasaan yang merupakan kebutuhan manusia yang dapat memicu munculnya motivasi.

Teori *Uses and Effect* digunakan untuk menjelaskan pengaruh terpaan konten *life tips* akun *TikTok* @niaghan terhadap motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar. Teori ini menjelaskan mengenai kondisi ketika penggunaan media dapat memberi efek kepada penggunanya. Teori Motivasi *McClelland* digunakan untuk melihat motivasi seseorang berdasarkan tingkat kebutuhan yang menyatakan bahwa perilaku manusia dapat dipengaruhi dengan tiga hal tersebut

Motivasi pengembangan diri seperti dijelaskan dalam Teori Motivasi *McClelland* dalam penelitian ini, berfokus pada pengembangan sosial dan pengembangan mental untuk mendorong keinginan seseorang dalam memenuhi kebutuhannya dalam kehidupan sosial dengan tiga kebutuhan aktualisasi manusia seperti pencapaian, afiliasi dan kekuasaan. Dalam penelitian ini kebutuhan yang sangat ditonjolkan responden sebagai kebutuhan yang memacu motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar adalah kebutuhan afiliasi, yang termasuk pada pengembangan diri sosial.

Hasil motivasi pengembangan diri dalam pengembangan sosial dan mental tersebut berdasarkan pada hasil jawaban responden yang banyak memilih indikator kebutuhan afiliasi sebagai kebutuhan yang meningkat setelah menonton konten *life tips* akun *TikTok* @niaghan yang berarti motivasi pengembangan diri sosial responden

muncul akibat kebutuhan aktualisasi diri terhadap kebutuhan afiliasi yakni kebutuhan untuk memiliki hubungan sosial yang baik atau lebih jelasnya memiliki relasi lebih luas.

Berdasarkan hasil data penelitian, remaja di Kota Denpasar sebagai responden memberikan tanggapan mengenai motivasi pengembangan diri yakni dari 130 orang responden sebanyak 50 orang sangat setuju dan 63 orang setuju bahwa kebutuhan afiliasi menjadi kebutuhan dengan capaian paling besar dalam terdorongnya motivasi pengembangan diri yakni dengan pernyataan dorongan untuk berinteraksi baik dengan orang lain. Berdasarkan fakta tersebut, maka Teori *Uses and Effect* dan Teori Motivasi *McClelland* dalam penelitian ini telah terbukti.

Pada uji koefisien korelasi untuk mengetahui tingkat hubungan antara terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* dan motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar didapatkan hasil uji sebesar 0,830 yang menunjukkan tingkat hubungan kedua variabel berada pada taraf sangat kuat dan bersifat positif. Kemudian hasil uji hipotesis memperlihatkan bahwa H1 diterima dan H0 disanggah. Hal ini menandakan bahwa H1 terdukung

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier sederhana, memperoleh hasil persamaan regresi $Y = 6,706 + 0,830X$ yang memiliki arti persamaan

regresi bernilai positif yakni hubungan antar dua variabel searah. Nilai *R Square* yang didapatkan melalui analisis regresi linier sederhana adalah 0,690 atau sama dengan 69% yang menunjukkan bahwa terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* berpengaruh terhadap motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar sebesar 69%

Remaja di Kota Denpasar digambarkan dapat termotivasi dengan baik melalui konten yang dibagikan pada media sosial, salah satunya media sosial *TikTok*. Dengan konten *life tips* yang dibagikan akun *TikTok @niaghan*, dapat membantu mendorong keinginan remaja di Kota Denpasar untuk membangun motivasi pengembangan diri khususnya pengembangan sosial dan pengembangan mental yang terdiri dari kebutuhan akan pencapaian, afiliasi dan kekuasaan.

5. KESIMPULAN

Berlandaskan hasil dari penelitian yang dipaparkan dalam pembahasan, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis deskripsi jawaban responden terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan*, diperoleh nilai skor rata-rata memiliki nilai 3,04 yang masuk pada kategori tinggi memiliki arti bahwa sering mengalami terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan*.

Hasil analisis deskripsi jawaban responden motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar, diperoleh nilai rata-rata 3,13 yang dikategorikan tinggi menunjukkan bahwa motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar pada taraf yang baik.

2. Terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* dalam penelitian ini merupakan penggunaan media sebagai konsep *use* dan motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar adalah efek yang timbul akibat penggunaan media, sehingga termasuk dalam konsep *effect*. Dengan efek yang ditimbulkan adalah motivasi pengembangan diri berupa pengembangan diri sosial dan mental. Pada aspek pengembangan diri sosial, kebutuhan afiliasi yakni dorongan untuk berinteraksi baik dengan orang lain mampu membangun motivasi pengembangan diri. Sedangkan kebutuhan pencapaian dan kebutuhan kekuasaan membangun motivasi pengembangan mental dengan membentuk pola pikir yang baik dan terbuka guna memenuhi kebutuhan pencapaian dan kebutuhan kekuasaan. Maka dapat diketahui bahwa Teori *Uses and Effect* dan Teori Motivasi *McClelland* yang menjadi landasan dalam penelitian ini terbukti.
3. Berdasarkan hasil uji hipotesis H1 terdukung yang berarti ada

pengaruh terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* terhadap motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar. Hal ini memperlihatkan bahwa H1 diterima dan H0 ditolak. Hasil dari persamaan analisis regresi linier sederhana mendapatkan hasil positif yang membuktikan hubungan antara kedua variabel searah. Hal tersebut berarti setiap terjadi peningkatan terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* maka motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar menjadi bertambah baik. Dengan nilai *R Square* sebesar 0,69 menunjukkan bahwasanya terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* berpengaruh terhadap motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar sebesar 69%, sisanya sebesar 31% dipengaruhi sebab variabel lain diluar penelitian ini. Pada hasil koefisien korelasi antara terpaan konten *life tips* akun *TikTok @niaghan* dan motivasi pengembangan diri remaja di Kota Denpasar didapatkan hasil 0,830 yang termasuk pada taraf sangat kuat berdasarkan pedoman koefisien korelasi dengan hubungan yang positif.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.

- Effendy, Onong Uchjana (2009). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Friedman, Howards S., &Schustack, M. (2006). *Kepribadian: Teori Klasik dan Riset Modern*. Jakarta: Erlangga
- Kriyantono, Rakhmat. (2008). *Teknik Prkatis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Massie, A.K. (2020). *Kehadiran TikTok di Masa Pandemi*. Ilmu Komunikasi
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail* Edisi Buku Denis McQuail
- Prabowo, B. (2018). *Respon Pengguna Instagram dalam Memperkenalkan Wisata Kabupaten Semarang: Studi Deskriptif Kualitatif pada Pengunjung Celosia* (Doctoral dissertation, Program Studi Komunikasi FISKOM-UKSW).
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif penggunaan media sosial instagram di kalangan remaja. *Communication*, 8(1), 51-65.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sardiman, AM. (2007). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Bali.bps.go.id (2022). Persentase Penduduk Usia 5 Tahun Ke Atas yang Mengakses Teknologi Informasi dan Komunikasi. Terdapat pada: <https://bali.bps.go.id/statictable/2018/04/13/95/persentase-penduduk-usia-5-tahun-ke-atas-yang-mengakses-teknologi-informasi-dan-komunikasi-tik-dalam-3-bulan-terakhir-menurut-kabupaten-kota-2019.html>. Diakses pada tanggal 3 Desember 2022
- Docheck.id. (2022). Ghania Harsono: Coba Hal Baru untuk Cari Tahu Tujuan Hidup. Terdapat pada: <https://docheck.id/en/ghania-harsono-coba-hal-baru-untuk-cari-tahu-tujuan-hidup/>. Diakses pada tanggal 17 November 2022
- Hibaturrahman, Novaldi. (2021). Apa Arti Lifehack? Kegiatan Bisa Menambah Wawasan dan Bantu Menyelesaikan Masalah. Tribunsumsel.com. Terdapat Pada: <https://sumsel.tribunnews.com/2021/05/30/apa-arti-lifehack-kegiatan-bisa-menambah-wawasan-dan-bantu-menyelesaikan-masalah>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2023
- Ibrand.id. (2022). Apa itu Content Marketing & Jenis-jenis Content Marketing. Terdapat pada: <https://ibrand.id/pengertian-content-marketing/>. Diakses pada tanggal 3 Januari 2023
- Jakartanotebook.com (2020). 8 Inspirasi Konten TikTok Menarik Supaya

Masuk FYP di TikTok. Terdapat pada

<https://www.jakartanotebook.com/blog/8-inspirasi-konten-tiktok-menarik-agar-terkenal-di-tiktok/> .

Diakses pada tanggal 22 November 2022

Kanalpengetahuan. (2019). Pengertian Tips Dalam Bahasa Indonesia. kanalpengetahuan.com. Terdapat pada:

<https://www.kanalpengetahuan.com/pengertian-tips-dalam-bahasa-indonesia>.

Diakses pada tanggal 22 Februari 2023

Rakhmayanti, I. (2020). Pengguna TikTok di Indonesia Didominasi generasi Z dan Y. Sindonews.com. Terdapat pada:

<https://tekno.sindonews.com/berita/1523692/207/pengguna-tiktok-di-indonesia-didominasi-generasi-z-dan-y>.

Diakses pada tanggal 17 Februari 2023

Tiktok.com. (2023). Tentang TikTok. Terdapat pada:

<https://www.tiktok.com/about?lang=id-ID>.

Diakses pada tanggal 20 November 2022

We Are Social, Inc. (2022), Digital report 2022. Terdapat pada:

<https://wearesocial.com/uk/blog/2022/01/digital-2022/>.

Diakses pada tanggal 16 November 2022