

Perbandingan Tingkat Kepuasan dalam Pemenuhan Kebutuhan Eksistensi Diri Remaja Kota Denpasar pada Penggunaan Media Sosial *Instagram* dan *Tiktok*

Sandra Dewi Kusuma Wardani¹⁾, Ni Made Ras Amanda Gelgel²⁾, Ni Luh Ramaswati Purnawan³⁾

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

Email: sandrakusuma14@gmail.com¹, rasamanda13@gmail.com²,
ramaswati.purnawan@unud.ac.id³

ABSTRACT

Instagram and Tiktok have become popular applications and are loved by teenagers in the past year. The use of these two social media platforms is sometimes overused, one of which is to show self-existence or get recognition from others. This research was conducted to determine the level of satisfaction with fulfilling the self-existence needs of Denpasar City teenagers using Instagram and Tiktok. The Papacharisi and Rubin reasons for media consumption and economic motives were applied in this research, along with uses and gratification theory and descriptive quantitative research methods. The results of this study indicate that there are differences in satisfaction in fulfilling the self-existence needs of Denpasar City teenagers using social media Instagram and Tiktok, where self-existence needs fulfillment on Instagram is satisfied, while Tiktok is not satisfied.

Keywords: *Instagram, Tiktok, Self-existence, Satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Latar Belakang

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki pengguna media sosial paling banyak. Hasil riset Hootsuite (We are social, 2022) pada Februari 2022, menunjukkan masyarakat Indonesia sangat gemar mengakses media sosial. Di antara media sosial yang ada, *Instagram* dan *Tiktok* menjadi media sosial yang sedang populer saat ini.

Dilansir dari hasil riset yang

dilakukan oleh Sensor Tower, *Tiktok* menjadi aplikasi yang paling banyak diunduh oleh pengguna iPhone, iPad, dan Android selama Q1 2022. *Tiktok* berhasil mengumpulkan lebih dari total 187 juta unduhan, disusul oleh *Instagram* sebagai peringkat kedua dengan lebih 165 juta unduhan.

Instagram dan *Tiktok* juga merupakan platform media sosial yang digandrungi remaja. Dilansir dari (KKN Undip Tim 2 2021-2022, 2022) pada tahun 2021-2022 dilihat dari kelompok usia,

kelompok usia 13-18 tahun memiliki tingkat penetrasi internet tertinggi dengan persentase 99,16%. Kelompok usia 19-34 tahun memiliki penetrasi sebesar 98,64%. Hal ini menunjukkan bahwa klasifikasi usia masyarakat mempengaruhi penggunaan media sosial.

Pemakaian kedua media sosial tersebut pada remaja tentunya memberikan dampak positif dan negatif. Dengan hadirnya kecanggihan yang disajikan media sosial tersebut selain memudahkan proses komunikasi, juga dapat menjadi wadah untuk berekspresi, berkeaktifan, bahkan berkolaborasi. *Instagram* dan *Tiktok* saat ini juga digunakan untuk mencari dan menunjukkan eksistensi seseorang melalui konten dan kegiatan sehari-hari yang dibagikan. Namun, sayangnya hal ini terkadang dimanfaatkan secara berlebihan, yang semata-mata dilakukan hanya untuk mendapatkan angka suka dan komentar yang banyak, karena semakin besar angka yang didapat mampu menunjukkan bahwa orang tersebut eksis di dunia maya. (Abidin Zaenal 2007:16 dalam (Syarif, 2019)).

Dalam penelitian ini subjek yang dipilih adalah remaja akhir (17-25 tahun) karena pada umumnya pada masa ini seseorang sudah dapat menguasai emosinya sendiri dan sudah mulai aktif untuk

mengambil suatu langkah yang melibatkan dirinya ke dunia luar (Ermis Suryana, Siska Wulandari, Eci Sagita, 2022).

Kota Denpasar dipilih sebagai lokasi penelitian karena berdasarkan pada hasil survei Badan Pusat Statistik Provinsi Bali tahun 2022, Kota Denpasar menduduki posisi pertama dalam aktivitas mengakses internet di antara kabupaten/kotainnya di Bali.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Bagaimana tingkat kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri remaja Kota Denpasar pada penggunaan media sosial *Instagram*?
2. Bagaimana tingkat kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri remaja Kota Denpasar pada penggunaan media sosial *Tiktok*?
3. Bagaimana perbandingan tingkat kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri remaja Kota Denpasar pada penggunaan media sosial *Instagram* dan *Tiktok*?

Batasan Masalah

Sesuai dengan rumusan masalah di

atas, fokus penelitian ini adalah membandingkan tingkat kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri remaja Kota Denpasar dalam menggunakan aplikasi *Instagram* dan *Tiktok*. Batasan subjek penelitian ini adalah remaja Kota Denpasar yang berusia 17 hingga 25 tahun dan merupakan pengguna aktif *Instagram* dan *Tiktok*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Teori *Uses and Gratifications*

Teori ini pertama kali diusulkan oleh Blumer dan Katz pada tahun 1974. Teori *Uses and Gratifications* menyatakan bahwa khalayak atau pengguna media berpartisipasi secara aktif dalam memilih dan menggunakan media. Pengguna media berupaya untuk mendapatkan sumber terbaik dan mereka secara langsung telah memiliki alternatif pilihan sebagai upaya untuk memuaskan kebutuhan mereka (Nurudin, 2011:192).

Motif dan Mengonsumsi Media

Menurut Purwanto dalam (Cornelia Vaga Arventine dan Monika Sri Yuliarti, n.d.) motif adalah dorongan internal yang menyebabkan seseorang untuk melakukan sesuatu.

Motif yang digunakan dalam penelitian ini adalah motif yang dipaparkan oleh Zizi Papacharissi dan Alan M. Rubin

(Falih, 2020) yakni motif kegunaan antar pribadi, motif mengisi waktu luang, motif kenyamanan, motif hiburan dan motif ekonomi akan dikontekskan ke dalam pengakuan dari orang lain.

Dari kelima motif di atas yang mendorong khalayak menggunakan media, akan menimbulkan harapan untuk mencapai kepuasan yang didapatkan oleh khalayak atas penggunaan media tersebut, yang terbagi menjadi dua yakni *Gratification Sought* yakni kepuasan yang dibayangkan sebelum mengonsumsi media dan *Gratification Obtained* yakni kepuasan yang didapat setelah mengonsumsi media (Tagor, 2000:11 dalam (S. P. Putri et al., 2017).

Eksistensi Diri

Eksistensi diri adalah bagaimana seseorang berada dalam lingkungannya, yang dalam kata lain ingin diakui keberadaannya terutama dalam lingkungan sosial mereka berinteraksi dengan orang lain. Semua orang berusaha untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain tentang eksistensinya, termasuk dengan menggunakan media sosial.

Instagram

Instagram adalah layanan jejaring sosial dimana pengguna dapat mengambil foto, dan menggunakan *filter digital*, untuk membagikannya ke berbagai media, termasuk

akun pribadi mereka sendiri. Dengan mengikuti akun orang lain atau mendapatkan pengikut, pengguna dapat melakukan komunikasi interaktif satu sama lain.

Tiktok

Tiktok merupakan sebuah aplikasi yang memiliki efek spesial beragam dan menarik serta memudahkan penggunaannya. Mereka dapat membuat video lima belas detik hingga sepuluh menit. Aplikasi ini memungkinkan pengguna melihat dan meniru video dari pengguna lain, selain membuat video dengan cara mereka sendiri.

Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Oleh karena penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan perbandingan tingkat kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri, hipotesis dinyatakan dalam bentuk kalimat dengan pernyataan $H_0 = 0$ berarti tidak diterima dan $H_1 \neq$ berarti diterima.

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan sifat komparatif. Penelitian ini melibatkan 108 remaja di Kota

Denpasar yang berusia antara 17-25 tahun dan aktif menggunakan *Instagram* dan *Tiktok*. Penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner. Teknik analisis data menggunakan statistik deskriptif.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Instagram didirikan oleh perusahaan Burbn.inc., pada tahun 2010. Kata *Instagram* berasal dari kata “*Insta*” yang berarti instan dan “*Gram*” yang berarti telegram, jadi melalui *Instagram* penggunaannya dapat mengunggah foto dan video secara instan di internet.

Instagram memiliki fitur-fitur pelengkap yang dapat meningkatkan interaksi antar pengguna, antara lain efek foto, *aroba*, *like* dan *comment*, *hashtag*, *popular*, *Insta Story*, *Live*, dan yang terbaru *Instagram Reels*

Sedangkan, *Tiktok* diluncurkan secara resmi pada bulan September tahun 2016 oleh ByteDance Inc., sebuah perusahaan asal Tiongkok. *Tiktok* menghadirkan beberapa *special effects* yang menarik dan mudah digunakan, di antaranya filter wajah, efek video dan stiker, *voice changer*, fitur *beauty*, *duet*, dan *auto captions*.

Profil Responden

Responden dalam penelitian ini berjumlah 108 orang yang merupakan remaja berdomisili Kota Denpasar yang berusia antara 17-25 tahun yang aktif menggunakan *Instagram* dan *Tiktok*. Berdasarkan usia, responden didominasi oleh responden perempuan dengan persentase 76,9% dan didominasi oleh usia 20-22 tahun dengan persentase 75,9%. Berdasarkan pendidikan terakhir didominasi oleh pendidikan SMA/Sederajat dengan persentase 75,9%. Berdasarkan pekerjaan saat ini didominasi oleh responden dengan pekerjaan sebagai siswa/mahasiswa dengan persentase 88,0% dan berdasarkan domisili didominasi oleh domisili Denpasar Selatan dengan persentase 36,1%.

Deskripsi Hasil Uji Motif Kepuasan Pemenuhan Kebutuhan Eksistensi Diri pada Penggunaan Media Sosial *Instagram* dan *Tiktok*

Deskripsi hasil uji motif dan kepuasan pemenuhan kebutuhan eksistensi diri pada penggunaan media sosial *Instagram* dan *Tiktok* pada penelitian ini dibagi menjadi lima motif yaitu kegunaan antar pribadi, mengisi waktu luang, kenyamanan, hiburan, dan ekonomi.

Tabel 1 Akumulasi Skor Rata-rata Motif dan Kepuasan Menggunakan Media Sosial *Instagram*

Jenis Motif	Gratification Sought (GS)	Gratification Obtained (GO)
Kegunaan Antar Pribadi	2,98	3,26
Mengisi Waktu Luang	3,09	3,29
Kenyamanan	3,08	3,15
Hiburan	3,02	3,06
Ekonomi	2,59	2,66
Rata-rata	2,95	3,08

Berdasarkan tabel tersebut, pada motif kegunaan antar pribadi terjadi kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Instagram*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih rendah yaitu 2,98 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 3,26.

Pada motif mengisi waktu luang terjadi kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Instagram*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih rendah yaitu 3,09 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 3,29. Pada motif kenyamanan terjadi kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Instagram*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih rendah yaitu 3,08 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 3,15.

Pada motif hiburan terjadi kepuasan

dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Instagram*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih rendah yaitu 3,02 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 3,06.

Pada motif ekonomi terjadi kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Instagram*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih rendah yaitu 2,59 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 2,66.

Tabel berikutnya menjelaskan hasil uji motif kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Tiktok*

Tabel 2 Akumulasi Skor Rata-rata Motif dan Kepuasan Menggunakan Media Sosial *Tiktok*

Jenis Motif	Gratification Sought (GS)	Gratification Obtained (GO)
<i>Kegunaan Antar Pribadi</i>	2,90	2,93
<i>Mengisi Waktu Luang</i>	3,15	3,14
<i>Kenyamanan</i>	2,94	2,97
<i>Hiburan</i>	2,98	2,88
<i>Ekonomi</i>	2,66	2,61
<i>Rata-rata</i>	2,93	2,91

Berdasarkan tabel di atas, pada motif kegunaan antar pribadi terjadi kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Tiktok*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih rendah yaitu

2,90 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 2,93.

Pada motif mengisi waktu luang terjadi ketidakpuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Instagram*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih tinggi yaitu 3,15 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 3,14.

Pada motif kenyamanan terjadi kepuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Tiktok*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih rendah yaitu 2,94 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 2,97.

Pada motif hiburan terjadi ketidakpuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Instagram*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih tinggi yaitu 2,98 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 2,88.

Pada motif ekonomi terjadi ketidakpuasan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri di *Instagram*. Hal ini dikarenakan nilai *Gratification Sought* (GS) lebih tinggi yaitu 2,66 dari nilai *Gratification Obtained* (GO)nya yaitu 2,61.

Analisis Data

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada kelima motif mampu terpenuhi dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri

pada penggunaan media sosial *Instagram*, yaitu motif kegunaan antar pribadi, motif mengisi waktu luang, motif kenyamanan, motif hiburan, dan motif ekonomi. Hal ini didukung dengan hasil nilai dari tiap *Gratification Sought* (GS) atau motif tersebut lebih rendah dari tiap nilai *Gratification Sought* (GS) atau kepuasannya.

Sedangkan, pada penggunaan media sosial *Tiktok* hanya ada dua motif yang mampu terpuaskan dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri pada penggunaan media sosial *Tiktok*, yaitu motif kegunaan antar pribadi dan motif kenyamanan. Hal ini didukung dengan hasil nilai dari tiap *Gratification Sought* (GS) atau motif tersebut lebih rendah dari tiap nilai *Gratification Sought* (GS) atau kepuasannya. Sedangkan untuk motif mengisi waktu luang, motif hiburan, dan motif ekonomi belum mampu terpuaskan. Hal ini didukung dengan hasil nilai dari tiap *Gratification Sought* (GS) atau motif tersebut lebih tinggi dari tiap nilai *Gratification Sought* (GS) atau kepuasannya.

Penelitian ini menjawab hipotesis dengan penetapan jawaban pada terdapat perbedaan tingkat kepuasan dalam pemenuhankebutuhan eksistensi diri remaja Kota Denpasar pada penggunaan media sosial *Instagram* dan *Tiktok*.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil yang telah dijabarkan, maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat perbedaan tingkat kepuasan dalam pemenuhankebutuhan eksistensi diri remaja Kota Denpasar yang lebih diungguli oleh media sosial *Instagram* dibandingkan dengan *Tiktok*, dimana persentase rata-rata total untuk kepuasan *Instagram* sebesar 3,08 sedangkan untuk *Tiktok* sebesar 2,91.
2. Motif tertinggi yang dimiliki oleh responden dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri pada penggunaan media sosial *Instagram* dan *Tiktok* adalah mengisi waktu luang. Hal ini berarti hal-hal yang mencakup mencari kegiatan di waktu senggang sambil bersantai dan mengatasi rasa bosan adalah alasan utama responden menggunakan *Instagram* maupun *Tiktok* sebagai pemenuh kebutuhan eksistensi diri. Sementara, motif ekonomi adalah motifi terendah yang dimiliki responden dalam menggunakan media sosial *Instagram* dan *Tiktok* untuk memenuhi kebutuhan eksistensi diri, hal ini menunjukkan bahwa motivasi yang berkaitan dengan mencari keuntungan dan kekuasaan bukanlah motif utama

responden untuk menggunakan kedua media sosial tersebut untuk memenuhi kebutuhan eksistensi diri.

3. Kelima motif mampu terpenuhi dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri pada penggunaan media sosial *Instagram*, yaitu motif kegunaan antar pribadi, motif mengisi waktu luang, motif kenyamanan, motif hiburan, dan motif ekonomi. Sedangkan, pada penggunaan media sosial *Tiktok* hanya ada dua motif yang mampu terpenuhi dalam pemenuhan kebutuhan eksistensi diri pada penggunaan media sosial *Tiktok*, yaitu motif kegunaan antar pribadi dan motif kenyamanan. Hal ini menunjukkan media sosial *Instagram* dianggap lebih bisa memberikan kepuasan untuk pemenuhan kebutuhan eksistensi diri khalayak dibanding media sosial *Tiktok*.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Adisha Anindiva Faizal, Mochammad Naim, A. F. (2022). Fenomena Instagram Sebagai Sarana Eksistensi Diri Pada Kelompok Remaja di Kelurahan Sudimara Selatan. 7–15
- Adith. (2021). 10 Fakta Pengguna Internet Di Bali. Salingsilang.

<https://visual.ly/community/Infographics/technology/10-fakta-pengguna-internet-di-bali>

- Andri, P. J. (2020). PENGGUNAAN INSTAGRAM DALAM MEMENUHI KEBUTUHAN EKSISTENSI PADA MAHASISWA JURUSAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM. Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Annissa, M. (2022). Orang Indonesia Suka Main Media Sosial, Ini Alasannya. 15 September. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/15/orang-indonesia-suka-main-media-sosial-ini-alasannya>
- Badan Pusat Statistik Provinsi Bali. (2022). Persentase Penduduk Usia 5 Tahun ke Atas yang Mengakses Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dalam 3 Bulan Terakhir Menurut Kabupaten/Kota, 2021. <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>

- Bagus, A. A. G., & Reniasih, N. W. (2022). Studi Komparatif Pengaruh Media Sosial Tiktok Dan Instagram Terhadap Keterbukaan Diri. *Jurnal Kajian Ilmu Komunikasi*, 24(2), 18–27. <http://ejournal.undwi.ac.id/index.php/ilkom/article/view/1312>
- Bungin, B. (2005). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Kedua)*. Kencana.
- Cornelia Vaga Arventine dan Monika Sri Yuliarti. (n.d.). Pemanfaatan Aplikasi Tiktok pada Remaja di Madiun Sebagai Media Eksistensi Diri. 1–25.
- Denpasar, D. K. dan P. S. K. (2022). Jumlah Penduduk Tahun 2022 Semester 1 Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin. https://pusatdata.denpasarkota.go.id/?page=Data-Detail&language=id&domian=ppid.denpasarkota.go.id&data_id=1664945435
- Ermis Suryana, Siska Wulandari, Eci Sagita, K. H. (2022). Perkembangan Masa Remaja Akhir (Tugas, Fisik, Intelektual, Emosi, Sosial dan Agama) dan Implikasinya pada Pendidikan. *JIIP (Jurnal Ilmiah Ilmu Pendidikan)*, 5.
- Falih, M. (2020). Motif Penggunaan Media Sosial Snapgram di Kalangan Mahasiswa Fakultas Perikanan dan Ilmu Kelautan Universita Brawijaya. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Georgenia, M. P., Gelgel, N. M. R. A., Pradipta, A. D., & Calvin, D. (2022). Motif Dan Kepuasan Anak Muda Kota Denpasar Dalam Penggunaan Fitur Reels.
- Iswarani, M. P., & Gautama, M. I. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Ajang Eksistensi Diri Bagi Remaja (Studi Kasus Siswa SMAN 5 Bukittinggi Kelas XI IPS). *Jurnal Perspektif*, 5(1), 37. <http://perspektif.ppj.unp.ac.id/index.php/perspektif/article/view/588>
- KBBI. (n.d.). Kamus Besar Bahasa Indonesia. <https://kbbi.web.id/eksistensi>
- KKN Undip Tim 2 2021-2022. (2022). Jumlah Pengguna Internet di Kalangan Anak-anak Semakin Melonjak! Mahasiswa Undip Berika Psikoedukasi Kepada Para Orangtua Mengenai “Parenting di Era Digital.” 30 July 2022. <https://kkn.undip.ac.id/?p=305497>
- Laily, I. N. (2022). Pengertian Motif Ekonomi, Tujuan, Bentuk, dan

- Jenisnya. Katadata.Co.Id. <https://katadata.co.id/agung/ekonomipedia/6254f9523b42d/pengertian-motif-ekonomi-tujuan-bentuk-dan-jenisnya>
- Media, A. (2022). Fitur-fitur Instagram dan Fungsinya. 17 Mei 2022. <https://creatormedia.my.id/fitur-fitur-Instagram-dan-fungsinya/>
- Mutia, A. (2022). Warga RI Paling Banyak Habiskan Waktu Bermedia Sosial di Whatsapp dan Tiktok. 15 September. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/09/15/warga-ri-paling-banyak-habiskan-waktu-bermedia-sosial-di-whatsapp-dan-Tiktok>
- Putri, M. (2014). Studi Komparatif Tingkat Kepuasan Penggunaan Media Sosial Path dan Instagram pada Aplikasi Smartphone.
- Putri, S. P., Dewilpascarani, N. N., & Devialpradipta, A. (2017). PERBANDINGAN MOTIF DAN KEPUASAN ANAK MUDA KOTA DENPASAR MENGGUNAKAN RINSTAGRAM DAN FINSTAGRAM. 1–11.
- Rauf Nuryama. (2022). Jumlah Pengguna Instagram di Indonesia Pada 2022. 14 Juni 2022. <https://www.tinewss.com/indonesia-news/pr-1853617991/jumlah-pengguna-Instagram-di-indonesia-pada-2022>
- Rizal. (2022). Daftar Lengkap Fitur hingga Cara Download Video Tiktok Tanpa Watermark. 25 Juli 2022. <https://infokomputer.grid.id/read/123393481/daftar-lengkap-fitur-hingga-cara-download-video-Tiktok-tanpa-watermark?page=all>
- Rohmah, N. N. (2020). Media Sosial Sebagai Media Alternatif Manfaat dan Pemuas Kebutuhan Informasi Masa Pandemi Global Covid 19. *Al-I'lam: Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 1–16.
- Sari, U. (2020a). PENGARUH PENGGUNAAN TIKTOK TERHADAP EKSISTENSI. Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
- Sari, U. (2020b). Pengaruh Penggunaan Tiktok Terhadap Eksistensi Diri Siswa/Siswi SMK Negeri I Sumenep. 1–9.
- Sitorus, R. J. A. (2021). PERBANDINGAN PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK DAN INSTAGRAM

- DALAM PEMBENTUKAN BUDAYA ALONE TOGETHER MAHASISWA UNIVERSITAS SUMATERA UTARA. 5(3), 248–253.
- Stephanie, C. (2021). Apa Itu FYP di Tiktok dan Bagaimana Cara Kerjanya. 2 Agustus 2021. <https://tekno.kompas.com/read/2021/08/26/10410017/apa-itu-fyp-di-Tiktok-dan-bagaimana-cara-kerjanya-?page=all>
- Sugiyono, P. D. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (19th ed.). Alfabeta.
- Syarif. (2019). Pengaruh Fitur Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri Siswa SMA Sades Sapientiae Semarang. Society, 2(1), 1–19. http://www.scopus.com/inward/record.url?eid=2-s2.0-84865607390&partnerID=tZOtx3y1%0Ahttp://books.google.com/books?hl=en&lr=&id=2LIMMD9FVXkC&oi=fnd&pg=PR5&dq=Principles+of+Digital+Image+Processing+fundamental+techniques&ots=HjrHeuS_
- We are social. (2022). Indonesian Digital Report 2022. In We Are Social (p. 113). <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Wisnuadi, K. (2022). Data Statistik Jumlah Pengguna Tiktok [April 2022], Lengkap! 14 Juni 2022. <https://dipstrategy.co.id/blog/data-statistik-jumlah-pengguna-Tiktok-april-2022-lengkap/>