

# PERSEPSI MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI ANGKATAN 2021 UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA TERHADAP IDENTITAS DIRI DI APLIKASI *TIKTOK*

<sup>1</sup>Planny Amural Silalahi

<sup>1</sup> Universitas Buddhi Dharma

<sup>1</sup> Jl. Imam Bonjol No. 41, Karawaci Ilir, Tangerang-Indonesia

<sup>1</sup>amuralplanny@gmail.com

## ABSTRAK

**Kata kunci:**  
Identitas Diri  
Komunikasi  
Media Sosial  
Persepsi  
Tiktok

*Article history:*

*Received:*

11 November 2025

*Accepted:*

20 November 2025

*Available online:*

15 January 2026

Penelitian ini berfokus pada cara mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma memandang dan membentuk identitas diri melalui penggunaan TikTok. Fenomena ini muncul seiring perkembangan pesat media sosial, di mana TikTok berperan tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai ruang untuk mengekspresikan diri serta membangun citra pribadi di dunia digital. Melalui platform ini, pengguna dapat membagikan berbagai konten, mengikuti tren yang sedang populer, dan berinteraksi dengan audiens yang luas, sehingga secara langsung maupun tidak langsung memengaruhi cara mereka memandang identitas diri. Penelitian ini menerapkan metode deskriptif kualitatif, dengan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dan observasi langsung akun TikTok mahasiswa. Pendekatan ini memberikan kesempatan untuk memahami secara rinci bagaimana mahasiswa mengekspresikan identitas mereka, baik yang muncul secara autentik maupun yang sengaja dikonstruksi untuk tujuan tertentu. Hasil penelitian menunjukkan adanya variasi strategi dalam pembentukan identitas: sebagian mahasiswa menampilkan kepribadian asli mereka, sebagian membentuk citra tertentu untuk keperluan sosial atau profesional, sementara yang lain menyesuaikan diri dengan tren dan budaya populer yang berkembang di *platform*. Selain itu, penelitian ini mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi pembentukan identitas, seperti lingkungan sosial, kebutuhan akan pengakuan dari orang lain, serta algoritma TikTok yang menyesuaikan konten sesuai preferensi pengguna.

## ABSTRACT

*This study focuses on how Communication Science students from the 2021 class at Buddhi Dharma University view and shape their identity through the use of TikTok. This phenomenon has emerged alongside the rapid development of social media, where TikTok serves not only as a means of entertainment, but also as a space for self-expression and building a personal image in the digital world. Through this platform, users can share various content, follow popular trends, and interact with a wide audience, thereby directly or indirectly influencing how they view their identity. This study applies a qualitative descriptive method, with data collection through in-depth interviews and direct observation of students' TikTok accounts. This approach provides an opportunity to understand in detail how students express their identities, both those that appear authentic and those that are deliberately constructed for specific purposes. The results of the study show a variety of strategies in identity formation: some students display their true personalities, some create a certain image for social or professional purposes, while others adapt to the trends and popular culture that are developing on the platform. In addition, this study reveals the factors that influence identity formation, such as the social environment, the need for recognition from others, and the TikTok algorithm that adapts.*

## I. PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan aspek fundamental dalam kehidupan manusia yang berfungsi sebagai proses pertukaran pesan, gagasan, dan simbol antara individu maupun kelompok, dengan tujuan menciptakan kesamaan makna serta pemahaman bersama antara dua pihak atau lebih. Aktivitas

komunikasi tidak hanya diwujudkan melalui tuturan verbal yang disampaikan secara lisan atau tertulis, tetapi juga mencakup aspek nonverbal seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, gerak isyarat, intonasi suara, serta penggunaan simbol-simbol tertentu yang mengandung makna khusus dan berperan penting dalam memperkuat atau bahkan menggantikan pesan verbal. Secara etimologis, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communis* yang berarti “bersama” atau “menjadikan sama”, yang menunjukkan bahwa esensi komunikasi terletak pada upaya membangun kebersamaan makna antara pihak-pihak yang terlibat dalam proses tersebut. Makna ini menegaskan bahwa komunikasi tidak sekadar proses penyampaian informasi, melainkan juga merupakan usaha sadar untuk mencapai keselarasan persepsi, pemahaman, dan interpretasi antara pengirim dan penerima pesan, sehingga interaksi sosial dapat berlangsung secara efektif, harmonis, dan bermakna dalam berbagai konteks kehidupan, baik personal, sosial, maupun profesional.

Menurut Inah (2013:185), tujuan utama komunikasi adalah menciptakan proses penyampaian pesan yang mampu menimbulkan perubahan pada diri penerima pesan, baik berupa perubahan sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), perilaku (*behavior*), maupun transformasi sosial (*social change*) yang terjadi dalam konteks kehidupan bermasyarakat. Dalam hal ini, komunikasi tidak dapat dipahami semata-mata sebagai aktivitas penyampaian informasi secara satu arah, melainkan sebagai sarana strategis yang melibatkan proses interaksi, interpretasi, dan negosiasi makna antara komunikator dan komunikan. Melalui komunikasi, individu atau kelompok tidak hanya menerima pesan, tetapi juga membangun pemahaman, sikap, serta kecenderungan bertindak berdasarkan pesan yang diterima. Keefektifan komunikasi diukur dari sejauh mana pesan yang disampaikan mampu dipahami, diterima, dan menghasilkan respons yang sesuai dengan tujuan yang diharapkan oleh pengirim pesan. Oleh karena itu, komunikasi memegang peran yang sangat penting dalam membentuk opini publik, memengaruhi perilaku sosial, serta mendorong terjadinya perubahan nilai, norma, dan budaya di masyarakat, khususnya dalam konteks perkembangan media dan dinamika sosial yang terus mengalami perubahan.

Proses komunikasi tersebut berlangsung melalui interaksi yang bersifat terencana maupun spontan, di mana pesan yang disampaikan dirancang dan dikemas sedemikian rupa agar relevan dengan konteks, mampu menarik perhatian, serta memiliki daya persuasif dan makna yang dapat dipahami oleh penerimanya. Dalam proses ini, komunikator mempertimbangkan berbagai aspek, seperti karakteristik audiens, medium yang digunakan, serta simbol dan bahasa yang dipilih, sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima secara optimal. Efektivitas komunikasi diukur dari sejauh mana pesan tersebut tidak hanya dipahami, tetapi juga mampu memicu respons, sikap, atau perubahan perilaku yang sesuai dengan tujuan komunikasi yang diharapkan, baik dalam lingkup personal, kelompok, maupun sosial. Oleh sebab itu, komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam membentuk opini publik, memengaruhi pola perilaku individu dan kelompok, serta mendorong terjadinya perubahan sosial yang lebih luas, terutama dalam konteks masyarakat modern yang semakin dipengaruhi oleh media digital dan arus informasi yang cepat serta masif.

Perkembangan teknologi informasi yang pesat telah membawa perubahan signifikan terhadap bentuk, pola, dan makna komunikasi di era modern, baik dalam konteks interpersonal, kelompok, maupun komunikasi massa. Kehadiran media baru (*new media*) menjadikan aktivitas komunikasi berlangsung secara lebih interaktif, dinamis, dan partisipatif, serta mampu melampaui batas ruang dan waktu yang sebelumnya menjadi kendala dalam proses pertukaran informasi. Asmar (2020:55) mendefinisikan media baru sebagai bentuk media berbasis teknologi komunikasi yang memanfaatkan perangkat komputer dan jaringan digital untuk memungkinkan terjadinya interaksi antarindividu serta pertukaran informasi secara global dan real time. Dalam perkembangannya, media baru tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi secara satu arah, tetapi juga menjadi ruang sosial digital yang memungkinkan pengguna berperan aktif sebagai produsen

konten (*content creator*), sekaligus sebagai konsumen informasi. Melalui media baru, pengguna memiliki keleluasaan untuk mengekspresikan identitas diri, membangun relasi sosial, serta berpartisipasi dalam proses pembentukan makna sosial yang dipengaruhi oleh interaksi, simbol, dan wacana yang berkembang di dalamnya, sehingga media baru berkontribusi besar dalam membentuk pola komunikasi, budaya, dan dinamika sosial masyarakat kontemporer.

Media baru tidak hanya berperan sebagai sarana pertukaran pesan, tetapi juga berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan individu dengan jaringan informasi global yang luas dan beragam. Melalui pemanfaatan teknologi digital, pengguna dapat mengakses, mengolah, memproduksi, serta menyebarkan informasi secara cepat, efisien, dan berkelanjutan tanpa dibatasi oleh jarak geografis maupun waktu. Karakteristik interaktif yang melekat pada media baru memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah yang dinamis dan partisipatif, sehingga peran pengguna tidak lagi bersifat pasif sebagai penerima informasi semata, melainkan juga aktif sebagai produsen, kurator, dan pengelola informasi yang turut berkontribusi dalam pembentukan wacana publik.

Disadari maupun tidak, kehadiran media baru, khususnya media sosial, telah memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan manusia, baik pada level individu maupun sebagai bagian dari masyarakat secara luas. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi modern telah membawa perubahan mendasar dalam pola pikir, perilaku, serta cara manusia memanfaatkan teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Perubahan ini mendorong lahirnya berbagai bentuk dan pola baru dalam mencari, mengakses, serta memaknai informasi, yang kini tidak lagi terbatas pada model komunikasi dua arah tradisional, tetapi berkembang ke arah komunikasi multidirectional yang bersifat terbuka, interaktif, dan berbasis jaringan. Dalam konteks ini, media baru menjadi ruang sosial yang memengaruhi cara individu berinteraksi, membangun relasi, serta membentuk identitas dan realitas sosial di era digital.

Menurut Ahmadi (2020:27) media baru merupakan jenis media yang memiliki karakteristik utama berupa keterhubungan (*connectivity*) antar pengguna, sehingga memungkinkan individu untuk berinteraksi satu sama lain secara dua arah sebagai penerima sekaligus pengirim pesan. Media baru juga menawarkan tingkat interaktivitas yang tinggi, di mana pengguna tidak hanya mengonsumsi informasi secara pasif, tetapi turut berpartisipasi aktif dalam proses produksi, distribusi, dan pertukaran pesan. Selain itu, media baru bersifat terbuka dan mudah diakses oleh siapa saja, di mana pun, dan kapan pun, tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga memperluas jangkauan komunikasi sekaligus mempercepat arus informasi di dalam masyarakat. Salah satu karakteristik paling menonjol dari media baru adalah kemampuannya untuk menjangkau khalayak secara luas dalam skala global, namun tetap bersifat personal karena memungkinkan komunikasi yang disesuaikan dengan preferensi, kebutuhan, dan karakteristik individu pengguna.

Dalam konteks ini, internet dipandang sebagai salah satu bentuk media baru yang paling signifikan dan berpengaruh, bahkan sering dianggap sebagai representasi paling kuat dari perkembangan media baru itu sendiri. Hal tersebut disebabkan oleh kemampuan internet dalam menyebarkan informasi secara cepat, masif, dan interaktif kepada khalayak di berbagai belahan dunia. Melalui internet, berbagai platform digital—termasuk media sosial—dapat berkembang sebagai ruang komunikasi yang dinamis, memungkinkan terjadinya pertukaran informasi, pembentukan opini, serta konstruksi identitas secara berkelanjutan. Oleh karena itu, kehadiran internet sebagai media baru tidak hanya mengubah pola komunikasi masyarakat, tetapi juga memengaruhi cara individu membangun relasi sosial, mengakses informasi, dan merepresentasikan diri di ruang publik digital.

Salah satu bentuk paling menonjol dari media baru adalah media sosial, yang telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat modern. (Pujiono, 2021:6) menjelaskan bahwa media sosial

berfungsi sebagai alat komunikasi daring yang memungkinkan penggunanya untuk membangun dan memelihara hubungan sosial, bertukar informasi secara cepat dan luas, serta membentuk opini dan perilaku melalui proses interaksi yang berlangsung secara terus-menerus. Melalui media sosial, individu tidak hanya berperan sebagai penerima informasi, tetapi juga sebagai subjek aktif yang dapat mengekspresikan diri, menampilkan citra pribadi, serta mengonstruksi identitas digital sesuai dengan nilai, kepentingan, dan tujuan tertentu. Selain itu, media sosial menyediakan ruang bagi terbentuknya komunitas virtual yang memiliki budaya, nilai, norma, dan pola komunikasi tersendiri, yang memengaruhi cara individu berinteraksi dan memaknai realitas sosial. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran yang sangat signifikan dalam membentuk identitas diri penggunanya di dunia digital, karena proses interaksi, representasi diri, serta respons dari pengguna lain turut memengaruhi pembentukan persepsi diri, pengakuan sosial, dan posisi individu dalam lingkungan sosial virtual.

Salah satu platform media sosial yang paling populer dan mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir adalah TikTok. Aplikasi ini diluncurkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok, ByteDance, pada September 2016, dan dirancang sebagai platform berbasis video singkat yang memungkinkan pengguna untuk membuat, mengedit, serta membagikan konten audiovisual dengan memanfaatkan berbagai fitur kreatif seperti efek visual, filter, musik latar, dan alat pengeditan yang mudah diakses. Sejak tahun 2018, popularitas TikTok meningkat secara pesat seiring dengan kemampuannya menjangkau berbagai kalangan usia dan latar belakang sosial, termasuk generasi muda. Indonesia bahkan tercatat sebagai salah satu pasar terbesar TikTok dengan jumlah pengguna aktif mencapai sekitar 50 juta orang (Gratia et al., 2022:194). yang menunjukkan tingginya tingkat penetrasi dan penerimaan platform ini di masyarakat. Keunikan TikTok terletak pada kemampuannya menghadirkan konten kreatif yang menarik, informatif, dan menghibur dalam durasi singkat, sehingga sesuai dengan karakteristik konsumsi media masyarakat digital yang cenderung cepat dan visual. Dalam perkembangannya, TikTok tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan semata, tetapi juga digunakan sebagai media promosi, edukasi, penyampaian pesan sosial, serta sebagai ruang untuk membangun dan menampilkan citra diri. Melalui berbagai konten yang dibagikan, pengguna TikTok secara sadar maupun tidak sadar melakukan proses representasi diri, yang berkontribusi pada pembentukan identitas digital dan persepsi sosial di lingkungan media daring.

Fenomena “Racun TikTok” menggambarkan betapa kuatnya pengaruh konten yang beredar di platform TikTok dalam membentuk persepsi, perilaku konsumsi, serta gaya hidup masyarakat, khususnya di kalangan pengguna aktif media sosial. Istilah ini merujuk pada kecenderungan audiens untuk terdorong meniru, membeli, atau mengadopsi produk, tren, maupun gaya hidup tertentu setelah terpapar konten yang dikemas secara persuasif dan menarik. Dalam konteks akademik, fenomena ini menjadi menarik untuk dikaji karena menunjukkan bagaimana proses konstruksi makna dan pembentukan identitas diri berlangsung melalui representasi digital di media sosial. Pengguna TikTok tidak sekadar memproduksi dan membagikan video sebagai bentuk ekspresi kreatif, tetapi juga secara sadar membangun dan menampilkan versi diri tertentu yang dipilih untuk ditampilkan kepada publik. Proses representasi diri tersebut melibatkan berbagai aspek komunikasi, persepsi, dan simbolisasi, seperti pemilihan visual, narasi, gaya bahasa, serta interaksi dengan audiens, yang secara kolektif berperan penting dalam membentuk identitas personal maupun identitas sosial pengguna di ruang digital. Dengan demikian, TikTok menjadi ruang sosial yang tidak hanya memengaruhi pola konsumsi, tetapi juga turut membentuk cara individu memaknai diri, memperoleh pengakuan sosial, dan menegosiasikan posisinya dalam lingkungan masyarakat digital.

TikTok merupakan salah satu platform media sosial berbasis video pendek yang dikembangkan oleh perusahaan teknologi asal Tiongkok dan berfokus pada konten audiovisual, khususnya video musik, hiburan, serta berbagai bentuk ekspresi kreatif lainnya. Kehadiran TikTok secara signifikan turut berkontribusi dalam menghidupkan kembali dinamika industri digital di Indonesia, terutama dalam konteks produksi dan konsumsi konten digital di kalangan generasi muda. Platform ini menawarkan kemudahan dalam proses pembuatan video melalui integrasi teknologi pengambilan gambar, fitur pengeditan yang intuitif, serta pemanfaatan kecerdasan buatan (*artificial intelligence*) yang mampu menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna. Kombinasi teknologi tersebut membuat proses produksi konten menjadi lebih sederhana, efisien, dan dapat diakses oleh berbagai lapisan masyarakat tanpa memerlukan keterampilan teknis yang kompleks.

Melalui berbagai fitur kreatif yang tersedia, TikTok mendorong para pembuat konten untuk mengeksplorasi ide, mengembangkan imajinasi, serta menyampaikan pesan dengan cara yang menarik, ringan, dan menghibur. Pengguna tidak hanya berperan sebagai konsumen konten, tetapi juga sebagai produsen yang aktif menciptakan dan menyebarkan narasi visual sesuai dengan gaya komunikasi masing-masing. Dukungan teknologi kecerdasan buatan memungkinkan TikTok untuk menghadirkan pengalaman pengguna yang personal dan interaktif, terutama melalui sistem rekomendasi konten yang disesuaikan dengan minat dan perilaku pengguna. TikTok dikembangkan dan didukung oleh ByteDance, sebuah perusahaan teknologi global yang bergerak di bidang kecerdasan buatan, yang menjadikan platform ini tidak hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai ruang komunikasi digital yang berpengaruh dalam membentuk tren, budaya populer, serta konstruksi identitas diri di era media baru. (Yoga1 et al., (2020:59).

Menurut (Akbar & Tengah, 2015:192) persepsi merupakan cara pandang individu terhadap suatu objek, peristiwa, atau fenomena sosial yang terbentuk melalui serangkaian proses kognitif, seperti penginderaan, pengolahan informasi, dan interpretasi makna, serta dipengaruhi oleh pengalaman, pengetahuan, latar belakang budaya, dan nilai-nilai pribadi yang dimiliki individu tersebut. Persepsi inilah yang kemudian menjadi dasar dalam menentukan bagaimana seseorang memahami realitas sosial, bersikap, serta menampilkan diri dalam berbagai konteks interaksi, termasuk dalam ruang media digital. Dalam konteks media sosial, persepsi individu memengaruhi cara pengguna memilih konten, membingkai pesan, dan merepresentasikan dirinya kepada khalayak, sehingga identitas diri yang ditampilkan tidak bersifat netral, melainkan hasil dari proses seleksi dan konstruksi makna. Dengan demikian, identitas diri tidak hanya dapat dipahami sebagai konstruksi psikologis yang bersumber dari kesadaran individu semata, tetapi juga sebagai konstruksi sosial yang terbentuk, dipelihara, dan terus dinegosiasikan melalui aktivitas komunikasi, interaksi sosial, serta representasi simbolik yang berlangsung di media sosial, di mana respons dan pengakuan dari pengguna lain turut berperan dalam membentuk persepsi diri dan posisi sosial individu di ranah digital.

Febriandari et al. (2016:51), menyatakan bahwa identitas diri mencakup konsepsi individu mengenai nilai, tujuan hidup, peran sosial, serta keyakinan yang membentuk jati dirinya sebagai pribadi yang utuh. Proses pencarian dan pembentukan identitas ini umumnya berlangsung secara intens pada masa remaja hingga awal dewasa, yaitu fase perkembangan di mana individu berada dalam tahap eksplorasi diri dan berupaya menegaskan siapa dirinya di tengah tuntutan, harapan, serta dinamika lingkungan sosial yang terus berubah. Pada fase ini, individu cenderung mencari pengakuan, validasi, dan rasa memiliki melalui interaksi sosial, baik secara langsung maupun melalui media. Dalam era digital, kehadiran platform media sosial seperti TikTok menghadirkan ruang baru bagi individu, khususnya mahasiswa, untuk bereksperimen dengan berbagai bentuk ekspresi diri dan menampilkan citra diri yang diinginkan kepada publik. Melalui produksi dan distribusi konten digital, mahasiswa tidak hanya mengekspresikan minat, nilai, dan gaya hidup,

tetapi juga secara aktif mengonstruksi identitas diri yang dipengaruhi oleh interaksi sosial, respons audiens, serta norma dan budaya yang berkembang di lingkungan media sosial, sehingga proses pembentukan identitas berlangsung secara dinamis dan berkelanjutan.

Identitas diri merupakan bentuk identitas yang berkaitan erat dengan kualitas eksistensial seorang individu, yaitu aspek-aspek fundamental yang mencerminkan keberadaan, kebermaknaan, serta keunikan dirinya sebagai pribadi yang utuh. Hal ini menandakan bahwa setiap individu memiliki gaya personal, karakter, serta pola berpikir dan bertindak yang khas, yang membedakannya dari individu lain dalam konteks sosial yang lebih luas. Keunikan tersebut tidak hanya terbentuk dari faktor internal, seperti kepribadian dan pengalaman hidup, tetapi juga dipengaruhi oleh interaksi sosial, lingkungan budaya, serta proses komunikasi yang dijalani individu sepanjang kehidupannya. Dengan demikian, identitas diri dapat dimaknai sebagai suatu proses berkelanjutan untuk mempertahankan, menegosiasikan, dan menegaskan keunikan serta ciri khas individualitas yang menjadi jati diri seseorang, baik dalam kehidupan nyata maupun dalam ruang digital. Dalam konteks media sosial, identitas diri semakin bersifat dinamis karena individu memiliki keleluasaan untuk merepresentasikan dirinya melalui simbol, narasi, dan visual tertentu, yang pada akhirnya turut memengaruhi bagaimana dirinya dipersepsikan dan diakui oleh orang lain. Hakim et al., (2021:19).

Pembentukan identitas diri tersebut sangat dipengaruhi oleh persepsi individu yang lahir dari pengalaman pribadi, latar belakang sosial, serta proses interaksi yang berlangsung secara berkelanjutan dengan lingkungan sekitarnya, termasuk interaksi di ruang media digital. Selain itu, respons audiens terhadap konten yang diunggah, seperti jumlah tayangan, tanda suka, komentar, dan bentuk umpan balik lainnya, turut berperan dalam membentuk cara individu menilai, memahami, dan memaknai dirinya sendiri. Keberadaan tren yang silih berganti, fitur-fitur kreatif yang disediakan oleh platform TikTok, serta budaya pengguna yang berkembang di dalamnya memberikan warna tersendiri dalam proses konstruksi identitas mahasiswa. Melalui dinamika tersebut, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai pengguna pasif, tetapi juga sebagai aktor aktif yang secara sadar memilih, membangun, dan merepresentasikan identitas dirinya melalui konten digital, sehingga identitas yang ditampilkan di TikTok bersifat dinamis, kontekstual, dan terus mengalami perubahan seiring dengan perkembangan interaksi sosial dan budaya digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini berfokus pada bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma membentuk dan merepresentasikan identitas diri mereka melalui aplikasi TikTok. Kajian ini penting dilakukan untuk memahami dinamika komunikasi digital dalam membangun identitas personal di kalangan generasi muda yang hidup di tengah budaya visual, algoritma, dan tren viral. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pemahaman mengenai hubungan antara komunikasi digital, persepsi diri, dan konstruksi identitas dalam konteks media baru.

## II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan secara mendalam fenomena sosial sebagaimana adanya. Data dikumpulkan dalam bentuk kata-kata, narasi, dan deskripsi visual, bukan angka atau statistik (Anggito & Setiawan, 2018). Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali makna dan pengalaman mahasiswa dalam membentuk identitas diri melalui platform TikTok.

Subjek penelitian melibatkan 30 mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma. Dari jumlah tersebut, 10 orang diwawancarai secara langsung, sedangkan 20 orang lainnya mengisi *Google form*. Kombinasi metode ini dipilih untuk

mempermudah pengumpulan data, meningkatkan efisiensi, serta memperoleh informasi yang akurat.

Teknik pengumpulan data meliputi empat metode utama, yaitu:

1. Observasi, untuk memahami perilaku dan aktivitas mahasiswa di TikTok;
2. Wawancara, baik secara langsung maupun daring, untuk menggali makna di balik representasi identitas digital;
3. Kuesioner, untuk memperoleh data terstruktur mengenai pandangan mahasiswa terhadap pembentukan identitas diri; dan
4. Dokumentasi, berupa arsip digital dan catatan pendukung untuk memperkuat hasil analisis

### III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini menggambarkan bagaimana mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma memaknai, menampilkan, dan menyesuaikan identitas diri mereka di platform TikTok. Berdasarkan hasil wawancara mendalam dengan sejumlah informan, ditemukan bahwa proses pembentukan identitas digital mahasiswa berlangsung dinamis, dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, lingkungan sosial, serta kesadaran terhadap norma dan tren yang berlaku di media sosial.

Pertama, dalam mendefinisikan identitas diri, mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma menunjukkan pandangan yang beragam dan reflektif. Sebagian mahasiswa memaknai identitas diri sebagai refleksi dari jati diri yang relatif stabil, mencakup pola pikir, nilai-nilai personal, prinsip hidup, serta cara individu memandang dan menempatkan dirinya di tengah lingkungan sosial. Sementara itu, sebagian lainnya memandang identitas sebagai bentuk *personal branding*, yaitu representasi diri yang dapat dikonstruksi, disesuaikan, dan dimodifikasi sesuai dengan konteks komunikasi, tujuan penggunaan media sosial, serta audiens yang dituju. Perbedaan pandangan ini menunjukkan bahwa identitas diri di TikTok tidak bersifat tunggal dan statis, melainkan fleksibel, dinamis, dan terus dinegosiasikan sesuai dengan situasi dan kebutuhan komunikasi di ruang digital.

Kedua, intensitas penggunaan TikTok di kalangan mahasiswa tergolong tinggi. Mayoritas informan mengungkapkan bahwa mereka mengakses TikTok hampir setiap hari dengan durasi penggunaan berkisar antara 1-3 jam per hari. TikTok dimanfaatkan tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media untuk mencari inspirasi, mengeksplorasi ide-ide kreatif, memperoleh informasi, serta mengikuti perkembangan tren yang sedang populer. Tingginya frekuensi penggunaan ini mengindikasikan bahwa TikTok telah menjadi bagian dari rutinitas digital mahasiswa dan berfungsi sebagai ruang sosial sekaligus ruang ekspresi diri yang memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari mereka.

Ketiga, TikTok memberikan pengaruh yang signifikan terhadap cara mahasiswa menampilkan diri di ruang digital. Platform ini mendorong mahasiswa untuk lebih memperhatikan aspek visual dan performatif, seperti penampilan fisik, ekspresi wajah, bahasa tubuh, intonasi suara, serta gaya komunikasi yang digunakan dalam konten. Dorongan untuk tampil menarik dan berkesan di hadapan audiens membuat sebagian mahasiswa merasa lebih percaya diri, kreatif, dan termotivasi untuk mengembangkan kemampuan diri. Namun demikian, terdapat pula mahasiswa yang mengaku merasakan tekanan psikologis akibat ekspektasi audiens dan kekhawatiran terhadap penilaian publik.

Keempat, tingkat kepercayaan diri mahasiswa dalam memproduksi dan mengunggah konten sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam mengontrol berbagai aspek tampilan konten, mulai

dari perencanaan konsep, proses pengambilan gambar, hingga tahap pengeditan. Kemampuan teknis ini memberikan rasa aman dan kendali atas representasi diri yang ditampilkan, sehingga mahasiswa merasa lebih bebas dalam mengekspresikan identitas yang diinginkan. Meskipun demikian, sebagian mahasiswa tetap menunjukkan sikap kehati-hatian terhadap potensi reaksi negatif dari publik. Faktor pengalaman bermedia sosial, dukungan dari lingkungan sosial, serta penguasaan keterampilan digital menjadi determinan penting dalam membentuk tingkat kepercayaan diri tersebut.

Kelima, kesesuaian antara identitas diri di dunia nyata dan identitas yang ditampilkan di TikTok menunjukkan variasi yang cukup signifikan. Sebagian mahasiswa berupaya mempertahankan konsistensi antara kepribadian asli dan representasi digital mereka, sehingga apa yang ditampilkan di TikTok dianggap sebagai perpanjangan dari identitas nyata. Namun, sebagian lainnya memilih menampilkan versi diri yang lebih ekspresif, humoris, terbuka, atau percaya diri dibandingkan dengan keseharian mereka di dunia nyata. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok menjadi ruang alternatif bagi mahasiswa untuk mengeksplorasi, mengembangkan, dan memodifikasi citra diri tanpa sepenuhnya meninggalkan aspek autentik dari jati diri mereka.

Keenam, penyesuaian konten merupakan strategi yang dilakukan mahasiswa untuk menjaga relevansi dengan tren serta ekspektasi audiens. Mahasiswa menyesuaikan topik, gaya penyampaian, format visual, dan narasi konten agar selaras dengan dinamika TikTok yang cepat dan kompetitif. Meskipun demikian, sebagian besar mahasiswa tetap berupaya mempertahankan karakter dan nilai pribadi agar tidak sepenuhnya larut dalam tuntutan popularitas. Strategi ini mencerminkan adanya kesadaran kritis akan pentingnya keseimbangan antara keaslian identitas diri dan kebutuhan untuk memperoleh penerimaan sosial di ruang publik digital.

Ketujuh, komentar dan interaksi dari pengguna lain di TikTok memiliki peran yang signifikan dalam membentuk persepsi diri mahasiswa. Respons positif, seperti likes, komentar apresiatif, dan peningkatan jumlah pengikut, mampu meningkatkan motivasi, rasa percaya diri, serta kepuasan terhadap identitas yang ditampilkan. Sebaliknya, kritik, komentar negatif, atau respons yang kurang menyenangkan sering kali dijadikan bahan refleksi dan evaluasi diri, meskipun dalam beberapa kasus dapat menimbulkan tekanan emosional. Hal ini menunjukkan bahwa interaksi digital memiliki dampak psikologis yang nyata dalam proses konstruksi identitas mahasiswa.

Kedelapan, TikTok berfungsi sebagai media ekspresi pribadi yang memungkinkan mahasiswa menampilkan sisi kreatif, minat, hobi, dan potensi diri yang mungkin jarang terekspos dalam kehidupan sehari-hari. Melalui berbagai format konten, mahasiswa bereksperimen dengan ide, konsep visual, serta gaya komunikasi yang beragam, sehingga membantu mereka membangun kepercayaan diri dan memperluas pemahaman terhadap identitas diri. Proses eksplorasi ini menjadikan TikTok sebagai ruang pembelajaran sosial dan personal yang penting bagi mahasiswa.

Kesembilan, tren dan challenge yang berkembang di TikTok turut memengaruhi pembentukan identitas digital mahasiswa. Mereka cenderung mengikuti tren yang dianggap relevan dan sesuai dengan kepribadian serta nilai diri agar konten tetap terasa autentik. Namun demikian, tekanan sosial untuk mengikuti tren populer tetap dirasakan, terutama dalam konteks pencarian eksistensi dan pengakuan sosial. Oleh karena itu, mahasiswa perlu melakukan negosiasi antara ekspresi diri personal dan tuntutan normatif yang berkembang di platform digital.

Kesepuluh, persepsi identitas diri mahasiswa melalui TikTok dipengaruhi oleh dua arah proses, yakni bagaimana mahasiswa menampilkan diri dan bagaimana audiens menafsirkan representasi tersebut. TikTok berfungsi sebagai cermin sosial yang merefleksikan keinginan mahasiswa untuk

dilihat oleh orang lain sekaligus persepsi masyarakat terhadap diri mereka. Proses ini memungkinkan terjadinya negosiasi identitas yang terus berkembang antara identitas nyata dan identitas digital, sehingga identitas diri mahasiswa di TikTok dapat dipahami sebagai konstruksi sosial yang dinamis, kontekstual, dan berkelanjutan.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan penting dalam pembentukan dan representasi identitas digital mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma. Melalui proses refleksi, penyesuaian, dan interaksi sosial, mahasiswa mampu membangun citra diri yang lebih sadar, kreatif, dan kontekstual dengan dinamika media digital masa kini.

Pembahasan ini bertujuan untuk menginterpretasikan temuan penelitian mengenai proses pembentukan persepsi identitas diri mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma dalam penggunaan aplikasi TikTok. Analisis pembahasan dilakukan dengan mengaitkan hasil temuan lapangan dengan konsep persepsi dan identitas diri dalam kajian komunikasi, khususnya dalam konteks media baru dan media sosial. Fokus pembahasan diarahkan pada bagaimana mahasiswa menerima, menyeleksi, dan memaknai rangsangan yang diperoleh dari TikTok hingga membentuk representasi identitas diri di ruang digital.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma membentuk persepsi mengenai identitas diri mereka di aplikasi TikTok melalui proses masukan (input), yaitu tahap awal dalam mekanisme persepsi di mana individu mulai menerima berbagai rangsangan atau stimulus yang berasal dari lingkungan digital di sekitarnya. Pada tahap ini, mahasiswa memperoleh informasi dari beragam sumber, seperti konten yang dibagikan oleh teman sebaya, kreator konten, maupun figur publik, tren yang tengah populer di platform TikTok, serta bentuk interaksi digital yang terjadi melalui komentar, tanda suka (likes), dan fitur berbagi (share) pada video yang mereka konsumsi. Paparan stimulus tersebut menjadi referensi awal bagi mahasiswa dalam memahami karakteristik platform, pola komunikasi yang berkembang, serta ekspektasi sosial yang melekat pada penggunaan TikTok.

Rangsangan yang diterima tidak diproses secara pasif, melainkan diolah secara aktif sebagai bahan pertimbangan dalam menentukan bagaimana identitas diri akan ditampilkan secara digital. Mahasiswa menafsirkan stimulus yang diterima berdasarkan pengalaman pribadi, minat, latar belakang sosial, serta nilai-nilai yang mereka pegang, sehingga setiap individu memiliki cara yang berbeda dalam merespons rangsangan yang sama. Proses penafsiran ini mendorong mahasiswa untuk menyesuaikan pilihan konten, gaya visual, narasi, serta simbol-simbol komunikasi yang digunakan dalam video yang diunggah, agar selaras dengan karakter dan citra diri yang ingin ditampilkan.

Sebagai contoh, mahasiswa cenderung mengikuti tren tertentu yang dianggap sesuai dengan kepribadian mereka, atau memilih membagikan konten yang merefleksikan hobi, pandangan, serta ekspresi diri yang bersifat personal. Melalui strategi tersebut, citra diri yang ditampilkan di TikTok diupayakan agar tetap konsisten dengan identitas nyata yang dimiliki dalam kehidupan sehari-hari. Tahap proses masukan menjadi sangat penting karena berfungsi sebagai fondasi awal pembentukan persepsi identitas diri, di mana mahasiswa tidak hanya menerima informasi secara mentah, tetapi juga memproses, menilai, dan mengintegrasikannya ke dalam pemahaman mengenai identitas digital yang ingin mereka bangun.

Dengan demikian, proses masukan berperan sebagai langkah awal yang menentukan arah pembentukan identitas diri mahasiswa di platform digital yang bersifat publik dan interaktif seperti TikTok. Melalui tahapan ini, mahasiswa mulai menyadari bagaimana stimulus eksternal, seperti

tren dan respons audiens, memengaruhi cara mereka membangun, menampilkan, dan menegosiasikan identitas diri, sehingga identitas digital yang ditampilkan mampu mencerminkan kepribadian, nilai, minat, serta aspirasi yang ingin dikomunikasikan kepada khalayak yang lebih luas.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma membentuk persepsi mengenai identitas diri mereka di aplikasi TikTok melalui proses selektivitas, yaitu kemampuan individu untuk memusatkan perhatian hanya pada rangsangan yang dianggap penting atau relevan di tengah keterbatasan kapasitas manusia dalam menerima dan mengolah informasi. Pada tahap ini, mahasiswa secara sadar dan aktif melakukan pemilihan terhadap berbagai konten, tren, maupun bentuk interaksi digital yang beredar di TikTok, dengan mempertimbangkan kesesuaian antara rangsangan tersebut dengan minat pribadi, nilai-nilai yang dianut, serta karakter dan kepribadian yang ingin mereka tampilkan. Informasi yang telah dipilih kemudian dimanfaatkan untuk mendukung penampilan identitas diri secara konsisten, sehingga citra yang ditampilkan di ruang digital dapat mencerminkan gambaran diri yang diinginkan.

Sebaliknya, rangsangan yang dinilai kurang relevan, bertentangan dengan prinsip pribadi, atau tidak sejalan dengan konstruksi identitas yang sedang dibangun cenderung diabaikan dan tidak diinternalisasi lebih lanjut. Melalui proses seleksi ini, mahasiswa mampu menyaring serta mengelola arus informasi yang diterima secara berkelanjutan, sehingga hanya rangsangan tertentu yang berperan dalam membentuk persepsi diri mereka di media sosial. Dengan demikian, tahap selektivitas memiliki peran yang signifikan dalam menentukan bagaimana identitas digital mahasiswa dapat ditampilkan secara autentik, terkontrol, dan berkesinambungan, sekaligus memungkinkan mereka menegosiasikan antara ekspresi diri personal dan tuntutan ruang publik interaktif seperti TikTok.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma membentuk persepsi mengenai identitas diri mereka di aplikasi TikTok melalui proses penutupan (closure), yaitu tahapan perseptual ketika individu melengkapi informasi yang belum sepenuhnya tersedia dengan pengalaman, pengetahuan, kerangka berpikir, serta asumsi yang telah dimiliki sebelumnya, sehingga mereka tetap mampu membangun pemahaman terhadap suatu situasi meskipun informasi yang diterima bersifat terbatas atau tidak lengkap. Dalam konteks penggunaan TikTok, proses penutupan ini muncul ketika mahasiswa dihadapkan pada beragam konten yang ambigu, simbolik, atau multitafsir, komentar pengguna yang beragam dan sering kali tidak memberikan makna tunggal, serta tren yang sedang berkembang tanpa penjelasan yang utuh mengenai maksud dan nilai yang terkandung di dalamnya. Pada kondisi tersebut, mahasiswa kemudian melakukan interpretasi secara subjektif dengan mengisi kekosongan makna berdasarkan latar belakang pengalaman pribadi, preferensi, nilai-nilai sosial dan budaya, serta pengetahuan komunikasi yang mereka miliki sebagai mahasiswa Ilmu Komunikasi.

Tahap penutupan ini memungkinkan mahasiswa untuk menyesuaikan cara mereka menampilkan dan mengelola identitas diri di TikTok, misalnya dengan memberikan makna tertentu terhadap konten yang mereka unggah agar selaras dengan citra diri yang ingin dibangun, menafsirkan respons audiens secara selektif, atau memilih tren dan bentuk interaksi yang dianggap relevan untuk memperkuat pemahaman mengenai identitas digital yang sedang dikonstruksi. Meskipun informasi yang diterima dari lingkungan digital sering kali tidak lengkap, terfragmentasi, dan dipengaruhi oleh berbagai interpretasi pengguna lain, mahasiswa tetap mampu menyusunnya menjadi pemahaman yang koheren dan bermakna, sehingga secara langsung memengaruhi persepsi mereka terhadap identitas diri yang ditampilkan di ruang digital. Proses penutupan ini menjadi krusial karena membantu mahasiswa menjaga konsistensi, kesinambungan, dan rasa

autentisitas dalam membangun identitas diri di platform publik yang interaktif seperti TikTok, di mana identitas tidak hanya dibentuk oleh apa yang ditampilkan, tetapi juga oleh bagaimana makna tersebut ditafsirkan oleh diri sendiri maupun oleh orang lain. Dengan demikian, penutupan berfungsi sebagai mekanisme penting yang memungkinkan mahasiswa menampilkan identitas digital secara lebih terstruktur, terkontrol, dan reflektif, sekaligus tetap mencerminkan kepribadian, nilai, serta minat yang ingin mereka representasikan di ruang media sosial.

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma membentuk persepsi mengenai identitas diri mereka di aplikasi TikTok melalui proses konteks, yaitu pemahaman bahwa persepsi tidak pernah terbentuk secara terpisah, melainkan selalu berada dalam suatu kesatuan situasional tertentu yang melibatkan kondisi fisik, keadaan emosional, serta lingkungan sosial yang secara simultan memengaruhi cara individu menerima, mengolah, dan menafsirkan berbagai rangsangan. Dalam praktik penggunaan TikTok, konteks tersebut mencakup beragam faktor, seperti suasana hati mahasiswa saat mengakses aplikasi, tujuan penggunaan media sosial pada waktu tertentu, intensitas dan kualitas interaksi dengan teman sebaya maupun pengguna lain, serta keberadaan norma sosial, nilai budaya, dan tren digital yang sedang berkembang di platform tersebut. Seluruh faktor ini saling berkaitan dan membentuk latar belakang yang memengaruhi bagaimana mahasiswa memaknai konten yang mereka konsumsi, menilai respons audiens, serta menentukan cara mereka menampilkan identitas diri di ruang digital.

Melalui pemahaman terhadap konteks yang melingkupi aktivitas bermedia sosial tersebut, mahasiswa memiliki kemampuan untuk menyesuaikan jenis dan bentuk konten yang diunggah, memilih pola interaksi yang dianggap paling relevan dan aman, serta menafsirkan komentar, umpan balik, atau tren yang muncul secara lebih kritis dan reflektif. Proses ini membuat persepsi mahasiswa terhadap identitas digital yang mereka bangun menjadi lebih menyeluruh, karena tidak hanya didasarkan pada konten semata, tetapi juga mempertimbangkan situasi dan kondisi sosial yang melatarbelakanginya. Dengan demikian, identitas diri yang ditampilkan di TikTok dapat dijaga agar tetap konsisten, kontekstual, dan selaras dengan kepribadian, nilai, serta minat yang ingin ditunjukkan kepada publik.

#### **IV. SIMPULAN**

Persepsi mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2021 Universitas Buddhi Dharma mengenai identitas diri di aplikasi TikTok terbentuk melalui suatu proses yang kompleks, dinamis, dan berkesinambungan. Proses ini melibatkan serangkaian tahapan perseptual yang saling berkaitan, mulai dari penerimaan berbagai rangsangan digital berupa konten visual, audio, dan simbolik, kemudian dilanjutkan dengan proses selektivitas informasi, penutupan makna terhadap informasi yang tidak sepenuhnya lengkap, hingga tahap interpretasi yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan kondisi emosional individu. Dalam proses tersebut, mahasiswa tidak hanya berperan sebagai penerima pasif atas stimulus yang disajikan oleh platform TikTok, tetapi juga sebagai subjek aktif yang secara sadar menyeleksi, mengolah, dan menafsirkan informasi berdasarkan nilai-nilai personal, minat, pengalaman hidup, serta karakter dan kepribadian yang ingin mereka tampilkan di ruang digital.

Hal ini menunjukkan bahwa pembentukan identitas digital di TikTok tidak berlangsung secara instan, melainkan merupakan hasil dari interaksi yang terus-menerus antara faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal mencakup kesadaran diri, refleksi personal, pengalaman sebelumnya, serta sistem nilai yang dimiliki oleh mahasiswa, sementara faktor eksternal meliputi dinamika tren yang berkembang di TikTok, intensitas interaksi sosial dengan pengguna lain,

umpan balik berupa komentar dan respons audiens, serta pengaruh budaya digital yang membentuk norma dan ekspektasi dalam penggunaan media sosial. Interaksi antara kedua faktor tersebut mendorong mahasiswa untuk secara adaptif menegosiasikan identitas diri mereka, sehingga identitas digital yang ditampilkan di TikTok dapat bersifat fleksibel namun tetap berusaha mempertahankan konsistensi dan autentisitas. Dengan demikian, persepsi mahasiswa terhadap identitas diri di TikTok dapat dipahami sebagai sebuah konstruksi sosial yang dibentuk melalui proses perseptual yang berlapis, reflektif, dan kontekstual, sekaligus mencerminkan upaya individu dalam menyesuaikan ekspresi diri dengan tuntutan dan dinamika ruang publik digital.

Dengan demikian, identitas diri yang ditampilkan oleh mahasiswa di aplikasi TikTok cenderung bersifat terarah, autentik, dan konsisten dengan citra diri yang ingin mereka bangun serta komunikasikan kepada khalayak di ruang publik digital. Penelitian ini menegaskan bahwa kesadaran reflektif dalam penggunaan media sosial memegang peranan penting dalam proses pembentukan dan pengelolaan identitas digital, karena melalui refleksi diri mahasiswa dapat menilai kesesuaian antara konten yang diunggah, nilai-nilai personal yang dianut, serta dampak sosial yang mungkin ditimbulkan dari aktivitas bermedia sosial tersebut. Kesadaran reflektif ini mendorong mahasiswa untuk tidak sekadar mengikuti arus tren atau logika popularitas, tetapi juga mempertimbangkan dimensi etis, tanggung jawab sosial, dan konsekuensi jangka panjang dari representasi diri yang mereka tampilkan di ruang digital.

Selain itu, mahasiswa diharapkan mampu mengelola konten yang diproduksi dan dikonsumsi secara lebih bijak, selektif, dan bertanggung jawab, sehingga identitas digital yang terbentuk tidak kehilangan keaslian dan tetap mencerminkan karakter, nilai, serta prinsip pribadi yang positif. Pengelolaan konten yang tepat juga memungkinkan media sosial, khususnya TikTok, dimanfaatkan sebagai ruang ekspresi yang konstruktif, edukatif, dan bermakna, bukan sekadar sarana hiburan atau pencarian pengakuan semata. Dengan menjadikan media sosial sebagai medium untuk membangun citra diri yang positif dan berorientasi pada pengembangan diri, mahasiswa tidak hanya berkontribusi dalam membentuk identitas personal yang kuat, tetapi juga turut membangun ekosistem digital yang lebih sehat, kritis, dan beretika di kalangan generasi muda.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <https://ejournal.iaitaboh.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- Akbar, R. F., & Tengah, J. (2015). *A . Pendahuluan Perguruan tinggi merupakan satuan pendidikan yang menyelenggarakan pendidikan tinggi . Menurut jenisnya , perguruan tinggi dibagi menjadi dua yaitu : perguruan tinggi negeri , perguruan tinggi yang diselenggarakan oleh pemerintah dan pergu. 10(1)*, 189–210.
- Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 54–64. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>
- Ety Nur Inah. (2013). PERANAN KOMUNIKASI DALAM PENDIDIKAN. *Journal of Petrology*, 369(1), 1689–1699. <http://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003><https://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001><http://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12.018><http://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2011.08.005><http://dx.doi.org/10.1080/00206814.2014.902757><http://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2011.08.005>
- Febriandari, Nauli, & Rahmalia, S. H. D. (2016). Hubungan Kecanduan Game Online Terhadap Identitas Diri Remaja. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 4(1), 50–56.
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19.

- KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 193–200.  
<https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- M. Sultan Prawira Yoga<sup>1\*</sup>, Muhtadi<sup>1</sup>, A. S., & Encep Dulwahab<sup>2</sup> 12. (2020). Pemanfaatan Tiktokk. *Suparyanto Dan Rosad (2015)*, 5(3), 248–253.
- Pujiono, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi - Z. *Tanzhimuna*, 2(2), 190–203. <https://doi.org/10.54213/tanzhimuna.v2i02.180>
- Rahman Hakim, A., Mardhiyah, A., Muhammad Irham, D., Nurkholifah, N., Ramdani, Z., & Amri, A. (2021). Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopersthe Building of Self-Identity on Kpopers. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 18–31.
- Ahmadi, M. (2020). Dampak Perkembangan New Media Pada Pola Komunikasi Masyarakat. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 4(1), 26–37. <https://ejournal.iaitabah.ac.id/index.php/alamtaraok/article/view/499>
- Asmar, A. (2020). Ekspresi Keberagaman Online: Media Baru dan Dakwah. *Jurnal Ilmu Dakwah*, 40(1), 54–64. <https://doi.org/10.21580/jid.v40.1.5298>
- Febriandari, Nauli, & Rahmalia, S. H. D. (2016). Hubungan Kecanduan Game Online Terhadap Identitas Diri Remaja. *Jurnal Keperawatan Jiwa*, 4(1), 50–56.
- Gratia, G. P., Merah, E. L. K., Triyanti, M. D., Paringa, T., & Primasari, C. H. (2022). Fenomena Racun Tik-Tok Terhadap Budaya Konsumerisme Mahasiswa di Masa Pandemi COVID-19. *KONSTELASI: Konvergensi Teknologi Dan Sistem Informasi*, 2(1), 193–200.  
<https://doi.org/10.24002/konstelasi.v2i1.5272>
- Hakim, Rahman A., et al (2021). Pembentukan Identitas Diri Pada Kpopersthe Building of Self-Identity on Kpopers. *Motiva: Jurnal Psikologi*, 4(1), 18–31.
- Inah, Ety Nur . (2013). PERANAN KOMUNIKASI DALAM PENDIDIKAN. *Journal of Petrology*, 369(1), 1689–1699.  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jsames.2011.03.003%0Ahttps://doi.org/10.1016/j.gr.2017.08.001%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2014.12.018%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.precamres.2011.08.005%0Ahttp://dx.doi.org/10.1080/00206814.2014.902757%0Ahttp://dx>
- Prawira Sultan Yoga M et a. (2020). Pemanfaatan Tiktokk. (3), 248–253.
- Pujiono, A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi - Z. *Tanzhimuna*, 2(2), 190–203. <https://doi.org/10.54213/tanzhimuna.v2i02.180>