



---

## MEDIA SOSIAL DAN EKSISTENSI REMAJA

Ria Wuri Andary<sup>1</sup>, Khairullah<sup>2</sup>

<sup>1</sup>Universitas Medan Area

<sup>2</sup>Universitas Medan Area

E-mail: [riawuriandary@staff.uma.ac.id](mailto:riawuriandary@staff.uma.ac.id)

---

### Article History:

Received: 15-03-2023

Revised: 23-03-2023

Accepted: 27-03-2023

### Keywords:

Media Sosial,  
Eksistensi, Remaja,  
Milenial.

**Abstract:** Pada umumnya, generasi milenial saat ini memang sangat menggandrungi media sosial sebagai alat untuk berkomunikasi antar sesama, dan mencari informasi. Tak jarang pula, generasi milenial yang mayoritas terdiri dari para remaja ini terperangkap dalam budaya memproduksi konten yang menyalah. Hal ini terlihat dari perilaku sebagian mereka yang kerap mengunggah konten-konten pamer harta kekayaan, mengandung unsur semi pornografi, dan sebagainya yang tidak memiliki sedikit pun nilai edukasi dan motivasi di dalamnya. Abraham Maslow dalam Hierarki Kebutuhan Manusia memang pernah memerinci, bahwa salah satu kebutuhan dasar manusia adalah eksistensi diri. Seperti kebutuhan akan pengakuan dari orang lain dan lingkungan sekitar, bahwa dirinya tidak sekadar ada dan bernafas, tapi memang menarik untuk diikuti, disukai dan dikomentari gaya hidupnya. Terlebih pada era digital seperti sekarang ini, dimana remaja dapat mengekspresikan dirinya di mana pun dan kapan pun hanya dengan gawai, media sosial dan internet. Oleh karena itu, penelitian ini coba untuk merekonstruksi ulang pemanfaatan media sosial di kalangan remaja dalam artian yang positif. Penelitian ini berfokus pada penggunaan jenis media sosial TikTok. Baik itu pada aspek pengetahuan, sikap dan perilaku remaja dalam menghadirkan konten yang lebih informatif, edukatif, serta hiburan yang sehat, sehingga kreativitas dan produktivitas mereka dapat memberikan inspirasi bagi mereka yang menontonnya

---

© 2023 SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah

---

## PENDAHULUAN

Seiring berkembangnya zaman, terkhusus pada bidang teknologi informasi dan komunikasi, semakin memudahkan manusia dalam hal berinteraksi, mencari dan menyebarkan informasi melalui media sosial. Artinya, jika dulu interaksi antar orang harus terjadi secara langsung, maka kini interaksi tersebut dapat berlangsung secara bermedia.

Begitu pula dalam hal mencari informasi. Jika dulu kita harus mengandalkan beragam jenis media konvensional, maka kini seluruh informasi tersebut terdapat hanya dalam satu genggam. Bahkan, masyarakat kini tidak hanya menjadi target suatu pasar

informasi, melainkan juga sekaligus dapat menjadi produsen dari informasi-informasi yang turut disebarluaskan.

Media sosial adalah salah satu wadah media baru yang sangat remaja gandrungi sekarang ini. Hal ini karena media sosial dapat mengenalkan mereka kepada dunia dengan cara yang tidak sulit. Artinya, setiap orang memiliki wadah untuk terus berekspresi. Setiap orang juga berhak mengikuti idola mereka; dengan menyukai, berkomentar atau membagikan kiriman mereka. Artinya media sosial menjadi cara baru berinteraksi di dunia maya seperti pada kehidupan nyata (Nasrullah, 2015).

Pada era digital seperti sekarang ini, media sosial telah menjadi bagian tidak terpisahkan dari kembang tumbuh anak dan remaja kita (Griggs, 2009: 5). Seluruh belahan dunia, termasuk Indonesia memiliki remaja yang tidak bisa terlepas dari media sosial, atau seolah-olah hidup mereka menjadi hampa tanpanya. Seperti media sosial yang kini sangat efektif menjadi teman makan, sumber referensi belajar, maupun sumber tutorial lainnya. Hingga lebih banyak waktu yang remaja kita habiskan dengan berselancar di media sosial. Pola seperti ini sebenarnya sama saja dengan dulu, dimana kita lebih banyak menghabiskan waktu di depan televisi. Jika dulu kita sering bertengkar karena rebutan remot tv, maka sekarang kerenggangan hubungan antar anggota keluarga terjadi, karena sibuk menatap layar gawai masing-masing, termasuk oleh ayah dan ibu kita di rumah.

Terkhusus remaja, terdapat banyak alasan mengapa mereka mau berlama-lama dalam menatap ponsel, dan menggunakan media sosial, yaitu:

1. Mendapatkan perhatian, meski pun perhatian tersebut bergantung pada faktor yang melatarbelakangi terjadinya interaksi antar pengguna. Berdasarkan hasil observasi kami, sebenarnya lebih banyak remaja yang tidak mendapatkan respons dari unggahan mereka di media sosial. Tapi mereka tetap memilih melakukan itu di media sosial, karena mereka merasa lebih leluasa mengutarakannya ketimbang di dunia nyata dengan segala konsekuensinya.
2. Menambah teman. Harus kita akui memang media sosial memiliki kekuatan untuk itu. Tak jarang, banyak di antara para penggunanya yang pada akhirnya berjumpa, dan hubungan mereka semakin dekat. Baik itu dalam hal pertemanan, persahabatan hingga percintaan.
3. Berbagi pengalaman atau pun hobi, serta meminta pendapat atas suatu isu. Untuk berbagi pengalaman sendiri, kami memiliki seorang teman yang punya pengalaman unik. Saat itu, ia sekadar curhat tentang kesulitan hidupnya belakang hari. Tak lama kemudian, para pengikutnya berpatungan uang dan membantu teman tersebut, hingga ia mampu membeli sebuah sepeda motor bekas. Untuk hobi dapat kita lihat pada akun-akun grup komunitas di media sosial. Adapun untuk meminta pendapat atas suatu isu juga sering kita lihat di media sosial, dimana netizen dapat dengan mudah menuliskan opininya di kolom komentar atas suatu isu atau pun pemberitaan.

Meski TikTok belum mampu menyaingi media sosial seperti YouTube sebanyak 82%, serta Instagram dan Facebook sebesar 77%, namun keberadaan TikTok di posisi keempat sebesar 43% menunjukkan, bahwa sebagai pendatang baru, TikTok memiliki kans yang cukup untuk terus berkembang (Jakpat Databook Bulan Juni 2021 dalam Annur, 2021). TikTok sendiri menarik karena aplikasi ini tidak hanya menyajikan video di dalamnya, tapi juga musik. Fitur ini yang menjadi salah satu alasan masyarakat tertarik menggunakan aplikasi ini.

Bahkan dapat kami katakan, Reels di Instagram meniru fitur video singkat di TikTok. Para penggunanya pun secara tidak langsung 'dipaksa' untuk menghasilkan video singkat yang kreatif dan menarik hanya dalam waktu 15 hingga 60 detik saja.

TikTok merupakan salah satu aplikasi berbagi video + musik yang berasal dari Tiongkok. Di negara tirai bambu itu, aplikasi ini lebih dikenal dengan sebutan Douyin. Di Indonesia, aplikasi ini sempat diblokir oleh Kemkominfo karena cenderung memberikan dampak buruk pada anak, dan mengandung unsur pornografi. Tak lama berselang, aplikasi tersebut diperbolehkan dan TikTok terus bertransformasi menjadi media sosial yang mampu mengasah tingkat kreativitas penggunanya.

Kini, banyak penggunanya yang menyajikan konten seputar tarian, makanan, gaya hidup, tantangan #challenge, video blog (vlog) dan sebagainya. Bahkan, perusahaan media pun memanfaatkan TikTok sebagai wadah distribusi dan pengemasan pemberitaan yang lebih menarik untuk dibaca.

Artinya, pengguna TikTok dapat berasal dari semua umur, walaupun terpaan konten positif tergantung pada pilihan penggunanya. Remaja dan Dewasa adalah rentang usia yang paling banyak mengunduh dan menggunakan TikTok. Remaja yang menggunakan aplikasi ini adalah generasi Z atau milenial, yang terdiri dari 6,1 juta laki-laki dan 8,2 juta perempuan, sebagaimana kami lansir dari Instazood (2019).

Hanya saja, kesamaan aplikasi ini dengan aplikasi media sosial lain adalah orientasinya masih kepada besar kecilnya pengikut (Pratama, 2020). Sehingga tak jarang dalam rangka menaikkan jumlah follower-nya, remaja menggunakan berbagai cara. Salah satunya adalah dengan menghadirkan konten yang sensasional sehingga berpotensi viral.

Perilaku semacam ini merupakan bagian dari upaya eksistensi diri. Artinya adanya keinginan para remaja untuk diakui keberadaannya oleh orang lain (Aprilia, 2016). Pengakuan sejatinya memanglah naluriah yang dimiliki oleh setiap manusia (Fauziah, 2019), namun tentu caranya haruslah positif dan tentunya tidak merugikan orang lain, terlebih diri sendiri (Nasrulloh, 2016). Sebagaimana kata Rhoma Irama, 'masa muda adalah masa yang berapi-api' sehingga kurang peduli terhadap risiko konten yang mereka hasilkan tanpa pertimbangan yang matang.

## **LANDASAN TEORI**

### **Media Sosial**

Pada era digital sekarang ini, media sosial telah menjadi sangat populer, karena tingkat interaksinya yang tinggi dan tidak terganggu oleh penundaan-penundaan pesan. Qualman (2010) pernah melakukan penelitian *Socialnomics: How Social Media Transforms The Way We Live and Do Business*, dan mendapatkan hasil, bahwa media sosial seperti Facebook dan Twitter memberikan dampak tersendiri bagi para penggunanya, yakni:

1. Preventative Behaviour, yaitu lebih berhati-hati dalam mengunggah konten atau status di media sosial. Hal ini terjadi, karena takut personal image mereka rusak lantaran status yang dibuat.
2. Braggadocian Behaviour, yaitu mereka yang suka memberitahukan orang lain dan pengikutnya; tentang apa yang sedang ia lakukan, bagaimana dia melakukan sesuatu, dimana dia berada, dan siapa yang bersamanya. Hal ini terjadi, karena menurut mereka eksistensi diri merupakan hak pribadi dan tidak mengganggu orang lain (Nurudin, 2018). Kami meyakini perilaku kedua ini juga ada kaitannya dengan fear of missing out, atau takut tertinggal tren-tren yang membuat mereka tampak keren.

Kita tentu dapat melihat, hampir setiap detik beranda media sosial kita berubah-ubah yang menunjukkan kabar terbaru dari keluarga, teman maupun idola kita. Baik itu dengan mengunggah foto maupun video, atau pun sekadar menuliskan status. Di balik perilaku tersebut, mereka terus berharap terjadinya umpan balik dari para pengikutnya. Baik itu berupa tanda suka atau pun komentar, yang dapat mendorong mereka lebih bersemangat untuk terus memperbaharui kabar. Mahendra (2017) mengatakan, media sosial telah merubah peta jalan dan gaya hidup remaja. Menurutnya, remaja kini memiliki lingkungan untuk eksis yang lebih luas ketimbang dulu seiring dengan keberadaan media sosial.

Menurut kami dampak media sosial sangat bergantung pada bagaimana orang menggunakannya. Apabila orang tersebut menggunakannya untuk mencari informasi, edukasi dan hiburan yang sehat, maka itulah yang akan mereka dapatkan. Begitu pula jika orang tersebut menggunakan media sosial sebagai ajang eksistensi diri lewat karya yang mereka miliki atau tekuni, maka orang tersebut juga turut menginspirasi banyak orang.

Sebaliknya, jika konsep diri pengguna TikTok terlalu sempit, dan hanya mau mendapatkan uang secara instan. Maka sangat banyak kita lihat, remaja perempuan yang berjoget dengan pakaian terbuka atau ketat dan dipertontonkan kepada khalayak ramai. Permasalahannya adalah kontern seperti ini lebih banyak peminatnya dan viral, ketimbang para remaja yang mengedukasi publik lewat konten-kontennya.

Oleh karena itu bagi kami, remaja yang masih memiliki perkembangan emosi dan mental yang belum stabil, sangat memerlukan etika dalam penggunaan media baru, beserta pengawasan oleh orang terdekatnya perlu untuk terus dilakukan.

### **Eksistensi Remaja**

Perihal eksistensi tentu tidak dapat kita lakukan secara bebas, tanpa mempertimbangkan norma dan nilai-nilai yang dianut di suatu wilayah. Terlebih jika itu kita lakukan hanya untuk mendapatkan perhatian dan pengakuan dari orang lain.

Tentu atensi dan penghargaan tersebut akan kita dapatkan, apabila kita telah memberikan sesuatu yang bermakna bagi kehidupan orang banyak, atau dalam lingkup kecil orang-orang di sekeliling kita.

Eksistensi juga tidak jarang mengandalkan pengetahuan, pengalaman, minat dan bakat kita akan sesuatu (Rakhmad, 2012). Kini berkat perkembangan teknologi, eksistensi tersebut dapat dengan mudah kita salurkan melalui media sosial.

Menurut Rakhmad (2012), bahwa tujuan utama remaja dalam mencari eksistensi di dunia maya adalah untuk mendapatkan umpan balik berupa penerimaan dirinya oleh orang lain, serta diakui hebat pada suatu isu. Menurut Freud (dalam Rakhmad), perilaku ini merupakan hasil interaksi di dalam diri kita yang memang memiliki dorongan-dorongan biologis, atau hawa nafsu dalam bahasa kita sehari-hari.

Selain itu, motif eksistensi diri para remaja juga semakin meneguhkan kami, bahwa manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, termasuk dalam hal pengakuan dari orang lain. Hal ini sejalan dengan pendapat Thomas dan Znaniecki (dalam Rakhmat, 2012), bahwa motif ingin tahu, motif kompetensi, motif cinta dan motif harga diri berpengaruh secara positif terhadap perilaku manusia. Berikut penjelasannya:

1. Motif ingin tahu mendorong setiap manusia untuk berusaha memahami perannya di dunia.
2. Motif kompetensi membuat setiap manusia ingin menunjukkan, bahwa dirinya mampu memecahkan setiap permasalahan yang ada di hidupnya.
3. Motif cinta yang mendorong setiap orang untuk dihargai keberadaannya, dan diterima dalam tatanan pergaulan sosial.

4. Motif harga diri menunjukkan, bahwa setiap orang tidak ingin hanya diketahui keberadaannya, melainkan juga diakui dan diperhitungkan. Artinya dalam pergaulan sosial, dia tidak sekadar hidup dan bernafas.

Penyampaian eksistensi diri remaja melalui media sosial juga memiliki jangkauan yang luas, meniadakan hambatan jarak, ruang dan waktu, serta berlangsung dua arah tanpa harus bertatap muka.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data berupa studi dokumentasi dan observasi dengan metode penelitian kualitatif. Studi dokumentasi ini dapat berasal dari buku, jurnal, maupun artikel sejenis lainnya, baik yang tersedia secara offline maupun online. Penelitian ini berfokus pada kajian seputar media sosial dan isu eksistensi diri remaja.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Harus kita akui, bahwa perkembangan teknologi di bidang informasi dan komunikasi memberikan angin segar bagi penyaluran eksistensi diri remaja melalui media sosial. Secara umum, eksistensi tersebut remaja maksudkan agar tetap terhubung dengan teman-teman mereka. Baik itu dalam rangka semata silaturahmi, maupun dalam rangka kebutuhan akan pengakuan diri dari orang lain.

Kehadiran media sosial TikTok semakin memudahkan mereka untuk berbagi informasi diri dalam format video pendek. Dalam hal pembagian informasi tersebut, mereka maksudkan agar para pengikut tahu apa yang sedang mereka lakukan, bagaimana mereka menyelesaikan sesuatu, dimana mereka berada saat ini, serta bersama siapa mereka sekarang ini. Perilaku ini sesuai dengan Braggadocian Behaviour (Nurudin, 2018), ataupun *fear of missing out*.

Pengguna akun TikTok menilai, bahwa eksistensi tersebut merupakan kebutuhan naluriah manusia, dan terbebas dari berbagai pandangan masyarakat. Hal yang pasti menurut mereka adalah konten mereka tidak mengganggu kehidupan orang lain. Mereka pun tidak menganggap media sosial sebagai ajang pelarian dari kehidupan nyata. Melainkan sebagai wadah baru untuk bersenang-senang, berkenalan dengan orang baru, dan/atau berjumpa dengan teman lama, serta mengisi waktu luang dengan mengasah diri untuk memproduksi konten yang kreatif, inspiratif dan tentunya menghasilkan keuntungan secara finansial.

Bagi mereka, setiap orang berhak untuk berekspresi, dan setiap orang bebas pula untuk memiliki pandangannya masing-masing. Namun dari segi negatif, TikTok masih tetap memberikan efek candu, sama dengan media sosial dan gim lainnya. Sehingga, remaja perlu mengatur durasi penggunaannya.

Telah banyak penelitian yang membuktikan, bahwa penggunaan media sosial dalam waktu yang lama cukup membuat kita menjadi sangat malas dan kurang produktif. Baik itu dalam hal pembelajaran maupun pekerjaan yang menjadi terbengkalai.

Selain itu, fungsi media sosial TikTok juga perlu diluruskan kepada para remaja, yakni sebagai sumber informasi alternatif dan hiburan yang sehat. Bukan malah menjadi wadah untuk mencari konten-konten semi pornografi yang membangkitkan birahi dan cenderung mendiskreditkan kaum perempuan. Begitu pula dengan konten-konten hedonis dan konsumerisme yang merusak akal sehat remaja dalam proses mencapai kesuksesan.

Sudah saatnya media sosial seperti TikTok dimanfaatkan oleh para remaja sebagai ajang pencarian bakat secara terbuka, tanpa harus mengikuti kontestasi-kontestasi yang diadakan secara resmi. Sudah saatnya remaja belajar dari para TikToker yang terkenal, karena karya dan kreativitas mereka. Sehingga, konten-konten yang mereka hasilkan tidak hanya memuaskan diri pribadi, tapi juga memberikan keuntungan dari segi keuangan.

Tak perlu kita ragukan lagi, memang dari segi kreativitas, TikTok telah berhasil mengasah pikiran penggunanya. Mulai pada saat mereka menambahkan musik atau fitur-fitur yang harus sesuai dengan video yang mereka buat, sehingga menarik dan asyik untuk dilihat. Kita dapat juga melihat, bagaimana video singkat yang mereka hasilkan merupakan wujud dari proses berpikir mereka yang out of the box.

Ragam dampak yang dihasilkan media sosial TikTok bergantung pada pengguna dan peruntukannya. Wal akhir, menjadi eksis tentu memberikan kenikmatan tersendiri bagi pemiliknya, namun menjadi berarti tentu lebih bermanfaat bagi orang banyak. Sudah saatnya, remaja menjadi trendsetter positif bagi para remaja lainnya, baik itu di kota maupun di pelosok desa agar mereka terhindar dari gaya hidup yang salah.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan pada hasil kajian pustaka dan observasi kami terhadap fenomena eksistensi remaja di media sosial TikTok, kami dapat mengambil kesimpulan, sebagai berikut:

1. Remaja memahami bahwa TikTok dapat menjadi wadah eksistensi diri, dan motivasi bagi orang banyak.
2. Remaja memahami bahwa konten yang mereka hasilkan dapat berdampak positif dan negatif, tergantung pada tujuan penggunaannya.
3. Remaja memahami bahwa TikTok merupakan wadah informasi alternatif, dan seharusnya hanya menyajikan hiburan yang sehat.
4. Kami memahami bahwa apa yang dilakukan remaja di atas merupakan kebutuhan naluri manusia, yang juga membutuhkan pengakuan dari manusia lain.
5. Kami menganjurkan agar remaja menerapkan batasan penggunaan TikTok dari segi durasi, sehingga tidak mengganggu tugas utama remaja untuk belajar.
6. Orangtua dan orang terdekat remaja harus tetap memantau atau mengawasi perilaku remaja dalam bermedia sosial.
7. Platform Global seperti TikTok perlu mengatur agar konten bersifat semi pornografi, kekerasan, klenik, perilaku tidak baik dan budaya hedonis tidak mudah diakses anak-anak dan remaja yang masih memiliki rasa ingin tahu, serta tingkat peniruan yang tinggi.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Kami menyadari, bahwa karya ilmiah ini masih sangat jauh dari kata 'sempurna', sehingga kami ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada seluruh penulis yang menjadi sumber rujukan dalam artikel ini. Tentunya Allah Subhanahu wa Ta'ala yang telah memberikan kami kesehatan, umur yang panjang dan kelapangan waktu, serta rezeki sehingga kami dapat menyelesaikan tulisan ini. Besar harapan kami, tulisan singkat ini dapat bermanfaat bagi orang banyak, terutama dalam hal media sosial dan eksistensi remaja. Sekian.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] Adiarsi, G. R., Stellarosa, Y., & Silaban, M. W. (2015). *Literasi Media Internet di Kalangan Mahasiswa*. Humaniora, 6(4), 470-482.
- [2] Asrori, Mohammad. (2004) *Psikologi Remaja (Perkembangan Peserta Didik)*, Jakarta: Bumi Aksara.
- [3] Aprilia, N. (2016). *Komunikasi Dalam Mempengaruhi Penyebab Eksistensi Diri*
- [4] Annur, C. M. (2020, 05 18). *Pengguna Tiktok Naik 20% Selama Pandemi, Terbanyak Konten Edukasi*. Retrieved From Katadata.Co.Id: <https://katadata.co.id/ekarina/digital/5ec2245aa8bc7/pengguna-tiktok-naik-20-selama-pandemi-terbanyak-konten-edukasi>
- [5] Bungin, B. (2007). *Sosiologi Komunikasi. Teori Paradigma, Dan Diskursus Teknologi*. Jakarta: Kencana
- [6] Djamarah, Bahri, Syaiful. (2004). *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*. Jakarta : PT. Reneka Cipta.
- [7] Devito, Joseph. (1997). *Komunikasi Antarmanusia*. Professional Books: Jakarta
- [8] Emzir, E. (2010). *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- [9] Fauziah, Y. R. (2019). *Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung*. Unikom, [Http://Elibrary.Unikom.Ac.Id/Id/Eprint/2048](http://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/2048).
- [10] Fiske, John. (1990). *Culture and Communication Studies*. Yogyakarta. Jalasutra.
- [11] Ghony, M D. & Almanshur, F. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Ar-ruzz Media
- [12] Griggs, Asa (2009). *Sejarah Sosial Media (Daeri Gutenberg Sampai Internet)*. Jakarta
- [13] Hikmat, Mahi M. (2011). *Metode Penelitian dalam Perspektif Ilmu Komunikasi dan Sastra*. Bandung : Graha Ilmu
- [14] Instazood. (2019, 10 18). *Instagram Vs. Tiktok*. Retrieved From Instazood.Com: <https://instazood.com/blog/instagram-vs-tiktok/>
- [15] Kartono, Kartini. (2007). *Psikologi Anak (Psikologi Perkembangan)*. Bandung: Mandar Maju.
- [16] Littlejohn, Stephen W .(2011). *Theory Of Human Communication*. Jakarta : Salemba Humanika
- [17] Library, U. C. (2020, 11 13). *Fenomena Tiktok Di Tengah Pandemi: Mengapa Digemari Dan Apa Manfaatnya?* Retrieved From Universita Ciputra Library : <https://www.uc.ac.id/library/fenomena-tiktok-di-tengah-pandemi-mengapa-digemari-dan-apa-manfaatnya/>
- [18] Mahendra, B. (2017). *Eksistensi Sosial Remaja Dalam Instagram (Sebuah Perspektif Komunikasi)*. Jurnal Visi Komunikasi, <https://publikasi.mercubuana.ac.id/files/journals/16/articles/1649/mission/original/1649-3678-1-sm.pdf>.
- [19] Mead, G. H. (1934/2018). *Mind, Self & Society (Pikiran, Diri & Masyarakat)*. Penerjemah: William Saputra. Yogyakarta: FORUM
- [20] Mulyana, D. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif, Paradigma Baru Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial* . Bandung: Rosdakarya.
- [21] Mulyana, Deddy. (2007). *Pengantar Ilmu Komunikasi suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- [22] Nasrulloh, Rulli (2016) *Pengaruh Kemajuan Teknologi Bagi Remaja Dan eksistensi-ebook*
- [23] Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sositoteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media

- [24] Nurudin. (2018). *Media Sosial Baru Dan Munculnya Braggadocian Behavior Di Masyarakat*. Komuniti, <https://doi.org/10.23917/komuniti.v10i1.5335>.
- [25] Pratama, K. R. (2020, 02 25). *Video Tiktok Malah Populer Di Instagram, Mengapa?* Retrieved From Kompas.Com: <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/25/12320007/video-tiktok-malah-populer-di-instagram-mengapa?Page=All>
- [26] Rakhmat, Jalaludin. (2012). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- [27] Santrock, John W. (2003). *Adolescence Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- [28] Yusuf, A. M. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada media Group.