

***TREND KONTEN A DAY IN MY LIFE* SEBAGAI SARANA EKSISTENSI
DIRI DI MEDIA SOSIAL *TIKTOK***

SKRIPSI

**Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi**



Oleh:

EMILIANA SUCIWATI

NIM: 2019230057

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS TRIBHUWANA TUNGGADDEWI
MALANG
2023**

**Emiliana Suciwati, FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK, 2023
TREND KONTEN A DAY IN MY LIFE SEBAGAI SARANA EKSISTENSI
DIRI DI MEDIA SOSIAL TIKTOK**

Dosen Pembimbing Utama : Herru Prasetya Widodo, SAP., MSi

Dosen Pembimbing Pendamping : Asfira Rachmad Rinata, S.I.Kom., M.Med.Kom

Ringkasan

Eksistensi diri adalah sebuah tindakan yang dilakukan seseorang untuk melampaui yang sudah ada. Hal tersebut akan dilakukan terus-menerus agar keberadaan orang tersebut dapat dianggap. Termasuk eksistensi di media sosial yang dilakukan oleh para artis dan *content creator*. Para *content creator* akan memburu setiap *trend* terbaru agar tidak ketinggalan informasi. Khususnya pada media sosial *TikTok*, fenomena yang ada pada media sosial *TikTok* sangat beragam sehingga muncullah sebuah *trend A Day In My Life*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana *trend A Day In My Life* ini berkembang hingga menjadi sarana eksistensi.

Penelitian ini menganalisis lima orang konten kreator *A Day In My Life*. Dengan menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif dan metode analisis isi konten berdasarkan teori motivasi Abraham Maslow yakni kebutuhan fisiologis, rasa aman, sosial, harga diri dan aktualisasi diri. Serta teori eksistensialisme Jean-Paul Sartre didalamnya termasuk tidak menerima kenyataan, diri yang otentik, sesuatu yang ada begitu saja, kesadaran dan kebebasan.

Kesimpulan dari penelitian ini dengan adanya konten *A Day In My Life* ini dapat membantu para konten kreator dalam mendapatkan nilai eksistensi dengan terpenuhinya semua kebutuhan yang disebutkan oleh Abraham Maslow. Memiliki banyak *followers* yang akan membawa pada puncak aktualisasi diri. Sama halnya dengan yang dikemukakan oleh Sartre, menemukan bakat yang baru, untuk pengembangan eksistensi serta meningkatkan *personal branding*. Manusia dikutuk untuk bebas yang artinya manusia yang berada dalam tekanan dan akan bertanggung jawab atas keputusannya.

Kata kunci : Media Sosial, Eksistensialisme Sartre, Motivasi, Analisis, *Content*

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Media sosial tidak lagi asing bagi pengguna internet sebagai masyarakat *modern*. Hadirnya media sosial dalam masyarakat modern membuka peluang bagi pengguna untuk mengekspresikan diri dalam berbagai hal berkaitan dengan kehidupan sehari-hari. Media sosial muncul dengan beragam dan mudah untuk digunakan seperti *TikTok*, *Instagram*, *Facebook*, *YouTube* dan lain sebagainya. Semua kalangan dapat menggunakan semua jenis media sosial yang disebutkan dengan kebutuhan masing-masing. Media sosial tersebut pun memiliki fungsi hampir sama dengan media lain dan hanya memiliki beberapa perbedaan tipis. Hal ini tentu memerlukan pendekatan berdasarkan teori-teori sosial agar dapat menjelaskan perbedaan media sosial dan media lainnya. Menurut Burton, penjelasan ini perlu memiliki bahasan khusus supaya dapat mencari hubungan antar media dan masyarakat (Nasrullah, 2017:8).

Besarnya pengguna media sosial di seluruh dunia mengakibatkan bertambah dan terus berkembang hingga memunculkan *platform* dan situs terbaru yang dapat digunakan oleh seluruh pengguna internet dengan dunia siber. Di era komunikasi global, individu tidak lagi menggantungkan kehidupannya secara langsung, akan tetapi juga dengan kehidupan dunia digital dan *social networking*. Berikut beberapa contoh dari *social networking*: *Facebook*, *Twitter*, *TikTok*, dan *Instagram*. Dengan adanya media sosial tersebut dapat semakin mempermudah para pengguna bertemu dengan sesama pengguna, sehingga dapat saling bertukar pikiran tanpa harus bertemu secara langsung. Selain itu pengguna sosial media juga dapat menyalurkan bakat dan kreativitas mereka serta kehidupan sehari-hari sebagai *content creator* (Bulele, 2020:566).

Social networking yang disebutkan diatas memiliki kekurangan dan kelebihan masing-masing. Diantaranya ada *Facebook* yang merupakan aplikasi digunakan oleh semua kalangan sebelum aplikasi yang lain muncul dan menjadi *trend*. *Facebook* kini berevolusi dengan munculnya *Facebook Late* yang memiliki

kelebihan yakni hemat kuota, dapat dipakai pada versi android yang lama, proses *loading* cepat, dapat diakses di semua jaringan, serta tidak membutuhkan penyimpanan yang besar. Adapun kekurangan pada aplikasi *Facebook* yaitu, fitur yang di miliki sangat terbatas, tampilan yang sangat simpel dan sederhana, kualitas gambar saat di *upload* dan *download* rendah, dan tidak otomatis *load* konten (iNewsBekasi.id: 2022).

Sedangkan aplikasi *Instagram* memiliki kelebihan yaitu memiliki fitur yang menarik, dapat digunakan sebagai media pengembangan bisnis, serta memiliki fitur keamanan privasi. Sedangkan kekurangan aplikasi ini adalah menghabiskan banyak penggunaan kuota, kualitas foto masih tergolong rendah, sebagai media bisnis pengguna harus melakukan *update* setiap hari. Selanjutnya aplikasi *Twitter*, aplikasi ini memiliki kelebihan yakni sebagai berikut. Aplikasi *Twitter* dapat digunakan sebagai wadah curhat, selebriti dalam hingga luar negeri bahkan para pejabat negara masih aktif menggunakan *Twitter*, memiliki fitur yang dapat membuat mental tetap sehat, *Twitter* selalu menampilkan trending sehingga pengguna dapat selalu *update*. Sedangkan kelemahan aplikasi ini adalah memiliki batas karakter postingan, tampilan yang masih cukup sederhana, tidak memiliki banyak fitur seperti media sosial yang lain, mudah digunakan untuk melakukan spam (IDNTimes.com: 2019).

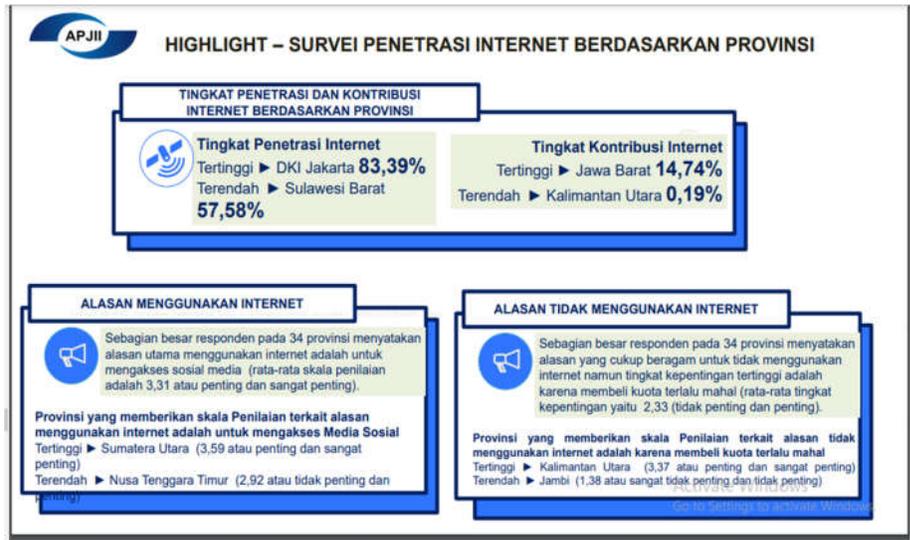
Selanjutnya ada aplikasi *TikTok* yang menjadi fokus utama dalam penelitian ini. Aplikasi *TikTok* memiliki keunggulan yang tidak kalah dari media sosial yang lain. Keunggulan aplikasi ini adalah memiliki banyak sekali konten yang menarik baik bersifat edukatif maupun hiburan, mudah digunakan oleh semua kalangan, durasi video yang pendek tidak membuat pengguna merasa jenuh dan bosan, sebagai media informasi dan hiburan yang tidak ada habisnya, aplikasi ini hampir tidak memiliki *delay* saat hendak *scroll* pada video selanjutnya, memiliki fitur yang menarik. Pada saat ini *TikTok* semakin berevolusi menjadi aplikasi yang cukup baik dengan hadirnya fitur baru seperti *TikTok Shop*, dapat *mengupload* durasi video panjang, dapat berbentuk *landscape*, dapat *memposting stories*. Sedangkan kekurangan dari aplikasi *TikTok* adalah trend pada aplikasi ini bersifat sejenak, *analytics performance* hampir sulit di lacak (IDNTimes.com: 2022).

Media sosial saat ini menjadi sarana utama dalam berkomunikasi dan bertukar informasi dengan demikian hal ini menjadikan media sosial sebagai hal yang tidak bisa lepas dari peradaban manusia masa kini. Pernyataan ini dapat dibuktikan dengan seiring berkembangnya teknologi yang dapat memberikan pengaruh bagi manusia dalam dunia maya. Perkembangan zaman ini memberikan bukti bahwa manusia hidup berdampingan dengan teknologi, sehingga seseorang dapat menampilkan diri mereka sendiri secara eksistensi di berbagai sarana komunikasi. Media sosial merupakan “sarana di internet yang memberikan kemungkinan kepada pengguna yang ingin mempresentasikan, berinteraksi, berkomunikasi satu dengan yang lain, serta pembentukan sosial secara online melalui internet” (Rulli, 2017:11).

Akhir-akhir ini media sosial yang sangat *booming* dan sangat banyak diminati oleh masyarakat ialah media sosial *TikTok*. *TikTok* hadir dengan fitur dan formula baru dan menyediakan fasilitas memudahkan pengguna untuk berbagi video berdurasi pendek. Selain itu media sosial ini menyediakan *background* musik di dalamnya serta filter-filter lucu yang dapat di *download* dan dipakai oleh pengguna sesuai keinginan. Hal ini membuat *TikTok* menarik pengguna untuk membagikan peristiwa, kegiatan dengan sekreatif mungkin. Aplikasi *TikTok* diluncurkan pada tahun 2016, kemudian dikembangkan oleh Beijing Bytedance Teknologi berasal dari China. Di Indonesia aplikasi *TikTok* pernah diblokir oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika pada Juni tahun 2018, disebabkan oleh banyak pengguna *TikTok* yang menyalahgunakan media sosial tersebut seperti membagikan video yang berbau asusila dan pornografi (Nugroho, 2021:263).

Tidak berlangsung lama pada bulan Agustus 2018 media sosial *TikTok* dapat diunduh kembali oleh masyarakat Indonesia. Pemanfaatan aplikasi *Tik Tok* muncul dengan kreatifitas konten yang unik dan menarik. Konten-konten tersebut didominasi seperti tutorial, resep masakan, *lipsing*, *dance*, dan masih banyak lagi. Pelaku *content creator* pun berbondong-bondong membagikan konten di media sosial *TikTok*. Pada tahun 2019 muncul pandemi Covid-19, sehingga pemerintah mengeluarkan peraturan kepada seluruh masyarakat agar melakukan semua aktivitas hanya di dalam rumah. Segala jenis aktivitas yang dilakukan di luar rumah seperti pekerjaan, pendidikan dialihkan secara *daring*. Khususnya di Indonesia

berlakunya *lockdown* pada tahun 2020 yang menyebabkan meningkatnya pengguna internet. Sepanjang tahun 2021 sampai 2022 pengguna internet menjadi sangat meningkat berdasarkan (APJII: 2022).



Sumber: apjii.or.id (2022)

Gambar 1
Survei Penetrasi Internet Berdasarkan Provinsi Pada Tahun 2021-2022

Penggunaan internet berpengaruh pada penggunaan media sosial khususnya media sosial *TikTok*. Pengguna *Tik Tok* dan pertumbuhan konten di dalamnya semakin beragam oleh kreatifitas pengguna. Berdasarkan dataindonesia.id Indonesia menjadi negara kedua pengguna *TikTok* terbesar di dunia dengan jumlah mencapai 99,1 juta pengguna aktif. Sehingga muncul beberapa *tren* yang dilakukan oleh pengguna *TikTok* dan para *content creator* antara lain, *#ootd*, *home decor* dan lain sebagainya. *Trend* ini bahkan menjadi seolah sebuah kewajiban untuk diikuti (dataindonesia.id: 2022).

TikTokers berlomba-lomba mengikuti *trend* ini dengan gaya yang sesuai dengan personal *branding* masing-masing. Tujuan utamanya agar dapat memperoleh penonton, *like*, *comment*, *share*, dan *followers* yang banyak untuk mempertahankan eksistensi. Akan tetapi *trend* ini tidak berlangsung lama, hanya selang beberapa waktu saja kemudian hilang dan muncul *trend* yang baru. Dalam penelitian ini berdasarkan perkembangan media sosial, eksistensi diri adalah salah

Dewasa ini pengguna media sosial lebih banyak mengekspresikan diri mereka dalam dunia maya. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia memiliki arti yaitu sesuatu yang diakui keberadaannya. Eksistensi adalah usaha dalam mengetahui suatu hal, dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan tulisan pada pelaku *content creator*. Eksistensi merupakan suatu hal yang tidak bisa lepas dalam kehidupan seseorang, karenanya seseorang akan berlomba-lomba dalam menampilkan diri mereka sendiri lewat media sosial (Permatasari, 2017:127).

Eksistensi diri seseorang lewat media sosial merupakan hal yang sangat lumrah ditemukan dalam media sosial, karena melalui media sosial para *content creator* menunjukkan diri mereka secara eksis. Media sosial sebagai media untuk menampilkan eksistensi seseorang agar keberadaannya juga dapat diakui di sosial media, maka tidak heran banyak sekali orang-orang berlomba untuk mendapatkan pengakuan keberadaannya. Berdasarkan Smith pada buku yang ditulisnya dengan judul *What Matters Most*: ada beberapa hal yang penting dan sangat mendasar yakni sebagai berikut:

Kondisi dimana seseorang menggunakan kemampuannya berusaha untuk memaknai hidupnya dengan cara keberadaannya dapat diakui oleh lingkungan sekitar. Makna dari sebuah kemampuan tersebut yaitu disebut dengan eksistensi diri secara naluri dan menjadi pondasi utama di kehidupan. Ada beberapa hal mendasar secara naluri seseorang ialah sikap saling menghormati satu dengan yang lain, saling menghargai serta bekerja sama secara harmonis untuk kebaikan semua kalangan (Smith, 1759 dalam Aprilia, 2016: 30).

Berdasarkan kutipan diatas eksistensi merupakan suatu keberadaan seseorang dalam dunia untuk berusaha mencari atau memahami arti kehidupan itu sendiri dengan membentuk suatu kepenuhan dari nilai-nilai batiniah. Hal ini memberikan pengertian bagi seseorang agar dapat memberikan arti dan berbagai kondisi yang ada di sekitar dengan perbuatan-perbuatan yang nyata.

Pemanfaatan media sosial sebagai sarana eksistensi disebutkan diatas, masyarakat juga dapat menggunakan media sosial sebagai menyalurkan bakat mereka. Contohnya sebagai *content creator*. Pada saat ini kita dapat melihat begitu

banyak *content creator* di media sosial seperti di *Instagram*, *Facebook*, *TikTok* bahkan *Youtube*. Konten-konten unik, menarik dan lucu tersebut dapat menarik perhatian pengguna lain untuk melihat konten mereka. Media sosial dari masa ke masa terus berevolusi dan semakin terus berkembang. Proses komunikasi dan pertukaran informasi secara langsung ke dalam ruangan virtual, hingga alat pemasaran yang intim pada saat ini. Hal tersebut menjadi bukti nyata evolusi dari *old media* menuju *new media* pada abad-21 (KOMPAS.com, 2021).

Aplikasi media sosial pada saat ini yang sangat menyita perhatian masyarakat adalah aplikasi *TikTok*. Pelaku *content creator* semakin banyak menyalurkan konten-konten mereka di aplikasi *TikTok*. Selain itu, *trend* konten di aplikasi *TikTok* sangat banyak dan beragam seperti *trend Glow Up*, *Home Decor*, *#ootd* dan *A Day In My life*. Inilah beberapa *trend* yang saat ini menjadi banyak diminati dan banyak diminati oleh kalangan pengguna *TikTok*, sehingga menjadi *trend* yang tersendiri. Dalam penelitian ini, berfokus pada *trend A Day In My Life*, dimana konten ini membahas tentang kehidupan sehari-hari dari para pelaku *content creator* yang kemudian menjadi viral di media sosial *TikTok*. Para pengguna *TikTok* tentu sudah tidak asing lagi ketika mendengar *trend* tentang *A Day In My Life*, karena *trend* ini seringkali muncul di beranda *TikTok* ketika para pengguna media sosial tersebut mulai masuk ke akunnya. Kata *A Day In My Life* berasal dari bahasa Inggris yang berarti “sehari dalam hidupku”, dalam pembuatan *content* ini juga tidak cukup rumit, merekam video kegiatan sehari berdasarkan konsep agar menarik dan tidak membosankan. Pada dasarnya konten “*A Day In My Life*” ini menceritakan kegiatan keseharian dari seorang *content creator* sesuai dengan kegiatannya sehari-hari, dengan tujuan menciptakan konten yang natural serta alur cerita yang tidak monoton (Kumaran.com: 2021).

Pada tahun 2021 oleh salah satu seleb *TikTok* yaitu Bella Tobing, dimana kontennya yang berjudul “*A Day In My Life*” menarik perhatian masyarakat dan menjadi viral sehingga *trend* ini banyak diikuti oleh seleb *TikTok* lainnya. Hal ini tidak hanya di kalangan *TikToker* dan *content creator* saja melainkan di kalangan artis papan atas seperti Aurel Hermansyah, Nikita Willy, Raisa dan masih banyak lagi. *Trend* ini sejak awal menjadi viral pada tahun 2021 sampai hari ini masih tetap

bertahan dan tidak memudar. Tidak berhenti sampai disitu saja, bahkan *Trend A Day In My Life* ini menjadi tema utama oleh beberapa pelaku *content creator* (Tribunseleb:2022).

Selain sebagai hiburan konten *A Day In My Life* ini alat yang digunakan tidak harus menggunakan media-media canggih, cukup dengan menggunakan *Smartphone* saja sudah berhasil. Proses produksi yang cukup gampang ini menjadikan fenomena konten *A Day In My Life* menjadi banyak menarik minat para *content creator*. Konten *A Day In My Life* merupakan salah satu dari beberapa konten yang menjadi *views* terbanyak pada aplikasi *TikTok* (glints.com: 2022).

A Day In My Life menjadi salah satu trend yang paling sering masuk pada FYP *TikTok*. Mini vlog ini dapat dengan cepat menarik perhatian penonton, karena durasi pada konten ini tidak terlalu panjang serta cara pengemasan dalam konten ini dibuat dengan sangat menarik. Tidak mudah bagi pelaku konten untuk memperoleh FYP, akan tetapi dengan munculnya fenomena mini vlog *A Day In My Life* menjadikan para pelaku konten dapat dengan mudah memperoleh *For Your Page* atau biasa lebih di kenal dengan FYP (qubisa.com: 2022).

Dalam penelitian akan berfokus pada beberapa *TikTokers* yakni pada akun @bellzky, @dictionarei, @gekari26, @angel_pricilla @hannysoegiono. Berdasarkan hasil survei keenam akun tersebut memiliki konten yang berjudul *A Day In My Life* yang cukup banyak dengan *A Day In My Life* dengan tema yang berbeda. Kemudian keenam pelaku konten diatas sudah *upload* lebih dari 100 kali konten *A Day In My Life* di akun *TikTok* mereka. Selain itu dari sekian banyak pelaku konten *A Day In My Life* keenam pelaku konten diatas memiliki jumlah followers yang banyak dan jumlah suka yang mencapai 4,2 juta keatas. Hal ini yang menjadikan keenam akun tersebut layak untuk dijadikan objek penelitian yang akan dilakukan.

Berdasarkan penjelasan diatas, *trend A Day In My Life* diproduksi oleh para *content creator* ini seolah wajib untuk mempertahankan eksistensi pelaku konten. Dengan demikian sebagaimana bagi penulis dirasa sangat tepat untuk kemudian digunakan dalam mengkaji berbagai hal mengenai penelitian yang berjudul "***Trend***

Konten *A Day In My Life* Sebagai Sarana Eksistensi Diri di Media Sosial *TikTok* yang kemudian akan menjadi penelitian ilmiah.

1.2 Rumusan Masalah

1. Apakah yang membuat *trend A Day In My Life* menjadi sarana eksistensi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dilakukan penelitian ini yaitu mengetahui lebih dalam hubungan eksistensi diri dan konten *A Day In My Life*. Kemudian juga untuk mengetahui bagaimana konten tersebut dapat bertahan sampai berkembang di kalangan pelaku *content creator* pada aplikasi *TikTok*. Mengetahui bagaimana *trend A Day In My Life* bisa muncul di dunia *content creator* dan media sosial.

1.4 Manfaat Penelitian.

a. Manfaat Akademis

Secara akademis penyusun mengharapkan penelitian yang dilakukan dapat bermanfaat bagi peneliti selanjutnya khususnya di bidang ilmu komunikasi yakni sebagai referensi dan bahan menambah wawasan untuk semua pengakses.

b. Manfaat Praktis

Dalam penelitian dapat menjadi pedoman untuk para mahasiswa yang hendak melakukan penelitian di bidang sosial media, *trend* konten, atau eksistensi diri. Terutama mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang.

DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, Dwi Putri R. 2020. Pengaruh Penggunaan TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 14 (2), 135-148.
- Aprilian, Devri, Yessy Elita, Vira Afriyati. 2019. Hubungan Antara Pengguna Aplikasi TikTok Dengan Perilaku Narsisme Pada Siswa Sekolah Menengah Pertama. *Consila Jurnal Ilmiah BK*, 2 (3), 223-227.
- Adriyanto. 2022. *5 Keunggulan Aplikasi TikTok yang Bikin Kamu Lupa Waktu*. <https://www.idntimes.com/tech/gadget/andri-andreas-1/keunggulan-aplikasi-tiktok-yang-bikin-kamu-lupa-waktu-c1c2>, diakses pada 28 Desember 2022, 14.00 WIB.
- Arkan, Perdana. 2022. *15 Jenis Konten TikTok Untuk Brand yang Meraih Banyak views*. <https://glints.com/id/lowongan/jenis-konten-tiktok-untuk-brand/#.Y6veS4gxd0c>, diakses pada 28 Desember 14.00 WIB.
- Alfindra, Muhamad Furgan, Martinus Yahya. 2017. Motivasi Mahasiswa Bergabung Dalam Media Sosial Instagram. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unisyah*, 2 (3), 56.
- Alviana, Devi, Warto. 2018. Hubungan Prokrastinasi Akademik dengan Aktualisasi Diri Mahasiswa Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto. *KOMUNIKA*, 1 (12) 180.
- APJII, 2022. *Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Berdasarkan Provinsi*. Diakses 6 Desember 2022, 14.35 WIB.
- Andriansyah, Bari, Randi Hidayat. 2022. Teori Hirarki Kebutuhan Maslow Terhadap Keputusan Pembelian Merek Gadget. *MOTIVASI,feb*, 7 (1) 10.
- Bertens, K. 2014. *Sejarah Filsafat Kontemporer Prancis Jilid II*. Jakarta: Gramedia.
- Bulele, Yohana N, Tony Wibowo. 2020. Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial: Studi Kasus TikTok. *Journal.uib*, 1 (1), 566.
- Chaniago, Rizky Hafiz, dkk. 2020. *Budaya Komunikasi Dan Teknologi*. Malaysia: Universiti Pendidikan Sultan Idris.

- Darmawan, D. 2014. *Pengembangan E-Learning Teori dan Desain*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Elisa, Sari, Rina Dwiarti. 2018. Pendekatan Hierarki Abraham Maslow Pada Prestasi Kerja Karwayan PT. MADUBARU (PG MADUKISMO) Yogyakarta. *JPSB*, 6 (1), 61.
- Eriyanto. 2015. *Analisis Isi: Pengantar Metodologi Untuk Penelitian Ilmu Komunikasi Dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: PRENAMEDIA GROUP
- Fachruddin, Andi. 2019. *Journalism Today*. Jakarta: Kencana.
- Gemiharto, I. 2015. Teknologi 4G-LTE dan Tantangan Konvergensi Media di Indonesia. *Kajian Komunikasi*, 3 (2), 212-220.
- Hardiman, F.Budi. 2021. *Aku Klik Maka Aku Ada*, Yogyakarta: PT Kanisius.
- Hardiman, F.Budi. 2017. *Filsafat Modern dari Machiavelli Sampai Nietzsche*. Jakarta: sss Gramedia
- KBBI. 2022. <https://kbbi.kemdikbud.go.id/>, diakses 29 November 2022, 19.27 WIB.
- Mondry. 2016. *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Moleong Lexy J. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Rosdakarya.
- McQuail, Denis. 2012. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Munadi, Yudhi. 2013. *Media Pembelajaran (Sebuah Pendekatan Baru)*. Jakarta: GP Press Group.
- Meifitri Melvia, Elik Susanto. 2020. Perubahan Dari Media Lama Ke Media Baru: Telaah Transformasi Platform Multimedia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 9 (3), 302-311.
- Maharani, Septiana Dwiputri. 2012. Pandangan Gabriel Marcel tentang Manusia Dalam Konteks Peristiwa Bencana Alam. *Jurnal Filsafat*. 22 (2), 94.
- Nugroho, Muhammad W, Supriyono, dadi Mulyadi Nugraha. 2021. Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Sarana Penguatan Identitas Nasional di Era Pandemi. *AoEJ*. 12 (2), 263-264.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Narudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Nabila Aprilia. 2016. Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas. Skripsi. Bandung: Universitas Pasundan.
- Permana, Arif Budi. 2019. *Cepat Mahir Menjadi Youtuber & Content Creator*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Permatasari, N., Trijayanto, D. 2017. Motif Eksistensi Melalui Penggunaan Hastag (#OOTD) di Media Sosial Instagram. *Promedia*. 3 (2), 97.
- Purnama, Febri S, Eko Setya Pratomo. 2013. Motivasi Terhadap *Compose New Tweet* Pada Jejaring Sosial *Twitter*. *EMPATHY*, 1 (1), 35-38.
- Ratnawati, Indah Ika. 2015. Eksistensi Perempuan Dalam Novel *Aku Lupa Bahwa Aku Perempuan Karya Ihsan Abdul Qudus: Tinjauan Kritik Sastra Feminis*. *Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia, FKIP Balikpapan*.
- Rifka, Isna. 2021. *Sejarah, Evolusi, dan Pengertian Media sosial*. <https://money.kompas.com/read/2021/12/18/075450026/sejarah-evolusi-dan-pengertian-media-sosial?page=all>, diakses pada 12 November 2022, 22.38 WIB.
- Rizaty, Monavia A. 2022. *Pengguna TikTok Indonesia Terbesar Kedua di Dunia*. <https://dataindonesia.id/Digital/detail/pengguna-tiktok-indonesia-terbesar-kedua-di-dunia>, diakses 10 Desember 2022, 01.49 WIB.
- Ridwansyah. 2022. *Kekurangan dan Kelebihan Facebook Lite yang Perlu Diketahui*. <https://bekasi.inews.id/read/163277/kekurangan-dan-kelebihan-facebook-lite-yang-perlu-diketahui>, diakses 28 Desember 2022, 12.14 WIB.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Suprihatin, Eni. 2021. Konstektualisasi Roma 12:2 Dalam Keniscayaan Dunia Digital. *Fidei*, 1 (4), 125-126.

- Sunyoto, Danang. 2013. *Organisasional: Teori, Kuesioner, dan Proses Analisis Data*. Yogyakarta: Center for Academic Publishing Service.
- Sudiarjha, A. 2020. *Sartre: Tetap Autentik Meski Tertindas*. Yogyakarta: BASIS.
- S. Andi, Ahmad. 2021. *Penggunaan TikTok di Indonesia Mengalami Peningkatan Tiga Kali Lipat Selama Satu Tahun*.
<https://bogor.suara.com/read/2021/10/23/110736/pengguna-tiktok-di-indonesia-mengalami-peningkatan-tiga-kali-lipat-selama-satu-tahun>, diakses pada 1 Desember 2022, 20.15 WIB.
- Setyadi.F.W. 2020. *Hidup Autentik: Mengenal Eksistensialisme Prancis*. BASIS 01-02.
- Tjahjadi, SP. Lili. 2011. *Ateisme Sartre: Menolak Tuhan, Mengiyakan Manusia, dalam A. Setyo Wibowo. Filsafat Eksistensialisme Jean Paul Sarte*. Yogyakarta: Kanisius.
- Wibowo, A.Setyo. 2020. *Eksistensialisme Jean-Paul Sartre (1905-1980)*. BASIS 01-02.
- Wardani, Larasati P. 2022. *Profil Bella Tobing, Seleb TiTok yang Viral Lewat Konten A Day In My Life dan Istilah Cut Off*.
<https://m.tribunnews.com/seleb/2022/06/29/profil-bella-tobing-seleb-tiktok-yang-viral-lewat-konten-a-day-in-my-life-dan-istilah-cut-off>, diakses 07 Desember 2022, 20.00 WIB
- Yusuf, A Muri. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta : Kencana