



## **PENGARUH KONTEN TIKTOK @JEROMEPOLIN98 SEBAGAI MEDIA EDUKASI TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN GENERASI Z**

**Elfrida Mediana, Eka Yusup, Weni Adityasning Arindawati**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,  
Universitas Singaperbangsa Karawang

### **Abstrak**

Media sosial yang tengah populer saat ini merupakan media sosial TikTok, yang dimana pengguna dari aplikasi ini mayoritas dari kalangan generasi Z. Pendidikan sendiri menuntut memiliki keunggulan yang kompetitif yang pada akhirnya memunculkan berbagai aktivitas edukasi dalam proses pembelajaran, salah satunya ada pada konten TikTok @Jeromepolin98, sebuah konten yang menyebarkan berbagai informasi edukasi untuk setiap penggunanya. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui apakah pengaruh yang terjadi antara penggunaan konten TikTok @Jeromepolin98 sebagai media edukasi terhadap tingkat pengetahuan generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis regresi linear sederhana. Teori yang digunakan yaitu Teori Uses Effect. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner atau angket. Sedangkan teknik analisis data yang nantinya terkumpul menggunakan skala likert. Hasil penelitian ini yakni efek dan konsekuensi berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan, sedangkan consequence tidak berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan. Besaran pengaruh dari efek terhadap tingkat pengetahuan sebesar 15,7%, besaran pengaruh konsekuensi penggunaan terhadap tingkat pengetahuan sebesar 40% dan besaran pengaruh consequence terhadap tingkat pengetahuan sebesar 7,5%.

**Kata Kunci:** Konten TikTok, Jeromepolin98, Pengetahuan, Generasi Z.

### **PENDAHULUAN**

Era globalisasi merupakan suatu perubahan global yang terjadi di seluruh dunia. Globalisasi sendiri diartikan

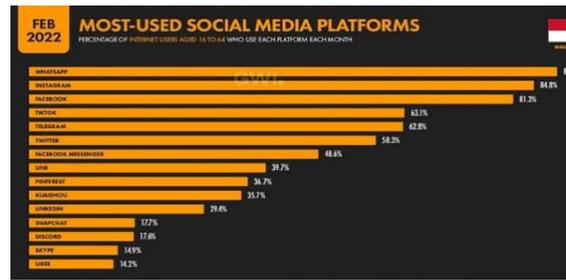
sebagai fenomena dimana saling terhubungnya negara di dunia karena perkembangan teknologi yang begitu cepat dan juga suatu prosesnya yang

menciptakan dunia tunggal (Setiadi, 2011).

Pada era terjadinya globalisasi bertambahnya sebuah inovasi-inovasi teknologi maju, yang kemudian hal ini sering terjadi pada media sosial yang mempresentasikan media baru (*new media*) seperti internet.

Populasi dunia yang kian meningkat membuat sejumlah generasi bermunculan, dimulai dengan munculnya Generasi *Baby Boomers* (1946-1960) sampai generasi yang mempunyai kedudukan penting pada saat ini yaitu Generasi Z atau bisa juga disebut sebagai Gen Z (1997-2012). Generasi Z adalah generasi pertama yang bersentuhan dengan teknologi sejak usia dini. Generasi Z melahirkan generasi yang terbatas melalui internet. Salah satu kemudahan dalam menjangkau internet yakni membuat internet sebagai sumber pijakan penting dalam mencari sebuah informasi. Salah satu media hiburan yang bisa didapat dengan sangat mudah oleh masyarakat Generasi Z melalui telepon seluler dan bantuan internet adalah penggunaan aplikasi TikTok.

TikTok atau Douyin di Negara China merupakan aplikasi berbagi dengan menayangkan sebuah video berdurasi singkat, guna menangkap dan menciptakan suatu pengetahuan, hiburan dan moment lainnya yang dimiliki oleh perusahaan ByteDance, yang merupakan perusahaan teknologi internet di Beijing yang diciptakan tahun 2012 oleh Zhang Yiming, hingga pada akhirnya TikTok digemari oleh para Generasi Milenial maupun Generasi Z karena karakteristiknya yang belum sepenuhnya pernah dimiliki oleh media sosial lainnya. Seolah-olah dengan penggunaan TikTok (Firamadhina dan Krisnani, 2020).



**Gambar 1. Infografis Media Sosial Paling Banyak digunakan pada Februari 2022**

Sumber: Digital Report Indonesia oleh We Are Sosial dan Hootsuite Februari 2022

Menurut data Sensor Tower (2020), Indonesia adalah negara yang paling banyak mengunduh aplikasi TikTok. Hal tersebut didukung oleh data dari laporan situs *We Are Social* dan *Hootsuite* (2022), menempatkan TikTok sebagai *platform* media sosial urutan keempat paling banyak digunakan masyarakat Indonesia umur 16 – 60 tahun dengan persentasenya yaitu 63,1% dari jumlah populasi.

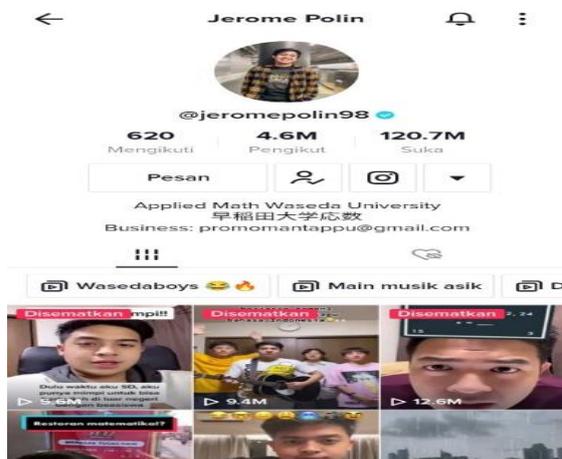
Tingkat Pengetahuan seseorang dapat dilakukan dengan melakukan komunikasi. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, baik secara lisan maupun tertulis, dengan bahasa maupun gerakan dan dengan atau tanpa alat bantu. Rangkaian pertukaran ini dilakukan dengan maksud dan tujuan tertentu (Liliweri, 2014:359).

Perilaku Generasi Z pada tingkat pengetahuan menetapkan media sosial TikTok sebagai media informasi dan edukasi merupakan sikap manusia dalam rentan usia remaja yang berinovatif dan kreatif. Tujuan dari penulisan penelitian ini adalah ingin menyampaikan kepada para pembaca bahwa media sosial TikTok bukan hanya sebagai media hiburan semata saja, tetapi mampu sebagai media yang mengedukasi serta memberi banyak informasi pada dunia yang bisa terbilang sangat terglobalisasi dari cara tradisional.

Sementara itu, sebagian besar siswa kelas XII MIPA SMAN 2 Cikarang Utara dengan mudah percaya akan

keberadaan media sosial yang cenderung lebih aktif digunakan oleh promotor daripada guru, media sosial lebih banyak dikunjungi oleh guru dan siswa.

TikTok, sebuah *platform* video pendek, banyak digunakan sebagai inovasi dalam distribusi konten pendidikan, salah satunya pada kreator muda yang dilakukan Jerome Polin melalui akun @jeromepolin98. Ia merupakan creator muda yang membuat konten seputar edukasi pendidikan di tengah maraknya informasi yang bisa dijumpai di internet, hal ini menjadi masalah bagi peneliti.



**Gambar 2. Akun TikTok @jeromepolin98**  
Sumber TikTok

Berdasarkan gambar diatas merupakan akun TikTok dari @jeromepolin98 dengan jumlah pengikut 4,6 Juta. Dalam latar belakang pengetahuan tentang Pendidikan Matematika, ia secara aktif membagikan konten seputar tips mengerjakan soal matematika.

Penelitian terdahulu mengenai konten TikTok sebagai media edukasi pernah dilakukan oleh Fadhlizha Izzati Rinanda Firamadhina, 2020, dengan judul: “Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ahwa TikTok dapat digunakan sebagai bentuk pendidikan informal dan aktivisme digital. Dalam pendidikan

informal ditemukan model pembelajaran dan kebijakan yang dapat berpengaruh pada kegiatan. Kesimpulannya, penggunaan media sosial di bidang pendidikan memang bermanfaat, namun perlu lebih banyak penelitian dan model lebih lanjut untuk aplikasinya dalam kegiatannya.

Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada variabel Y. Pada penelitian terdahulu variabel Y adalah penggunaan media sosial TikTok sedangkan variabel Y penelitian ini adalah tingkat pengetahuan. Sedangkan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan media sosial TikTok pernah dilakukan oleh Dinda Nuur Viranti, 2021, dengan judul: “Pengaruh Pemasaran Konten Hiburan TikTok Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi TikTok: Studi Muslim Generasi Z”. Hasil dari penelitian ini menemukan bahwa Hasil dari penelitian ini adalah menunjukkan bahwa dalam persepsi kemudahan penggunaan dan juga persepsi manfaat itu tidak berpengaruh pada niat menggunakan aplikasi TikTok, namun dalam persepsi kesenangan konten TikTok berpengaruh signifikan.

Adapun perbedaan dengan penelitian ini terletak pada teori yang digunakan. Pada penelitian terdahulu teori yang digunakan adalah teori *Technology Acceptance Model (TAM)*, sedangkan teori yang digunakan penelitian ini adalah *teori Uses and Effect*.

Berdasarkan penjelasan tersebut maka pengaruh konten TikTok terhadap tingkat pengetahuan generasi Z sangatlah penting dan peneliti menyadari minimnya pengajaran atau informasi mengenai edukasi pendidikan. Salah satu akun TikTok @jeromepolin98 hadir dengan konten yang membahas edukasi matematika secara cepat, menghibur, dan mudah dimengerti, khususnya bagi kaum muda. Melalui TikTok ini diharapkan memenuhi tingkat pengetahuan para kaum Generasi Z khususnya followers terkait edukasi.

Peneliti tertarik mengetahui “Seberapa Besar Pengaruh Konten TikTok Sebagai Media Edukasi Terhadap Tingkat Pengetahuan Generasi Z?”.

Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Effect*. Teori ini menghubungkan pengguna, media, audiens, dan efek (hasil). *Teori uses and effects* merupakan penggabungan yang terdiri dari *teori uses and gratification* dengan teori tradisional *effects*. Teori ini adalah salah satu teori komunikasi massa yang pertama kali dicetuskan Sven Windahl (1979) Jika teori *uses and gratification* menjelaskan bagaimana penggunaan media didasari oleh kebutuhan manusia untuk kepuasan individu, *teori uses and effects* tidak hanya menjelaskan mengenai hal tersebut tetapi juga efek apa yang terjadi kepada individu dari penggunaan media. Menurut teori ini, penggunaan media massa memberikan pengetahuan dalam mempersepsi suatu isi informasi dari media serta menimbulkan sikap dan perubahan perilaku seorang individu (Bungin, 2006:291).

Karakteristik konten media sosial juga menentukan sebagian besar dampak yang akan terjadi. Jadi ada dua proses simultan yang bersama-sama menyebabkan suatu hasil terjadi yang kita sebut '*consequence*' (kombinasi konsekuensi dan efek). Proses pendidikan pada umumnya menghasilkan hasil berupa "*consequence*". Beberapa hasil disebabkan oleh konten yang mendorong pembelajaran (efek) dan yang lainnya adalah hasil dari proses penggunaan media yang secara otomatis mengumpulkan dan menyimpan pengetahuan. Hasilnya dapat ditemukan pada tingkat individu dan sosial, Sven Windahl dalam (Sendjaja, 2014).

Pengguna memiliki wewenang sendiri untuk menentukan akan mengonsumsi media apa saja yang mereka inginkan dan mereka butuhkan. Implementasi dari teori *uses and effect* dalam penelitian ini dapat dilihat dari

seseorang yang secara sengaja mengikuti dan menjadi *followers* akun TikTok @jeromepolin98. Tentunya saja seseorang ini memiliki tujuan tertentu yang mungkin apabila ditarik garis lurus kesemuanya akan menuju pada satu titik yaitu pengetahuan akan informasi. Utamanya dalam penelitian ini dikhususkan pada tingkat pengetahuan informasi yang berkaitan dengan edukasi pendidikan.

## METODE PENELITIAN

Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan metode survey. Metode survei merupakan metode yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Proses pengumpulan dan analisis data sosial dalam survei sangat terstruktur dan terperinci, dan penggunaan kuesioner sebagai alat utama untuk memperoleh informasi dari beragam responden yang diyakini mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2008: 59).

Populasi yang digunakan adalah seluruh siswa kelas XII MIPA di SMAN 2 Cikarang Utara yang masih termasuk kedalam masyarakat generasi Z dan juga memiliki media sosial TikTok (Sugiyono, 2018)

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *non-probability sampling*, yaitu metode pengambilan sampel tidak memberikan kesempatan atau kesempatan yang sama untuk semua elemen atau anggota populasi untuk dijadikan sampel. Teknik *non-probability sampling* yang dipilih adalah dengan *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Peneliti ini menggunakan kriteria yaitu Siswa kelas XII MIPA SMAN 2 Cikarang Utara yang aktif menggunakan sosial media TikTok dan sudah memfollow akun TikTok @jeromepolin98 (Sugiyono, 2018).

Berdasarkan perhitungan menggunakan rumus Slovin, maka ditentukan jumlah sampel sebagai

berikut: 124 siswa dan peneliti akan menyebarkan angket secara langsung pada followers akun @Jeromepolin98.

Dalam penelitian ini analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linear sederhana, dibantu dengan program SPSS for Windows 26.0 yang bertujuan untuk menemukan pengaruh variabel abstrak terhadap variabel terikat.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Sebelum kuisisioner tentang Pengaruh konten TikTok @Jeromepolin98 sebagai media edukasi terhadap tingkat pengetahuan generasi Z bagi pelajar SMAN 2 Cikarang Utara di sebarakan kepada sampel penelitian, peneliti menyebarkan kuisisioner/angket ke seluruh siswa kelas VII MIPA SMAN 2 Cikarang Utara dengan hasil uji Validitas dan Uji Reliabilitas sebagai berikut:

**Tabel 1 Uji Validitas Variabel X**

No Item	R tabel	R hitung	Keterangan
Item 1	0,176	0,242	VALID
Item 2	0,176	0,309	VALID
Item 3	0,176	0,365	VALID
Item 4	0,176	0,307	VALID
Item 5	0,176	0,318	VALID
Item 6	0,176	0,491	VALID
Item 7	0,176	0,292	VALID
Item 8	0,176	0,565	VALID
Item 9	0,176	0,535	VALID
Item 10	0,176	0,607	VALID
Item 11	0,176	0,502	VALID
Item 12	0,176	0,338	VALID
Item 13	0,176	0,589	VALID
Item 14	0,176	0,331	VALID
Item 15	0,176	0,475	VALID
Item 16	0,176	0,411	VALID
Item 17	0,176	0,465	VALID
Item 18	0,176	0,467	VALID
Item 19	0,176	0,210	VALID
Item 20	0,176	0,253	VALID
Item 21	0,176	0,329	VALID
Item 22	0,176	0,493	VALID
Item 23	0,176	0,337	VALID
Item 24	0,176	0,611	VALID

Sumber: data primer yang diolah, 2022

**Tabel 2 Uji Validitas Variabel X**

No Item	R tabel	R hitung	Keterangan
Item 1	0,176	0,257	VALID
Item 2	0,176	0,367	VALID
Item 3	0,176	0,536	VALID
Item 4	0,176	0,684	VALID
Item 5	0,176	0,654	VALID
Item 6	0,176	0,605	VALID
Item 7	0,176	0,612	VALID
Item 8	0,176	0,683	VALID
Item 9	0,176	0,743	VALID
Item 10	0,176	0,512	VALID
Item 11	0,176	0,481	VALID

Interpretasi Hasil:

- a. Menggunakan nilai r tabel. Dengan (df) n-2 (124-2=122) maka didapat nilai r table sebesar 0,176. Kriteria ujinya yaitu jika nilai *Pearson Correlation* > r tabel pada butir soal tersebut maka dikatakan valid. *Pearson Correlation* adalah nilai korelasi antara butir soal dengan skor total.
- b. Dari uji validitas dapat disimpulkan seperti pada tabel di atas.

**Tabel 3 Uji Reliabilitas**

<b>Reliability Statistics</b>	
Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>
Konten TikTok	0,719
Tingkat Pengetahuan	0,738

Sumber: data primer yang diolah, 2022

Interpretasi Hasil:

Berdasarkan pada uji reliabilitas yang telah dilakukan, terlihat bahwa seluruh butir pernyataan yang digunakan peneliti pada kuesionernya adalah reliabel, karena hasil uji yang dilakukan menyatakan bahwa nilai cronbach' alpha pada semua variabel lebih dari 0,60.

Dengan melihat hasil uji Validitas dan Uji Reliabilitas sampel uji coba dari siswa kelas VII MIPA SMAN 2 Cikarang Utara terkait kuisisioner tentang Pengaruh konten TikTok @Jeromepolin98 sebagai media edukasi terhadap tingkat pengetahuan generasi Z.

**Tabel 4 Uji Normalitas**

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		124
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,17994478
Most Extreme Differences	Absolute	,070
	Positive	,033
	Negative	-,070
Test Statistic		,070
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: data primer yang diolah, 2022

**Interpretasi Hasil:**

Melihat dari hasil tabel, hasil Output SPSS 26 dapat dilihat bahwa hasil Uji Normalitas menyatakan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan nilai residual berdistribusi normal.

**Tabel 5 Uji Heterokedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.342	2.304		.582	.561
Efek (X1)	.060	.075	.086	.804	.423
Konsekuensi (X2)	-.084	.057	-.170	-1.467	.145
Conseffect (x3)	.101	.086	.128	1.176	.242

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Sumber: data primer yang diolah, 2022

**Tabel 6 Uji Regresi Linear Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,151	3,594		1,155	,250
	Konten TikTok	,401	,040	,669	9,934	,000

Sumber: data primer yang diolah, 2022

**Tabel 7 Koefisien Determinasi Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Correlations		
		Zero-Order	Partial	Part
	Efek (X1)	0,488	0,210	15,7%
	Konsekuensi (X2)	0,657	0,481	40%
	Conseffect (X3)	0,441	0,102	7,5%

Sumber: data primer yang diolah, 2022

**Interpretasi Hasil:**

Melihat dari hasil tabel uji heterokedastisitas yang telah dilakukan, dapat terlihat bahwa Efek (X1) Sig. 0,423 > 0,05, Konsekuensi (X2) Sig. 0,145 > 0,05 dan Conseffect (X3) Sig. 0,242 > 0,05. Jadi dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heterokedastisitas karena nilai signifikansi melebihi 0,05. Dan memberikan pengaruh besar yang terlihat dari tabel Koefisien Determinasi Parsial yang memperlihatkan hasil besarnya pengaruh efek terhadap tingkat pengetahuan adalah 15,7%. Besarnya pengaruh konsekuensi terhadap tingkat pengetahuan adalah 40%, dan besarnya pengaruh conseffect adalah =7,5%.

Persamaan Regresi yang diperoleh dari penelitian adalah  $Y = 4.151 + 0,401X$ . Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa hasil nilai konstanta sebesar 4.151 yang berarti jika nilai  $X = 0$ , maka prediksi nilai  $Y$  sebesar 4.151. Dan nilai koefisien  $X$

sebesar 0,401 yang berarti bahwa X memberikan hasil pengaruh yang positif terhadap Y, jika nilai X bertambah 1 satuan maka akan menaikkan prediksi nilai Y sebesar 0,401. Dengan kata lain, semakin baik konten TikTok @Jeromepolin98 digunakan maka akan semakin memberikan dampaknya dalam tingkat pengetahuan generasi Z dari siswa SMAN 2 Cikarang Utara khususnya seluruh siswa kelas VII Mipa.

## **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan di atas dapat diambil simpulan sebagai berikut:

Efek penggunaan konten TikTock @Jeromepolin98 berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan generasi Z. Karena berdasarkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan untuk nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  yakni  $T_{hitung} 2,359 > T_{tabel} 1,979$  dan nilai signifikan (sig)  $0,020 < 0,05$ . Dan diperoleh hasil untuk determinasi parsial adalah sebesar 15,7%. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya berpengaruh signifikan untuk tingkat pengetahuan.

Konsekuensi penggunaan konten TikTock @Jeromepolin98 berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan generasi Z. Karena berdasarkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 dan untuk nilai  $T_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $T_{tabel}$  yakni  $T_{hitung} 6,009 > T_{tabel} 1,979$  dan nilai signifikansi (sig)  $0,000 < 0,05$ . Dan diperoleh hasil untuk determinasi parsial adalah sebesar 40%. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima yang artinya berpengaruh signifikan untuk tingkat pengetahuan.

*Conseffect* penggunaan konten TikTock @Jeromepolin98 tidak berpengaruh terhadap tingkat pengetahuan generasi Z. Karena berdasarkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 dan untuk nilai  $T_{hitung}$  lebih kecil dari nilai  $T_{tabel}$  yakni  $T_{hitung} 1,128 < T_{tabel}$

1,979 dan nilai signifikansi (sig)  $0,262 > 0,05$ . Dan diperoleh hasil untuk determinasi parsial adalah sebesar 7,5%. Maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak yang artinya tidak berpengaruh signifikan untuk tingkat pengetahuan. Hal ini dikarenakan *consefect* (penggabungan dari isi media dan konsekuensi) pada subjek hanya bertujuan untuk mendapatkan informasi edukasi.

## **UCAPAN TERIMAKASIH**

Semua rasa syukur penulis ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, dengan berkah dan ridhonya sehingga penulis bisa dan percaya diri untuk melakukan kajian ini. Sebuah dilema yang dirasakan adalah bentuk kepedulian penulis terhadap organisasi khususnya di bidang komunikasi. Terima kasih kami ucapkan kepada Dosen Pembimbing ibu Weni A. Arindawati dan bapak Eka Yusup yang telah dengan sabar membimbing penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ini, serta semua pihak yang terlibat dalam penyusunan artikel ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bungin, B. (2006). Sosiologi Komunikasi. Jakarta: Kencana.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: TikTock Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199-208.
- Kriyantono, R. (2008). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Liliweri, Alo. 2014. Sosiologi dan Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sendjaja, S. Djuarsa. (2014). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Setiadi, dkk. (2011). Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahnya (Jakarta: Prenada Media Group).

Liliweri, Alo. 2014. Sosiologi dan Komunikasi Organisasi. Jakarta: Bumi Aksara.

Viranti, D. N. (2021). Pengaruh Pemasaran Konten Hiburan Tiktok Terhadap Niat Menggunakan Aplikasi Tiktok: Studi Muslim Generasi Z.

*We Are Social & Hootsuite. (2022). Indonesian Digital 2022 Report. Canada: Hootsuite Media, Inc.*