

TERPAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK PADA *SELF AWARENESS*
SISWA KELAS XII IPS SMAN 2 SUBANG

Gugun Faisal R¹, Asep Awaludin², Ringga Galuh Fauzan³

Email : gugunfaisalrizki@unsub.ac.id

Email : aswal@unsub.ac.id

Email : galuhfauzan39@gmail.com
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Subang

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar terpaan media sosial TikTok pada Self Awereness siswa Kelas XII IPS SMAN 2 Subang. Pada penelitian ini menggunakan konsep terpaan media dari Rosengreen dengan mengukur 3 indikator terpaan media diantaranya frekuensi, atensi, dan durasi. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah siswa Kelas XII IPS SMAN 2 Subang yang berjumlah sebanyak 75 siswa. Teknik sampling menggunakan teknik sampel jenuh, untuk mengumpulkan data diperoleh melalui observasi pra-penelitian, kuesioner, wawancara, dan dokumentasi. Setelah dilakukan penelitian, hasil yang didapatkan bahwa besarnya Terpaan media sosial TikTok pada Self Awereness siswa Kelas XII IPS SMAN 2 Subang sebesar 70.91% termasuk dalam tingkat kategori tinggi/kuat.

Kata kunci: Media Sosial TikTok, Self Awereness, Siswa

ABSTRACT

This study aims to determine how much exposure to social media TikTok in Self Awereness of class XII IPS Students of SMAN 2 Subang. This study uses the concept of media exposure by Rosengreen by measuring 3 indicators of media exposure including frequency, attention, and duration. This research uses quantitative description research method. Respondents in this study were Class XII IPS Students of SMAN 2 Subang totaling 75 students. The sampling technique uses saturated sample technique, for data collection obtained through pre-research, questionnaires, interviews and documentation. After doing the research, the results showed that the amount of uses of social media TikTok in Self Awereness of Class XII IPS students of SMAN 2 Subang was 70.91% included in the high/strong category level.

Keywords: *TikTok Social Media, Self Awereness, Student.*

PENDAHULUAN

Perkembangan Teknologi yang semakin pesat membuat beragamnya jenis penyampaian informasi mulai dari media cetak, siaran televisi, kemudian adanya koneksi internet, dan sosial media. Internet dan Sosial Media kini menjadi hal yang utama dalam penyebaran informasi, dengan jangkauan yang mudah di akses oleh semua kalangan membuat munculnya keberagaman bentuk sebuah informasi (Anang Sugeng, 2017). Dalam era yang serba digital ini informasi tidak hanya berbentuk teks saja melainkan berupa foto maupun video. Sebuah informasi atau disebut dengan Konten dapat diunggah ke beragam jenis media komunikasi yang berbasis teknologi internet atau disebut dengan *New Media* (Andini, 2021).

Hadirnya teknologi Media Baru membuat pola baru dalam ber-media, kemudahan akses dan fasilitas yang dihadirkan oleh teknologi yang baru membuat semua orang dengan sangat mudah memanfaatkannya (Andini, 2021). Proses penyampaian informasi melalui teknologi digital, informasi atau konten disalurkan dan kemudian dapat diakses melalui perangkat yang terhubung dengan jaringan internet. Selain dari fungsi penyampaian informasi media baru juga digunakan sebagai media hiburan seperti menggunakan media sosial. Media sosial sendiri merupakan sebuah bentuk dari media baru yang memungkinkan penggunanya dapat bersosialisasi atau berinteraksi satu sama lain dengan dukungan jaringan internet yang aktivitasnya tidak dibatasi suatu ruang maupun waktu (Rafi Saumi, 2012).

Dilansir dari *unpas.ac.id* salah satu keunggulan media sosial yaitu dapat menghapus batasan-batasan manusia agar

bisa bersosialisasi karena dalam media sosial penggunanya dimungkinkan bisa berkomunikasi antar pengguna tanpa mengenal jarak satu sama lain media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan penggunanya seseorang yang awalnya “kecil” bisa seketika menjadi “besar” dengan media sosial, begitupula kebalikannya orang “besar” dalam hitungan waktu sekejap dapat menjadi “kecil” akibat dari media sosial. Beberapa keunggulan media sosial ini berdampak kepada angka pengguna media sosial sangat tinggi, menurut *Kompas.com* berdasarkan data dari *We Are Social* pada tahun 2021 pengguna media sosial di Indonesia berjumlah 170 juta pengguna aktif dari total populasi 274,9 juta jiwa, artinya pengguna media sosial di Indonesia setara dengan 61,8 persen dari total populasi.

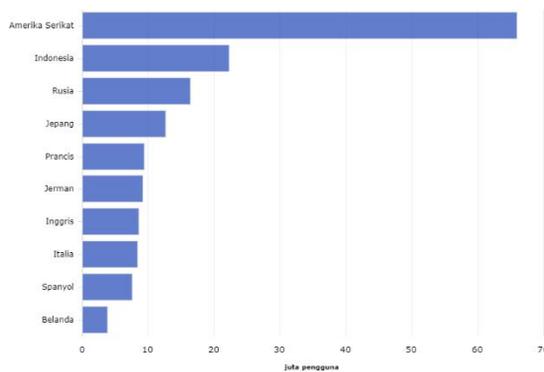
Keberagaman informasi yang mudah didapatkan oleh pengguna media sosial seringkali membuat para penggunanya haus akan kebaruan dari bentuk sebuah media sosial, salah satu bentuk media sosial yang memiliki jumlah angka pengguna yang sangat tinggi yaitu terdapat pada media sosial TikTok (Debra Ruth, 2021). TikTok adalah salah satu bentuk dari media sosial yang menyediakan fitur spesial efek menarik dan unik yang dapat digunakan para penggunanya dengan mudah. Pada media sosial TikTok, pengguna dapat membuat video singkat dengan hasil yang sangat menarik dan dapat di publikasikan kepada pengguna lainnya, selain itu TikTok menyediakan dukungan musik pada konten buatan pengguna sehingga penggunanya dapat membuat video dengan aktivitas tarian, gaya unik, dan aktivitas kreatif lainnya (Vionita, 2019). Media sosial ini memberikan konten yang berbentuk video dimana hal tersebut

membuat daya tarik peminatnya sangat tinggi.

Berdasarkan *databoks.kadata.co.id* pengguna media sosial TikTok di Indonesia merupakan pasar kedua terbesar di dunia.

Gambar 1. 1

Negara Dengan Pengguna TikTok Terbanyak Tahun 2021



(Sumber: Statista (*databoks.kadata.co.id* Diakses pada 20 Desember 2021)

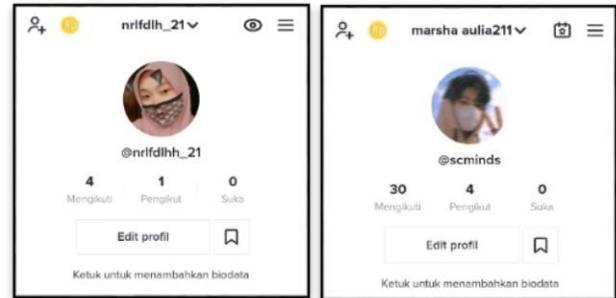
Data yang dilansir *databoks.kadata.co.id* pada gambar diatas pengguna media sosial TikTok di Indonesia menduduki tingkat kedua terbesar di dunia dengan jumlah 22,2 juta pengguna aktif bulanan, sementara negara Amerika Serikat menduduki peringkat pertama teratas dengan jumlah 65,9 juta pengguna aktif bulanan, dan negara Rusia menyusul dengan jumlah 16,4 juta pengguna aktif, kemudian dengan angka 12,6 juta diduduki negara Jepang. Menurut *databoks.co.id* dikutip dari *The Verge*, TikTok melaporkan bahwa pengguna aktif bulannya kini telah melewati angka satu miliar.

Dilansir dari *tekno.kompas.com* pengguna media sosial TikTok berasal dari kalangan muda dengan rentan usia 18-24 tahun namun ternyata menurut sumber yang sama dimulai dari usia 13 tahun juga sudah banyak yang aktif

menggunakan media sosial TikTok. Dari data tersebut pengguna media sosial TikTok merupakan kalangan anak muda yang artinya mereka masih mengenyam pendidikan di bangku sekolah. Melihat keunggulan yang ditawarkan oleh media sosial ini yang kemudian dimanfaatkan oleh pengguna dari kalangan siswa-siswi untuk mendapatkan dan memberikan informasi, bertinteraksi dengan orang lain sekaligus hiburan dari seluruh penjuru dunia tanpa terbatas oleh jarak dan waktu.

Gambar 1. 2

Profil TikTok Siswa Kelas XII IPS SMAN 2 Subang



(Sumber: Tangkapan Layar Akun Media Sosial TikTok)

Dengan hadirnya keberadaan internet dan media sosial TikTok di kalangan siswa-siswi tidak menutup kemungkinan media sosial tersebut dapat berdampak kedalam kehidupan mereka (Luluk Makrifatul, 2021). Di usia siswa-siswi yang masih dalam tahap perkembangan kematangan mental, emosional, sosial, fisik, yang merupakan periode perkembangan individu ini tentunya segala bentuk terpaan melalui media sosial TikTok berperan dalam pertumbuhan mereka seperti pertumbuhan tingkat kesadaran diri para siswa-siswi. Terpaan melalui media sosial merupakan suatu kondisi pengguna media tersebut diterpa informasi melalui media baru juga disebut sebagai

komunikasi massa karena menjangkau khalayak global melalui jaringan dan juga koneksi internet (McQuail: 2011).

Self Awerness atau kesadaran diri adalah suatu kemampuan individu dalam cara memahami pikiran, perasaan, dan evaluasi diri. Hal tersebut dapat membantu seorang individu untuk bisa memahami kelemahan, kekuatan, dorongan, hingga nilai yang ada dalam diri sendiri maupun orang lain. *Self Awerness* merupakan suatu pondasi bagi sebagian besar unsur kesadaran emosional (Umami, 2021). Dalam hal ini siswa-siswi penting penting untuk memahami dirinya sendiri serta setiap perubahan yang terjadi pada dirinya karena *Self Awerness* sendiri yaitu satu ciri yang unik dan mendasar pada diri seorang individu, dimana nantinya akan membedakan satu individu dengan individu lainnya. Jika seorang siswa memiliki tingkat kesadaran yang baik, maka seorang siswa/siswi tersebut dapat memilih dan membedakan mana perilaku yang positif dan perilaku yang negatif (Umami, 2021).

Fenomena tersebut bisa saja terjadi pada siswa-siswi Sekolah Menengah Atas Negeri 2 Subang. Karena pada masa-masa usia siswa saat ini identitas diri belum sepenuhnya terbentuk, pada dasarnya diusia mereka pertumbuhan emosional, fisik masih belum terbentuk sepenuhnya. Sehingga tidak menutup kemungkinan bahwa terpaan dari media sosial TikTok.

Peneliti melakukan pra-penelitian di SMAN 2 Subang, alasan peneliti melakukan pra-penelitian di SMAN 2 Subang karena pada sekolah ini siswa-siswa tidak dilarang untuk membawa atau menggunakan alat komunikasi mereka yaitu *Handphone* atau *Smartphone*, sehingga siswa diberi kebebasan untuk

memakai Smartphone mereka di dalam lingkungan sekolah, maka tidak menutup kemungkinan siswa-siswi SMAN 2 Subang diterpa oleh media. Kegiatan Pra-Penelitian tentunya sudah melawati tahap perizinan dengan pihak kedinasan maupun pihak sekolah, dengan diberikannya izin peneliti dapat melaksanakan kegiatan pra-penelitian di sekolah SMAN 2 Subang.

Dari data pengguna media sosial TikTok siswa kelas XII SMAN 2 Subang yang peneliti temukan dapat disimpulkan sebanyak 51% pengguna media sosial TikTok di kelas XII IPS dan sebanyak 13% pengguna media sosial TikTok di kelas XII MIPA. Nurul (17 tahun), Nur (16 Tahun), M.Surya (17 Tahun) merupakan siswa-siswi pengguna media sosial TikTok mengatakan bahwa ketika mereka sedang menggunakan media sosial TikTok mereka mengaku saat melihat isi konten-konten yang ada di media sosial TikTok secara tidak langsung mereka dapat mengenali serta memahami perasaan yang dimilikinya. Hal ini dipertegas oleh pernyataan dari Marsha yang merupakan salah satu siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang yang menyatakan melalui wawancara secara langsung:

Marsha: “Bener banget kak, kalau aku lagi lihat TikTok itu bercampur emosi. Kadang ngerasain seneng ketawa-ketawa, kadang sedih sampai terharu.”

“Sering banget kalau lagi main TikTok bawaan-nya pengen lebih memperbagus penampilan, soalnya lihat orang-orang di TikTok itu kayanya gampang banget biar keliatan lebih cantik”

Berdasarkan pernyataan diatas didapatkan bahwa salah satu bentuk *Self Awerness* siswa bisa dilihat dari

pengalaman siswa tersebut pada saat menggunakan media sosial TikTok, pernyataan-pernyataan yang mengungkapkan dapat mengenali emosi diri sendiri merupakan bentuk dari *Self Awareness*. Selain dari pengungkapan tentang perasaan emosional yang siswa tersebut dapat rasakan, ia juga bisa menilai atau mengenali kekurangan dan kelebihan pada dirinya sendiri dan juga pada orang lain yang mana hal tersebut merupakan bentuk dari *Self Awareness* karena *Self Awareness* sendiri merupakan perhatian yang berlangsung saat seseorang mencoba memahami keadaan internal dirinya (Manap Solihat, 2015:74).

Dari kegiatan Pra-penelitian yang telah dilaksanakan dapat dilihat bahwa adanya sebuah terpaan media terutama terpaan media sosial TikTok yang mana terjadi pada *Self Awareness* siswa SMAN 2 Subang.

TINJAUAN PUSTAKA

New media merupakan berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan oleh sumber untuk mengirim atau menyampaikan pesan kepada penerima (Mulyana dalam jurnal Puspita, 2008 : 70). Media baru merupakan salah satu bentuk media tradisional atau perpaduan antara media tradisional dan media digital. Keunggulan media baru adalah memiliki karakteristik *real-time*, sehingga pengguna dapat dengan cepat mengakses informasi dan segala macam kebutuhan kapan saja, di mana saja selama pengguna terhubung dengan perangkat atau jaringan internet. (Puspita, 2015 : 206).

New Media adalah media online yang berbasis teknologi, bersifat fleksibel serta interaktif, berfungsi secara publik maupun privat dengan menggunakan internet (Mondry, 2008:13). *New Media* yang diartikan sebagai produk komunikasi yang

termediasi teknologi, terdapat bersama komputer digital (Creeber & Martin, 2009; Cindie 2020).

Media Sosial TikTok atau yang dulu dikenal dengan Douyin, secara harfiah berasal dari negara Cina, dan diluncurkan pada bulan September 2016 oleh Zhang Yiming. TikTok merupakan *platform* video pendek yang dibuat dengan durasi 15 detik yang berbasis sosial dan didukung musik. TikTok digunakan untuk merekam, mengedit dan mengunggah ke beberapa media sosial sehingga dapat dilihat oleh teman-teman baik sesama pengguna TikTok maupun yang bukan pengguna TikTok, yang membedakannya dengan media sosial lain yaitu TikTok memiliki berbagai macam fitur yang bisa dinikmati penggunaannya seperti adanya fitur spesial *effects* yang berfungsi untuk menciptakan sebuah video yang menarik, selain itu dilengkapi dengan fitur *music background* dari berbagai artis terkenal dari berbagai penjuru dunia, dan fitur wajah yang penggunaannya dapat membuat video dengan berbagai rupa tampilan wajah unik mulai dari wajah lucu, seram, sedih, marah dan lain-lain. (Fauziah, 2019)

Self Awareness atau kesadaran diri secara harfiah, kesadaran sama artinya dengan mawas diri (*awareness*). Kesadaran juga bisa diartikan sebagai kondisi di seorang individu memiliki kendali penuh terhadap stimulus internal maupun stimulus eksternal. Namun, kesadaran juga mencakup dalam persepsi dan pemikiran yang secara samar-samar disadari oleh individu sehingga akhirnya perhatiannya terpusat. (Manap Solihat, 2015:74).

Self Awareness (kesadaran diri) adalah perhatian yang berlangsung ketika seseorang mencoba memahami keadaan internal dirinya. Prosesnya berupa semacam refleksi di mana seseorang secara sadar memikirkan hal-hal yang ia alami berikut

emosi-emosi mengenai pengalaman tersebut. Dengan kata lain, Self Awareness adalah keadaan ketika kita membuat diri sendiri sadar tentang emosi yang sedang kita alami dan juga pikiran-pikiran kita mengenai emosi tersebut. (Manap Solihat, 2015:74).

Terpaan melalui media baru merupakan kondisi audiens diterpa informasi melalui media baru yang disebut juga komunikasi massa karena secara potensial menjangkau khalayak global melalui jaringan dan koneksi internet. Media baru telah muncul sebagai hasil dari inovasi teknologi. (McQuail: 2011).

Menurut Rosengreen (1974) dalam Rakhmat (2004:66) untuk mengukur terpaan media dapat dilihat dari 3 faktor:

1. Frekuensi, dapat diukur berdasarkan seberapa sering komunikasi dari media melihat, membaca, dan mendengarkan media tersebut. Semakin tinggi frekuensi, pesan semakin menempel dalam benak konsumen dan menimbulkan perhatian dari audiens.
2. Perhatian (atensi), suatu proses mental seseorang dalam menyimak pesan di media. Meliputi melihat, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain. Unsur audio, video, dan sebagainya berperan dalam hal ini. Karena menentukan ketertarikan dan fokus khalayak ketika menyimak isi pesan.
3. Durasi, yaitu seberapa lama media dilihat, didengarkan dan dibaca oleh khalayak

METODELOGI

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dimana pendekatan kuantitatif yaitu sebuah metode penelitian yang bertujuan menggambarkan fenomena atau gejala sosial secara kuantitatif atau menganalisis

bagaimana fenomena atau gejala sosial yang terjadi di masyarakat saling berhubungan satu sama lain. (Sudaryono, 2019: 98).

Dalam penelitian ini, peneliti telah melakukan pra-penelitian dan menemukan hasil populasi yang dipilih dalam objek penelitian adalah siswa Kelas XII IPS SMAN 2 Subang yang berjumlah 4 kelas dengan jumlah 75 pelajar/siswa yang menggunakan media sosial TikTok berdasarkan data yang ditemukan peneliti melalui kegiatan pra-penelitian.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu sampel jenuh. Menurut Sugiyono (2017:85) teknik sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel dimana semua anggota populasi 100% digunakan untuk dijadikan sebagai sampel. Jadi jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu berjumlah 75 pelajar/siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang yang menggunakan media sosial TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian indikator frekuensi yang diperoleh dari 75 responden, maka di dapatkan hasil jumlah responden yang memberikan nilai interval tinggi/kuat dengan presentase 72.85%. Dari 5 pernyataan indikator frekuensi nilai tertinggi mean berada pada item ke-2 (kedua) dengan nilai 4.10. Nilai median pada indikator frekuensi pada 5 item pernyataan tersebut memiliki nilai tengah dominan 4.00 dan 3.00. Kemudian untuk nilai modus pada indikator frekuensi dari seluruh pernyataan angka yang sering muncul adalah angka 5 pada item ke-2. Untuk nilai variansi tertinggi pada lima pernyataan dari indikator frekuensi tersebut berada pada item ke-5 dengan nilai 1.983.

Berdasarkan hasil penelitian indikator atensi yang diperoleh dari 75 responden, maka di dapatkan hasil jumlah responden yang memberikan nilai interval sangat kuat/sangat tinggi dengan presentase 86.45%. Dari 6 pernyataan indikator atensi nilai tertinggi mean berada pada item ke-7 dengan nilai 4.12. Nilai median pada indikator atensi pada 6 item pernyataan tersebut memiliki nilai tengah dominan 3.00. Kemudian untuk nilai modus pada indikator atensi dari seluruh pernyataan angka yang sering muncul adalah angka 3 pada item ke-7 (ke tujuh). Untuk nilai variansi tertinggi pada enam pernyataan dari indikator atensi tersebut berada pada item ke-11 dengan nilai 1.703.

Berdasarkan hasil penelitian indikator durasi yang diperoleh dari 75 responden, maka di dapatkan hasil jumlah responden yang memberikan nilai interval tinggi/kuat dengan presentase 66.56%. Dari 5 pernyataan indikator durasi nilai tertinggi mean berada pada item ke-15 dengan nilai 4.12. Nilai median pada indikator durasi pada 5 item pernyataan tersebut memiliki nilai tengah dominan 3.00. Kemudian untuk nilai modus pada indikator durasi dari seluruh pernyataan angka yang sering muncul adalah angka 3 pada item ke-14. Untuk nilai variansi tertinggi pada lima pernyataan dari indikator durasi tersebut berada pada item ke-16 dengan nilai 1.450.

Berdasarkan hasil penelitian terhadap terpaan media sosial TikTok pada *Self Awareness* secara keseluruhan, didapatkan hasil bahwa dari 75 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 70.91%. Dari 3 indikator terpaan media dengan beberapa pernyataan bahwa indikator frekuensi nilai rata-rata tertinggi berada pada item

ke-2, untuk indikator atensi nilai rata-rata tertinggi berada pada item ke-7 dan untuk indikator durasi nilai rata-rata tertinggi berada pada item ke-15.

Hal ini menunjukkan dalam terpaan media sosial TikTok dikalangan siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang pada *Self Awareness* bahwa responden siswa dapat mengakses media sosial TikTok lebih dari 5 kali dalam sehari, mereka juga dapat menghabiskan waktu berjam-jam untuk mengakses media sosial TikTok. Selain itu responden siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang mengakses media sosial TikTok terlalu lama dapat membuat mereka bosan.

Menurut Rosengreen (1974) dalam Rahkmat (2004 : 66) Terpaan media adalah suatu perilaku seseorang (audiens) dalam menggunakan media. Maksudnya bahwa seseorang dinyatakan terpa oleh suatu media (khususnya TikTok) karena jumlah waktu yang digunakan dalam bermain dan isi pesan media yang dikonsumsi melekat pada pengguna media tersebut. Berdasarkan hasil penelitian ini terpaan media sosial TikTok pada *Self Awareness*, didapatkan bahwa penelitian ini dinyatakan adanya terpaan media dengan terbuktinya nilai interval yang tinggi/kuat didapat dari seluruh indikator.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang telah ditepa oleh suatu media yaitu media sosial TikTok karena tingginya tingkat frekuensi, atensi, durasi dengan nilai keseluruhan interval 70.91%.

KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan terhadap 75 responden siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang yang bertujuan untuk menjawab rumusan

masalah penelitian mengenai seberapa besar terpaan media sosial TikTok pada *Self Awareness* siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang dan identifikasi masalah penelitian mengenai seberapa besar frekuensi, atensi, dan seberapa lama durasi terpaan media sosial TikTok pada *Self Awareness* siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Nilai indikator frekuensi terpaan media sosial pada *Self Awareness* bahwa dari 75 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 72.85%. Hal ini membuktikan bahwa dengan munculnya presentase interval tinggi/kuat karena ditemukannya banyaknya responden siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang membuka aplikasi media sosial TikTok lebih dari 10 kali dalam waktu satu minggu, dengan adanya intensitas penggunaan media sosial TikTok yang tinggi siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang tidak pernah ketinggalan membuka aplikasi media sosial TikTok dan dalam waktu sehari mereka sering membuka media sosial TikTok lebih dari 5 kali.
2. Nilai indikator atensi terpaan media sosial pada *Self Awareness* bahwa dari 75 responden memberikan nilai interval sangat tinggi dengan presentase 86.45%. Hal ini membuktikan bahwa dengan munculnya presentase interval sangat tinggi/kuat yaitu karena banyaknya responden siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang merasa senang saat menggunakan media sosial TikTok dan dapat mengetahui emosi mana yang sedang mereka

rasakan atau alami ketika mereka sedang menggunakan media sosial TikTok dan responden siswa lebih merasa percaya diri ketika mereka menggunakan media sosial TikTok karena mereka lebih tertarik dengan media sosial TikTok yang selalu memberikan informasi yang cepat dibanding media sosial lainnya (*up-to-date*).

3. Nilai indikator durasi terpaan media sosial pada *Self Awareness* bahwa dari 75 responden memberikan nilai interval tinggi dengan presentase 66.56%. Hal ini membuktikan bahwa dengan munculnya nilai interval tinggi/kuat karena banyaknya responden siswa kelas XII IPS SMAN 2 Subang dalam waktu sehari mereka dapat mengenali kelebihan dan kekurangan diri yang mereka miliki saat menggunakan media sosial TikTok yang mana bahwa adanya keberagaman jenis konten yang ada dalam media sosial TikTok dapat memicu kesadaran diri penggunaannya di berbagai aspek kehidupan.

DAFTAR PUSTAKA

- Dr. Elvinaro Ardianto, M.Si, Dra. Lukiati Komala, M.Si, Dr. Siti Karlinah, M.Si. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Kriyantono, R. (2006). Kriyantono, Rachmat. 2006 *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Pranada Media Group. In *Teknik Praktis Riset Komunikasi* by Rachmat Kriyantono (p. 154).

- Manap Solihat, Melly P, Olih Solihin. 2014 *Interpersonal Skill*. Bandung: Rekayasa Sains
- Nurudin. (2017). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada
- Sugiyono. (2009). *Statistik untuk Penelitian Kuantitatif*. 55–136.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfa Beta Bandung.
- Anjani, Vionita (2019) “*Persepsi Masyarakat Terhadap Aplikasi Tik Tok (Studi Deskriptif Kuantitatif Aplikasi Tik Tok di Kalangan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP USU Stambuk 2015 dan 2016)*” Universitas Sumatera Utara. Diakses dari: <https://repositori.usu.ac.id/handle/123456789/17112>
- Estiani, Ria. (2020) “*Hubungan Terpaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Promosi Pada UMKM di Kabupaten Karawang*”. Diakses dari: <https://jurnal.umj.ac.id/index.php/KNEMA/>
- Khairunnisa, Hani (2017) “*Self Esteem, Self Awereness dan Perilaku Asertif Pada Remaja*” Universitas Muhammadiyah Malang”. Diakses dari: <http://eprints.umm.ac.id/43485/>
- Sitorus, Fredrick. (2018) “*Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Perilaku Anak (Studi pada Penggunaan Aplikasi TikTok Pada Remaja di Kota Medan)*” Universitas Muhammadiyah”. Diakses dari: <http://repository.umsu.ac.id/handle/123456789/4566>
- Umami, Mafazatul (2021) “*Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial dan Self Awereness Pada Remaja Lombok Timur*” Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. Diakses dari: <http://etheses.uin-malang.ac.id/27453/>
- Usrina, Nora. (2021) “*Pengaruh Media Sosial TikTok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Quran Ar-Risalah*” Universitas Islam Negeri Ar-Rainiry Banda Aceh”. Diakses dari: <https://docplayer.info/217246234-Pengaruh-media-sosial-tik-tok-terhadap-gaya-komunikasi-santri-taman-pendidikan-al-qur-an-ar-risalah-skripsi-diajukan-oleh.html>
- Fauziah, Yuliani Resti. 2020. “*Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi TikTok di Kota Bandung*” *EJournal Ilmu Komunikasi*.
- Nurhadi, Zikri. 2017. “*Kajian Tentang Eektivitas Pesan Dalam Komunikasi*” Universitas Garut. *EJournal Ilmu Komunikasi*
- Oktaheriyani, Desy. 2020. “*Analisis Perilaku Komunikasi Pengguna Media Sosial TikTok (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UNISKA MAB Banjarmasin)*” *EJournal Ilmu Komunikasi*
- Pitri, Ria. 2014. “*Komunikasi Interpersonal Pelatih Sepak Bola*” FIK UNY. *EJournal Ilmu Komunikasi*
- Putri, Dwi. 2020. “*Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang*” Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. *EJournal Ilmu Komunikasi*
- Putri, Elda Trialisa. 2019. “*Self-Awareness Training untuk*

Menghadapi Fenomena Pernikahan Dini” Ejournal Ilmu Komunikasi

Utami, Andini. 2021.1 “*Media Baru dan Anak Muda: Perubahan Bentuk Media Dalam Interaksi Keluarga*” Universitas Airlangga. *EJournal Ilmu Komunikasi*

Lely Azizah (September 2021) “Self Awareness: Kesadaran Diri dalam Memahami Diri Sendiri” Diakses dari:
<https://www.gramedia.com/best-seller/self-awareness-kesadaran-diri/>

Muchlisin Riadi (01 Desember 2020) “Kesadaran Diri (Self Awareness) - Pengertian, Aspek, Indikator dan Pembentukan” Diakses dari:
<https://www.kajianpustaka.com/2020/12/kesadaran-diri-self-awareness.html>

Conney Stephanie (14 Oktober 2021) “Berapa Lama Orang Indonesia Akses Internet dan Medsos Setiap Hari” Diakses dari:
<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/23/11320087/berapa-lama-orang-indonesia-akses-internet-dan-medsos-setiap-hari?page=all>

Pengertian Aplikasi TikTok diakses dari:
<https://trikinet.com/post/apa-itu-tik-tok/>