

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *TIK TOK*  
SEBAGAI PEMBENTUK IDENTITAS  
REMAJA GENERASI Z**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
SyaratGuna Memperoleh Gelar S1 Psikologi Islam (S.Psi) Pada  
Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama-AgamaUIN  
Raden Intan Lampung**

**Oleh :**

**Yuri Gitta Fadhila  
NPM 1831080291**



**Program Studi : Psikologi Islam**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1445 H / 2023 M**

**PENGARUH MEDIA SOSIAL *TIK TOK* SEBAGAI  
PEMBENTUK IDENTITAS  
REMAJA GENERASI Z**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-  
SyaratGuna Memperoleh Gelar S1 Psikologi Islam (S.Psi) Pada  
Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama-AgamaUIN  
Raden Intan Lampung**

Oleh :

**Yuri Gitta Fadhila  
NPM 1831080291**

**Pembimbing I : Drs. M. Nursalim Malay, M.Si**

**Pembimbing II : Nugroho Arief S, M.Psi, Psikolog**

**Program Studi : Psikologi Islam**

**FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG**

**1445 H / 2023 M**

## ABSTRAK

### **PENGARUH MEDIA SOSIAL *TIK TOK* SEBAGAI PEMBENTUK IDENTITAS REMAJA GENERASI Z**

Oleh

**Yuri Gitta Fadhila**

Media sosial *Tik Tok* terbukti memiliki ranking yang baik di *Playstore*, yaitu 4,6 dari 5 atau 92%. ada lebih dari 100 juta pengguna. Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengaruh media sosial *Tik Tok* sebagai pembentuk identitas dan mendeskripsikan faktor-faktor yang menjadikan *Tik Tok* sebagai pembentukan identitas remaja Generasi Z. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara dan studi dokumen. Hasil pada penelitian ini menunjukkan bahwa dengan adanya berbagai layanan dimedia sosial seperti *Tik Tok* dapat membentuk identitas diri remaja menjadi lebih dewasa dari usianya, keterbukaan diri remaja melalui keinginan untuk bisa eksis dengan memposting kegiatan yang dilakukan dan mengungkapkan kegiatan pribadi dalam bentuk editan foto atau video. Media sosial *Tik Tok* sangat berdampak membentuk diri yang negatif dilingkungan remaja, dengan menyalahgunakan media sosial untuk keseharian remaja seperti pada saat membuka *Tik Tok* remaja akan asik melihat postingan yang ada dimedia sosial sehingga melalaikan kegiatan yang akan remaja lakukan.

**Kata kunci :** Media Sosial, Tik-Tok, Identitas Diri, Generasi Z

## **ABSTRACT**

### ***THE INFLUENCE OF TIK TOK'S SOCIAL MEDIA AS THE FORMATION OF Z GENERATION ADOLESCENT IDENTITY***

**By**

**Yuri Gitta Fadhila**

*Social media Tik Tok is proven to have a good ranking on Playstore, which is 4.6 out of 5, or 95%. there are more than 100 million users. This study aims to understand the influence of Tik Tok social media as identity formation and describe the factors that make Tik Tok the identity formation of Generation Z. This research uses a descriptive qualitative approach with data collection techniques through interviews and document studies. The results of this study indicate that the existence of various social media services such as Tik Tok can form adolescent self-identities to become more mature than their age, self-disclosure of adolescents through the desire to be able to exist by posting activities carried out and disclosing personal activities in the form of photo or video edits. Tik Tok's social media has a very large impact on forming a negative self in the youth environment, by misusing social media for the daily lives of teenagers, such as when opening Tik Tok, adolescent will be engrossed in seeing posts on social media so they neglect the activities that teenagers are going to do.*

**Keywords:** *Social Media, Tik-Tok, Self-Identity, Generation Z.*

## PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : YURI GITTA FADHILA  
NIM : 1831080291  
Program Studi : Psikologi Islam

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Media Sosial *TikTok* Sebagai Pembentuk Identitas Remaja Generasi Z" merupakan hasil karya peneliti dan bukan hasil plagiasi dari karya orang lain. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi, maka peneliti bersedia menerima konsekuensi sesuai aturan yang berlaku di Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya.  
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Bandar Lampung, 28 April 2023  
Menyatakan,



**Yuri Gitta Fadhila**  
**NPM. 1831080291**





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS USHULUDDIN DAN STUDI AGAMA  
PROGRAM STUDI PSIKOLOGI ISLAM**

*Jl. Letkol H. Endro Suratmin, Sukarame 1 Bandar Lampung, telp. (0721) 703260*

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : Pengaruh Media Sosial Tiktok Sebagai Pembentuk  
Identitas Remaja Generasi Z  
Nama : Yuri Gitta Fadhila  
NPM : 1831080291  
Program Studi : Psikologi Islam  
Fakultas : Ushuluddin dan Studi Agama

**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasyahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasyah  
Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama UIN Raden Intan Lampung

**Pembimbing I**

**Drs. H. M. Nursalim Malay, M.Si**  
**NIP. 196301011999031001**

**Pembimbing II**

**Nugroho Arief Setiawan, M.PSi., Psikolog**  
**NIDN.2004028703**

**Mengetahui**

**Kepala Prodi Psikologi Islam**

**Drs. H. M. Nursalim Malay, M.Si**  
**NIP. 196301011999031001**





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS TARBIYAH DAN KEGURUAN**

Alamat: Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721)703260

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul : **“Pengaruh Media Sosial Tiktok Sebagai Pembentuk Identitas Remaja Generasi Z”** disusun oleh Yuri Gitta Fadhila NPM 1831080291. Program studi Psikologi Islam. Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama, telah dimunaqsyahkan pada hari, tanggal : Selasa, 27 Juni 2023

**TIM MUNAQASYAH**

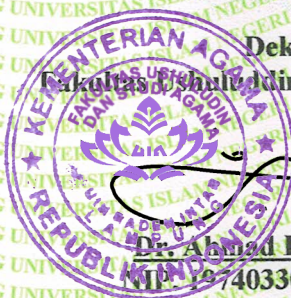
**Ketua : Dr. Suhandi, M.Ag**

**Sekretaris : Angga Natalia, M. I. P**

**Penguji Utama : Intan Islamia, M. SC**

**Penguji Pendamping I : DRS. H. M. Nursalim Malay. M.Si**

**Penguji Pendamping II : Nugroho Arief S. M.Psi, Psikolog**



**Dekan**  
**Fakultas Ushuluddin Dan Studi Agama**

**Dr. Ahmad Isnaeni, MA**  
**NIP. 7403302000031001**

## MOTTO

يَبُنِيَّ أَقِمِ الصَّلَاةَ وَأْمُرْ بِالْمَعْرُوفِ وَأَنْهَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأَصْبِرْ عَلَيَّ  
مَا أَصَابَكَ ۗ إِنَّ ذَٰلِكَ مِنْ عَزَمِ الْأُمُورِ ﴿١٧﴾

**Wahai anakku, tegakkanlah salat dan suruhlah (manusia) berbuat yang makruf dan cegahlah (mereka) dari yang mungkar serta bersabarlah terhadap apa yang menimpamu. Sesungguhnya yang demikian itu termasuk urusan yang (harus) diutamakan. (Q.S Lukman: 17)**





## PERSEMBAHAN

*Bismillahirrahmanirrahim*

Yang Utama Dari Segalanya, sembah sujud serta syukur kepada Allah SWT. Taburan cinta dan kasih sayang-Mu telah memberikanku kekuatan, membekaliku dengan ilmu serta memperkenalkanku dengan cinta. Atas karunia serta kemudahan yang Engkau berikan akhirnya skripsi yang istimewa ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan keharibaan Baginda Nabi Muhammad SAW. Segala syukur kuucapkan kepadaMu Ya Rabb, karena sudah menghadirkan orang-orang berarti disekeliling saya. Yang selalu memberi semangat dan doa, yang skripsi saya ini dapat terselesaikan dengan baik. Untuk karya yang istimewa ini, maka saya persembahkan untuk :

1. Teruntuk ayah saya Sigit Setiawan dan ibu saya Utami Dewi yang saya cintai dan sayangi. Terima kasih telah memberikan cinta dan kasih sayang yang begitu besar untukku dan selalu memberikanku hal yang terbaik. Terima kasih atas semuakerja keras, usaha dan doa kalian sehingga aku dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Teruntuk teman – teman saya Jihan Fadillah Ulhaq dan Nova Anggraeni serta Evi Octavia Setiani. Terimakasih telah memberikan semangat dan dukungan, menghibur dikala saya sedih dan down saat pengerjaan skripsi, terimakasih atas doa - doa yang telah diberikan untuk saya bisa menyelesaikan skripsi ini.

## RIWAYAT HIDUP

Nama lengkap Yuri Gitta Fadhila ,dilahirkan di Banyuwangi pada tanggal 18 Februari 2000. Anak pertama dari dua bersaudara, dengan ayah yang bernama Sigit Setiawan dan ibu yang bernama Utami Dewi. untuk pertama kali menempuh pendidikan di :

- 1) TK Aisyiyah Bustanul Athfal Banyuwangi , Lulus tahun 2006
- 2) SD Muhammadiyah Banyuwangi , Lulus tahun 2012
- 3) SMP Muhammadiyah Banyuwangi, Lulus tahun 2015
- 4) SMA Muhammadiyah Pringsewu, Lulus tahun 2018

Pada tahun 2018 terdaftar sebagai salah satu mahasiswa pada program S1 Psikologi Islam, Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.



## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirohim*

*Assalamualaikum warrahmatullahi wabarakatuh,*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah yang telah melimpahkan rahmat, nikmat dan karunia-Nya sehingga peneliti mampu menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Media Sosial *TikTok* Sebagai Pembentuk Identitas Remaja Generasi Z ” Shalawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi pemimpin terbaik di kehidupan umat manusia. Peneliti menyadari bahwa selesainya skripsi ini tidak terlepas dari dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, maka pada kesempatan ini peneliti menyampaikan terima kasih tiada hingga kepada.

1. Bapak Dr. Ahmad Isnaeni, MA selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Studi Agama.
2. Bapak Drs. M. Nursalim Malay, M.si selaku Ketua Prodi Psikologi Islam sekaligus selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan arahan dan bantuan dari awal bimbingan sampai dengan terselesainya skripsi ini.
3. Bapak Nugroho Arief Setiawan, S.Psi, M.Psi, Psikolog dosen pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk mendampingi peneliti dari awal proses bimbingan sampai dengan selesainya skripsi ini dengan penuh kesabaran dan dedikasi tinggi untuk peneliti.
4. Bapak dan Ibu Tim Penguji Skripsi yang telah memberikan banyak masukan untuk peneliti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Pekon Banyuwangi kecamatan Banyumas Kapupaten Pringsewu yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi menjadi subjek pada penelitian ini.
6. Teman-teman kelas E Psikologi Islam angkatan 2018 dan teman seperjuanganku ( Nyimas, Dian M, Kinan, Mefta, Tomi, Yuma, Kiki, Astuti, Azmi ) terimakasih atas waktu, bantuan dan kebersamaannya selama masa perkuliahan. Teman-teman seperbimbingan yang telah memberikan dukungan dan motivasi selama pengerjaan skripsi. Seluruh teman-teman Psikologi Islam angkatan 2018 yang telah



membantu dan belajar bersama selama perkuliahan.

7. Yang terakhir, saya sangat berterima kasih kepada Pimpinan dan Staff perpustakaan serta seluruh civitas akademik Fakultas Ushuluddin dan Stadi Agama.

Peneliti berharap kepada Allah SWT semoga apa yang telah mereka berikan dengan segala kemudahan dan keikhlasannya akan menjadi pahala dan amal yang barokah serta mendapat kemudahan dari Allah SWT. Aamiin.

*Hasbunallah wani'mal wakil ni'mal maula wani'man nasyir  
Wassalamualikum warahmatullahi wabarakatuh*



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	<b>v</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>ix</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>x</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR SKEMA</b> .....	<b>xv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian .....	7
D. Manfaat Penelitian .....	8
E. Penelitian Terdahulu Yang Relevan .....	8
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Identitas Diri .....	11
1. Definisi Identitas Diri.....	11
2. Aspek-Aspek Identitas Diri.....	12
3. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Identitas.....	13
B. Media Sosial.....	15
1. Definisi Media Sosial.....	15
2. Karakteristik Media Sosial.....	15
3. Fungsi Media Sosial.....	17
4. Dampak Positif dan Negatif Media Sosial .....	18
C. Tik Tok.....	19
1. Definisi Tik Tok.....	19
2. Faktor-Faktor Tik Tok menjadi Popular. ....	21
D. Remaja .....	23
1. Definisi Remaja .....	23
2. Definisi Identitas Remaja.....	24

3. Hal-Hal Yang Mempengaruhi Pembentukan Identitas Diri Remaja .....	26
4. Faktor- Faktor Pembentukan Identitas Diri Remaja .....	28
E. Generasi Z .....	29
F. Identitas Remaja Dalam Pandangan Islam .....	32
G. Dinamika Penggunaan Media Sosial Pada Kalangan Remaja .....	34

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Desain Penelitian .....	37
B. Variabel Penelitian .....	37
C. Alat Ukur .....	37
D. Sampel Penelitian .....	39
E. Metode Pengumpulan Data .....	39
F. Metode Analisis Data .....	44

### **BAB IV HASIL DAN ANALISIS PENELITIAN**

A. Hasil Dan Analisis Penelitian .....	45
1. Sejarah Banyuwangi .....	45
2. Keadaan Geografis .....	46
3. Demografi dan Monografi Wilayah Administrasi .....	47
B. Penyajian Fakta dan Data Penelitian .....	49
1. Faktor Internal .....	50
2. Faktor Eksternal .....	57
C. Pengaruh Media Sosial <i>Tik Tok</i> Sebagai Pembentuk Identitas Remaja Generasi Z .....	60

### **BAB V PENUTUPAN**

A. Simpulan .....	73
B. Saran .....	73

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**



## DAFTAR SKEMA

- Skema 1. Kerangka Pemikiran
- Skema 2. PWB Subjek ANP
- Skema 3. PWB Subjek SWA
- Skema 4. PWB Subjek MRI



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Informed Consent

Lampiran 2. Lembar Persetujuan Subjek Penelitian

Lampiran 3. Pedoman Wawancara

Lampiran 4. Verbatim Wawancara



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia sudah mengalami era disrupsi digital, dimana semua kegiatan banyak yang dilakukan secara digital, baik kegiatan ekonomi, pendidikan, politik dan lain sebagainya telah kita lakukan dengan menggunakan teknologi (Permana & Puspitaningsih, 2021). Era globalisasi menuntut kita untuk cakup beradaptasi dengan lingkungan baru di dunia maya. *Smartpone* adalah salah satu bentuk kemajuan teknologi yang tidak bisa kita hindari, seolah menjadi sebuah kebutuhan bagi setiap manusia di era modern. Dalam perkembangan teknologi tersebut tentu ada dampak positif dan negatifnya ketika kita mengakses informasinya, baik informasi yang positif maupun negatif semua bisa kita temukan cukup dengan menggunakan *smartphone* yang terhubung dengan internet di era 4.0 menuju 5.0 sehingga sangatlah mudah untuk individu mengakses segala hal yang diinginkan dengan perkembangan teknologi yang ada (Rosana, 2010).

Melihat fenomena hari ini, teknologi semakin berkembang melalui banyak hal, seperti internet ataupun *platform* media sosial yang menyediakan banyak fitur dan kelebihan masing-masing. Menurut Harahap dan Adeni (2020), penggunaan sosial meningkat cukup signifikan yaitu ada sekitar 160 juta pengguna media sosial, dan 59% dari total jumlah penduduk Indonesia, yaitu sebanyak kurang lebih yaitu sekitar 12 juta pengguna pada tahun 2020 dibandingkan tahun 2019. Hal tersebut menunjukkan bahwa pengguna sosial media terus meningkat dan akan terus bertambah pada tahun berikutnya. Jika peneliti amati dengan seksama maka peningkatan jumlah pengguna internet tentu merupakan sebuah era baru bagi masyarakat Indonesia pada khususnya bahwa masyarakat indonesia telah memasuki era globalisasi dan perkembangan teknologi khususnya pengguna media sosial.

Menurut Gaol dan Hutasoit (2021), media sosial sebagai program perangkat lunak yang memungkinkan seseorang ataupun komunitas untuk bertemu, berbagi, dan juga bekerja sama dalam hal penyelesaian suatu kasus tertentu. Media sosial adalah media online yang memberikan kemudahan server untuk berpartisipasi, berbagi,



serta menciptakan isi yang terdiri dari *vlog* konten lainnya didunia digital. Teknologi komunikasi yang digunakan masyarakat di era terkini memiliki manfaat untuk memudahkan interaksi dengan orang lain meski melalui jarak jauh. Selain itu kegiatan transaksi apapun bisa dilakukan secara online, hal ini memberikan kemudahan kepada masyarakat luas untuk beraktivitas dengan efektif dan efisien.

Teknologi komunikasi sekarang ini berkembang sangat pesat dibandingkan dengan hal lainnya. Salah satunya yaitu media sosial seperti Instagram, Telegram, Twitter, *Facebook*, *Tik Tok* dan lainnya. *Tik Tok* merupakan salah satu media sosial yang menawarkan banyak fitur unik dan menarik. *Tik Tok* memberikan banyak dukungan musik, fitur menarik, dan terupdate sehingga memungkinkan penggunaanya untuk bisa membuat video-video pendek dengan memanfaatkan musik yang disediakan. Serta dapat membuat pengguna menjadi *content creator*(Sintauli, 2021).

*Tik Tok* yaitu salah satu *platform* media sosial yang rata-rata penggemarnya adalah generasi Z karena menawarkan fitur-fitur yang menghibur dan memberikan kesan menarik bagi siapapun yang menontonnya (Adawiyah, 2020). Oleh karena itu *Tik Tok* menjadi sangat populer dikalangan remaja di seluruh dunia, tidak hanya menyediakan musik-musik menarik tapi juga menyediakan fitur-fitur yang menarik dan menghibur bagi para pengguna. Sehingga baik pengguna ataupun penonton tidak bosan ketika menggunakan aplikasi ini.

Media sosial *Tik Tok* terbukti memiliki ranking yang baik di *Playstore*, yaitu 4,6 dari 5 atau 92%, ada lebih dari 100 juta pengguna yang mengunduh aplikasi ini diseluruh dunia jika dibandingkan dengan *Musically* yang hanya 3,5 dari 5 terbaik, dan sekitar 50.000 lebih pengguna (Deriyanto & Qorib, 2018). Pengguna *Tik Tok* sangat beragam kalangan salah satunya generasi Z. Generasi Z adalah mereka yang lahir dimana perangkat digital sudah ada, teknologi berkembang dengan pesat dan mereka sangat akrab serta tidak bisa dipisahkan dengan perkembangan teknologi, terutama dengan media sosial, tahun kelahiran generasi Z adalah 1997 sampai 2012. Generasi Z adalah pengguna media sosial yang aktif, mereka sering sekali membangikan kegiatan atau pengalaman yang mereka rasakan atau alami di media sosial yang mereka miliki, identitas Gen Z lebih beragam, bersifat

global, serta memberikan pengaruh pada budaya dan sikap masyarakat kebanyakan. Satu hal yang menonjol, Gen Z mampu memanfaatkan perubahan teknologi dalam berbagai sendi kehidupan mereka. Teknologi mereka gunakan sama alamnya layaknya mereka bernafas. (Sintauli, 2021).

Penelitian yang dilakukan Stillman (2017) mengemukakan generasi Z adalah generasi kerja terbaru, lahir antara tahun 1995 sampai 2012, disebut juga generasi net atau generasi internet. Remaja adalah waktu manusia berumur belasan tahun, pada masa ini manusia tidak dapat disebut sebagai anak-anak ataupun dewasa (Setiadi, 2011). Remaja berasal dari bahasa latin yakni *adolensence* yang artinya tumbuh atau tumbuh menjadi dewasa. Dalam bahasa Inggris remaja atau *teenager* yang artinya manusia berusia belasan tahun. Usia tersebut merupakan perkembangan untuk menjadi dewasa. Oleh karena itu, pada masa ini peranan masyarakat, keluarga dan orang-orang sekitar berperan penting dalam membantu perkembangan remaja ke dewasa.

Generasi Z ini berbeda dengan generasi Y atau milenial. Pada bukunya Stillman (2017) *How the Next Generation Is Transforming the Workplace* dijelaskan perbedaannya, salah satu perbedaan gen Y dan gen Z adalah generasi Z menguasai teknologi dengan lebih maju, pikiran lebih terbuka dan tidak terlalu peduli dengan norma. Menurut Noordiono (2016), generasi Z adalah generasi yang sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet, generasi yang haus akan teknologi. Teknologi yang baru merupakan air segar yang harus segera diteguk agar bisa merasakan manfaatnya. Generasi Z atau yang lebih dikenal sebagai generasi digital tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan terhadap teknologi dan berbagai macam alat teknologi.

*Tik Tok* disukai oleh Gen Z karena karakteristik *Tik Tok* yang belum pernah dimiliki oleh media sosial lainnya. Seolah-olah dengan penggunaan *Tik Tok*, Gen Z dapat mengungkapkan identitas atau jati dirinya masing-masing. Identitas diri adalah proses menjadi seorang individu yang unik dengan peran yang penting dalam hidup (Papalia, 2018). Menurut Widi (2023) berdasarkan hasil survei Jakpat, ada 24% responden dari generasi kelahiran 1997-2012 itu yang menggunakan

TikTok untuk mencari informasi, kemudian di susul youtube menjadi media sosial favorit kedua bagi generasi Z dalam mencari informasi, sebagaimana disampaikan oleh 23% responden. Kemudian, 22% responden dari generasi Z menjadikan Instagram sebagai sumber informasi. Ada pula 17% responden dari generasi Z yang memakai Twitter untuk mendapatkan informasi. Lalu, generasi Z yang menjadikan Facebook dan LinkedIn sebagai sumber informasi masing-masing sebanyak 10% dan 2%.. Desmita (2015) mengatakan bila seseorang telah memperoleh identitas, maka ia akan menyadari ciri-ciri khas kepribadiaanya, seperti kesukuan atau ketidaksukuan, aspirasi, tujuan masa depan yang diantisipasi, perasaan bahwa ia dapat dan harus mengatur orientasi hidupnya.

Menurut penelitian yang di lakukan oleh Hikmawati dan Farida (2021), mengatakan bahwa generasi Z juga menggunakan media sosial *Tik Tok* yang mana peluncurannya di bulan September 2016 yang pengembangnya adalah *developer* berasal dari Tiongkok. Sepanjang 2018, aplikasi memasuki *App Store* dengan lebih dari 500 juta unduhan. *Tik Tok* sebagai tempat untuk mencurahkan isi hati atau masalah yang dihadapi melalui musik yang disediakan. Namun ada juga pengguna yang memposting di media sosial *Tik Tok* tidak sesuai dengan kenyataannya. Banyak genarasi muda Indonesia yang menggunakan *Tik Tok* dan kurang memperhatikan norma yang berlaku dimasyarakat atau etika digital. Hal ini sebagaimana Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an :

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اتَّقُوْا اللّٰهَ وَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا ﴿٧٠﴾

Artinya : “Wahai orang – orang yang beriman! Bertaqwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar,”  
QS. Al-Ahzab :70.

Berdasarkan tafsir Jalalain dalam ayat tersebut menjelaskan tentang perintah Allah untuk bertaqwa kepada-Nya dan mengucapkan perkataan yang benar. Wahai orang-orang yang membenarkan Allah dan Rasul -Nya dan mengamalkan syariat -Nya! Taatilah Allah dan jauhilah kemaksiatan kepada-Nya, agar kalian tidak ditimpa hukuman-

Nya. Dan jawablah dalam segala urusan kalian tentang keadaan kata-kata kalian yang lurus sesuai dengan kebenaran, bebas dari kedustaan dan kebatilan. (Mahalli, et. Al, 2007).

Setiap individu mencoba mengekspresikan diri mereka dengan aplikasi *Tik Tok* dan menyebar luaskan di dunia maya. Sebagai generasi yang produktif tentu ketika mengisi ruang digital dengan baik dan bermanfaat ini akan menjadi gagasan atau trobosan yang baik bagi generasi muda Indonesia, akan tetapi sangat di sayangkan jika mereka tidak menggunakannya dengan bijak atau bahkan tersesat dalam penggunaan media sosial tersebut (Yurliana, 2022).

Media sosial *Tik Tok* secara tidak langsung telah merubah pola pikir generasi Z yang memasuki usia remaja, sebagai contoh generasi Z sekarang ini dikatakan lebih memiliki sifat konsumerisme, dikarenakan semakin berkembangnya berbagai kebutuhan seperti *fashion* remaja yang cepat beredar di media sosial *Tik Tok* (Usrina, 2021). Remaja generasi Z lebih banyak meniru *fashion* atau membeli *fashion* asli yang dipamerkan di media sosial *Tik Tok*. Mereka mengikuti gaya *fashion* yang ada di *Tik Tok* agar tidak ketinggalan zaman dan diterima oleh lingkungan sekitarnya. Mereka rela menghabiskan uang hanya untuk memenuhi keinginan mereka atau bahkan membuat konten-konten yang kurang baik hanya untuk media sosialnya (Nugroho, 2018).

Melihat fenomena tersebut, generasi Z saat ini banyak yang menggunakan sosial media dan kurang memperhatikan dampak dari konten yang mereka buat atau gaya hidup yang mereka tiru dari aplikasi tersebut (Mustaqimma & Sari, 2021). *Tik Tok* seolah tidak bisa dipisahkan dari generasi Z, jika tidak diarahkan atau di edukasi dengan hal-hal yang bermanfaat maka mereka akan rentan sekali kehilangan jati diri sebagai generasi yang produktif dan berkarakter (Prima, 2020). Seperti halnya orang tua ketika mengajarkan anak dirumah tidak lah dengan teori-teori, tetapi mereka mencontohkan semua hal dikeluarga dan hal itulah yang ditiru oleh anak-anaknya. Begitu juga sosial media, apa yang mereka tonton akan menjadi tuntunan jika tidak diarahkan kepada hal-hal positif. Hal ini tidak berarti *Tik Tok* adalah aplikasi media sosial yang kurang baik, tetapi yang ingin ditekankan adalah mengeksplor diri dan kemampuan oleh

media sosial untuk menghasilkan konten-konten yang positif dan mendukung melalui *Tik Tok* sehingga karakter remaja terbentuk dan terbiasa dengan konten yang bermanfaat (Priambodo, 2018).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rakanda (2020), yang menyatakan bahwa ketika mengupload foto di media sosial mereka sudah memiliki apa yang diinginkan. Maka, lingkungan adalah salah satu faktor penyebab terbentuknya identitas remaja baik di kehidupan nyata maupun dunia maya. Hal tersebut terjadi karena apa yang mereka lihat menjadi pemicu terbentuknya sebuah kebiasaan yang selalu mereka lakukan akan menjadi sebuah karakter yang melekat pada diri seorang remaja. Maka lingkungan yang baik akan sangat mempengaruhi proses pola pikir dan karakter seorang remaja dalam kehidupannya baik di dunia maya atau dunia nyata. Media sosial ikut serta mengubah pola pikir dan karakter seorang remaja berdasarkan apa yang menjadi tontonan oleh remaja, banyak hal-hal yang positif atau negatif dalam video yang beredar di *Tik Tok*. Hal ini selaras menurut Soetjijingsih (2014) yang mengatakan bahwa terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan identitas generasi Z, yaitu keluarga, reference group, *Significant Other*

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Kuen dan Kuen (2020), mengatakan bahwa dengan menggunakan media sosial *Tik Tok*, dapat mengasah dan memberikan pemahaman tentang penggunaan video *Tik Tok*, yakin bahwa bisa menunjukkan ekspresi dirinya. Memahami identitas remaja bukan lah hal yang mudah, karena setiap remaja memiliki karakter berbeda serta dari latar belakang keluarga yang berbeda. Latar belakang keluarga juga salah satu hal yang penting untuk di pahami dalam memahami identitas remaja seperti latar belakang berbagai tingkat pendidikan, suku, adat sosial dan ekonomi yang berbeda. Remaja pada konteks Indonesia dapat didefinisikan sebagai remaja yang tumbuh dan berkembang di konteks Indonesia (Muttaqin & Ekowarni, 2016).

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti yaitu siswa remaja awal yang berjumlah 3 informan pengguna aktif media sosial *Tik Tok* lebih dari 6 jam sehari. Mereka membuka *Tik Tok* untuk membuat *content* seperti edukasi, *fashion and beauty*, humor, konten islami, *dance* ,dan informasi. Fenomena pemanfaatan



ini menjadikan media *Tik Tok* tentu memberikan dampak bagi penggunanya seperti yang disampaikan Bandura dalam teori besarnya yang disebut Teori Belajar Sosial, teori ini mengungkapkan bahwa manusia pada dasarnya memiliki kecenderungan meniru perilaku orang lain yang dipengaruhi oleh lingkungannya. Bandura meyakini bahwa manusia belajar dengan lingkungannya bahkan dalam bentuk penguatan “secara tidak langsung” atau penguatan pengganti (*vicarious reinforcement*) artinya selain meniru perilaku orang lain juga perilaku yang bisa menguatkan perilaku individunya serta membentuk identitas dirinya melalui social media (Jarvis, Matt. 2017).

Dari semakin banyaknya pengguna aplikasi *Tik Tok* khususnya oleh para generasi Z sebagai media sosial yang digunakan untuk mengekspresikan diri mereka. Maka, Hal tersebut menarik minat peneliti untuk meneliti lebih detail mengenai pengaruh media sosial *Tik Tok* sebagai pembentuk identitas remaja awal.

### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh media sosial *Tik Tok* sebagai pembentuk identitas remaja generasi Z?
2. Apasaja faktor yang menjadikan *Tik Tok* sebagai pembentuk identitas remaja generasi Z?

### **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami pengaruh media sosial *Tik Tok* sebagai pembentuk identitas remaja generasi Z.
2. Untuk mendeskripsikan faktor-faktor yang menjadikan *Tik Tok* sebagai pembentukan identitas remaja Generasi Z.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan memberikan manfaat bagi sasaran ataupun pihak yang terkait. Adapun beberapa manfaat penelitian yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Secara teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pemikiran dan menambah ilmu pengetahuan yang ada kaitanya dengan media *Tik Tok* dan juga dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya.

2. Secara praktis

Penelitian ini diharapkan mampu pengetahuan dan pengalaman bagi peneliti dalam mengimplementasikan pengetahuan terhadap pengaruh media sosial *Tik Tok* sebagai pembentuk identitas remaja generasi Z, sehingga generasi Z nantinya dapat mengontrol diri dengan perkembangan zaman yang ada.

#### **E. Penelitian Terdahulu yang Relevan**

Penelitian terdahulu yang relevan ini ini berdasarkan pada beberapa penelitian terdahulu yang mempunyai karakteristik yang relatif sama dalam hal tema kajian, meskipun berbeda dalam hal kriteria subjek, jumlah dan posisi variabel penelitian atau metode analisis yang digunakan. Adapun beberapa penelitian yang relevan adalah sebagai berikut:

1. Penelitian yang dilakukan oleh Bagus Priambodo (2018) dengan judul “Pengaruh “*Tik Tok*” Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya”. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara pengaruh *Tik Tok* terhadap kreativitas remaja Surabaya dengan kekuatan nilai korelasi yaitu kuat, tingkat pengaruh sebesar 41,6% . Persamaan dengan penelitian yang dilakukan adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh media sosial *Tik Tok*. Sedangkan yang membedakan dengan penelitian adalah Variabel terikatnya berbeda. Penelitian ini meneliti kreativitas remaja sedangkan penelitian yang akan dilakukan meneliti tentang pembentukan identitas identitas remaja generasi Z.

2. Penelitian yang dilakukan oleh Dwi Putri Robiatul Adawiyah (2020) dengan judul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Tik Tok* Terhadap Kepercayaan Diri Remaja di Kabupaten Sampang”. Hasil penelitian menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari penggunaan aplikasi *Tik Tok* terhadap kepercayaan diri remaja di Kabupaten Sampang dengan tingkat 54,5%. Persamaan dengan penelitian adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh penggunaan media sosial *Tik Tok*. Sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini membahas tentang variabel terikat kepercayaan diri remaja sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang pembentukan identitas identitas remaja generasi Z. Selain itu, jenis penelitian yang digunakan juga berbeda. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan jenis penelitian kualitatif.
3. Penelitian yang dilakukan oleh Nor Usrina (2021) dengan judul “Pengaruh Media Sosial *Tik Tok* Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur’an Ar-Risalah”. Hasil penelitian menyatakan bahwa Media sosial *Tik Tok* sangat mengubah pola anak dalam berkomunikasi dengan orang tua dan orang yang ada disekitarnya. Ketika orang tua tidak melakukan pengawasan lebih jauh terhadap anak dalam bermain sosial media maka bisa berakibat anak masuk ke dunia maya sebelum waktunya. Persamaan dengan penelitian adalah sama-sama meneliti tentang pengaruh itimbulkan dari media sosial *Tik Tok* (variabel bebas). Selain itu, juga sama-sama menggunakan jenis penelitian kualitatif. Sedangkan perbedaannya adalah variabel terikatnya beda, penelitian ini membahas gaya komunikasi sedangkan penelitian yang akan dilakukan membahas tentang pembentuk identitas remaja generasi Z.
4. Penelitian yang dilakukan oleh Mela Rahmayani (2021) yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Tik Tok* Terhadap Perilaku Kecanduan Mahasiswa”. Hasil yang diperoleh adalah peneliti menemukan bahwa intensitas, dan daya tarik berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku kecanduan

mahasiswa, sedangkan isi konten pada penggunaan Aplikasi *Tik Tok* tidak berpengaruh signifikan terhadap perilaku kecanduan mahasiswa.

5. Penelitian yang dilakukan oleh Annisa Nurintha Fitri (2021) yang berjudul “ Pengaruh Media Sosial *Tik Tok* Terhadap Kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Jakarta Angkatan 2019”. Hasil penelitian menunjukkan perkembangan media sosial semakin berkembang. *Tik Tok* adalah sebuah aplikasi media sosial yang terdapat efek yang. Aplikasi ini mendorong kreativitas para penggunanya menjadi pembuat konten. Berdasarkan hasil penelitian menyatakan bahwa *Tik Tok* memiliki pengaruh terhadap kreativitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNJ Angkatan 2019.



## **BAB V**

### **PENUTUPAN**

#### **A. Simpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dengan menggunakan metode kualitatif deskriptif, kepada ketiga partisipan yang merupakan remaja awal berusia 11 tahun tentang pengaruh media sosial *Tik Tok* sebagai pembentuk identitas remaja generasi Z dapat disimpulkan bahwa :

1. Pengaruh media sosial Tik Tok sebagai pembentuk identitas remaja generasi Z yaitu dengan adanya berbagai layanan dimedia sosial membentuk identitas diri remaja menjadi lebih dewasa dari usianya, keterbukaan diri mereka melalui keinginan mereka untuk eksis dengan memposting kegiatan yang sedang mereka lakukan dan mengungkapkan kegiatan pribadi mereka dalam bentuk yang tersirat.
2. Faktor yang mempengaruhi identitas diri remaja antara lain faktor internal dan juga eksternal. Faktor internal meliputi aspek fisik dan aspek psikologis, sedangkan faktor eksternal meliputi penilaian atau respon dari orang lain (*significant other*) dan kelompok rujukan (*reference group*).
3. Dampak dari adanya proses eksplorasi yang dilakukan oleh remaja di media sosial dikarenakan interaksi secara langsung perlahan mulai berkurang dengan hadirnya media sosial yang membuat interaksi menjadi lebih mudah. Hal ini dapat terlihat dari jawaban remaja pada pertanyaan makna media sosial, yang mana remaja memaknakan media sosial sebagai tempat berinteraksi dan bersosialisasi.

#### **B. Saran**

Saran yang dapat peneliti sampaikan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut :

##### **1. Bagi Remaja**

Disarankan untuk lebih mendalami tentang identitas remaja dizaman yang semakin canggih dan lebih kritis dalam pemakaian media sosial, agar dapat membentuk sebuah



identitas diri menjadi lebih baik dan menghasilkan perilaku tidak menjauhi norma sosial di dunia nyata.

2. Bagi Orang Tua

Disarankan lebih dapat berperan dan turut serta berpartisipasi dalam mengawasi anak anaknya dalam bersosial media terlebih dalam memberikan Batasan penggunaan serta durasi dalam bersosial media agar para remaja awal ini lebih berfokus kepada dunia nyatanya.

3. Bagi Sekolah

Disarankan untuk sekolah lebih memberikan edukasi mengenai media sosial sehingga siswa dapat menggunakan media sosial dengan baik dan pembentukan identitas siswa melalui media sosial lebih terarah sehingga dapat membantu siswa dalam pembentukan identitas yang siswa inginkan.

4. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan kepada peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian lanjutan mengenai pengaruh media sosial *Tik Tok* terhadap pembentukan identitas diri remaja generasi Z dengan penelitian yang berbeda (kuantitatif) atau menggunakan variabel penelitian yang lainnya seperti jenis kelamin, keluarga, kelompok remaja, dan idola yang berguna untuk melengkapi hasil penelitian yang ada untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih luas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adawiyah, D. P. R. (2020). Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Tik Tok* Terhadap Kepercayaan Diri Remaja Di Kabupaten Sampang. *Jurnal Komunikasi*, 2(14), 135–148.
- Afrelia, N. D., & Khairat, M. (2022). Hubungan Antara Intensitas Pengguna Tiktok Dengan Kontrol Diri Pada Remaja. *Jurnal Spirits*, 12(2), 62-71.
- Aktarina, D. (2015). Pengaruh Karakteristik Individu, Pekerjaan Dan Lingkungan Kerja Terhadap Motivasi Dan Dampaknya Terhadap Kinerja Anggota Polri Di Polresta Palembang. *Jurnal Media Wahana Ekonomika*, 12(3).
- Andres Kaplan Dan Michael Haenlein. (2020). *User Of The World, Unite! The Challenges And Opportunities Of Social Media*. Business Horizons.
- Anita, Woolfolk. 2017. *Educational Psychology*. Boston : Pearson Educational.
- Arikunto, Suharsini. 2011. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.
- Al - Mahalli, Imam Jalaluddin Dan As-Suyuti., (2007) *Tafsir Jalalain*. Terj. Bahrn Abu Bakar. Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- Ardana, Komang Dkk. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Astuti, E., & Andrini, S. (2021). Intensitas Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Imitasi Remaja. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 18(02).
- Asyhari, A., & Islamia, I. (2023). The Influence Of Massive Open Online Courses (Moocs) And Face-To-Face Learning On Motivation And Self-Regulated Learning (SRL). *Journal of Educators Online*, 20(1).
- Berk, L. E. (2022). *Development Through The Life*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Burhan Bungin. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Komunikasi, Ekonomi, Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya*. Kencana Prenada Media Group.
- Dariyo, A. (2012). *Psikologi Perkembangan Remaja*. Ghalia

Indonesia.

- Deriyanto, D., & Qorib, F. (2018). Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tik Tok. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 2, 77–83.
- Desmita. (2015). *Psikologi Perkembangan* (3rd Ed.). Rosdakarya.
- Dimock, M. (2019). *Defining Generations :Where Millenials End And Generation Z Begins*. Research Gate.
- Ellitan, L. (2020). Competing In The Era Of Industrial Revolution 4.0 And Society 5.0. *Jurnal Maksipreneur: Manajemen, Koperasi, Dan Entrepreneurship*, 10(1), 1. <https://doi.org/10.30588/Jmp.V10i1.657>
- Erikson, E. H. (1999). *Identitas Dan Siklus Hidup Manusia*. Gramedia Pustaka.
- Fadhilah, I. A., & Maunah, B. (2021). Manusia Sebagai Makhluk Yang Perlu Dan Dapat Dididik. *Cendekia: Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran*, 15(2), 254-268.
- Felita, P., Siahaja, C., Wijaya, V., Melisa, G., Chandra, M., Dan Dahesihsari, R. (2016). Pemakaian Media Sosial Dan Self Concept Pada Remaja. *Jurnal Ilmiah Psikologi Manasa* 5(1), 30- 41
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199-208
- Gaol, R. L., & Hutasoit, R. (2021). Media Sosial Sebagai Ruang Sakral : Gereja Yang Bertransformasi Bagi Perkembangan Spiritualitas Generasi Z Dalam Era Digital. *Jurnal Kajian Teologi*, 7(1), 146–172.
- Goffman, E. (1959). *The Presentation Of Self In Everyday Life*. University Of Edinburgh: Social Sciences Research Centre
- Harahap, M. A., & Adeni, S. (2020). Tren Penggunaan Media Sosial Selama Pandemi Di Indonesia. *Jurnal Professional Fis Unived*, 7(2), 13–23.
- Hasiholan, T. P., Pratami, R., & Wahid, U. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Mencegah Covid-19.

- Commiverse : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 70–80.  
<https://doi.org/10.36341/Cmv.V5i2.1278>
- Hayati L. (2018). Konsep Diri Anak-Anak Pengguna Aktif Media Sosial. *Society*, 6:58–64
- Hidayat, W. M., (2021). *10 Aplikasi Berpendapatan Tertinggi Februari 2021: Tik Tok Raih 1,5 Milyar*. Liputan6.
- Hikmawati, S. A., & Farida, L. (2021). Pemanfaatan Media *Tik Tok* Sebagai Media Dakwah Bagi Dosen Iain Sunan Kalijogo Malang. *Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam ( Al-Ittishol )*, 2, 2721–9631.
- Huang, H.-Y. (2022). Self Presentation Tactics In Social Media. *International Conference On Social Science*, 416-421
- Hurlock, E. B. (2017). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan* (Edisi Ke – 5). Jakarta: Erlangga
- Islamia, I., Sunarti, E., & Hernawati, N. (2019). Tekanan psikologis dan kesejahteraan subjektif keluarga di wilayah perdesaan dan perkotaan. *ANFUSINA: Journal of Psychology*, 2(1), 91-100.
- Islamia, I., & Purnama, M. P. (2022). Kontrol Diri dan Perilaku Konsumtif Mahasiswa Pada Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Psikologi Malahayati*, 4(1).
- Jarvis, Matt. (2017) *Teori-Teori Psikologi*. Bandung: Nusamedia. H.31
- Komaruddin H, Khoiruddin B. (2016). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga
- Kuen, M. M., & Kuen, F. A. (2020). Eksistensi Braggadocian Behavior Pada Media Sosial *Tik Tok* (Studi Fenomenologi Pada Remaja Di Kota Makassar). *Jurnal Ilmiah Pranata Edu*, 2(2), 47–48.
- Liliweri, A. (2015). *Komunikasi Antar Personal*. Prenadamedia Group.
- Marcia, J., Waterman, A., Matteson, D., Archer, S., Dan Orlofsky, J. (2019). *Ego Identity: A Handbook For Psychosocial Research*. New York: Springer Science & Business Media.
- Mc Quail, D. (2021). *Towards A Sociology Of Mass Communication, 5th Edition* London: Collier Mc Millan.

- Milles Dan Huberman. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Universitas Indonesia Press.
- Mulyono, N. K. (2013). *Proses Pencarian Identitas Diri Pada Remaja Mu'allaf*. Universitas Diponegoro.
- Mustaqimmah, N., & Sari, N. D. (2021). Konsep Diri Generasi Z Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kabupaten Rokan Hulu. *Jurnal Medium*, 9(2), 148-166.
- Muttaqin, D., & Ekowarni, E. (2016). Pembentukan Identitas Identitas Remaja Di Yogyakarta. *Jurnal Psikologi*, 3, 231–247.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Nugroho, A. W. (2018). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia. *Pibsi 40 Unikal*, 2.
- Nurhalimah, S. (2020). *Media Sosial Dan Masyarakat Pesisir: Refleksi Pemikiran Mahasiswa Bidikmisi*. Deepublish Publisher.
- Papalia, D. E., Dan Feldman, F. T. (2014). *Menyelami Perkembangan Manusia; Experience Human Development*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Papalia, D. E., Old S, S. W., & Feldman, R. D. (2018). *Human Development Perkembangan Manusia*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Papalia, D.E; Olds, S.W Dan Feldman, R. . (2012). *Human Development* (12th Ed.). Salemba Humanika.
- Prawoto, Yulius Beny. (2010). Hubungan Antara Konsep Diri Dengan Kecemasan Sosial Pada Remaja Kelas Xi Sma Kristen 2 Surakarta. Skripsi. Surakarta: Program Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Sebelas Maret.
- Permana, T., & Puspitaningsih, A. (2021). Studi Ekonomi Digital Di Indonesia. *Jurnal Simki Economic*, 4(2), 161-170.
- Priambodo, B. (2018). *Pengaruh "Tik Tok" Terhadap Kreativitas Remaja Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya.
- Prima, T. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk



- Pencegahan Corona Covid – 19. Communiverse. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media*. Pt Elex Komputindo.
- Rahayu, F. S., Kristiani, L., & Wersemetawar, S. F. (2019). Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Sosial Remaja Di Kabupaten Sleman, Yogyakarta. In *Prosiding Semnas Inotek (Seminar Nasional Inovasi Teknologi)* (Vol. 3, No. 1, Pp. 039-046).
- Rakanda, R. D. (2020). *Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z Atau Igeneration Di Desa Cawas*. Universitas Pembangunan Veteran Yogyakarta.
- Rosana, A. S. (2010). *Kemajuan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Industri Media Di Indonesia: Vol. 05 No. 02 2010. Gema Eksos*, 5(02), 144-156.
- Santrock, J. W. (2018). *Life-Span Development Perkembangan Masa Hidup Edisi Kelima*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Santrock, J. W. (2013). *Adolescence (Perkembangan Remaja)* (6th Ed.). Erlangga.
- Setiadi, Dkk. (2011) *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi Dan Pemecahannya*. Jakarta: Prenada Media Group
- Sears, & David, O. (2009). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Shihab. M. Q., (2012). *Tafsir Al-Misbah: Pesan, Kesan, Dan Keserasian*. Lentera Hati.
- Sintauli, S. E. (2021). Mendidik Generasi Z Gereja Peran Media Sosial Di Tengah Bahaya Always-On Att Enti On Defi Cit Disorder. *Aradha*, 1(2), 108–123.
- Stillman, D. (2018). *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru Yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Gramedia Pustaka.
- Soetjiningsih. 2014. *Tumbuh Kembang Anak*. Jakarta: Penerbit Buku Kedokteran Egc.
- Sugiyono. (2013). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan*. Alfabeta.

- Sunarti, E., Fithriyah, A. F., Khoiriyah, N., Novyanti, W., Islamia, I., & Hasanah, V. R. (2022). Portrait of Indonesian family during one year the COVID-19 pandemic: analysis of factors influencing family welfare and resilience. *Journal of Disaster Research*, 17(1), 31-42.
- Syafitri, N. N., & Islamia, I. (2021). Hubungan Intimate Friendship Dan Motif Diversi Dengan Pengungkapan Diri Pada Mahasiswa Pengguna Instagram. *ANFUSINA: Journal of Psychology*, 4(2), 153-164.
- Syamsu, Y. (2011). Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja. *Bandung: Pt Remaja Rosdakarya*.
- Tosepu, Y. A. (2018). *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik Di Dunia Virtual)*. Cv. Jakad Publishing.
- Usrina, N. (2021). *Pengaruh Media Sosial Tik Tok Terhadap Gaya Komunikasi Santri Taman Pendidikan Al-Qur'an Ar-Risalah*.
- Widiastuti, T. (2020). Ethn methodology Study Of Digitalized Social Communication Apprehension Among Basmala Youth Community." *Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1, 42–51.
- Widi, Shilvina (2023). Tiktok Jadi Medsos Utama Gen Z Untuk Cari Informasi Pada 2022. [Dataindonesia.Id](https://dataindonesia.id).
- Yuniardi, M. S. (2012). *Identitas Diri Para Slanker*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Yurliana, Y. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Wujud Aktualisasi Diri Didunia Maya (Studi Pada Pengguna Aplikasi Tiktok Di Kota Banda Aceh). *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 7(1).
- Yusuf, A. M. (2014). *Kualitatif, & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Kencana
- Yusuf, Ln, Syamsu. (2021). Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja. Bandung: Rosda.