
KONSEP DIRI GENERASI Z PENGGUNA APLIKASITIK TOK DI KABUPATEN ROKAN HULU

¹Nurul Mustaqimma & ²Novi Dian Sari

^{1,2&3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Teknik, Universitas Abdurrab

Email: ¹nurul.mustaqimma@univrab.ac.id

Diterima: 24-12-2021 Disetujui: 29-12-2021 Diterbitkan: 31-12-2021

Abstrak

Konsep Diri merupakan pandangan dan sikap individu terhadap diri sendiri. Pandangan diri terkait dengan dimensi fisik, karakteristik individual, dan motivasi diri. Tujuan penelitian ini dilakukan adalah untuk mengetahui konsep diri Generasi Z Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kabupaten Rokan Hulu. Penelitian ini menggunakan teori Looking Glass Self dengan tiga indikator sebagai pisau analisis. Penelitian ini menggunakan metode Kualitatif Deskriptif dengan mewawancarai 5 orang informan yaitu Generasi Z dengan rentang umur 11 hingga 23 tahun. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsep diri generasi Z di Kabupaten Rokan Hulu adalah Konsep Diri Positif. Penelitian ini mengungkap bahwa generasi Z di Kabupaten Rokan Hulu memanfaatkan platform tiktok sebagai alat untuk mendapatkan ketenaran dengan cara viral di media sosial, menjadi media promosi yang efektif. Adapun cerminan diri yang dirasakan antara lain yaitu kepuasan menerima respon positif, menerima pujian secara wajar, menerima kritikan dan saran dengan terbuka, dan mau memperbaiki diri kerah yang lebih baik.

Kata Kunci: Konsep Diri, Generasi Z, Aplikasi Tik Tok

Abstract

Self-concept is an individual's view and attitude towards oneself. Self-view is related to physical dimensions, individual characteristics, and self-motivation. The purpose of this study was to determine the self-concept of Generation Z Users of the Tik Tok Application in Rokan Hulu Regency. This study uses the theory of Looking Glass Self with 3 elements as an analytical knife. This study uses a descriptive qualitative method by interviewing 5 informants, namely Generation Z with an age range of 11 to 23 years. Data collection techniques used in the

study were interviews, observation and documentation. The results of this study indicate that the self-concept of Generation Z in Rokan Hulu Regency is a Positive Self-Concept. The conclusion is that Generation Z in Rokan Hulu Regency has a positive self-concept with several results, namely gaining fame by going viral on social media, becoming an effective promotional media, being satisfied with receiving positive responses, receiving praise fairly, accepting criticism and suggestions openly, and want to improve myself a better collar.

Keywords: *Self Concept, Generation Z, Tik Tok Application*

PENDAHULUAN

Pada era globalisasi ini perkembangan Teknologi, Informasi dan Komunikasi semakin hari semakin berkembang sehingga menjadikannya sebagai salah satu bagian penting bagi kehidupan manusia tidak terkecuali bagi Generasi Z. Generasi Z atau Gen Z diklaim sebagai generasi yang lahir setelah generasi Y. Umumnya mereka yang merupakan generasi Z diklaim juga sebagai iGeneration atau generasi internet atau generasi net. Mereka selalu terhubung dengan dunia maya dan bisa melakukan segala sesuatunya dengan menggunakan kecanggihan teknologi yang ada. Bahkan gadget sudah menjadi pegangannya semenjak kecil. Maka secara otomatis pengenalan teknologi dan dunia maya ini begitu berpengaruh dalam perkembangan kehidupan dan kepribadian mereka.

Menurut (Iskandar, 2020) Lebih dari separuh penduduk di Indonesia telah *melek* media sosial. Ini adalah temuan riset dari *We Are Social*, perusahaan media sosial asal Inggris, bersama dengan Hootsuite. Dalam laporan "*Digital Around The World 2019*", terungkap dari total 268,2 juta penduduk di Indonesia, 150 juta di antaranya telah menggunakan media sosial. Dengan demikian, angka penetrasinya sekitar 56 persen. Hasil riset yang diterbitkan 31 Januari 2019 lalu itu memiliki durasi penelitian dari Januari 2018 hingga Januari 2019. Terjadi peningkatan 20 juta pengguna media sosial di Indonesia dibanding tahun lalu.

Pengguna media sosial di Indonesia paling banyak berada pada rentang usia 18-34 tahun. Pengguna pria lebih mendominasi, di mana pada rentang usia 18-24 tahun, jumlahnya mencapai 18 persen, lebih unggul dari pengguna wanita dengan persentase 15 persen. Sementara pada rentang usia 25-34 tahun, persentase pengguna pria 19 persen, lebih besar dibanding pengguna wanita yang 14 persen. Salah satu media sosial yang banyak digunakan saat ini adalah media sosial Tik Tok. (Iskandar, 2020)

Tik Tok adalah salah satu platform media sosial yang perkembangannya paling cepat di dunia. Tik Tok memungkinkan penggunaannya untuk membuat video pendek berdurasi 15 detik disertai musik, filter, dan beberapa fitur kreatif lainnya. Hampir 4 tahun setelah diluncurkan, Tik Tok mengalami ledakan popularitas. Pada akhir 2019, tercatat terdapat 500 juta pengguna

aktif di seluruh dunia. Aplikasi ini juga digandrungi oleh berbagai kalangan di Indonesia, termasuk *public figure*.

Menurut *survey* dari *Sensor Tower* yang dilansir oleh Okezone.com, Tik Tok telah mengalahkan aplikasi besar seperti Facebook dan Instagram. Bahkan Tik Tok berada di peringkat kedua, facebook di posisi keempat dan instagram di posisi kelima. Hasil tersebut terjadi lantaran aplikasi Tik Tok ini telah di unduh lebih dari 700 juta pengguna pada tahun 2019 dan jumlahnya terus meningkat hingga Mei 2020. (Ferdiansyah, 2020).

Hal yang membuat Tik Tok menonjol di antara para pesaing lainnya adalah aplikasi hiburan ini memungkinkan semua orang untuk bisa menjadi kreator karena kesederhanaan dan kemudahannya. Dari perspektif pasar, aplikasi yang berfokus pada video pendek lebih menarik perhatian pengguna karena tidak memakan banyak waktu. Pengguna bisa langsung mengidentifikasi konten pilihan dan beralih ke video lainnya jika tidak tertarik.

Saat ini Tik Tok kembali populer dengan kreator yang lebih beragam. Mulai dari orang biasa yang sekedar mengisi waktu luang dengan membuat video Tik Tok, sampai merambah ke artis dan pejabat. Pakar media sosial modern dan hiburan Dr Julie Albright menyebut orang yang menggunakan Tik Tok diibaratkan sebagai seseorang yang tengah menghipnotis dirinya sendiri. Ketika kita men-scroll (laman aplikasi) akan terlihat foto atau hal yang menyenangkan dan menarik perhatian. Kita mendapatkan rangsangan kecil itu di pusat kesenangan otak, jadi kita ingin terus men-scrollnya. Sehingga hal ini mampu mempengaruhi konsep diri seseorang.

Konsep diri merupakan gambaran yang ada pada diri setiap individu yang berisi tentang bagaimana individu melihat dirinya sendiri, bagaimana penilaian individu terhadap dirinya sendiri, serta menginginkan dirinya sebagai manusia yang di harapkan. Konsep diri tidak hanya mempengaruhi individu dalam karakter tetapi juga tingkat kepuasan yang diperoleh dalam hidupnya.

Setiap individu pasti memiliki konsep diri dan dapat berkembang menjadi konsep diri positif maupun negatif. Namun pada umumnya kita sebagai individu tidak tau apakah konsep diri yang kita miliki itu positif atau negatif. Konsep diri ini menjadi identitas yang membedakan antara satu orang dengan yang lainnya. Adanya konsep diri ini menunjang individu menjalani hidup, karena dengan konsep diri seseorang akan bertingkah laku sesuai dengan konsep dirinya.

Rokan Hulu merupakan salah satu kabupaten di Provinsi Riau, yang di juluki dengan Negeri Seribu Suluk. Rokan Hulu kerap disebut Negeri Seribu Suluk karena banyak terdapat surau-surau suluk dan tempat berzikir. Seribu suluk memiliki makna tentang rohul yang religius serta mencatat banyak khazanah budaya. Pada tahun 2020 beredar di media sosial khususnya Tik Tok aksi segerombolan siswa-siswi SMA tengah merayakan kelulusan dengan cara tidak senonoh. Dalam beberapa video terlihat mereka sedang mencoret

pakaian, berjoget dan menggambar alat vital. Video ini Viral hingga di liput oleh media massa.

Siswa Siswi SMA yang Viral di media sosial Tik Tok ternyata berasal dari Rokan Hulu, tepatnya dari Kecamatan Kunto Darussalam, Kabupaten Rokan Hulu. Melihat fenomena yang telah dipaparkan diatas, maka penulis tertarik melakukan penelitian mendalam bagaimana konsep diri generasi Z pengguna aplikasi tik tok khususnya di Kabupaten Rokan hulu ? adakah para Generasi Z memiliki konsep diri positif ataupun sebaliknya. Artikel ini bertujuan untuk memberikan gambaran tentang konsep diri Generasi Z menggunakan teori *Looking Glass Self*.

KERANGKA TEORI

Konsep Diri Menurut Burn dalam (Iskandar, et al., 2020) Mendefinisikan konsep diri sebagai kesan terhadap diri sendiri secara keseluruhan yang mencakup pendapatnya terhadap diri sendiri, Pendapat tentang gambaran diri dimata orang lain, dan pendapatnya tentang hal-hal yang dicapai. Konsep diri juga merupakan apa yang dipikirkan dan dirasakan tentang dirinya sendiri. Jalaludin Rakhmat juga memberikan definisinya tentang konsep diri, dimana konsep diri merupakan cara pandang dan perasaan diri kita tentang kita sendiri yang diperoleh dari hasil interaksi dengan individu lain. (Rakhmat, 2015)

Konsep diri menurut Deddy Mulyana merupakan pandangan individu tentang dirinya mengenai siapa dia. Hal ini hanya dapat diperoleh melalui informasi yang diberikan individu lain kepada kita. Deddy mulyana juga mengatakan bahwa kita bukan hanya mempelajari mengenai siapa kita namun juga bagaimana kita merasakan siapa kita. Kita mencintai diri kita bila telah dicintai orang lain dan kita percaya bahwa kita telah dipercayai oleh orang lain.

Menurut Fitts dalam (Iskandar, 2020) konsep diri merupakan aspek penting dalam diri seseorang. Konsep diri seseorang merupakan kerangka acuan (*frame of reference*) dalam berinteraksi dengan lingkungannya. Fitts juga mengatakan bahwa konsep diri berpengaruh kuat terhadap tingkah laku seseorang. Konsep diri bukan sesuatu yang tetap, selalu berubah terus-menerus, berkembang dan selalu di terjang oleh informasi baru untuk di persepsikan dan diinterpretasikan.

Setiap individu pasti memiliki konsep diri dan dapat berkembang menjadi konsep diri positif maupun negatif. Namun pada umumnya kita sebagai individu tidak tau apakah konsep diri yang kita miliki itu positif atau negatif. Individu yang memiliki konsep diri positif akan memiliki dorongan untuk mengenal dan memahami dirinya sendiri. Yaitu individu dapat menerima dirinya sebagai apa adanya atau lebih mengenal dirinya melalui kelebihan dan kekurangan atas dirinya.

Sedangkan individu negatif yang memiliki konsep diri negatif tidak mampu mengenal dirinya sendiri baik kelebihan maupun kekurangan serta potensi yang dia miliki. Setiap orang mempunyai pengetahuan dan keyakinan unik mengenai dirinya sendiri. Konsep diri ini menjadi identitas yang membedakan antara satu orang dengan yang lainnya. Berikut merupakan perbedaan yang nampak antara konsep diri negatif dan konsep diri positif individu saat berkomunikasi antarpersonal.

Tabel 1. Perbedaan Konsep Diri Negatif dan Positif

Konsep diri negatif	Konsep diri positif
Peka pada kritik	Yakin akan kemampuan mengatasi masalah
Responsif sekali terhadap pujian	Merasa setara dengan orang lain
Hiperkritik	Menerima pujian tanpa rasa malu
Cenderung merasa tidak disenangi orang lain	Sadar setiap keinginan dan perilaku tidak selalu disetujui masyarakat
Bersikap pesimistis terhadap kompetisi	Mampu memperbaiki diri

Sumber: (Iskandar, 2020)

Teori Cermin Diri (*Looking Glass Self*)

Istilah Cermin Diri diciptakan oleh sosiolog Amerika Charles Horton Cooley pada tahun 1902 dan diperkenalkan dalam karyanya *Human Nature and the Social Order*. Ini digambarkan sebagai cerminan kita tentang bagaimana kita berfikir dan terlihat di hadapan orang lain. Untuk menjelaskan lebih lanjut akan menjadi bagaimana diri membayangkan dan bagaimana orang lain memandang.

Pemikiran dasar dari teori cermin diri ialah konsep diri seseorang terbentuk karena dipengaruhi oleh keyakinan individu bahwa orang lain berpendapat mengenai dirinya. Lebih lanjut lagi konsep diri yang dikemukakan oleh Cooley dalam teori *looking glass self* ialah menggambarkan perkembangan diri melalui cermin, dimana cermin memantulkan apa yang ada didepannya sehingga seseorang dapat melihat dirinya. Terdapat tiga unsur dalam *looking glass self*:

Pertama, Seseorang membayangkan bagaimana dirinya tampak bagi orang lain di sekitarnya. Kedua Seseorang menafsirkan respon dari orang lain. Ketiga Seseorang mengembangkan suatu konsep diri. Dimana seseorang akan menginterpretasikan respon dari orang lain terhadap dirinya. Hasilnya adalah individu akan mengubah perilakunya berdasarkan apa yang mereka rasa dan dipikirkan orang lain tentang mereka, meskipun tidak sepenuhnya

benar. Dengan cara ini interaksi sosial bertindak sebagai cermin atau kaca pandang. Karena rasa diri dan harga diri seseorang dibangun dari orang lain.

Dimensi konsep diri, Menurut Fitts dalam (Iskandar, 2020) membagi konsep diri dalam dua dimensi pokok, yaitu : Dimensi Internal, Dimensi internal atau yang disebut juga kerangka acuan internal adalah penilaian individu terhadap dirinya sendiri berdasarkan dunia di dalam dirinya. Dimensi ini terdiri dari 3 bentuk, yaitu: Diri identitas (identity self) Merupakan aspek yang paling mendasar pada konsep diri dan mengacu pada pertanyaan “siapakah saya?” dalam pertanyaan tersebut tercakup symbol-simbol yang diberikan pada diri oleh individu yang bersangkutan untuk menggambarkan dirinya dan membangun identitasnya. Diri perilaku (behaviour self) Merupakan persepsi individu tentang tingkah lakunya, yang berisikan segala kesadaran mengenai “Apa yang dilakukan oleh diri”. Bagian ini berkaitan erat dengan diri identitas. Diri penerima atau penilaian (judging self) Diri penilai berfungsi sebagai pengamat, penentu standard, dan evaluator. Kedudukannya adalah sebagai perantara (mediator) antara diri identitas dan diri perilaku. Manusia cenderung memberikan penilaian terhadap apa yang dipersepsikannya. Penilaian ini lebih berperan dalam menentukan tindakan yang akan ditampilkannya.

Dimensi Eksternal Pada dimensi eksternal, individu menilai dirinya melalui hubungan dan aktivitas sosialnya, nilai-nilai yang dianutnya, serta hal-hal lain diluar dirinya. Dimensi ini merupakan suatu hal yang luas, misalnya diri yang berkaitan dengan sekolah, organisasi, agama, dan lain sebagainya. Dimensi ini dibedakan atas 5 bentuk, yaitu: Diri fisik Menyangkut persepsi seseorang terhadap keadaan dirinya secara fisik. Dalam hal ini terlihat persepsi seseorang mengenai kesehatan dirinya, penampilan dirinya (cantik, jelek, menarik, tidak menarik) dan keadaan tubuhnya (tinggi, pendek, gemuk, kurus). Diri Etik-Moral Merupakan persepsi seseorang terhadap dirinya dilihat dari standart pertimbangan nilai moral dan etika. Hal ini menyangkut persepsi seseorang mengenai hubungan dengan tuhan, kepuasan seseorang akan kehidupan agamanya dan nilai-nilai moral yang dipegangnya, yang meliputi batasan baik dan buruk. Diri pribadi Merupakan perasaan atau persepsi seseorang tentang keadaan pribadinya. Hal ini tidak dipengaruhi oleh kondisi fisik atau hubungan dengan orang lain, tetapi dipengaruhi oleh sejauh mana individu merasa puas terhadap pribadinya atau merasa dirinya sebagai pribadi yang tepat. Diri Keluarga Menunjukkan perasaan dan harga diri seseorang dalam kedudukannya sebagai anggota keluarga. Bagian ini menunjukkan seberapa jauh seseorang merasa kuat terhadap dirinya sebagai anggota keluarga, serta terhadap peran maupun fungsi yang dijalankannya sebagai anggota dari suatu keluarga. Diri Sosial Merupakan penilaian individu terhadap interaksi dirinya dengan orang lain maupun lingkungan disekitarnya.

Generasi Z Perkembangan teknologi ini menghasilkan generasi *hiper kognitif* yang lebih nyaman mengumpulkan referensi silang dari banyak

sumber informasi dan mengintegrasikan pengalaman *virtual* dengan kehidupan nyata. Generasi Z dikenal sebagai generasi *mobile*, sebagian besar lahir setelah tahun 2000. Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh bersama kemajuan teknologi, sehingga memandang teknologi adalah bagian dari mereka.

Generasi Z lebih sering menggunakan IT, media sosial dan *smartphone* secara aktif. Penggunaan *smartphone* secara aktif menjadikan Generasi Z berbeda dengan generasi lainnya. Penggunaan *smartphone* secara aktif oleh Generasi Z bukan termasuk perilaku adiktif, akan tetapi mereka menggunakan *smartphone* karena sudah menjadi bagian terpenting dalam kehidupan mereka.

berdasarkan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini, generasi Z merupakan generasi yang tidak dapat dipisahkan dalam dunia modern. Hasil penelitian (Bencsik & Machova, 2016) menunjukkan bahwa dibandingkan generasi sebelumnya yaitu generasi X Gen Z lebih menguasai penggunaan teknologi dan informasi sehingga teknologi ini menjadi bagian penting dalam kehidupan mereka sehari-hari.

Generasi Z adalah generasi *digital natives*. Generasi ini begitu melekat dengan penggunaan teknologi layaknya komputer dan internet, hal tersebut seperti sudah mengalir dalam diri mereka sejak mereka lahir. Generasi ini memiliki karakteristik ingin selalu terhubung dengan internet setiap saat, membuat konten dan membagikannya kepada orang lain dan menjadi sangat aktif di media sosial. (Rastaty, 2018)

Menurut (Wijoyo, 2020) dalam buku *Generasi Z Dan Revolusi 4.0* ada 5 ciri-ciri generasi z yaitu pertama merupakan generasi digital yang mahir dan gandrung akan teknologi informasi dan berbagai aplikasi komputer. Informasi yang dibutuhkan untuk kepentingan pendidikan maupun pribadi akan mereka akses dengan cepat dan mudah. Kedua, sangat suka dan sering berkomunikasi dengan semua kalangan khususnya lewat jejaring sosial seperti facebook, twitter atau SMS. Melalui media ini mereka jadi lebih bebas berekspresi dengan apa yang dirasa dan dipikir secara spontan. Ketiga cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan. Keempat, terbiasa dengan berbagai aktifitas dalam satu waktu yang bersamaan. Misalnya membaca, berbicara, menonton, dan mendengarkan musik secara bersamaan. Hal ini karena mereka menginginkan segala sesuatu serba cepat, tidak bertele-tele dan berbelit-belit. Kelima, cenderung kurang dalam berkomunikasi secara verbal, cenderung egosentris dan individualis, cenderung ingin serba instan, tidak sabaran, dan tidak menghargai proses.

Media sosial (*Social Media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (internet). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*). Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content"

Menurut Van Dijk (2013) dalam (Nasrullah, 2015), media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antarpengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial. Meike dan Young dalam (Nasrullah, 2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga sebagai alat ekspresi diri (self expression) dan pencitraan diri (self branding). (Andreas et al, 2010). Seiring dengan kemajuan teknologi, maka banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, demikian pula dengan media sosial diantaranya untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial itu sendiri, yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan video.

Meike dan Young dalam (Nasrullah, 2015) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (to be share one-to-one) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga sebagai alat ekspresi diri (self expression) dan pencitraan diri (self branding). (Andreas et al, 2010). Seiring dengan kemajuan teknologi, maka banyaknya media yang dapat digunakan manusia untuk dijadikan alat dalam berkomunikasi, demikian pula dengan media sosial diantaranya untuk berbagi pesan dengan banyak pengguna media sosial itu sendiri, yaitu berupa berita (informasi), gambar (foto) dan juga tautan video.

Tik Tok Aplikasi Tik Tok atau yang dikenal sebagai Douyin adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yimin yang merupakan lulusan software engineer dari Universitas Nankai. Aplikasi Tik Tok merupakan platform video pendek yang dibuat dengan durasi 15-60 detik yang berbasis sosial dan didukung musik.

Aplikasi Tik Tok digunakan untuk merekam, mengedit, dan mengunggah ke beberapa media sosial sehingga dapat dilihat oleh teman-teman baik sesama pengguna aplikasi Tik Tok maupun yang bukan pengguna aplikasi Tik

Tok. Yang membedakan dengan media sosial lain adalah aplikasi Tiktok memiliki berbagai macam fitur yang bisa dinikmati pengguna nya seperti adanya fitur *spesial effect* yang terdiri dari *effect shaking* dan *shivering* yang berfungsi untuk menciptakan sebuah video yang menarik, selain itu dilengkapi dengan fitur *music background* dari berbagai artis terkenal dari berbagai penjuru dunia.

Tidak hanya fitur pemberian musik atau lagu saja yang bisa dinikmati, karena berkat dukungan developer ByteDance yang terkenal dengan teknologi kecerdasannya, kini bisa menggunakan fitur wajah yang sangat unik dan lucu. Dengan adanya fitur wajah ini, bisa membuat video dengan rupa tampilan wajah yang sangat unik mulai dari wajah seram, lucu, memalukan, hingga menarik. Fitur pengenalan wajah ini memang sudah tidak asing lagi terutama bagi para pengguna sosial media atau yang sudah biasa menggunakan fitur ini di aplikasi lain. Jadi secara cepat fitur ini termasuk fitur yang populer dipakai di aplikasi Tik Tok.

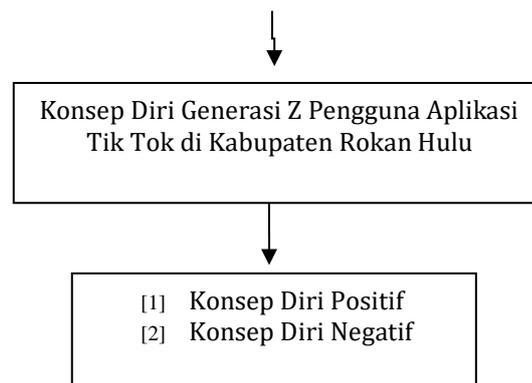
Tik Tok kini seakan menjadi aplikasi primadona yang layak dan wajib diunduh oleh semua orang. Bahkan, menurut survei dari *Sensor Tower* yang dilansir oleh *Okezone.com*, Tik Tok telah mengalahkan aplikasi besar seperti Facebook dan Instagram (Ferdiansyah, 2020). Hasil tersebut terjadi lantaran aplikasi Tik-Tok ini telah diunduh lebih dari 700 juta pengguna pada tahun 2019 dan jumlahnya terus meningkat hingga akhir Mei 2020.

Maraknya penggunaan aplikasi Tik Tok dikalangan masyarakat menjadikan aplikasi Tik Tok sebagai media sosial yang saat ini tengah populer. Melalui aplikasi Tik Tok setiap orang ingin menampilkan sisi terbaiknya kepada orang lain. Sehingga, kesan yang dimiliki orang lain terhadap dirinya dapat bernilai positif apabila aplikasi Tik Tok dilakukan dengan cara yang benar. Aplikasi Tik Tok dapat digunakan mengutarakan apa yang dipikirkan seseorang melalui sebuah video pendek berdurasi 15-60 detik. Ketik pengguna ingin memperoleh kesan sebagai seorang yang memiliki eksistensi tinggi, maka dia akan terus menampilkan gambaran diri yang dapat menunjukkan eksistensi nya.

Gambar 1. Kerangka Pemikiran

Teori Cermin Diri (*Looking Glass Self*) dari Charles Horton Cooley terdapat 3 unsur:

1. Seseorang membayangkan bagaimana dirinya tampak bagi orang lain di sekitarnya.
2. Seseorang menafsirkan respon dari orang lain.
3. Seseorang mengembangkan suatu konsep diri dimana seseorang akan



METODE PENELITIAN

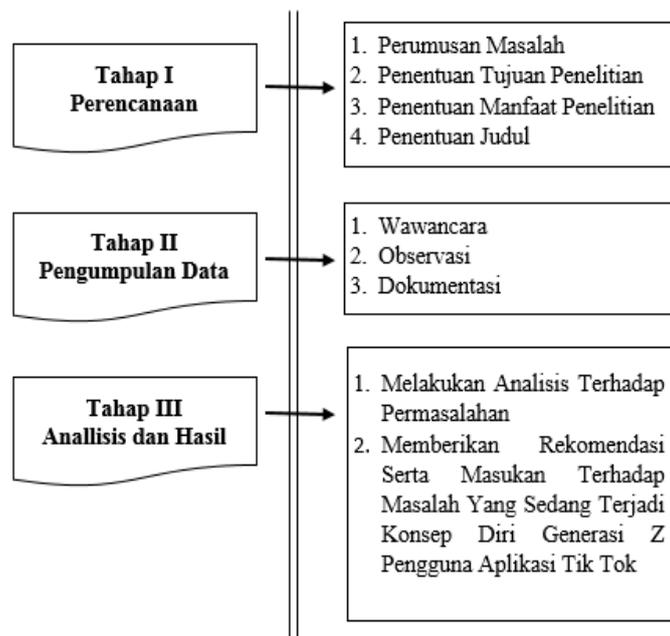
Bentuk penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian lapangan (*field research*) dimana penulis mencari suatu data dan informasi secara langsung turun ke lapangan. Penelitian lapangan dapat juga dianggap sebagai pendekatan luas dalam penelitian kualitatif atau sebagai metode untuk mengumpulkan data kualitatif. Ide pentingnya adalah bahwa peneliti berangkat ke lapangan untuk mengadakan pengamatan tentang sesuatu fenomena dalam suatu keadaan alamiah. (Moleong, 2012). Pada penelitian ini peneliti terlebih dahulu membuat kriteria informan yang sesuai sebagai berikut pertama Generasi Z dengan rentang kelahiran 1998 sampai 2010 atau yang berumur 11 sampai 23 tahun. Kedua, Pengguna Aktif Tik Tok. Ketiga Memiliki banyak jumlah pengikut dan jumlah video yang telah diunggah. Karena semakin banyak jumlah pengikut dan jumlah video menandakan bahwa remaja tersebut aktif menggunakan aplikasi Tik Tok.

Selanjutnya draft pertanyaan disusun berdasarkan teori konsep diri *Looking glass self*. Wawancara mendalam dilakukan kepada beberapa informan tidak hanya wawancara mendalam, peneliti juga langsung melakukan pengamatan pada keseharian informan, pengamatan sosial media tik tok informan dan dokumentasi sehingga dapat melengkapi data yang dibutuhkan. Setelah proses pengumpulan data dilakukan, langkah berikutnya adalah peneliti melakukan analisis data.

Analisa data merupakan proses mencari dan mengatur secara sistematis transkrip wawancara, atau bahan-bahan yang ditemukan di lapangan. Metode

analisis data dalam penelitian ini analisis deskriptif Kualitatif, yaitu model analisis data yang mengklarifikasi atau menggolongkan data berdasar persamaan jenisnya dari data yang diperoleh dari hasil wawancara dan observasi dilapangan yang diperoleh dari informasi penelitian. Teknik analisa data yang digunakan adalah triangulasi sumber data, yaitu menggali kebenaran informasi tertentu dengan menggunakan berbagai sumber data seperti dokumen, arsip, hasil wawancara, hasil observasi atau juga dengan mewawancarai lebih dari satu subjek yang dianggap memiliki sudut pandang berbeda.

Gambar 2. Alur Penelitian



PEMBAHASAN

Generasi Z merupakan generasi setelah generasi milenial, generasi ini merupakan generasi peralihan dari generasi milenial dengan teknologi yang berkembang. Sejak kecil mereka sudah mengenal teknologi dan akrab dengan *gadget* canggih yang secara tidak langsung berpengaruh terhadap kepribadian. Generasi ini lahir pada rentang tahun 1997 sampai 2010. Hasil sensus penduduk tahun 2020 yang telah di rilis Badan Pusat Statistik pada akhir januari lalu menunjukkan sebagian besar penduduk Indonesia berasal dari Generasi Z / Gen Z (27,94%). Ini artinya keberadaan generasi Z memberikan pengaruh besar pada perkembangan Indonesia saat ini dan nanti. Salah satu keberadaan generasi Z yang sangat memberikan pengaruh besar yaitu di Kabupaten Rokan Hulu.

Penelitian ini menggunakan teori *looking glass self* menurut Charles Horton Cooley. Konsep diri menurut Cooley disebut *looking glass self* (cermin diri), seakan-akan kita menaruh cermin di depan di depan kita. Dalam Konsep Cermin diri mengungkapkan kecenderungan seseorang untuk memahami diri sendiri melalui persepsi yang mungkin dipegang orang lain tentang mereka. Pada dasarnya, bagaimana seseorang memandang diri sendiri dan bertindak sangat bergantung pada apa yang diyakini individu oleh orang lain tentang individu tersebut. Proses ini untuk mengembangkan rasa identitas seseorang.

Konsep diri terdiri dari dua yaitu konsep diri positif dan konsep diri negatif. Konsep diri positif ditandai dengan lima hal diantaranya, yakin akan kemampuan mengatasi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat, yang terakhir ia mampu memperbaiki dirinya. Adapun konsep diri negatif yaitu, peka pada kritik, responsif sekali atas pujian, hiperkritis, cenderung merasa tidak disenangi oleh orang lain, bersikap pesimistis terhadap kompetisi.

Looking glass self ini terbagi dalam 3 unsur yaitu pertama, kita membayangkan bagaimana kita tampak bagi orang lain, kita melihat sekilas diri kita seperti dalam cermin. Misalnya, kita merasa wajah kita cantik atau jelek. Kedua, seseorang menafsirkan respon dari orang lain atau kita membayangkan bagaimana orang lain menilai penampilan kita. Ketiga, kita mengalami perasaan bangga atau kecewa, orang mungkin merasa sedih atau malu.

Seseorang membayangkan bagaimana dirinya tampak bagi orang lain di sekitarnya

Unsur pertama ini merupakan gambaran sebagai refleksi kita tentang bagaimana kita berfikir kita tampak kepada orang lain yang ada disekitar kita. Untuk lebih menjelaskan akan bagaimana diri sendiri membayangkan bagaimana orang lain melihat mereka.

Mendapatkan ketenaran dengan cara *viral* di media sosial

Viral artinya menyebar luas dengan cepat. Kata viral biasanya digunakan sebagai istilah di dunia maya untuk menggambarkan cepatnya penyebaran suatu berita atau informasi. Dalam kata lain viral ini menyebar luas dengan cepat bagaikan virus. Kata viral ini juga dapat diartikan sebagai sesuatu hal informasi, kejadian, berita dan lainnya yang menyebar luas secara cepat sehingga dalam waktu yang singkat dapat menjadi gempar melalui dunia maya, internet atau media sosial. Video atau berita viral biasanya punya karakteristik tertentu yang bisa membuatnya mudah menarik perhatian orang. Durasi pendek menjadi salah satu karakter sesuatu menjadi viral. Dilansir dari *Forbes* via *kompas.com*, biasanya orang akan menutup video setelah 10 detik, jadi video akan dikategorikan menarik kalau ditonton lebih dari durasi itu. Video yang mampu membuat orang terhibur hingga

mengeluarkan emosi seperti tertawa atau terharu, juga berpotensi besar menjadi viral.

Dengan viral inilah seseorang dapat menjadi terkenal. Terkenal dalam artian banyak yang mengenal dirinya, banyak yang liat kontennya dan banyak yang menyukai. Penulis melihat bahwa sekarang banyak orang yang bermain Tik Tok dengan tujuan ingin mendapatkan ketenaran dengan cara viral. Mereka berharap konten-konten yang telah dibuat bisa menyebar luas lalu mereka pun menjadi banyak dikenal orang.

Bukan hanya momen positif saja yang bisa viral, berita dan video yang sifatnya buruk atau negatif juga sangat mungkin menyebar dengan luas dan cepat. Terutama jika berita dan video tersebut menyebar saat momen yang tepat, misalnya terkait dengan apa yang sedang terjadi akhir-akhir ini di dunia hingga topik budaya pop yang mendominasi berita. Apapun yang terhubung dengan acara dunia memiliki peluang untuk menjangkau banyak orang. Dengan viral inilah seseorang dapat menjadi terkenal. Terkenal dalam artian banyak yang mengenal dirinya, banyak yang liat kontennya dan banyak yang menyukai.

Berdasarkan hasil wawancara di lapangan dengan beberapa informan bahwa untuk mendapatkan ketenaran dengan cara viral di media sosial terutama di Tik Tok, memang menjadi impian bagi kebanyakan generasi Z sekarang terutama di kabupaten Rokan Hulu. Banyak yang berlomba-lomba membuat konten semenarik dan se-kreatif mungkin untuk dapat menarik hati para viewer atau pengguna Tik Tok lainnya. Semakin banyak yang melihat dan menyukai konten mereka maka semakin besar peluang mereka untuk bisa viral dan terkenal. Untuk dapat terkenal maka dibutuhkan konten-konten yang menarik dan kreatif serta bisa menarik perhatian banyak orang.

Menjadi media promosi yang efektif

Media sosial sebagai media promosi di era sekarang ini cukup efektif dan mampu menghasilkan keuntungan yang menggiurkan. Apalagi saat ini ada macam-macam media sosial yang bisa dipilih dan dimanfaatkan secara maksimal untuk kemajuan bisnis. Misalnya saja Facebook, Instagram, Twitter, dan saat ini yang sedang populer adalah Tik Tok. Tik Tok ini merupakan media hiburan, tetapi juga cukup ampuh untuk diandalkan dalam melakukan promosi produk. Didukung saat ini sedang banyak yang menggemari aplikasi Tik Tok, sehingga ini menjadi peluang besar untuk menggunakan media sosial tersebut sebagai media promosi.

Berdasarkan pengamatan di Tik Tok dan wawancara, bahwa Tik Tok juga dapat menjadi media promosi yang cukup efektif dan cukup ampuh untuk diandalkan dalam melakukan promosi produk. Konten yang mengandung promosi juga dapat menarik perhatian banyak orang, dari konten tersebut seseorang bisa tau keunggulan atau kelebihan suatu produk dari apa yang telah dibuat dalam konten. Cara itu cukup menarik dan unik untuk dapat mencari perhatian banyak orang. Karna di zaman sekarang kebanyakan orang

lebih suka menonton video daripada melihat dan membaca brosur. Dengan konten lebih memudahkan untuk memperkenalkan serta menjelaskan suatu produk kepada banyak orang yang berisi keunggulan, fungsi dan harga dari produk yang di pasarkan.

Berikut hasil wawancara yang dilakukan dengan salah satu informan yang menguatkan pernyataan diatas :

“Selain tujuan utama untuk dikenal banyak orang dan jadi viral, Tik Tok juga saya gunakan sebagai wadah untuk promosi, kebetulan saya juga punya Online shop dan pengikut yang lumayan. Cara ini juga cukup membantu saya dalam menarik konsumen dan membuat video yang lebih menarik.” (Thawil, 2021)

Seseorang menafsirkan respon dari orang lain.

Unsur kedua ini merupakan bagaimana seseorang membayangkan penilaian orang lain berdasarkan bagaimana orang berfikir mereka memandang mereka. Adapun dapatan penelitian dalam unsur kedua teori *looking glass self* ini antara lain yaitu :

Kepuasan menerima respon positif

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang, dan kelegaan seseorang. Kepuasan sebagai akibat timbulnya perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja dengan keinginannya. Sedangkan tingkat kepuasan merupakan hasil perbedaan antara harapan dengan kinerja yang dilakukan. Apabila kinerja tidak sesuai harapan, maka hasilnya adalah kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapannya, maka hasilnya puas. Bila kinerja melebihi harapan akan timbul perasaan sangat puas, demikian juga sebaliknya.

Respon merupakan tanggapan atau umpan balik komunikasi dari menafsirkan respon atau tanggapan dari suatu pesan yang telah disampaikan. Timbulnya respon disebabkan oleh adanya subjek yang menarik perhatian komunikasi. Hasil dari respon ini ada dua bentuk yaitu rasa senang atau rasa benci. Biasanya respon bisa berbentuk kritikan atau saran. Respon merupakan reaksi penolakan atau persetujuan dari diri seseorang setelah menerima pesan.

Berdasarkan penjelasan diatas menunjukkan bahwa hasil wawancara yang didapat dilapangan sesuai dengan pernyataan dari informan bahwa adanya kepuasan setelah menerima respon positif dari orang lain dalam konten yang telah diunggah di Tik Tok. Hasilnya timbul perasaan senang dan lega. Berikut pernyataan salah satu informan “Merasa puas banget si kalau banyak yang respon positif, tandanya banyak yang suka, jadi lebih lega dan senang pastinya bacain komentar-komentarnya.” (Heni, 2021)

Seseorang mengembangkan suatu konsep diri. Dimana seseorang akan menginterpretasikan respon dari orang lain terhadapnya.

Unsur ketiga ini merupakan bagaimana seseorang membangun konsep diri berdasarkan asumsi penilaian orang lain terhadap dirinya atau seseorang berpikir tentang bagaimana orang tersebut memandang mereka berdasarkan penilaian mereka sebelumnya. Seseorang mengembangkan rasa diri dan merespon melalui penilaian yang dirasakan orang lain terhadap dirinya.

Menerima pujian secara wajar

Pujian merupakan suatu pernyataan yang positif tentang seseorang, dengan tulus dan sejujurnya. Pujian membuat orang yang mendengarnya merasa tersanjung, sehingga dapat juga memberikan motivasi kepada orang yang dipujinya. Pujian itu penting sekali, guna untuk menunjukkan betapa kita benar-benar menyukai apa yang dikatakan, di lakukan, atau dicapai oleh seseorang. Pujian membuat orang menjadi lebih baik. Orang yang sering dipuji cepat atau lambat akan belajar untuk memuji orang lain. Jika kita sering memuji, kita akan merasa lebih bahagia.

Pada penjelasan diatas menunjukkan bahwa hasil wawancara sesuai dengan pernyataan informan yang menyatakan bahwa pujian merupakan suatu yang membanggakan dan membahagiakan bagi mereka yang menerimanya. Dengan pujian seseorang akan merasa tersanjung dan bangga bahkan menimbulkan motivasi. Berikut tanggapan dari informan ketika mendapatkan atau merespon sebuah pujian :

“Senang banget lah kalau di puji, ya... dibalas dengan makasih. Ngerasa bangga juga, berarti banyak yang suka dengan kontennya, jadi ngerasa ngak sia-sia buat konten”. (Heni, 2021)

Generasi Z yang menggunakan tik tok di kabupaten rokan hulu senang jika mendapatkan pujian dan menerima pujian itu tanpa rasa malu. Ia menerima pujian tanpa menghilangkan rasa merendahkan diri, jadi meskipun ia menerima pujian ia tidak membanggakan dirinya apalagi meremehkan orang lain.

Mereka juga membalas pujian dengan rasa terimakasih dan bahkan memuji balik. Dengan pujian seseorang akan merasa lebih percaya diri dan merasa di apresiasi atas apa yang telah di lakukan nya. Dengan adanya pujian tentunya akan membuat seseorang mempertahankan apa yang telah ada dan meningkatkan lebih baik lagi kedepannya. Menerima pujian tanpa malu ini menurut (Iskandar, 2020) merupakan salah satu ciri yang ada pada konsep diri Positif seorang individu.

Menerima kritikan dan saran dengan terbuka

Kritik merupakan celaan, kecaman atau suatu keadaan perilaku atau yang dianggap menyimpang dan tidak benar. Kritik adalah proses analisis dan evaluasi terhadap sesuatu dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman,

memperluas apresiasi, atau membantu memperbaiki sesuatu. Dibalik kritik, terkadang terselip kata saran yang merupakan ungkapan berupa usulan maupun anjuran guna menyelesaikan suatu hal yang bersifat membangun.

Berdasarkan pengamatan di media sosial dan wawancara, dihasilkan bahwa kebanyakan dari mereka membalas jika mendapat komentar yang positif atau pujian, dan tidak terlalu peduli atau memikirkan apabila mendapat kritikan. Kebanyakan generasi z yang menggunakan tik tok di kabupaten rokan hulu masih menerima kritikan dan juga saran yang membangun. Namun, jika mendapatkan kritikan yang tidak mengenakkan di hati atau yang menyakitkan mereka lebih kearah mengabaikan atau tidak peduli. Tidak terlalu menjadikan itu masalah dan bahkan merasa mampu mengatasi masalah tersebut.

Berikut salah satu tanggapan salah seorang informan dalam menghadapi kritik pada akun media sosial Tik Tok “gak masalah sih kalau di kritik, tandanya ada yang kurang dan perlu di perbaiki. Yaa..sekedar dilihat dan dibaca aja, gausah di perduliin. Lebih kearah memperbaiki aja gimana bisa lebih baik kedepan nya bila di kritik”. (Elvida, 2021).

Memperbaiki diri kearah yang lebih baik

Seseorang lebih menyukai untuk mengetahui tentang orang lain, tetapi seringkali lupa terhadap upaya memahami dirinya sendiri. Hal demikian itu disebabkan oleh karena mungkin saja yang bersangkutan sudah merasa tahu atau juga pengetahuan itu belum terasa ada gunanya. Padahal sekalipun tentang dirinya sendiri tidak semua orang mengetahuinya, dan bahkan orang yang tidak tahu dirinya sendiri biasanya disebut tidak tahu diri.

Upaya untuk mengetahui tentang diri sendiri disebut berintrospeksi. Tidak gampang melakukannya, dan belum tentu apa yang dilakukan juga tepat. Hal demikian itu oleh karena kebanyakan orang tidak mau melihat kekurangan yang ada pada dirinya sendiri. Melihat kekurangan diri sama artinya dengan mengundang kekecewaan. Sebab siapa saja yang mengetahui kekurangan yang ada pada dirinya, hatinya akan merasa tidak senang.

Siapapun akan terhibur jika dianggap oleh orang lain memiliki kelebihan, prestasi, atau penguasaan sebagai orang hebat. Sebaliknya, siapapun tidak suka ketika diberi label sebagai seorang gagal, kalah, dan apalagi berpredikat sebagai orang rendah, berkekurangan dan dipandang jelek. Meneliti tentang diri sendiri itulah seharusnya dilakukan oleh setiap orang pada setiap hari. Dengan mengetahui tentang dirinya sendiri, maka akan tumbuh kesadaran bahwa masih banyak pada dirinya yang harus diperbaiki, ditingkatkan, dan ditambah kebaikan yang harus dilakukan.

Sesuai dengan yang disampaikan informan bahwa kritikan yang membangun bisa jadi motivasi untuk menjadi lebih baik kedepan nya, mau

memperbaiki diri adalah kunci untuk menjadi lebih baik. Berikut tanggapan beberapa informan :

“kalau banyak yang ngasih pujian langkah selanjutnya akan terus dipertahankan dan lebih meningkatkan konten selanjutnya, kalau dapat kritikan ya pastinya diperbaiki mana yang kurang dan dijadikan pelajaran untuk lebih baik kedepannya.” (Thawil, 2021)

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan dihasilkan bahwa kritikan dan cibiran akan selalu ada dan sudah tidak asing dikalangan pengguna media sosial terkhususnya tik tok. Semua orang berharap di setiap konten yang dibuat haruslah terlihat baik, bagus dan sempurna. Sedikit kesalahan saja bisa membuat orang lain mengkritik bahkan menghujat. Namun, tidak semua kritikan yang dilontarkan buruk, terkadang ada juga kritikan yang bersifat membangun, yang bermaksud untuk memberi tahu kekurangan atau kesalahan dengan harapan bisa diperbaiki dan diubah untuk lebih baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Konsep Diri adalah pandangan dan sikap individu terhadap diri sendiri. Pandangan diri terkait dengan dimensi fisik, karakteristik individual, dan motivasi diri. Setiap individu pasti memiliki konsep diri dan dapat berkembang menjadi konsep diri positif maupun negatif. Konsep diri positif ditandai dengan lima hal diantaranya, yakin akan kemampuan mengatasi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, menyadari bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat, yang terakhir ia mampu memperbaiki dirinya. Adapun konsep diri negatif yaitu, peka pada kritik, responsif sekali atas pujian, hiperkritis, cenderung merasa tidak disenangi oleh orang lain, bersikap pesimistis terhadap kompetisi.

Hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa konsep Diri Generasi Z Pengguna Aplikasi Tik Tok di Kabupaten Rokan Hulu adalah Konsep Diri Positif. Dengan hasil mendapatkan ketenaran dengan cara viral di media sosial, menjadi media promosi yang efektif, kepuasan menerima respon yang positif, menerima pujian secara wajar, menerima kritikan dan saran dengan terbuka, dan mau memperbaiki diri kearah yang lebih baik.

Saran Bagi Generasi Z di Kabupaten Rokan Hulu : Konsep Diri adalah pandangan dan sikap individu terhadap diri sendiri, sebaiknya Generasi Z terutama di Kabupaten Rokan Hulu dapat terus mempertahankan konsep diri positif yang ada pada dirinya dalam menggunakan aplikasi Tik Tok. Bagi Masyarakat dan Orangtua Bagi masyarakat ataupun orang tua Generasi Z yang ada di Kabupaten Rokan Hulu diharapkan dapat terus memantau atau memastikan anak-anaknya dalam menggunakan aplikasi Tik Tok agar tidak disalahgunakan dan terus mempertahankan konsep diri yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- A Setiadi. (2016). Cakrawala-Jurnal Humaniora. ejournal.bsi.ac.id
- Annur, C, M. (2020). Pengguna *tiktok* naik 20% selama pandemi, terbanyak konten edukasi. KataData.co.id. Diakses dari <https://katadata.co.id/ekarina/digital/5ec2245aa8bc7/pengguna-tiktok-naik-20-selama-pandemi-terbanyak-konten-edukasi> Diakses pada 25 Maret 2021 pukul 15.47 WIB
- Bagus Priandodo. (2018). *Pengaruh Tik Tok terhadap kreativitas remaja Surabaya*. Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan Surabaya
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). "Knowledge Sharing Problems from the viewpoint of intergeneration Management." In ICMLG2016 – 4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016 Hlm. 42. Academic Conferences and Publishing Limited.
- David,S.,& Jonh,S.,(2018). *Generasi Z: Memahami generasi baru yang akan mengubah dunia kerja*. Gramedia
- Fauziah, Yuliani Resti. (2019). *Konsep diri remaja pengguna aplikasi Tik Tok di Kota Bandung*.Jurnal ilmu komunikasi.
- Ferdiansyah, M. (2020).Jumlah unduhan *tiktok* kalahkan facebook dan Instagram.Okezone.com. <https://techno.okezone.com/read/2020/01/16/207/2153835/jumlah-unduh-tiktok-kalahkan-facebook-dan-instagram> diakses pada 24 Maret 2021 pukul 11.50 WIB
- Hadion,Wijoyo,. Indrawan,I,Cahyono,Y.,et al.,(2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0*. Jawa Tengah: Pena Persada
- Iskandar, Zulkarnain,. Asmara Sakhyani,. Sutatminingsih Raras., (2020). *Membentuk Konsep Diri Melalui Budaya T tutur: Tinjauan Psikologi Komunikasi*.Medan : Puspantara
- Iskandar. (2020). Apa yang membuat tik-tok disukai generasi z. <https://m.liputan6.com/teknologi/read/4328268/apa-yang-membuat-tiktok-disukai-generasi-z> Diakses pada 10 April 2021 pukul 14.00 WIB
- Laila, Hayati. (2018). *Konsep Diri Anak-anak pengguna Aktif Media Sosial*. Society, Volume 6, Nomor 2, Desember 2018
- Moleong, Lexy J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT Remaja. Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosiologi*.Bandung : Simbiosis Rekatama Media

- Piet, Tapyor. (2016). *Deskripsi Konsep Diri Siswa Kelas IX SMP YPPK Bintang Timur Mabilabol Kabupaten Pegunungan Bintang- Papua*
- Pratiwi, Wahyu W. (2017). *Konsep Diri (Self Concept) dan komunikasi interpersonal dalam pendampingan pada siswa SMP se Kota Yogyakarta*. Kajian Ilmu Komunikasi Volume 47. Nomor 1. Juni 2017
- Rahmad, Jalaludin. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya
- Rastati, Ranny. (2018). *Media literasi bagi digital natives: Perspektif generasi Z di Jakarta*. Jurnal Teknologi Pendidikan
- Rizal, Adam. (2019). *Berapa lama orang Indonesia main sosial media*. <https://infokomputer.grid.id/read/121632479/berapa-lama-orang-indonesia-main-sosial-media?page=all> Diakses pada 10 April 2021 pukul 14.11 WIB
- Sarwono, Sarlito W. (2016). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada
- Sugiarto, Eko. (2017). *Menyusun Proposal Penelitian Kualitatif : Skripsi dan Tesis*. Yogyakarta: Suaka Media
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Syukur, M. (2020). *Viral video perayaan kelulusan SMA di Rokan Hulu saat Pandemi Covid-19*. <https://www.liputan6.com/regional/read/4244344/viral-video-perayaan-kelulusan-sma-di-rokan-hulu-saat-pandemi-covid-19>
- Yardha, Saufa. (2017). *Komunikasi Kelompok dalam Membentuk Konsep Diri Pada Komunitas "Seribu Guru Aceh" di Banda Aceh*. Volume 3, Nomor 2, 2017
- Yenni, Novianti. (2017). *Konsep Diri Remaja dalam media sosial (Studi Deskriptif Kualitatif konsep diri pada pengguna media sosial instagram di kalangan pelajar SMA di kota Medan*