

FENOMENA JOGET TIKTOK SEBAGAI SARANA EKSISTENSI DIRI DI KALANGAN GENERASI Z KOTA BANDUNG

(Studi Fenomenologi Pada Pengguna Aktif Tiktok)

Noer Panji Prayitno^{1✉}, Ananda Elaine², Rizka Satrio P³, Ike Junita⁴

Universitas Islam Bandung^{1,2,3,4}

p4nji666@gmail.com¹, hitmeup.anandaelaine@hotmail.com²,

rizkasatrio@gmail.com³, junitatriwardhani@gmail.com⁴

Received: 2023-05-17; Accepted: 2023-06-17; Published: 2023-06-30

Abstract : TikTok is one of the social media that is increasingly being used by Gen Z in Bandung as a form of self-existence. One of the phenomena followed by Gen Z in Bandung is the 'Joget TikTok' phenomenon. By following this 'Joget TikTok' trend, the Gen Z community in Bandung feels that their existence is respected by their surroundings. This writing aims to find out the role of Tiktok social media as a means of self-existence among Generation Z in Bandung. . From this writing it was found that Gen Z in Bandung follow trends because they don't want to be considered outdated and ostracized by their environment, besides that following trends can also increase self-confidence when their uploads get a response from the wider community, and it is true that the 'Joget Tiktok' phenomenon ' is a form of Gen Z Bandung in showing self-existence. This writing uses interview techniques with 5 informants from representatives of active Tiktok users in Bandung. From the interview results, they used the Tiktok application for more than 1 year as a means of self-existence.

Keywords: Self Existence, Social Media, Gen Z

Copyright © 2023, Author.

This is an open-access article under the CC BY-NC-SA 4.0



DOI: <https://doi.org/10.47453/>

Pendahuluan

Sebagai makhluk sosial, manusia sangat membutuhkan media komunikasi agar dapat terhubung dengan orang lain. Sebuah pesan yang sudah dibuat, tidak akan sampai ke tujuannya apabila tidak ada media yang menghantarkan. Sederhananya, media dapat diartikan sebagai alat perantara. Dalam dunia komunikasi, media dapat diartikan sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan oleh komunikator kepada komunikannya.

Seperti halnya manusia, media juga sudah berkembang mengikuti zaman sehingga memunculkan istilah media baru. Adapun yang disebut dengan media baru adalah media yang dikembangkan sesuai dengan perkembangan teknologi. Dapat dicontohkan dengan kemunculan surat kabar yang merupakan sebuah media baru pada masanya, namun pada saat ini surat kabar bukan lagi dikategorikan sebagai media baru. Pengertian media baru seperti yang diungkapkan oleh Croteau (1997) adalah, bahwa media baru yang muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, satelit, teknologi optik fiber dan komputer. Dengan teknologi seperti ini, pengguna bisa secara interaktif membuat pilihan serta menyediakan respon produk media secara beragam. Pada saat ini, perkembangan teknologi yang mendasari geliat media baru adalah teknologi internet. Melalui daring yang saling terhubung satu sama lain, media baru hadir dengan pesona tersendiri yang ramai digandrungi oleh masyarakat. Sebagai contoh, media baru berbasis internet yang hampir digunakan oleh setiap manusia adalah media sosial. Secara sederhana, media sosial dapat diartikan sebagai alat perantara yang diperuntukkan kepada manusia agar dapat terhubung dengan manusia lainnya menggunakan fasilitas internet.

Media sosial terdiri atas dua kata dasar, yaitu media dan sosial. Sebagaimana yang telah dijelaskan oleh Meyrowitz (dalam Nasrullah, 2016) bahwa dalam mendefinisikan media dapat dilihat dari proses komunikasi yang terjadi, media menjadi wadah untuk membawa pesan dari proses komunikasi tersebut. Sementara itu, sosial adalah sebuah komunitas di dalam masyarakat.

Adapun contoh dari media sosial yang saat ini memiliki pengguna yang banyak adalah instagram, twitter, facebook, dan tiktok. Semua pengguna dapat saling bertukar pesan satu sama lainnya di dalam media sosial. Selain itu, pengguna media sosial juga dapat mengekspresikan diri sesuai keinginannya, dan dapat mempermudah kehidupan bersosial setiap penggunanya. Kebebasan berekspresi di media sosial bagaikan dua belah mata pisau. Di satu sisi, kebebasan tersebut merupakan implementasi dari hak demokrasi yang dimiliki oleh setiap manusia. Kebebasan berekspresi dijadikan sebagai kesempatan untuk membangun sebuah komunikasi yang baik secara virtual. Namun, yang menjadi permasalahan saat ini adalah tidak semua pengguna media sosial memiliki tujuan baik. Inilah yang menjadi sisi lain dari media sosial, efek-efek negatif juga dapat berkembang dengan cepat melalui media sosial.

Dengan adanya media sosial kita juga dapat berbagi informasi, foto, video, atau tulisan. Media sosial juga memungkinkan penggunanya membentuk komunitas atau grup-grup yang membahas berbagai hal yang kita sukai. Media sosial dapat menjadi

wadah untuk eksistensi diri. Eksistensi memiliki arti pengakuan orang lain terhadap diri seseorang dalam suatu lingkungan. Seseorang yang memiliki eksistensi diri yang baik akan diakui keberadaannya dan diperhitungkan kehadirannya di lingkungan tersebut (Caniago, 2017). Setiap orang memiliki eksistensi yang berbeda dengan orang lain, karena eksistensi merupakan milik pribadi yang keberadaannya tidak dapat digantikan dan tidak dapat dipengaruhi oleh siapapun. Mengingat di dunia tidak ada dua individu yang identik sehingga apa yang dialami dan dirasakan setiap orang berbeda. Hal ini diperkuat dengan pendapat Sartre (dalam Cervone & Pervin, 2011) yaitu “manusia sepenuhnya berbeda.”

Eksistensi berasal dari pemikiran eksistensialisme yang dikemukakan oleh Soren Kierkegaard. Kierkegaard (Dagun, 1990) menegaskan bahwa hal yang penting bagi manusia dalam hidup adalah eksistensi yang dimiliki. Dagun (1990) mengatakan “Eksistensialisme merupakan filsafat yang memandang segala gejala yang berfokus pada eksistensi. Titik sentralnya adalah manusia. Eksistensi pada manusia adalah cara manusia berada di dunia ini.” Hal ini dimaksudkan bahwa cara manusia untuk hidup di dunia setiap orang berbeda berdasarkan pengalaman yang dialami dan tujuan hidup yang dipilih. Setiap manusia memiliki kebebasan untuk menentukan jalan hidupnya sendiri. Mereka juga harus bertanggung jawab atas pilihan yang telah dibuat.

Fenomena tentang eksistensi diri sudah sangat melekat dalam diri seseorang khususnya pada kalangan generasi Z. Menurut Tapscott dalam Islami (2016), generasi Z adalah golongan yang dilahirkan tahun 1998 hingga 2009. Generasi Z adalah generasi teknologi. Mereka telah mulai mengenal internet dan web seiring dengan usia mereka sejak mereka masih kecil. Generasi Z telah dikenalkan dengan dunia laman sosial sejak kecil. Generasi Z adalah orang yang lahir ketika teknologi telah menguasai dunia, oleh karena itu generasi ini dikenal sebagai the silent generation, generasi senyap dan generasi internet. Generasi Z, disebut juga Generation atau generasi internet (Putra, 2016). Generasi Z memiliki kesamaan dengan generasi Y, tapi generasi Z mampu mengaplikasikan semua kegiatan dalam satu waktu (multitasking) seperti: menjalankan sosial media menggunakan ponsel, browsing menggunakan PC, dan mendengarkan musik menggunakan headset. Apapun yang dilakukan kebanyakan berhubungan dengan dunia maya. Sejak kecil generasi ini sudah mengenal teknologi dan akrab dengan gadget canggih yang secara tidak langsung kepribadian. Bahkan, berpengaruh kemampuan terhadap teknologi mereka seakan bawaan dari lahir.

Ketika platform seperti Facebook dan Twitter pertama kali keluar, millennial dan generasi yang lebih tua menggunakannya tanpa memikirkan dampak. Seiring waktu, mereka menyadari bahwa mengumbar hidup di mata publik dapat dengan mudah menghantui mereka. Generasi Z telah belajar dari kesalahan-kesalahan tersebut dan memilih platform yang lebih bersifat privasi dan tidak permanen. Generasi Z dikenal lebih mandiri daripada generasi sebelumnya. Mereka tidak menunggu orangtua untuk mengajari hal-hal atau memberi tahu mereka bagaimana membuat keputusan. Apabila diterjemahkan ke tempat kerja, generasi ini berkembang untuk memilih bekerja dan belajar sendiri.

Adapun dalam penulisan ini, penulis merumuskan pertanyaan penulisan dalam beberapa substansi seperti (1) Bagaimana generasi Z di Bandung menunjukkan eksistensi diri melalui media sosial Tiktok? (2) Bagaimana generasi Z di Bandung melihat media sosial Tiktok? (3) Bagaimana generasi Z menggunakan sarana media sosial Tiktok sebagai wadah untuk mewujudkan bentuk eksistensi diri?

Joget Tiktok merupakan suatu kegiatan dimana seseorang atau sekelompok orang melakukan gerakan tertentu dengan diikuti oleh musik yang telah tersedia di Tiktok, untuk kemudian diunggah atau sekedar disimpan oleh orang-orang yang melakukan kegiatan tersebut. Fenomena Joget Tiktok ini seakan menjadi wadah yang sangat mudah dijangkau oleh semua kalangan untuk menunjukkan keeksistensian dirinya. Terlebih, dari unggahan tersebut dapat diberikan komentar atau disukai oleh pengguna lainnya. Sehingga kemungkinan untuk menunjukkan eksistensi diri semakin tinggi.

Tujuan penulisan ini berfokus pada bagaimana kalangan Gen Z di Bandung menggunakan sarana media sosial Tiktok dalam menunjukkan keeksistensian dirinya. Selain itu, tujuan dari penulisan ini adalah mengetahui fenomena seberapa jauh pengguna tiktok dalam meningkatkan dan mengukur eksistensi diri; mengetahui bagaimana pengguna tiktok dalam mendapatkan follower & mengukur keaktifan pengguna tiktok untuk mendapatkan follower agar mendapat kepercayaan diri.

Metodologi Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan metode menggunakan Paradigma kualitatif. Paradigma Kualitatif sendiri didefinisikan sebagai tahapan dari penulisan dan untuk mencapai suatu pemahaman yang berdasarkan pada fenomena sosial dan keresahan manusia. Dalam pendekatan kualitatif, penulis menganalisis atau mengidentifikasi suatu fenomena yang kompleks, mengkaji kalimat, dan membuat suatu laporan terperinci berdasarkan temuan di lapangan dan data dari responden, serta menganalisis situasi yang dirasakan. Selain itu, metode kualitatif juga dapat diterapkan di berbagai permasalahan. Penulisan ini menggunakan paradigma fenomenologi, dimana penulis bertujuan untuk membedah tentang bagaimana suatu fenomena terjadi di dalam kesadaran, pikiran, dan dalam tindakan.

Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan untuk penulisan ini dari hasil survei dilakukan random via google form yang kami sebarkan melalui pesan digital WhatsApp, didapat 34 responden. Target responden yang menjawab adalah pengguna Tiktok dengan umur kisaran 16-24 tahun, yang secara aktif menggunakan aplikasi TikTok dan secara aktif pula mengikuti tren Joget TikTok. Untuk mendapatkan jawaban yang sesuai dengan yang dibutuhkan oleh penulis, penulis akan melakukan wawancara mendalam dengan beberapa responden yang memiliki kriteria yang sesuai dengan penulisan ini.

Pembahasan

A. Fenomena Joget Tiktok di Kalangan Gen Z Kota Bandung

Dalam penulisan ini, penulis membahas tentang Fenomena Joget Tiktok yang dilakukan oleh kalangan Gen Z di kota Bandung sebagai bentuk eksistensi dirinya. TikTok merupakan suatu media sosial dimana pengguna dari aplikasi ini dapat membagikan video disertai musik dengan durasi 30 detik, 1 menit, hingga 5 menit. Aplikasi TikTok belakangan ini sedang marak digunakan oleh masyarakat Indonesia semenjak adanya edaran dari pemerintah terkait Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat (PPKM) ketika angka penyebaran Covid -19 di Indonesia sedang tinggi -tingginya. Melalui aplikasi ini, penggunaannya dapat melakukan berbagai macam hal yang dianggap dapat menghibur mereka di tengah-tengah keterbatasan kegiatan yang dapat dilakukan. Ada yang melakukan kegiatan vlogging terkait kegiatan yang dilakukan mereka sehari-hari, memasak, dan salah satu yang sampai saat ini masih ramai diikuti oleh masyarakat adalah Joget TikTok.

Joget TikTok sendiri adalah suatu kegiatan yang mana seseorang merekam dirinya dengan Selfie Mode, kemudian melakukan gerakan tarian dengan diiringi oleh musik yang telah tersedia di dalam aplikasi TikTok tersebut. Kegiatan ini seringkali dilakukan oleh orang-orang untuk menunjukkan keeksistensian dirinya melalui tarian dan musik yang sedang ramai digunakan oleh pengguna lainnya. Fenomena Joget TikTok ini diawali dengan adanya pengguna lain yang melakukan tarian menggunakan musik tertentu dan videonya disukai oleh banyak pengguna lainnya. Hal ini kemudian dilakukan lagi oleh pengguna lainnya dengan harapan bisa mendapatkan like dan komentar yang banyak juga oleh pengguna lainnya.

B. Fenomena Joget Tiktok Sebagai Sarana Eksistensi Diri di Kalangan Gen Z Kota Bandung

Media sosial TikTok yang sangat populer di kalangan Gen Z menjadi suatu fenomena tersendiri untuk menunjukkan eksistensi dirinya. Sejak adanya aturan pemerintah terkait PPKM, penggunaan aplikasi TikTok semakin meningkat karena kegiatan sekolah dilakukan secara daring. Dalam penulisan ini, penulis berupaya untuk mengungkapkan terkait fenomena yang penulis temui di masyarakat, dimana aplikasi TikTok saat menjadi suatu ajang bagi masyarakat, terutama oleh kalangan Gen Z untuk menunjukkan eksistensi dirinya di lingkungan masyarakat. Berikut hasil wawancara penulis dengan Gen Z di kota Bandung yang menggunakan aplikasi TikTok sebagai sarana eksistensi diri:

“Aku memang lumayan sering, sih main TikTok. Apalagi kan kemaren gak bisa kemana-mana tuh, sekolah juga online, mau kumpul sama temen-temen juga PPKM lagi ketat-ketatnya, jadi ya aku main TikTok aja buat ngehibur diri. Awalnya sih gitu. Cuma ternyata banyak yang Like, jadinya aku makin sering ngikutin trend TikTok juga biar ada yang like postinganku terus” – DZ, 18 Tahun.

“Aku sering sih ikut trend joget TikTok gitu, soalnya ya seneng aja gitu kalo aku post video terus ada yang Like, rasanya jadi kayak makin pede, oh ternyata ada yang suka sama dance aku yang ku posting di TikTok ya. Trus juga temen-temenku kan pada ngikutin trend itu juga, jadi kalo bareng temen-temen ya kita sering joget TikTok bareng, trus di Tag ke akunku.” – SN, 19 Tahun.

“Aku sih paling ngikutin trend TikTok yang dance gitu kak. Karena kan kadang ada yang bikin video tutorial tariannya juga tuh, trus aku ikutin aja. Tiap aku scroll TikTok juga biasanya sering ada dance apa yang lagi trend, trus aku ikutin deh. Kalo aku udah bisa ngikutin dance-nya trus ada yang like, rasanya tuh bangga aja” – DA, 21 Tahun.

“Sebenarnya sih aku kurang begitu ngerasa joget TikTok tuh menarik sih, kak. Cuma kok kalo aku ga ikutan, kayaknya ada yang kurang. Apalagi kalo lagi nongkrong sama temen, itu kayaknya cengo’ banget kalo yang lain pada bikin video TikTok terus akunya gak ikutan. Jadinya aku ikut juga lah sekalian.” – AB, 21 Tahun

“Sering banget kak (membuat video TikTok). Kadang sehari bisa beberapa kali upload gitu, soalnya sering banget muncul di FYP (beranda) aku pada joget TikTok gitu. Jadi aku ikutin deh.” - MG, 19 Tahun.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan narasumber-narasumber tersebut, penulis menemukan fakta bahwa pengguna-pengguna TikTok yang berasal dari kalangan Gen Z di kota Bandung mengikuti fenomena Joget TikTok ini karena mengikuti tren di masyarakat, dan apabila mereka tidak ikut melakukan kegiatan ini, mereka khawatir akan dikucilkan. Meskipun demikian, ada pula narasumber yang mengikuti trend ini karena merasa keberadaan dirinya dianggap oleh masyarakat melalui jumlah Like dan komentar yang didapat dari video tersebut. Hal ini berkenaan dengan konsep eksistensi diri yang merupakan bentuk tentang bagaimana keberadaan seseorang yang bergaul dalam lingkungan masyarakat, yang dalam kata lain ingin diakui keberadaannya, khususnya dalam lingkungan sosial tempat individu tersebut berinteraksi dengan individu lainnya. Untuk mencapai hal tersebut, maka kalangan Gen Z melakukan aktifitas Joget TikTok untuk mengikuti tren yang sedang marak di tengah masyarakat.

Dari hasil survei random melalui Google Form yang kami sebarakan melalui pesan digital WhatsApp, didapat 34 responden. Rata-rata merupakan usia produktif yang menjadi sasaran media sosial. Dari 34 responden yang mengisi survei, sebanyak 19 orang berjenis kelamin perempuan. Sementara, sisanya adalah berjenis kelamin laki-laki. Ditemukan dari survei tersebut, pengguna Tiktok yang menjadi responden untuk penulisan ini terdiri siswa/siswi sekolah menengah atas dan mahasiswa. Dari survei tersebut, 22 orang suka melihat konten tiktok. Sementara itu, 5 orang tercatat aktif memberikan komentar dan Likes di aplikasi Tiktok, 3 orang jarang membuka aplikasi Tiktok. 4 orang menyatakan netral. Kemudian hasil survei juga menyebutkan 11 orang sering mengikuti Trend video yang ada di aplikasi Tiktok. Sementara 9 orang

tidak pernah mengikuti trend Tiktok, dan sisanya menyatakan netral. Mengenai respons terhadap konten dance di Tiktok sebagai eksistensi diri. Sebanyak 5 orang menyatakan biasa saja, sementara 11 orang mengaku malu dan 7 orang lagi mengaku percaya diri.

Kesimpulan

Dari hasil penulisan singkat yang dilakukan, penulis mendapatkan temuan bahwa aplikasi media sosial Tiktok masih diterima oleh sebagian kalangan masyarakat. Terutama generasi Z. Kaum generasi Z merasa aplikasi media sosial termasuk tiktok menjadi peluang untuk mereka bisa bereksistensi diri. Namun demikian, penggunaan aplikasi tiktok harus tetap dijaga agar tidak melewati batas etika dan norma. Hasil survei juga menyebutkan bahwa konten dance di tiktok sebagian direspons positif. Ini menandakan bahwa konten dance merupakan bagian dari generasi Z mengekspresikan karya dan aktualisasi diri. Semakin banyak pengikut di tiktok, maka nama akunya semakin banyak dan eksis. Namun, disarankan agar bijak menggunakan tiktok. Penulis menemukan adanya jurnal sejenis yang membahas tentang eksistensi diri remaja melalui media sosial, namun yang membedakan dengan penulisan ini adalah, penulisan sebelumnya mengkaji fenomena eksistensi diri remaja di media sosial Instagram. Namun jika dilihat dari situasi saat ini, media sosial Tiktok lebih populer dibanding dengan media sosial Instagram. Selain itu juga fenomena Joget Tiktok ini sangat menjamur di tengah masyarakat, terutama kalangan Gen Z.

Setelah melakukan penulisan singkat terkait fenomena Joget TikTok di kalangan Gen Z di kota Bandung sebagai sarana eksistensi diri, penulis menyimpulkan bahwa:

1. Kalangan Gen Z di kota Bandung mengikuti tren tersebut karena tidak ingin dianggap ketinggalan zaman dan dikucilkan oleh lingkungannya.
2. Kalangan Gen Z di kota Bandung merasa dengan mengikuti fenomena Joget TikTok, dapat meningkatkan rasa percaya dirinya, terutama ketika mendapatkan jumlah like dan komen yang banyak.
3. Benar adanya bahwa fenomena Joget TikTok ini merupakan wadah untuk menunjukkan eksistensi diri kalangan Gen Z di kota Bandung.

Daftar Pustaka

- Adian, D. G. 2016. Pengantar Fenomenologi. DEPOK; Penerbit Koekoesan.
- Anugrah, R. S. 2022. Personal Branding Seleb Tiktok Ridho Ghabil dalam Meningkatkan Eksistensi Diri. In Bandung Conference Series: Communication Management (Vol. 2, No. 1, pp. 82-86).
- Aprilia, N. 2016. Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Studi Fenomenologi Mengenai Pengguna Instagram Sebagai Ajang Eksistensi Diri Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unpas (Doctoral dissertation, Perpustakaan).
- Aser, F. G., & Paramita, S. 2022. Fenomena Cyberbullying di Media Sosial TikTok. *Kiwari*, 1 (3), 449-453.

- Arventine, C. V. 2021. Pemanfaatan Aplikasi Tik Tok pada Remaja di Madiun Sebagai Media Eksistensi Diri.
- Fardiah, D., Darmawan, F., & Chatamallah, M. 2018. Eksistensi Media Jejaring Sosial Twitter Sebagai Sarana Berpikir Kritis. *Prosiding SNaPP: Sosial, Ekonomi dan Humaniora*, 4 (1), 159-166.
- Farid, M., & Sos, M. 2018. *Fenomenologi: dalam penulisan ilmu sosial*. JAKARTA; Prenada Media.
- Fauziah, Y. R. 2019. *Konsep Diri Remaja Penggunaan Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung (Studi Fenomenologi Tentang Konsep Diri Remaja Pengguna Aplikasi Tik Tok Di Kota Bandung Dalam Menunjukkan Eksistensi Diri Di Lingkungan Pergaulannya)* (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia)
- Fitriawati, D., & Retnasary, M. 2018. Eksistensi Diri Youtuber “Joneshood” Studi Fenomenologis Mengenai Eksistensi Diri Youtuber “Joneshood” di Kota Bandung”. *Journal Signal*, 6 (1), 22-37.
- Handoyo, F. R. 2021. *Fenomena Mengunggah Video Tiktok di Media Sosial Instagram (Studi Fenomenologi pada pengguna Instagram di Kota Kupang)*.
- Hasbiansyah, O. 2008. Pendekatan fenomenologi: Pengantar praktik penulisan dalam Ilmu Sosial dan Komunikasi. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 9(1), 163-180.
- Hazisah, D. S. 2017. *Pengaruh Instagram Stories Terhadap Eksistensi Diri di Kalangan Siswa-Siswi SMAN 1 Makassar*. Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makassar.
- Icha, N. R., & Kurniadi, O. 2022. Hubungan antara Menggunakan Tik Tok dengan Perilaku Eksistensi Diri. In *Bandung Conference Series: Public Relations* (Vol. 2, No. 1, pp. 297-301).
- Islami, A. N. (2018). *Instagram: Media Sosial dan Eksistensi Diri Remaja Berprestasi di Kota Palu*. *Kinesik*, 5 (3), 1-15.
- Ruth, D., & Candraningrum, D. A. 2020. Pengaruh Motif Penggunaan Media Baru Tiktok terhadap Personal Branding Generasi Milenial di Instagram. *Koneksi*, 4(2), 207-214.
- Santosa, Y. H. 2022. *Fenomena Penggunaan Aplikasi Tiktok dikalangan Mahasiswa Fisip UIN Raden Fatah Palembang* (Doctoral dissertation, UIN Raden Fatah Palembang).
- Sari, D., Madyan, M., & Mahendra, A. 2021. *Penggunaan aplikasi tik tok sebagai ajang eksistensi diri (fenomenologi penggunaan tik tok pada mahasiswa UIN Shultan Thaha Saifuddin Jambi)* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Syaifudin, Drs. Zulfan, “Penggunaan Media Sosial Sebagai Media Eksistensi Diri:”, *Jurnal Ilmiah Mahasiswa FISIP Unsyiah*, 3, No. 3, 2018
- Valiant, V. 2020. *Instagram Sebagai Media Eksistensi Diri*. Perpustakaan Fikom UPI YAI.
- Yuliana, T. 2021. *Tiktok sebagai Bentuk Eksistensi Diri Remaja* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).