

202210040311018  
MOH. ALVIAN EFENDI  
Prodi Ilmu Komunikasi

**NARASI #BROKENHOME DI TIKTOK INDONESIA: ANALISIS ISI  
KUANTITATIF**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang sebagai Persyaratan untuk  
Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi



**Oleh :**

Mohammad Alvian Efendi  
(202210040311018)

**Dosen Pembimbing :**

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
2025**

202210040311018  
MOH. ALVIAN EFENDI  
Prodi Ilmu Komunikasi

## LEMBAR SURAT PENGESAHAN

NARASI #BROKENHOME DI TIKTOK INDONESIA : ANALISIS ISI  
KUANTITATIF

Diajukan Oleh :

MOH. ALVIAN EFENDI  
202210040311018

Telah disetujui

*Kamis / 15 Januari 2026*


Pembimbing I



Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom.

Wakil Dekan I



  
Moch Kusilo, M.Si.

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



Novin Farid Stvo Wibowo, M.Si.

## LEMBAR SURAT PENGESAHAN

### SKRIPSI



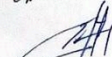
Dipersiapkan dan disusun oleh :

**MOH. ALVIAN EFENDI**  
**202210040311018**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Kamis, 15 Januari 2026  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sa., M.Med.Kom. (  )
2. Rahadi, M.Si. (  )
3. Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom. (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam  
romawi)/(tahun daftar sidang)


Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama	: MOH. ALVIAN EFENDI
No. Induk Mahasiswa	: 202210040311018
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	: Narasi #BrokenHome di TikTok Indonesia: Analisis isi kuantitatif

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang, 12 Januari 2026

Dosen Pembimbing

  
Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom.



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Pendidikan Sutami No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## SURAT PERNYATAAN BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

(\*) Coret yang tidak perlu



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/(bulan daftar sidang dalam romawi)/(tahun daftar sidang)

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : MOH. ALVIAN EFENDI  
NIM : 202210040311018  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester (7) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 12 Januari 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styowibowo, M.Si



Kampus I

Jl. Bendo: 1 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 521 252 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutem: No 188 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur  
T: +62 341 404 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : MOH. ALVIAN EFENDI  
NIM : 202210040311018  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang  
Judul Skripsi : Narasi #BrokenHome di TikTok Indonesia: Analisis isi kuantitatif

Disetujui,  
Pembimbing

Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom.

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styow Wibowo, M.Si










Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 253 (Hunting)  
F: +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 318 (Hunting)  
F: +62 341 460 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## SURAT PERNYATAAN

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	<b>SURAT PERNYATAAN</b>	
	Yang Bertandatangan di bawah ini :	
	Nama : MOH. ALVIAN EFENDI	
	NIM : 202210040311018	
	Program Studi : Ilmu Komunikasi	
	Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang	
	Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa	
	1. Tugas Akhir dengan Judul :	
	Narasi #BrokenHome di TikTok Indonesia: Analisis isi kuantitatif	
	adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.	
	2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.	
	3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.	
	Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.	
	Malang, 12 Januari 2026	
	Yang Menandatangani  METERAL TEMPORAL SY: ASANX224414469 MOH. ALVIAN EFENDI	
		
		
		
Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 252 (Hunting) F. +62 341 400 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutami No.188 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 552 000	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id



### TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Moh. Alvian Efendi

NIM : 202210040311018

Hasil Plagiasi : 12/1

BAB I	11			
BAB II	12			
BAB III	8			

12/1

BAB IV	0			
BAB V	10			
BAB VI				

Malang, 12 Januari 2026  
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari, Rabu 12 November 2025  
Pukul 19.00 WIB  
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

Nama Peneliti	MOH. ALVIAN EFENDI
NIM	202210040311018
Konsentrasi Studi	Ilmu Komunikasi, Audio Visual
Fakultas	Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi	Narasi #BrokenHome di TikTok Indonesia: Analisis isi kuantitatif
Pembimbing	Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.
Dosen Penguji 1	Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom.

Seminar Hasil dilakukan secara daring (*Online*) melalui *platform* Zoom Meeting

Dihadiri oleh Dosen Pembimbing dan Dosen Penguji 1 dan sejumlah 15 Mahasiswa (Daftar Hadir terlampir). Penyajian Seminar Hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~

Dosen Pembimbing,

Malang, 12 Januari 2026

Dosen Penguji 1,

Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.

Aditya Dwi Putra Bhakti, S.Sn., M.Med.Kom.

Mengetahui,  
Kaprodi/ Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.



Kampus I  
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 561 252 (Hunting)  
F: +62 341 660 635

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulani No. 188 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 551 149 (Hunting)  
F: +62 341 582 060

Kampus III  
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P: +62 341 464 319 (Hunting)  
F: +62 341 660 435  
E: webmaster@umm.ac.id

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

No.	Nama	NIM	Instansi
1.	Ryan Adi Wijaya	202110040311211	Universitas Muhammadiyah Malang
2.	Sresandro Gelar Abdullah	202210040311025	Universitas Muhammadiyah Malang
4.	EKA INTAN NOVANTI	202210040311134	Universitas Muhammadiyah Malang
5.	Rais Shofil Fuadi Sawir	202210040311499	Universitas Muhammadiyah Malang
6.	Marco Trisna Omar Farrasy	202310040311112	Universitas Muhammadiyah Malang
7.	Muhammad maftuh choiron	202210040311126	Universitas Muhammadiyah Malang
8.	Moh. Raka Imansyah Maulidan	220231610378	Universitas Negeri Malang
9.	Chintya Adelia Supryadi	202210040311173	Universitas Muhammadiyah Malang
10.	Aris Putri Wulandari	202210040311244	Universitas Muhammadiyah Malang
11.	Regina Agustin Rahmawati	202010040311514	Universitas Muhammadiyah Malang
12.	Awwaluddin Nur	202210040311298	Universitas Muhammadiyah Malang
13.	Salsabila Saffana	202210040311107	Universitas Muhammadiyah Malang
14.	Ajwa Sakina Zhafirin	202210040311379	Universitas Muhammadiyah Malang
15.	Arimbi Ajeng	22010000085	Universitas Merdeka Malang

Malang, 12 Januari 2026

Dosen Pembimbing,

Moch. Fuad Nasvian, M.I.Kom.



Kampus I  
Jl. Randung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

Kampus II  
Jl. Berselangan Sutarni No 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 562 069

Kampus III  
Jl. Raya Tsogomas No.248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

TikTok adalah platform media sosial global yang populer, namun penelitian yang mengkaji cara penggunaannya untuk mengekspresikan pengalaman emosional terkait trauma keluarga seperti rumah tangga yang hancur masih terbatas. Tagar *#brokenhome* telah menjadi ruang untuk berbagi cerita pribadi dan emosi tentang gangguan keluarga, namun pola konten dan interaksi pengguna dalam video-video ini masih kurang dieksplorasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tema emosional dominan dalam video TikTok yang diberi tagar *#brokenhome*, menyelidiki bagaimana kreator berbagi pengalaman mereka, memberikan saran, dan memicu respons emosional. Analisis konten sumatif dilakukan pada 100 video TikTok *#brokenhome* paling banyak ditonton (15 Juni 2020 hingga 25 Januari 2025). Hasil menunjukkan bahwa narasi pribadi dan ekspresi emosional (terutama kesedihan) merupakan tema konten yang paling umum, diikuti oleh saran/informasi dan dukungan sosial. Secara mencolok, tidak ada video yang bersifat promosi dan hanya satu yang menyesatkan. Video yang berisi narasi pribadi dan ekspresi emosional mendapatkan interaksi pengguna tertinggi, sementara video yang menawarkan dukungan sosial juga mendapatkan interaksi yang signifikan. Temuan ini menyoroti peran TikTok sebagai platform untuk ekspresi emosional, pembentukan identitas, dan penyembuhan komunal, dengan implikasi untuk memahami peran media sosial dalam dukungan emosional dan kesehatan mental.

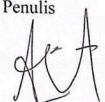
Kata Kunci: TikTok, *#brokenhome*, analisis konten sumatif, keterlibatan pengguna, ekspresi emosional

Malang, 12 Januari 2026

Dosen Pembimbing

  
Moch Fuad Nasvian., M.I.Kom

Penulis

  
Moh. Alvia Efendi

## KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, hidayah, dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“NARASI #BROKENHOME DI TIKTOK INDONESIA : ANALISIS ISI KUANTITATIF”**. Shalawat serta salam senantiasa penulis haturkan kepada nabi terpilih Muhammad Shalallahu alaihi wassalam, sebagai suri teladan seluruh umat manusia. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Penulis juga mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah terlibat secara langsung maupun tidak langsung dalam proses penulisan tugas akhir ini. Sebagai bentuk rasa hormat dan terima kasih, peneliti menyampaikan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada :

1. Prof. Dr. Nazaruddin Malik, M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
3. Novin Wibowo, M.Si. selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
4. Moch. Fuad Nasvian, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku dosen pembimbing yang dengan sabar mengarahkan serta membimbing penulis dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Machrus Efendi, selaku ayah kandung penulis yang tidak pernah memaksa penulis agar lulus dengan cepat, senantiasa mendukung melalui materi dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
6. Alm. Enni Wahyuni, selaku ibu kandung penulis yang selalu memberikan nasihat semasa hidupnya, dan menjadi salah satu alasan penulis bisa semangat untuk terus berjuang.

7. Moh Ezra Viansyah, selaku adik kandung penulis yang selalu menemani dalam kesendirian penulis di rumah, dan menjadi salah satu alasan penulis bisa terus hidup untuk menjalani kehidupan yang berat ini.
8. Satu wanita yang tidak bisa penulis sebutkan namanya. Terima kasih telah memberikan dukungan, motivasi, dan kebijaksanaan yang sangat berarti dalam perjalanan ini. Keberadaan dan semangatnya telah memberi kekuatan luar biasa dalam menghadapi tantangan dan rintangan, serta selalu mengingatkan penulis untuk terus berjuang hingga titik ini.
9. Teman-teman seperjuangan yang penulis tidak bisa sebutkan satu satu namanya. Terima kasih telah menjadi bagian perjalanan yang penuh lika-liku ini.
10. Lagu 'di akhir perang' yang dinyanyikan oleh Nadin Amizah yang selalu menemani dikala penulis lagi suntuk dan tidak ada semangat untuk mengerjakan skripsi.
11. Terakhir, kepada diri sendiri, Moh. Alvian Efendi. Terima kasih telah bertahan, meski banyak rintangan yang datang silih berganti. Terima kasih telah berjuang tanpa henti, ketika banyak orang tidak tahu betapa beratnya perjalanan ini. Terima kasih telah percaya pada diri sendiri di saat-saat keraguan datang, dan selalu menemukan cara untuk terus melangkah meski kelelahan menghalangi.

Penulis menyadari akan adanya banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis berharap memohon kritik dan saran yang membangun akan sangat berarti bagi peneliti, serta semoga hasil dari penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Malang, 12 januari 2026

Moh. Alvian Efendi

## DAFTAR ISI

LEMBAR SURAT PENGESAHAN.....	i
LEMBAR SURAT PENGESAHAN.....	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BEBAS KULIAH.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vi
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	vii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....	viii
BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI.....	ix
DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI.....	x
ABSTRAK.....	xi
KATA PENGANTAR.....	xii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DATAR TABEL.....	xviii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian.....	4
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis.....	5
1.4.2 Manfaat Praktis.....	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA.....	6
2.1 Komunikasi.....	6
2.2 Komunikasi Digital.....	7
2.3 Tiktok sebagai Kanal Komunikasi Digital.....	8
2.4 Teori Representasi – Stuart Hall.....	10
2.5 Teori Emosi - Paul Ekman.....	11
2.6 Penelitian terdahulu.....	12

<b>BAB III.....</b>	<b>15</b>
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1 Pendekatan dan Tipe Penelitian.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1.1 Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>15</b>
<b>3.1.2 Tipe Penelitian.....</b>	<b>16</b>
<b>3.2 Populasi dan Sampel.....</b>	<b>16</b>
<b>3.2 Waktu Pengumpulan Data.....</b>	<b>17</b>
<b>3.3 Fokus Penelitian.....</b>	<b>17</b>
<b>3.4 Unit Analisis.....</b>	<b>17</b>
<b>3.5 Sumber Data.....</b>	<b>17</b>
<b>3.6 Prosedur Pengumpulan Data.....</b>	<b>17</b>
<b>3.7 Teknik Pengumpulan Data.....</b>	<b>18</b>
<b>3.8 Teknik Analisis Data.....</b>	<b>18</b>
<b>3.9 Kategori Konten dan Emosi.....</b>	<b>19</b>
<b>3.10 Uji Keabsahan Data.....</b>	<b>22</b>
<b>BAB IV.....</b>	<b>24</b>
<b>HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>24</b>
<b>4.1 Deskripsi Umum Objek Penelitian.....</b>	<b>24</b>
<b>4.1.1 Deskripsi Umum TikTok sebagai platform narasi Broken Home... 24</b>	<b>24</b>
<b>4.2 Deskripsi Hasil.....</b>	<b>25</b>
<b>4.2.1 Uji Reliabilitas Antar-Koder.....</b>	<b>25</b>
<b>4.2.2 Kategori konten berdasarkan matriks keterlibatan TikTok.....</b>	<b>35</b>
<b>4.2.4 Usia dan jenis kelamin berdasarkan matriks keterlibatan TikTok 50</b>	<b>50</b>
<b>4.2.4 Kategori dan gender berdasarkan matriks keterlibatan TikTok... 54</b>	<b>54</b>
<b>4.3 Pembahasan.....</b>	<b>64</b>
<b>BAB V.....</b>	<b>68</b>
<b>PENUTUP.....</b>	<b>68</b>
<b>5.1 Kesimpulan.....</b>	<b>68</b>
<b>5.2 Saran.....</b>	<b>68</b>
<b>5.2.1 Saran Akademis.....</b>	<b>68</b>
<b>5.2.2 Saran Praktis.....</b>	<b>69</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>70</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 4. 1</b> Perbandingan video yang menyesatkan dan tidak menyesatkan berdasarkan tayangan.....	41
<b>Gambar 4. 2</b> Perbandingan video yang menyesatkan dan tidak menyesatkan berdasarkan likes.....	42
<b>Gambar 4. 3</b> Perbandingan video yang menyesatkan dan tidak menyesatkan berdasarkan shares.....	43
<b>Gambar 4. 4</b> Perbandingan video yang menyesatkan dan tidak menyesatkan berdasarkan comments.....	44
<b>Gambar 4. 5</b> Perbandingan video yang menyesatkan dan tidak menyesatkan berdasarkan tayangan.....	46
<b>Gambar 4. 6</b> Perbandingan video yang menyesatkan dan tidak menyesatkan berdasarkan likes.....	47
<b>Gambar 4. 7</b> Perbandingan video yang menyesatkan dan tidak menyesatkan berdasarkan shares.....	48
<b>Gambar 4. 8</b> Perbandingan video yang menyesatkan dan tidak menyesatkan berdasarkan comments.....	49



## DATAR TABEL

<b>Tabel 3. 1</b> Tabel Kategori Konten dan Emosi.....	19
<b>Tabel 4. 1</b> Uji reliabilitas Antar-Koder.....	26
<b>Tabel 4. 2</b> Kategori Konten Berdasarkan Matriks Keterlibatan Tiktok.....	36
<b>Tabel 4. 3</b> Usia dan jenis kelamin berdasarkan matriks keterlibatan TikTok.....	51
<b>Tabel 4. 4</b> Kategori dan gender berdasarkan matriks keterlibatan TikTok.....	55



## DAFTAR PUSTAKA

- AbouWarda, H., Dolata, M., & Schwabe, G. (2024). How does an online mental health community on Twitter empower diverse population levels and groups? A Qualitative analysis of #BipolarClub. *Journal of Medical Internet Research*, 26, e55965. <https://doi.org/10.2196/55965>
- Agnia, W., Alfiandi, B., & Afrizal, A. (2025). Instant leaders in the perspective of herbert blumer's symbolic interactionism theory. *Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik (Jisip)*, 14(1), 155–167. <https://doi.org/10.33366/jisip.v14i1.3330>
- Aini, Q., & Riany, Y. (2023). The influence of parent-adolescent and peer interaction on premarital sexual perception of broken home adolescent. *Journal of Child Family and Consumer Studies*, 2(1), 1–10. <https://doi.org/10.29244/jcfcs.2.1.1-10>
- Alfatih, A. (2023). *Buku Panduan Praktis Penelitian Deskriptif Kuantitatif*.
- Alwendi, A., Hasibuan, E. A., Mandopa, A. S., & Adiguzel, T. (2023). Development of E-Learning-Based Learning Media at Graha Nusantara University. *Journal Neosantara Hybrid Learning*, 1(3), 272–283. <https://doi.org/10.55849/jnhl.v1i3.171>
- Anggraini, Y., & Pribadi, M. A. (2025). Interaksi Simbolik pada Pemasaran Pemengaruh dalam Membangun Persepsi dan Keputusan Pembelian Produk Perawatan Kulit X. *Prologia*, 9(2), 505–513. <https://doi.org/10.24912/pr.v9i2.33502>
- Arafat, R., & Khamis, S. (2025). Unveiling the online dynamics influencing the success and virality of tiktok social movements: A case study on pro and anti hijab feminist activism. *Media War & Conflict*, 18(2), 251–272. <https://doi.org/10.1177/17506352241308152>
- Arisukwu, O., Akinfenwa, S., & Igbolekwu, C. (2021). Primary healthcare

- services and maternal mortality in ugep. *Annals of Medicine and Surgery*, 68. <https://doi.org/10.1016/j.amsu.2021.102691>
- Asari, A., Syaifuddin, E. R., Ningsi, N., Sudioanto, Maria, H. D., Adhicandra, I., Nuraini, R., Baijuri, A., Pamungkas, A., Kusumah, F. G., Yuhanda, G. P., & Murti, S. (2023). KOMUNIKASI DIGITAL. In *Penerbit Lakeisha*.
- Azmy, S. a. N., Amanda, C. V., Farisa, A. R., & Rakhmawati, N. A. (2022). Data Responden Keputusan Pembelian Pelanggan E-commerce berdasarkan Konten TikTok [Dataset]. In *Zenodo (CERN European Organization for Nuclear Research)*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.6353515>
- Azwar, A. (2022). PERUBAHAN PARADIGMA PENELITIAN ILMU KOMUNIKASI (DARI PARADIGMA KLASIK MARXISME - HEGELIAN MENUJU PARADIGMA KRITIS MAZHAB FRANKFURT). *Ekspresi Dan Persepsi Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 237–246. <https://doi.org/10.33822/jep.v5i2.4493>
- Bainotti, L. (2023). Trending resistance: A study of the tiktok #deinfluencing phenomenon. *Aoir Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2023i0.13392>
- Barbeisch, V., & Krishnan, A. (2022). Applying signaling theory to examine credibility and impression management on social media. *Journal of Communication Technology*, 5(2), 48–71. <https://doi.org/10.51548/joctec-2022-008>
- Barta, K., & Andalibi, N. (2021). Constructing authenticity on TikTok: social norms and social support on the “Fun” platform. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1–29. <https://doi.org/10.1145/3479574>
- Benzel, S., Johanssen, J., Nadj, D., & Rashid, N. (2024). ‘what eating disorders are really like’—Dynamics of lived experience and repetitive aesthetics on tiktok. *International Journal of Cultural Studies*, 28(2), 462–480.

<https://doi.org/10.1177/13678779241268115>

Behera, P. (2024). A framework of semiotics theory to understand the signs and their meaning in society. *International Journal of Arts Architecture & Design*, 2(1), 77–83.

<https://doi.org/10.62030/2024januaryarticle6>

Boffone, T. (2023). TikTok. In G. Ritzer (Ed.), *The Blackwell Encyclopedia of Sociology* (1st ed., pp. 1–1). Wiley.

<https://doi.org/10.1002/9781405165518.wbeos1950>

Brooks, R., Christidis, R., Carah, N., Kelly, B., Martino, F., & Backholer, K. (2022). Turning users into ‘unofficial brand ambassadors’: Marketing of unhealthy food and non-alcoholic beverages on tiktok. *BMJ Global Health*, 7(6), e009112.

<https://doi.org/10.1136/bmjgh-2022-009112>

Business, L. I. O. C. &, & Arroisi, A. (2024). Why hospitals in Indonesia must shift their media tools. *COMMENTATE Journal of Communication Management*, 5(1), 1–17.

<https://doi.org/10.37535/103005120241>

Cao, J., Hu, C., Kong, L., & Yu, Z. (2023). Expression recognition based on multi-level multi-model fusion deep convolutional neural network. *Highlights in Science Engineering and Technology*, 34, 232–237. <https://doi.org/10.54097/hset.v34i.5477>

Cervi, L., & Divon, T. (2023). Playful activism: Memetic performances of Palestinian resistance in TikTok #Challenges. *Social Media + Society*, 9(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231157607>

Correia-Caeiro, C., Burrows, A., Wilson, D. A., Abdelrahman, A., & Miyabe-Nishiwaki, T. (2022). CalliFACS: The common marmoset Facial Action Coding System. *PLoS ONE*, 17(5), e0266442. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0266442>

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design : qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Sixth). SAGE Publications, Inc. <https://lcn.loc.gov/2022032270>

- Darmawan, F. A., & Kusumalestari, R. R. (2025). Potret Konsep Diri dan Self Disclosure dalam Komunikasi Interpersonal Dewasa Muda yang mengalami Broken Home (Studi Kasus Pada Mahasiswa Di Kota Bandung). *Bandung Conference Series Communication Management*, 5(2). <https://doi.org/10.29313/bcscm.v5i2.20822>
- Davoudi, N., & Douglas, J. (2025). “Come With Me on My #GriefJourney”: First-Person Narratives of grief on TikTok. *Illness Crisis & Loss*, 33(4), 907–929. <https://doi.org/10.1177/10541373241312668>
- Derksen, B. M., Bruinsma, W., Goslings, J. C., & Schep, N. W. (2024). The Kappa paradox explained. *The Journal of Hand Surgery*, 49(5), 482–485. <https://doi.org/10.1016/j.jhsa.2024.01.006>
- Donabella, M. (2023). Technoableism & Social Media: TikTok Dataset (v1) [Dataset]. In *Zenodo (CERN European Organization for Nuclear Research)*. <https://doi.org/10.5281/zenodo.7897928>
- Ekman, P., & Friesen, W. V. (2003). *Unmasking the face: A guide to recognizing emotions from facial clues*. Prentice-Hall.
- Emon, M. M. H. (2024). Research approach: A comparative analysis of quantitative and qualitative methodologies in social science research. *Preprints.org*. <https://doi.org/10.20944/preprints202412.1128.v1>
- Fernández-Ríos, M., Redolat, R., Desfilis, E., & González-Alcaide, G. (2021). Una revisión siskategoritica acerca del reconocimiento facial de las emociones en la enfermedad de alzheimer. *Anales De Psicología*, 37(3), 478–492. <https://doi.org/10.6018/analesps.439141>
- Fuad, F., Zainodin, W., Faizal, S., & Ali, M. (2023). #gen z on tiktok: Understanding the implications of the users’ lifestyle using qualitative phenomenological approach. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 13(4). <https://doi.org/10.6007/ijarbss/v13-i4/16743>

- Gleason, C. K. (2023). *TikTok Made Me Gay: Digital Networks and Information Activism on Queer(ed) Platforms* [Master of Arts, Carleton University]. <https://doi.org/10.22215/etd/2023-15618>
- Green, D., Polk, X., Arnold, J., Chester, C., & Matthews, J. (2022). The rise of tiktok: A case study of the new social media giant. *Management and Economics Research Journal*, 8(1), 1–6. <https://doi.org/10.18639/merj.2022.9900063>
- Hall, S. (2020). The work of representation. In *The work of representation* (pp. 74–76). <https://doi.org/10.4324/9780429355363-15>
- Halpin, S. N. (2024). Inter-Coder Agreement in Qualitative Coding: Considerations for its Use. *American Journal of Qualitative Research*, 8(3), 23–43. <https://doi.org/10.29333/ajqr/14887>
- Harita, F. M., Sadono, T. P., Sya, M., Fernando, J., & Goswami, J. K. (2022). TRAVELOKA AS THE ULTIMATE WORKPLACE FOR MILLENNIAL GRADUATES IN INFORMATION AND TECHNOLOGY. *ASPIRATION Journal*, 1(2), 159–174. <https://doi.org/10.56353/aspiration.v1i2.17>
- Hautea, S., Parks, P., Takahashi, B., & Zeng, J. (2021). Showing they care (or don't): Affective publics and ambivalent climate activism on tiktok. *Social Media + Society*, 7(2). <https://doi.org/10.1177/205630512111012344>
- HerlinaS.St.,m.Kes, Boer, R. F., MSos, N. S. F., Kede, A., MAg, M. a. K. S., MSi, L. M. G. S. M., Putri, S. S., Hasibuan, N., MCp, N. S. S. M., & Deryansyah, A. D. (2023). *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*. Basya Media Utama.
- Hess, U. (2022). Nonverbal communication. In *Elsevier eBooks* (pp. 647–659). <https://doi.org/10.1016/b978-0-323-91497-0.00133-8>
- Hindarto, I. H. (2022). Tiktok and Political Communication of Youth: A Syskategoritic Review. *JRP (Jurnal Review Politik)*, 12(2), 146–176. <https://doi.org/10.15642/jrp.2022.12.2.146-176>
- Hochschild, A. R. (1979). Emotion Work, Feeling Rules, and Social

- Structure. *American Journal of Sociology*, 85(3), 551–575.
- Husin, S. S., Ab Rahman, A. A., & Mukhtar, D. (2021). THE SYMBOLIC INTERACTIONISM THEORY: A SYskategoriTIC LITERATURE REVIEW OF CURRENT RESEARCH. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 4(17), 113–126. <https://doi.org/10.35631/IJMTSS.417010>
- Hutahaean, E., & Fahrudin, A. (2023). Shyness in broken home teenagers. *Kesans International Journal of Health and Science*, 3(1), 12–21. <https://doi.org/10.54543/kesans.v3i1.228>
- Hwang, S., Hwang, J., & Jeong, H. (2022). Study on associating emotions in verbal reactions to facial expressions in dementia. *Healthcare*, 10(6), 1022. <https://doi.org/10.3390/healthcare10061022>
- Jerin, S. I., O'Donnell, N., & Mu, D. (2024). Mental health messages on TikTok: Analysing the use of emotional appeals in health-related #EduTok videos. *Health Education Journal*, 83(4), 395–408. <https://doi.org/10.1177/00178969241235528>
- Kawashima, T. (2024). The Role of TikTok in Shaping Cultural Identity Among Young ACGN Fans in Japan. *Studies in Social Science & Humanities*, 3(12), 21–25. <https://doi.org/10.56397/SSSH.2024.12.04>
- Khanifah, A., & Fauzi, A. (2022). Dampak berita hoax tentang covid-19 terhadap pelaksanaan protokol kesehatan oleh masyarakat. *Jurnal Ilmiah Dinamika Sosial*, 6(2), 250–267. <https://doi.org/10.38043/jids.v6i2.3485>
- Khoso, I., Hussin, B., & Hanafi, H. (2023). The experience of legal transition for refugee and Asylum-Seeking children. *The Experience of Legal Transition for Refugee and Asylum-Seeking Children*, 2(4), 4–10. <https://doi.org/10.61838/kman.isslp.2.4.2>
- Kim, A. (2025). The power of storytelling in product placement of tiktok's short-form content: A qualitative study. *European Conference on Social Media*, 12(1), 345–351.

<https://doi.org/10.34190/ecsm.12.1.3456>

Krippendorff, K. (2019). *Content Analysis: an Introduction to its methodology* (Fourth Edition). SAGE Publications.

Kuřaga, W. (2024). Revolutionizing Visual Communication and Digital Creative Engagement: The Game-Changing Impact of TikTok. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 20(3), 212–235. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.20.3.10>

Kurniawan, D. (2018). KOMUNIKASI MODEL LASWELL DAN STIMULUS-ORGANISM-RESPONSE DALAM MEWUJUDKAN PEMBELAJARAN MENYENANGKAN. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i1.65>

Lestari, A., Nurfaizy, R., Reza, F., & P, G. G. D. M. (2024). Constructing the meaning of achieving life success in broken home survivors in virtual communities. *Sinergi International Journal of Communication Sciences*, 2(1), 41–56. <https://doi.org/10.61194/ijcs.v2i1.219>

Li, M., Gao, Q., & Yu, T. (2023). Kappa statistic considerations in evaluating inter-rater reliability between two raters: which, when and context matters. *BMC Cancer*, 23(1), 799. <https://doi.org/10.1186/s12885-023-11325-z>

Li, Y., Guan, M., Hammond, P., & Berrey, L. (2021). Communicating covid-19 information on tiktok: A content analysis of tiktok videos from official accounts. *Health Education Research*, 36(3), 261–271. <https://doi.org/10.1093/her/eyab010>

Lind, M., Byrne, M., Devine, S., & Allen, N. (2024). Smile, you're on camera: Investigating the relationship between selfie smiles and distress. *Journal of Trial and Error*. <https://doi.org/10.36850/8716-5abe>

Literat, I., & Kligler-Vilenchik, N. (2023). Tiktok as a key platform for youth political expression: Reflecting on the opportunities and

- stakes involved. *Social Media + Society*, 9(1).  
<https://doi.org/10.1177/20563051231157595>
- Macharia, M., Masaku, J., Kanyi, H., Araka, S., Okoyo, C., Were, V., Mwandawiro, C., & Njomo, D. (2022). Challenges, opportunities, and strategies for addressing drugs and substance abuse in selected counties in Kenya. *East African Journal of Health and Science*, 5(1), 163–177. <https://doi.org/10.37284/eajhs.5.1.698>
- Maharani, A., & Daulay, A. A. (2023). EXPLORING THE INFLUENCE OF BROKEN HOMES ON CHILDREN'S MINDSETS: A QUALITATIVE STUDY. *Counsnesia Indonesian Journal Of Guidance and Counseling*, 4(1), 53–60.  
<https://doi.org/10.36728/cijgc.vi.2530>
- Mayfani, S., Adiwinata, A., & Nadhirah, N. (2023). Resilience and self-esteem of broken home teenagers. *Journal of Education and Counseling (Jeco)*, 34–45. <https://doi.org/10.32627/jeco.v3i1.624>
- McCashin, D., & Murphy, C. M. (2023). Using TikTok for public and youth mental health – A syskategoritic review and content analysis. *Clinical Child Psychology and Psychiatry*, 28(1), 279–306.  
<https://doi.org/10.1177/13591045221106608>
- McGuire, M., De Waal, A., Karellis, A., Janssen, R., Engel, N., Sampath, R., Carmona, S., Zwerling, A. A., Suarez, M. F., & Pai, N. P. (2021). HIV self-testing with digital supports as the new paradigm: A syskategoritic review of global evidence (2010–2021). *EClinicalMedicine*, 39, 101059.  
<https://doi.org/10.1016/j.eclinm.2021.101059>
- Mercado, A., Venta, A., Morales, F., Palomin, A., Garcini, L., Silva, M., & Rodríguez, M. M. D. (2022). Trauma in the American asylum process: Experiences of immigrant families under the migrant protection protocols. *Psychological Trauma Theory Research Practice and Policy*, 16(Suppl 2), S379–S388.  
<https://doi.org/10.1037/tra0001368>

- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. (2021). On the psychology of tiktok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health, 9*. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>
- Mozikov, M., Severin, N., Glushanina, M., Baklashkin, M., Savchenko, A., & Makarov, I. (2024). *Insideout: Unifying emotional llms to foster empathy*. <https://doi.org/10.3233/faia241039>
- Mulyanto, A. K. P. (2024). Efektivitas teknik Cognitive Restructuring untuk meningkatkan Self-Concept pada remaja Broken Home. *Realita Jurnal Bimbingan Dan Konseling, 9*(2), 2470. <https://doi.org/10.33394/realita.v9i2.12562>
- Murdoch, B., Marcon, A. R., Downie, D., & Caulfield, T. (2019). Media portrayal of illness-related medical crowdfunding: A content analysis of newspaper articles in the United States and Canada. *PLoS ONE, 14*(4). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0215805>
- Nair, I., Patel, S. P., Bolen, A., Roger, S., Bucci, K., Schwab-Reese, L., & DeMaria, A. L. (2023). Reproductive health experiences shared on TikTok by young people: content analysis. *JMIR Infodemiology, 3*, e42810. <https://doi.org/10.2196/42810>
- Namba, S., Sato, W., Osumi, M., & Shimokawa, K. (2021). Assessing automated facial action unit detection systems for analyzing Cross-Domain facial expression databases. *Sensors, 21*(12), 4222. <https://doi.org/10.3390/s21124222>
- Nasidi, Q., Norde, A., Dahiru, J., & Hassan, I. (2024). Tiktok usage, social comparison, and self-esteem among the youth: Moderating role of gender. *Galactica Media Journal of Media Studies, 6*(2), 121–137. <https://doi.org/10.46539/gmd.v6i2.467>
- Neuendorf, K. A. (2017). *The Content Analysis Guidebook* (Second Edition). SAGE Publications, Inc. <http://lcn.loc.gov/2015044657>
- Niemann, J., Königslöw, K., Kantenwein, L., Oelschlägel, L., & Scherf, H. (2025). Unveiling tiktok's shadow: A typology of white nationalist narratives as eudaimonic entertainment. *Aoir Selected Papers of*

- Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2024i0.14019>
- Nordmann, K., Redlich, M., Schaller, M., Sauter, S., & Fischer, F. (2024). Toward a conceptual framework for digitally supported communication, coordination, cooperation, and collaboration in interprofessional health care: Scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 27, e69276. <https://doi.org/10.2196/69276>
- Nouwen, M., & Duflos, M. (2022). Displaying intergenerational solidarity on tiktok during the covid-19 pandemic. *Journal of Family Studies*, 29(3), 1134–1153. <https://doi.org/10.1080/13229400.2022.2032275>
- Philip, P., S, A. S., & Zacharias, J. (2023). A survey on facial emotion recognition. *A Survey on Facial Emotion Recognition*, 1–6. <https://doi.org/10.1109/iccc57789.2023.10165523>
- Pouwels, J., Valkenburg, P., Beyens, I., Driel, I., & Keijsers, L. (2021). Some socially poor but also some socially rich adolescents feel closer to their friends after using social media. *Scientific Reports*, 11(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-021-99034-0>
- Pratama, C. A., & Pribadi, M. A. (2024). Interaksi Simbolik pada Perencanaan Komunikasi: Studi Kasus Distributor Beras. *Koneksi*, 8(1), 160–168. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.27609>
- Price-Williams, S., & Sasso, P. A. (2021). Facilitating Co-curricular Connections among Millennial and Generation Z Students in Digital Environments. In J. Hoffman & P. Blessinger (Eds.), *Innovations in Higher Education Teaching and Learning* (pp. 73–86). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S2055-364120210000039006>
- Pruccoli, J., De Rosa, M., Chiasso, L., Perrone, A., & Parmeggiani, A. (2022). The use of TikTok among children and adolescents with Eating Disorders: experience in a third-level public Italian center during the SARS-CoV-2 pandemic. *the Italian Journal of Pediatrics/Italian Journal of Pediatrics*, 48(1), 138. <https://doi.org/10.1186/s13052-022-01308-4>

- Raharjo, J. S. D. (2025). DIGITAL TRANSFORMATION AND ORGANIZATIONAL COMMUNICATION: A LITERATURE REVIEW OF MODELS, BARRIERS, AND OPPORTUNITIES. *KENDALI Economics and Social Humanities*, 4(1), 188–195. <https://doi.org/10.58738/kendali.v4i1.823>
- Rahim, U. A., & Bayu, M. (2025). INTERAKSI VIRTUAL DAN KETERIKATAN EMOSIONAL DI TIKTOK: STUDI KASUS FENOMENA VIRTUAL TAGAR #KABURAJADULU. *GOVERNANCE Jurnal Ilmiah Kajian Politik Lokal Dan Pembangunan*, 11(4), 212–219. <https://doi.org/10.56015/gjikplp.v11i4.457>
- Riady, A., & Pribadi, M. A. (2024). Peran Interaksi Simbolik dalam Melakukan Komunikasi Pemasaran di Media Sosial Instagram Maxima Project. *Kiwari*, 3(4), 589–595. <https://doi.org/10.24912/ki.v3i4.33060>
- Rinn, R., Gao, L., Schoeneich, S., Dahmen, A., Kumar, V. A., Becker, P., & Lippke, S. (2023). Digital Interventions for Treating Post-COVID or Long-COVID symptoms: Scoping review. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e45711. <https://doi.org/10.2196/45711>
- Salchev, P., & Neeva, A. (2023). The puzzle of clinical coding. Overview and options. *Annual for Hospital Pharmacy*, 9(1), 34. <https://doi.org/10.14748/ahp.v9i1.9155>
- Sánchez-Álvarez, J. F., Jaramillo-Álvarez, G. P., & Jiménez-Builes, J. A. (2023). Facilitating Communication in Neuromuscular Diseases: An Adaptive Approach with Fuzzy Logic and Machine Learning in Augmentative and Alternative Communication Systems. *Computers*, 13(1), 10. <https://doi.org/10.3390/computers13010010>
- Santoso, L., & Huwae, A. (2023). Resilience and meaningfulness of life in broken home adolescents. *Bisma the Journal of Counseling*, 7(1), 91–98. <https://doi.org/10.23887/bisma.v7i1.58582>

- Senekal, J., Groenewald, G., Wolfaardt, L., Jansen, C., & Williams, K. (2022). Social media and adolescent psychosocial development: A systematic review. *South African Journal of Psychology*, 53(2), 157–171. <https://doi.org/10.1177/00812463221119302>
- Setrisman, R., & Mishra, A. (2024). Journeys to functionality: A dimensional analysis of personal narratives of recovery from depression. *Journal of Evaluation in Clinical Practice*, 31(2). <https://doi.org/10.1111/jep.14144>
- Shin, D., & Jitkajornwanich, K. (2024). How Algorithms Promote Self-Radicalization: Audit of TikTok's Algorithm Using a Reverse Engineering Method. *Social Science Computer Review*, 42(4), 1020–1040. <https://doi.org/10.1177/08944393231225547>
- Singhal, A., Neveditsin, N., Tanveer, H., & Mago, V. (2024). Toward Fairness, Accountability, transparency, and ethics in AI for Social Media and Health Care: Scoping review. *JMIR Medical Informatics*, 12, e50048. <https://doi.org/10.2196/50048>
- Song, S., Zhao, Y. C., Yao, X., Ba, Z., & Zhu, Q. (2021). Short video apps as a health information source: an investigation of affordances, user experience and users' intention to continue the use of TikTok. *Internet Research*, 31(6), 2120–2142. <https://doi.org/10.1108/intr-10-2020-0593>
- Sun, T., Lim, C., Chung, J., Cheng, B., Davidson, L., Tisdale, C., & Chan, G. (2021). Vaping on tiktok: A systematic thematic analysis. *Tobacco Control*, 32(2), 251–254. <https://doi.org/10.1136/tobaccocontrol-2021-056619>
- Sun, Z., Jiang, Y., & Liang, Y. (2024). Personal Experience Sharing Cat Meme Videos among Contemporary Chinese Young People: Take the Bilibili Platform as an Example. *Communications in Humanities Research*, 47(1), 78–88. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/47/20242265>
- Steinfeld, N., Rosenberg, H., & Mahat-Shamir, M. (2025). TikTok war

- humor: social and psychological functions of humor videos by micro-influencers and ordinary users during conflict. *Frontiers in Psychology*, 16, 1637194. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1637194>
- Syaftiani, M., Nurmandi, A., Misran, M., & Younus, M. (2024). Transformative Governance: Utilizing social media dynamics to improve public service implementation in the digital age in Indonesia. *Nyimak Journal of Communication*, 8(2), 137. <https://doi.org/10.31000/nyimak.v8i2.10735>
- Tian, Z., MS, Chinchilli, V. M., PhD, Shen, C., PhD, Zhou, S., PhD, Department of Public Health Sciences, Pennsylvania State University, Hershey, PA, USA, & Department of Surgery, Pennsylvania State University, Hershey, PA, USA. (2024). Interrater agreement statistics under the two-rater dichotomous-response case with correlated decisions. *Interrater Agreement Statistics Under the Two-rater Dichotomous-response Case With Correlated Decisions*.
- Tisa, M. (2023). Media sosial TikTok dalam membangun citra diri. *ISTIFHAM Journal of Islamic Studies*, 246–257. <https://doi.org/10.71039/istifham.v1i3.36>
- Tu'akoi, S., Ofanoa, M., Ofanoa, S., Heather, M., Lutui, H., & Goodyear-Smith, F. (2025). Exploring how rheumatic fever is portrayed on tiktok. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 22(5), 686. <https://doi.org/10.3390/ijerph22050686>
- Turuba, R., Zenone, M., Srivastava, R., Stea, J., Quintana, Y., Ow, N., Marchand, K., Kwan, A., Ong, A. J., Ding, X., Warren, C., Marcon, A. R., Henderson, J., Mathias, S., & Barbic, S. (2025). Do you have depression? A summative content analysis of mental health-related content on TikTok. *Digital Health*, 11. <https://doi.org/10.1177/20552076241297062>

- Velasco, E. R., Pedersen, H. S., & Skinner, T. C. (2022). Methodological approaches applicable to patient-provider interaction analysis: A mini-review. *Frontiers in Communication*, 7. <https://doi.org/10.3389/fcomm.2022.1034427>
- Von Essen, L. (2022). Interpersonal relations. *Communicare Journal for Communication Studies in Africa*, 2(2), 14–28. <https://doi.org/10.36615/jcsa.v2i2.2176>
- Wahyudi, A., Tirtana, A., & Langoy, L. (2023). Analysis of gojek's brand perception utilizing twitter tagar: Sentiment analysis using ekman's classification. *Open Access Indonesia Journal of Social Sciences*, 6(2), 927–935. <https://doi.org/10.37275/oaijss.v6i2.153>
- Xie, W. (2024). Does Tiktok's Short Video Marketing Increase Product Purchasing Power among Young Consumers. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 60(1), 209–215. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/60/20240642>

