

202010040311514  
Regina Agustin Rahmawati  
Prodi Ilmu Komunikasi

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK "TANYA KANTOR"**

**@CRETIVOX TERHADAP LITERASI INFORMASI**

**DUNIA KERJA GEN Z**

**(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMM Angkatan 2022)**

**SKRIPSI**

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



Oleh:

Regina Agustin Rahmawati

202010040311514

**Dosen Pembimbing**

**Dr. Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

**2026**

## LEMBAR SURAT PENGESAHAN

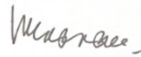
**PENGARUH TERPAAN KONTEN TIKTOK “TANYA KANTOR”  
@CRETIVOX TERHADAP LITREASI INFORMASI DUNIA KERJA GEN Z  
(Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMM Angkatan 2022)**

Diajukan Oleh :

**Regina Agustin Rahmawati**  
202010040311514

Telah disetujui  
*Rabu, 01 April 2026*

Pembimbing I



**Dr. Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom**

Wakil Dekan I



**Dr. Joko Susilo, M.Si.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi



**Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.**

## LEMBAR SURAT PENGESAHAN

### SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

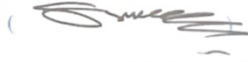

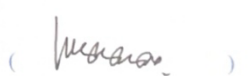
**Regina Agustin Rahmawati**  
**202010040311514**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan


L U L U S

Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( S I ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 01 April 2026  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :


1. Sugeng Winarno, S. Sos, MA (  )
2. Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M.Si (  )
3. Dr. Zen Amirudin, S. Sos., M.Med.Kom (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

  
**Dr. Joku Susilo, M.Si.**



## SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH

 \*) 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 : Regina Agustin Rahmawati  
NIM : 202010040311514  
Program Studi : Ilmu Komunikasi



Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester (12) tahun akademik 2025 / 2026 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 4 Maret 2026

Ketua Program Studi

  
Novin Farid Styo Wibowo, M.Si

**Kampus I**  
Jl. Semarang I Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 250 (Hunting)  
F. +62 341 460 435

**Kampus II**  
Jl. Bendungan Sultan No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 591 140 (Hunting)  
F. +62 341 582 060

**Kampus III**  
Jl. Raya Tlogomas No.248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 218 (Hunting)  
F. +62 341 403 435  
E. webmaster@umma.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Regina Agustin Rahmawati  
NIM : 202010040311514  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang  
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Segmen “Tanya Kantor” Pada TikTok @cretivox Terhadap Literasi Informasi Gen Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMM Angkatan 2022)

Disetujui,  
Pembimbing

Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Stywo Wibowo, M.Si







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

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

Kampus III  
Jl. Raya Plojoman No 240 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 218 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. wibowastar@umm.ac.id

## SURAT PERNYATAAN

|  |  |   |   |
|--|--|---|---|
| <br>UNIVERSITAS<br>MUHAMMADIYAH<br>MALANG | <b>SURAT PERNYATAAN</b>  |   |   |
|   | Yang Bertandatangan di bawah ini :   |   |   |
|  | Nama : Regina Agustin Rahmawati  |   |   |
|  | NIM : 202010040311514  |   |   |
|  | Program Studi : Ilmu Komunikasi  |   |   |
|  | Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang  |   |   |
|  | Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa  |   |   |
|  | I. Tugas Akhir dengan Judul :  |   |   |
|  | Pengaruh Terpaan Konten Segmen “Tanya Kantor” Pada TikTok @cretivox Terhadap Literasi Informasi Gen Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMM Angkatan 2022)   |   |   |
|  | 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, 4 Maret 2026   |   |   |
|  | Yang Menyatakan,   |   |   |
|  | <br>Regina Agustin Rahmawati   |   |   |
| <br>UN-QA<br>STARS                      | <b>Kampus I</b><br>Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur<br>P: +62 341 551 253 (Hunting)<br>F: +62 341 650 435  | <b>Kampus II</b><br>Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur<br>P: +62 341 521 149 (Hunting)<br>F: +62 341 562 660 | <b>Kampus III</b><br>Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur<br>P: +62 341 464 318 (Hunting)<br>F: +62 341 803 425<br>E: webmaster@umim.ac.id |



### TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Regina Agustin Rahmawati  
NIM : 202010040311514

Hasil Plagiasi :  $\frac{6}{3}$        $\frac{9}{3}$

|         |    |    |    |  |
|---------|----|----|----|--|
| BAB I   | 11 |    |    |  |
| BAB II  | 6  |    |    |  |
| BAB III | 43 | 36 | 15 |  |

$\frac{6}{3}$

|        |    |  |  |  |
|--------|----|--|--|--|
| BAB IV | 9  |  |  |  |
| BAB V  | 14 |  |  |  |
| BAB VI |    |  |  |  |

Malang, 9 Maret 2026  
Admin Plagiasi Prodi,



PROGRAM STUDI  
**ILMU KOMUNIKASI**  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

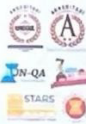
1. Nama : Regina Agustin Rahmawati
2. NIM : 202010040311514
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Penelitian : Pengaruh Terpaan Konten Segmen "Tanya Kantor" Pada TikTok @cretivox Terhadap Peningkatan Literasi Informasi Gen Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMM Angkatan 2022)
6. Pembimbing : Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom
7. Kronologi Bimbingan :

| Tanggal          | Keterangan                                     | Paraf Pembimbing |
|------------------|--|------------------|
| 7 Januari 2025   | Konsultasi awal dan penentuan topik penelitian | f                |
| 9 Januari 2025   | Penyusunan proposal skripsi                    | f                |
| 5 Mei 2025       | Revisi BAB 1, 2, 3                             | f                |
| 2 Oktober 2025   | Pelaksanaan seminar proposal skripsi           | f                |
| 19 Oktober 2025  | Pelaksanaan penelitian                         | f                |
| 26 November 2025 | Pengumpulan data penelitian                    | f                |
| 8 Desember 2025  | Penyusunan BAB 4, 5                            | f                |
| 24 Desember 2025 | Revisi BAB 4, 5                                | f                |
| 20 Januari 2026  | Pelaksanaan seminar hasil skripsi              | f                |

Malang, 4 Maret 2026

Dosen Pembimbing,

Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom



Kampus I  
Jl. Semarang 1 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 561 293 (Hunting)  
F. +62 341 480 430

Kampus II  
Jl. Darmasari Sidarejo No 188 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 501 189 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

Kampus III  
Jl. Raya Tugomun No 248 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 484 218 (Hunting)  
F. +62 341 480 430  
E. webmaster@umm.ac.id

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI

Pada hari, Selasa, 20 Januari 2026

Pukul 19.00 WIB

Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

|                   |  |
|-------------------|--|
| Nama Peneliti     | Regina Agustin Rahmawati   |
| NIM               | 202010040311514  |
| Konsentrasi Studi | Ilmu Komunikasi, Audio Visual  |
| Fakultas          | Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  |
| Judul Skripsi     | Pengaruh Terpaan Konten Segmen "Tanya Kantor" Pada TikTok @cretivox Terhadap Peningkatan Literasi Informasi Gen Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMM Angkatan 2022) |
| Pembimbing        | Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom  |
| Dosen Penguji 1   | Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si  |

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

Malang, 12 Januari 2026

Dosen Pembimbing,

Dosen Penguji 1,

Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.

Mengetahui,  
Kaprodi/ Sekprodi Ilmu Komunikasi,

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.



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

Kampus II  
Jl. Bendungan Sukam No. 158 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

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

## DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI



JUNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



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

| No. | Nama                          | NIM             | Instansi                        |
|-----|-------------------------------|-----------------|---------------------------------|
| 1.  | Chintya Adelia Supryadi       | 202210040311173 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 2.  | Fitri Nurhafizzah Anggraeni   | 202210040311183 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 4.  | Sartika Dewi                  | 202010040311541 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 5.  | Aji setiawan                  | 202010040311007 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 6.  | chairul annam                 | 202210040311030 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 7.  | Luthfan Huda Wicakya          | 202210040311032 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 8.  | Anisa Maulydia A.             | 202010040311528 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 9.  | Muhammad Daffa Dzulfikar      | 202010040311583 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 10. | Tjipto Aldita Citra Meibawati | 202010040311490 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 11. | Sulthon Aziz                  | 202210040311016 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 12. | MOH. ALVIAN EFENDI            | 202210040311018 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 13. | Yuliana sugiartini            | 202210040311056 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 14. | rhaheh prerery aya ham ghofur | 202210040311350 | Universitas Muhammadiyah Malang |
| 15. | Arif Dwi Kusumagus            | 202210040311487 | Universitas Muhammadiyah Malang |

Malang, 4 Maret 2026

Dosen Pembimbing,

Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom



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

Kampus II  
Jl. Berdujangan Sulaem No. 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 000

Kampus III  
Jl. Raya Togomas No. 248 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 210 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Regina Agustin Rahmawati, 202010040311514. *Pengaruh Terpaan Konten TikTok "Tanya Kantor" @cretivox Terhadap Literasi Informasi Dunia Kerja Gen Z (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UMM Angkatan 2022).*

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur pengaruh terpaan konten TikTok "Tanya Kantor" @cretivox terhadap literasi informasi dunia kerja di kalangan mahasiswa Gen Z. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya pemanfaatan media sosial, khususnya TikTok, sebagai sumber informasi terkait dunia kerja. Landasan teoritis yang digunakan adalah Teori Terpaan Media dan Teori *Uses and Gratifications*. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan metode survei. Populasi penelitian adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang angkatan 2022 sebanyak 420 orang, dengan sampel 221 responden yang dipilih melalui teknik purposive sampling. Instrumen penelitian telah diuji validitas dan reliabilitas, sedangkan analisis data menggunakan regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara terpaan konten "Tanya Kantor" terhadap literasi informasi dunia kerja, dengan persamaan regresi  $Y = 1,110 + 0,375X$ . Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung (11,418) lebih besar dari t tabel (1,652) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,373 menunjukkan bahwa terpaan konten memberikan kontribusi sebesar 37,3%, sementara 62,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa TikTok tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga memiliki peran dalam mendukung literasi informasi dunia kerja pada mahasiswa Gen Z.

**Kata kunci :** Terpaan Media, TikTok, Literasi Informasi, Dunia Kerja, Gen Z, Media Sosial

Dosen Pembimbing



Dr. Zen Amirudin, S.Sos., M.Med.Kom

Malang, 9 April 2026

Peneliti



Regina Agustin Rahmawati

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, sehingga skripsi berjudul **“Pengaruh Terpaan Konten TikTok 'Tanya Kantor' @cretivox Terhadap Literasi Informasi Dunia Kerja Gen Z”** dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S-1) Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapatkan banyak bimbingan, dukungan, dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin menyampaikan terima kasih yang tulus kepada:

1. Tuhan Yang Maha Pencipta seluruh alam Allah SWT.
2. Kedua orang tua dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik secara moral maupun materiil.
3. Dosen pembimbing, Bapak Dr. Zen Amirudin S.Sos., M.Med.Kom yang telah sabar dalam membimbing dan memberikan masukan untuk setiap penulisan sampai dengan terselesaikannya penelitian ini.
4. Dosen – dosen prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama berkuliah yang memberikan wawasan kepada peneliti.
5. Seluruh rekan kerja di Cretivox Broadcasting Network yang telah memberikan insight, culture, habit baru selama masa internship.
6. Teman – teman anak kos, Aldita, Azza, Disti, Annida, Fayra, dan Sartika atas kebaikan, sedih dan senang, motivasi, serta kebersamaan dari pertemuan awal semester hingga saat ini.
7. Teman - teman Asisten Praktikum AV 3, Baaqir, Sipe, Yofi yang selalu mendukung untuk segera menyelesaikan penelitian ini.

8. Seorang laki-laki yang selalu hadir memberikan dukungan, perhatian, serta menemani peneliti selama proses penyusunan skripsi ini. Kehadiran dan semangat yang diberikan menjadi penguat dan membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini dengan baik

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

Malang, 9 April 2026

Regina Agustin Rahmawati

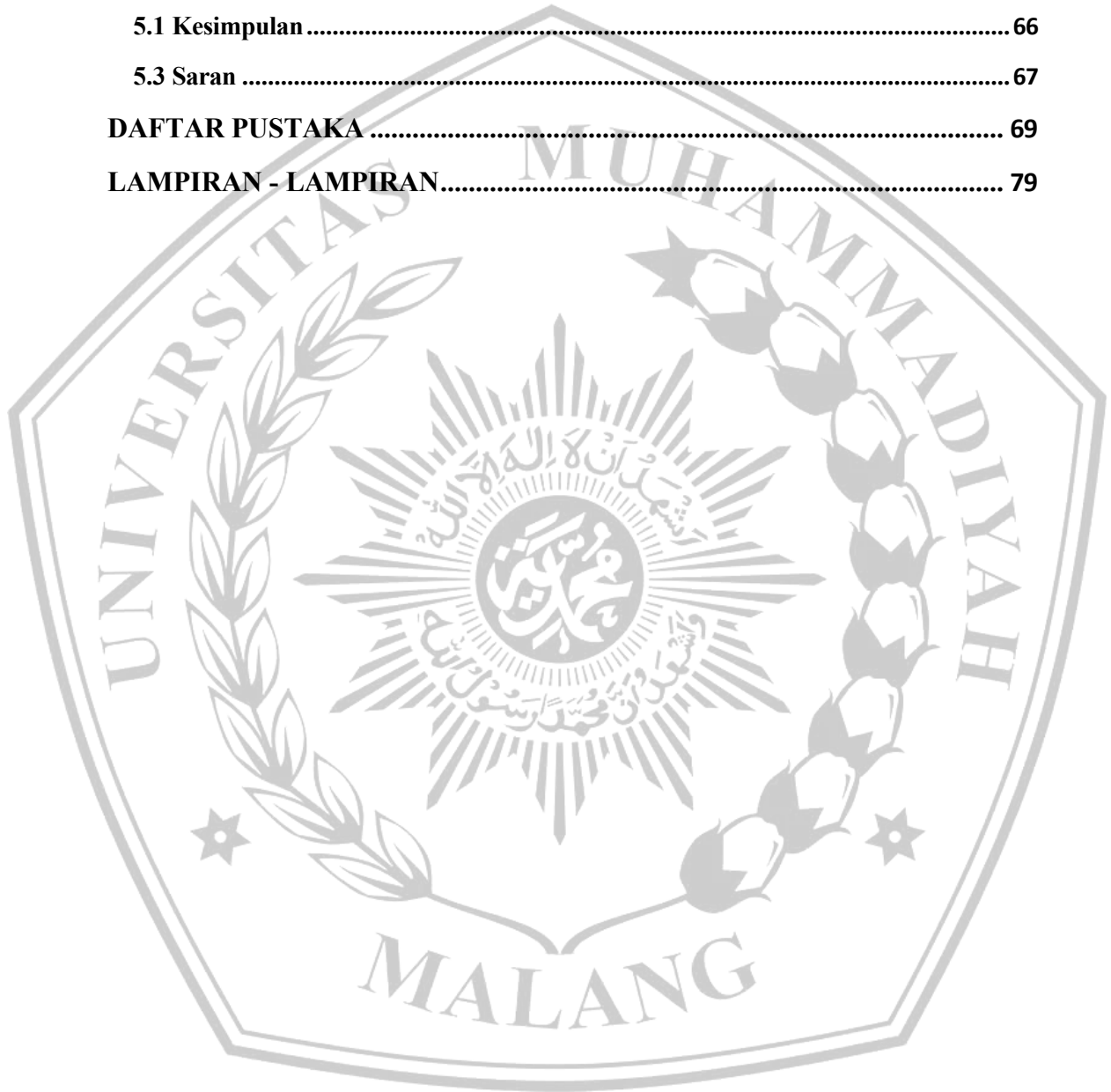


## DAFTAR ISI

|   |       |
|---|-------|
| LEMBAR SURAT PENGESAHAN .....             | i     |
| LEMBAR SURAT PENGESAHAN .....             | ii    |
| SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....          | iii   |
| SURAT KETERANGAN BEBAS KULIAH .....       | iv    |
| LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI .....          | v     |
| SURAT PERNYATAAN.....                     | vi    |
| LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI ..... | vii   |
| TANDA TERIMA PLAGIASI .....               | viii  |
| BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI .....      | ix    |
| BERITA ACARA SEMINAR HASIL SKRIPSI.....   | x     |
| DAFTAR HADIR SEMINAR HASIL SKRIPSI.....   | xi    |
| ABSTRAK.....                              | xii   |
| KATA PENGANTAR .....                      | xiii  |
| DAFTAR ISI.....                           | xv    |
| DAFTAR TABEL.....                         | xviii |
| DAFTAR LAMPIRAN .....                     | xix   |
| BAB 1.....                                | 1     |
| PENDAHULUAN .....                         | 1     |
| 1.1 Latar Belakang.....                   | 1     |
| 1.2 Rumusan Masalah.....                  | 6     |
| 1.3 Tujuan Penelitian .....               | 6     |
| 1.4 Manfaat Penelitian .....              | 6     |
| BAB II.....                               | 8     |
| TINJAUAN PUSTAKA .....                    | 8     |
| 2.1 Media Sosial.....                     | 8     |
| 2.2 TikTok Sebagai Media Sosial.....      | 10    |
| 2.3 Literasi Informasi.....               | 13    |
| 2.4 Landasan Teori.....                   | 14    |

|  |           |
|--|-----------|
| 2.4.1 Teori Terpaan Media .....                      | 14        |
| 2.4.2 Teori Uses and Gratification - Elihu Katz..... | 16        |
| 2.5 Penelitian Terdahulu.....                        | 17        |
| 2.6 Definisi Konseptual .....                        | 21        |
| 2.7 Definisi Operasional.....                        | 22        |
| 2.8 Hipotesis Penelitian .....                       | 27        |
| <b>BAB III .....</b>                                 | <b>28</b> |
| <b>METODE PENELITIAN .....</b>                       | <b>28</b> |
| 3.1 Tipe dan Pendekatan Penelitian .....             | 28        |
| 3.2 Populasi dan Sampel.....                         | 29        |
| 3.2.1 Populasi.....                                  | 29        |
| 3.2.2 Sampel.....                                    | 29        |
| 3.3 Waktu Dan Tempat Penelitian.....                 | 31        |
| 3.4 Sumber Data .....                                | 31        |
| 3.4.1 Data Primer .....                              | 31        |
| 3.4.2 Data Sekunder .....                            | 31        |
| 3.5 Teknik Pengumpulan Data.....                     | 31        |
| 3.5.1 Angket .....                                   | 31        |
| 3.5.2 Dokumentasi.....                               | 32        |
| 3.6 Instrumen Penelitian.....                        | 32        |
| 3.6.1 Uji Validitas .....                            | 33        |
| 3.6.2 Uji Reliabilitas .....                         | 35        |
| 3.7 Teknik Pengolahan Data dan Analisis Data.....    | 36        |
| 3.7.1 Pengolahan Data.....                           | 36        |
| 3.7.2 Teknik Analisis Data .....                     | 37        |
| 3.8 Uji Hipotesis.....                               | 39        |
| 3.8.1 Uji T.....                                     | 39        |
| <b>BAB IV .....</b>                                  | <b>41</b> |
| <b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>          | <b>41</b> |
| 4.1 Hasil Penelitian .....                           | 41        |
| 4.1.1 Deskripsi Data Responden Penelitian.....       | 41        |
| 4.1.2 Indikator Pengalaman .....                     | 42        |
| 4.1.3 Data Responden Penelitian.....                 | 43        |
| 4.2 Teknik Analisis Data.....                        | 58        |
| 4.2.1 Uji Asumsi Klasik.....                         | 58        |
| 4.2.2 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana .....       | 60        |
| 4.2.3 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi.....  | 61        |

|                                 |           |
|---------------------------------|-----------|
| <b>4.3 Uji Hipotesis.....</b>   | <b>62</b> |
| 4.3.1 Uji T.....                | 62        |
| <b>4.4 Pembahasan.....</b>      | <b>63</b> |
| <b>BAB V.....</b>               | <b>66</b> |
| <b>PENUTUP .....</b>            | <b>66</b> |
| 5.1 Kesimpulan .....            | 66        |
| 5.3 Saran .....                 | 67        |
| <b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>     | <b>69</b> |
| <b>LAMPIRAN - LAMPIRAN.....</b> | <b>79</b> |



## DAFTAR TABEL

|   |           |
|---|-----------|
| <b>Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu .....</b>                                | <b>17</b> |
| <b>Tabel 2. 2 Definisi Operasional .....</b>                                | <b>22</b> |
| <b>Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas.....</b>                                  | <b>33</b> |
| <b>Tabel 3. 2 HASil Uji Reliabilitas Variabel X .....</b>                   | <b>35</b> |
| <b>Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....</b>                    | <b>36</b> |
| <b>Tabel 4. 1 Deskripsi Responden Penelitian .....</b>                      | <b>41</b> |
| <b>Tabel 4. 2 Deskripsi Responden Penelitian Indikator Pengalaman .....</b> | <b>42</b> |
| <b>Tabel 4. 3 Indikator Frekuensi.....</b>                                  | <b>44</b> |
| <b>Tabel 4. 4 Indikator Durasi .....</b>                                    | <b>46</b> |
| <b>Tabel 4. 5 Indikator Atensi.....</b>                                     | <b>48</b> |
| <b>Tabel 4. 6 Indikator Mengenali Informasi .....</b>                       | <b>51</b> |
| <b>Tabel 4. 7 Indikator Menemukan Informasi.....</b>                        | <b>52</b> |
| <b>Tabel 4. 8 Indikator Mengevaluasi Informasi.....</b>                     | <b>55</b> |
| <b>Tabel 4. 9 Indikator Menggunakan Informasi .....</b>                     | <b>56</b> |
| <b>Tabel 4. 10 Hasil Uji Normalitas .....</b>                               | <b>58</b> |
| <b>Tabel 4. 11 Hasil Uji Linearitas.....</b>                                | <b>59</b> |
| <b>Tabel 4. 12 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....</b>                  | <b>60</b> |
| <b>Tabel 4. 13 Hasil Uji Analisis Koefisien Determinasi.....</b>            | <b>61</b> |
| <b>Tabel 4. 14 Hasil Uji Hipotesis .....</b>                                | <b>62</b> |

## DAFTAR LAMPIRAN

|  |    |
|--|----|
| Lampiran 1 Draft Pertanyaan .....                | 79 |
| Lampiran 2 Profil dan Jawaban Responden .....    | 84 |
| Lampiran 3 Hasil Tabel Kuesioner Variabel X..... | 92 |
| Lampiran 4 Hasil Tabel Kuesioner Variabel Y..... | 94 |



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Aziz, H. A., & Mohd Dali, S. Z. (2023). MORE THAN JUST ENGAGING? TIKTOK AS AN EFFECTIVE EDUCATIONAL TOOL. *International Journal of Education, Psychology and Counseling*, 8(52), 133–142. <https://doi.org/10.35631/IJEPC.852011>
- Addani, A., Turmudi, T., & Sujarwo, I. (2023). Penerapan graf berarah dan berbobot untuk mengetahui influencer yang paling berpengaruh dalam penyebaran informasi pada twitter. *Jurnal Riset Mahasiswa Matematika*, 2(5), 186-194. <https://doi.org/10.18860/jrmm.v2i5.16810>
- Akbarani, R. (2025). The communication style of 2024 presidential candidates in indonesia: influencing generation z voters through social media. *Ath Thariq Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 9(1), 17-29. <https://doi.org/10.32332/ath-thariq.v9i1/yeqehy91>
- Alchatib, S., Haqqi, H., & Murdani, A. (2021). Penguatan nilai demokrasi melalui peran gen z indonesia dalam media online. *Selaparang Jurnal Pengabdian Masyarakat Berkemajuan*, 4(3), 703. <https://doi.org/10.31764/jpmb.v4i3.4840>
- Alfiansyah, I., & Anshori, I. (2024). JEJARING SOSIAL: TRANSFORMASI KOMUNIKASI DALAM ERA DIGITAL. *SOSFILKOM: Jurnal Sosial, Filsafat Dan Komunikasi*, 18(1), 45–50. <https://doi.org/10.32534/jsfk.v18i1.4333>
- Aminullah, F., Ahmadi, A., & Raharjo, R. (2024). Media sosial instagram gapah lingual sebagai sarana pembelajaran bahasa indonesia. *Diskursus Jurnal Pendidikan Bahasa Indonesia*, 7(2), 294. <https://doi.org/10.30998/diskursus.v7i2.23420>
- Angeline, D. and Pribadi, M. (2025). Motif gen z mengonsumsi konten makeup beauty influencer di media sosial: pendekatan teori kegunaan dan gratifikasi. *Prologia*, 9(1), 183-191. <https://doi.org/10.24912/pr.v9i1.33396>
- Aprilianne, V. C., & Agustini, M. Y. D. H. (2024). Analysis of Comment Features of the Skintific Account on TikTok. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 12(1), 1–13. <https://doi.org/10.17509/image.2024.001>

- Aqidah, I. and Karomatan, T. (2023). Pengaruh promosi dan ulasan konsumen di platform instagram dan tiktok terhadap minat beli. *ABAJ*, 2(2), 40-44. <https://doi.org/10.62201/abaj.v2i2.52>
- Ariffin, N. M., Fikry, A., Shobri, N. D. M., & Che Ilias, I. S. (2024). A Review of Tiktok Livestreaming Commerce. *Information Management and Business Review*, 16(3S(I)a), 67–77. [https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3S\(I\)a.4121](https://doi.org/10.22610/imbr.v16i3S(I)a.4121)
- Atmoko, A. and Pratisara, G. (2023). The influence of tiktok shop on buying interest in petanahan high school 1. *Symposium of Literature Culture and Communication (Sylection) 2022*, 3(1), 523. <https://doi.org/10.12928/sylection.v3i1.14034>
- Aurelia, Y. (2024). INTERAKSI SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KALANGAN SISWA SMA PGRI 4 JAKARTA. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2). <https://doi.org/10.33822/gk.v6i2.6563>
- Ausat, A. M. A. (2023). The Role of Social Media in Shaping Public Opinion and Its Influence on Economic Decisions. *Technology and Society Perspectives (TACIT)*, 1(1), 35–44. <https://doi.org/10.61100/tacit.v1i1.37>
- Beriansyah, A. and Qibtiyah, M. (2023). Instagram and political literacy generation z. *Bhineka Tunggal Ika Kajian Teori Dan Praktik Pendidikan PKN*, 10(1), 134-149. <https://doi.org/10.36706/jbti.v10i1.20463>
- 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>
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2023). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (Sixth edition, international student edition). Sage.
- Damayanti, I., Nurlaelawati, I., Amalia, L., Dharma, N., & Ratnaningsih, S. (2023). Duet this: storytelling through social media video for teaching english. *English Review Journal of English Education*, 11(3), 599-608. <https://doi.org/10.25134/erjee.v11i3.7706>
- Dept.of Education, S.V.University, Tirupathi, & K, Dr. K. (2024). Social Media and Social Networking. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT*, 08(03), 1–5. <https://doi.org/10.55041/IJSREM29635>

- Dept.of Education, S.V.University, Tirupathi, & K, Dr. K. (2024b). Social Media and Social Networking. *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC RESEARCH IN ENGINEERING AND MANAGEMENT*, 08(03), 1–5.  
<https://doi.org/10.55041/IJSREM29635>
- Dilshan, H. and Patabendige, S. (2023). From clicks to carts: exploring the role of unboxing youtube videos in driving the smartphone purchasing intention of generation z and millennials in sri lanka. *Kelaniya Journal of Management*, 12(3), 137-155.  
<https://doi.org/10.4038/kjm.v12i3.7778>
- Djati, B. and Abdurrahman, A. (2024). Aktivitas pemasaran melalui media sosial instagram dan ekuitas merek serta pengaruhnya terhadap niat beli konsumen. *Journal of Economics, Business, Accounting and Management*, 2(1), 97-109.  
<https://doi.org/10.61476/zrsxwh70>
- Du, Y., Lin, S., & Zhang, X. (2022). An empirical study on the factors influencing the number of fans of female-oriented accounts on chinese tiktok. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.826819>
- Eka Susanti, Sarah Lailatil Fadla, Leni Hermita Hasibuan, Nadhilah Ajrina, & Elvi Azizah. (2023). Analisis Interaksi Sosial Mahasiswa Pelanggan Aplikasi Tiktok. *PUSTAKA: Jurnal Bahasa Dan Pendidikan*, 4(1), 84–99.  
<https://doi.org/10.56910/pustaka.v4i1.1054>
- Fadhila, N. (2023). Pengaruh instagram dalam mengajak generasi muda berhijrah pada komunitas terang jakarta. *At-Tawasul*, 2(2), 60-70.  
<https://doi.org/10.51192/ja.v2i2.508>
- Fahrani, V., Usman, O., & Aditya, S. (2022). Pengaruh pemasaran pada media sosial dan ulasan pelanggan online terhadap niat beli dimediasi oleh kepercayaan pelanggan: studi pada pengikut media sosial produk kosmetik di wilayah jakarta. *Jurnal Bisnis Manajemen Dan Keuangan*, 3(1), 198-214. <https://doi.org/10.21009/jbmk.0301.15>
- Fan, H. (2024). Tiktok Short Video Realization Mode and Business Value Analysis. *Transactions on Economics, Business and Management Research*, 11, 412–417.  
<https://doi.org/10.62051/v2yncn40>

- Firamadhina, F. and Krisnani, H. (2021). Perilaku generasi z terhadap penggunaan media sosial tiktok: tiktok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Gabriela, F., Effendi, I., & Dewi, R. (2023). Analisis pengaruh endorsement influencer / artis terhadap penggunaan judi online pada generasi millennial atau z di media sosial. *Journal of Education Humaniora and Social Sciences (Jehss)*, 6(2), 773-786. <https://doi.org/10.34007/jehss.v6i2.1884>
- Ghani, H., Nabhani, I., & Septiani, H. (2024). Penerimaan warganet terhadap berita dari influencer vs media massa (analisis penerimaan pembaca terhadap berita yang dibuat influencer vs media massa di media sosial). *Journal of Entrepreneurship and Strategic Management*, 3(01), 51-69. <https://doi.org/10.52434/jesm.v3i01.318>
- Ginting, G. and Pribadi, M. (2025). Persepsi politik generasi z di tiktok: analisis teori ekologi media. *Koneksi*, 9(1), 97-104. <https://doi.org/10.24912/kn.v9i1.33286>
- Griffin, E. A. (2012). *A first look at communication theory* (8th ed). McGraw-Hill.
- Guidry, J. P. D. (2022). Social Media: Other Platforms (TikTok, Etc.). In E. Y. Ho, C. L. Bylund, & J. C. M. Van Weert (Eds.), *The International Encyclopedia of Health Communication* (1st ed., pp. 1-4). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781119678816.iehc0742>
- Haitao, M., Abbas, D., & Ping, W. (2024). Tiktok research on the intermediary role of short video news in breaking through local relations. *Media and Communication Research*, 5(2). <https://doi.org/10.23977/mediacr.2024.050210>
- Hakim, L., Febriyanti, Y., Fitriyah, S., & Meieka, N. (2023). Kediripedia online media editor's strategy for increasing generation z's reading interest. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 5(1), 62-66. <https://doi.org/10.15408/jsj.v5i1.31906>
- Harahap, M., Firman, F., & Ahmad, R. (2021). Penggunaan social media dan perubahan sosial budaya masyarakat. *Edukatif Jurnal Ilmu Pendidikan*, 3(1), 135-143. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i1.252>
- Hayat, M., Jayadiningrat, S., Wibisono, G., & Iyansyah, M. (2021). Peran media sosial dalam komunikasi politik. *Jurnal Indonesia Sosial Teknologi*, 2(1), 104-114. <https://doi.org/10.36418/jist.v2i1.61>

- Heryani, W., Senowarsito, S., & Nuraini, S. (2024). The use of tiktok application for learning speaking skills: a simple teaching research. *Kne Social Sciences*. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i6.15318>
- Hochschild, A. R. (1979). *Emotion Work, Feeling Rules, and Social Structure*. *American Journal of Sociology*, 85(3), 551–575.
- Hornik, R. C. (2002). Exposure: Theory and Evidence about All the Ways it Matters. *Social Marketing Quarterly*, 8(3), 31–37. <https://doi.org/10.1080/15245000214135>
- Hu, S. (2024). The psychological impact of social media on gen z. *HC*, 1(5). <https://doi.org/10.61173/4aqek196>
- Huang, Q., Hu, M., & Zhang, N. (2022). A techno-psychological approach to understanding problematic use of short-form video applications: the role of flow. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.971589>
- Iannuzzi, P. (2000). Information Literacy Competency Standards for Higher education. *Community & Junior College Libraries*, 9(4), 63–67. [https://doi.org/10.1300/j107v09n04\\_09](https://doi.org/10.1300/j107v09n04_09)
- Ibrahim, Z., & Marcaccio, S. E. (2023). Study population. In *Translational Sports Medicine* (pp. 103–105). <https://doi.org/10.1016/b978-0-323-91259-4.00105-3>
- Indarto, I., Lestari, R., & Budiati, Y. (2023). Peningkatan kemampuan pemasaran sosial media pada umkm kelurahan sendangmulyo semarang. *Jurnal Pengabdian Pada Masyarakat*, 8(2), 360-366. <https://doi.org/10.30653/jppm.v8i2.360>
- Ismiati, C., Abdillah, F., & Putro, G. (2024). Verbal communication style of public figures on social media: responses of generation z in lamongan as fans. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 9(2), 126-134. <https://doi.org/10.36914/jikb.v9i2.1062>
- Janitra, P. and Aristi, N. (2023). Edukasi literasi media sosial dan informasi kesehatan mental kepada siswa madrasah x. *Jurnal Gema Ngabdi*, 5(1), 23-30. <https://doi.org/10.29303/jgn.v5i1.317>
- Jung, Y., Kim, T., Lee, S., Min, S., & Sung, Y. (2025). Short made them powerful: exploring motivations and problematic uses of tiktok. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 28(2), 90-97. <https://doi.org/10.1089/cyber.2024.0328>

- Kampen, K., Laski, J., Herman, G., & Chan, T. (2022). Investigating covid-19 vaccine communication and misinformation on tiktok: cross-sectional study. *Jmir Infodemiology*, 2(2), e38316. <https://doi.org/10.2196/38316>
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2021). *Bangun Literasi Digital dengan 4 Pilar untuk Indonesia Digital Nation*. <https://literasidigital.id/>
- Kusnanto, K., Gudiato, C., Manggu, B., & Vuspitasari, B. (2023). Pengaruh internet dan media konvensional terhadap persepsi masyarakat tentang isu sosial. *Sebatik*, 27(2). <https://doi.org/10.46984/sebatik.v27i2.2390>
- Krisadhi, R., Kurniyawan, D., Aryawan, D., Johan, H., & Ishomi, M. (2023). Relationship between gen z's personality and motivations with tiktok usage during pandemic. *Mediator (Jurnal Komunikasi)*, 16(2), 377-397. <https://doi.org/10.29313/mediator.v16i2.2665>
- Kristianto, Y. and Nurhaqiqi, H. (2021). Aplikasi media sosial sebagai alat politik donald trump (netnografi cuitan trump di twitter). *Jcommsci - Journal of Media and Communication Science*, 4(1), 1-13. <https://doi.org/10.29303/jcommsci.v4i1.124>
- Latifah, N., Norjannah, W., & Lina, M. (2024). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Literasi Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(1), 83. <https://doi.org/10.20961/jpi.v10i1.75570>
- Li, H. and Xiong, X. (2025). Motivations behind gen z's news sharing on social media: a pls-sem study in vietnam. *Frontiers in Psychology*, 16. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1604723>
- Li, Z.-N., Drew, M. S., & Liu, J. (2021). Online Social Media Sharing. In Z.-N. Li, M. S. Drew, & J. Liu, *Fundamentals of Multimedia* (pp. 707–735). Springer International Publishing. [https://doi.org/10.1007/978-3-030-62124-7\\_19](https://doi.org/10.1007/978-3-030-62124-7_19)
- Liu, J., Wang, C., Zhang, T., & Qiao, H. (2022). Delineating the effects of social media marketing activities on generation z travel behaviors. *Journal of Travel Research*, 62(5), 1140-1158. <https://doi.org/10.1177/00472875221106394>
- Lissitsa, S. and Kagan, M. (2025). Generations x, y, z: the moderating role of self-reliance in relationships between loneliness, social media addiction, and life satisfaction in

men. *Cyberpsychology Behavior and Social Networking*, 28(3), 178-186.  
<https://doi.org/10.1089/cyber.2024.0216>

Ma, X. (2023). Introduction to Digital Content. In X. Ma, *Social Influence on Digital Content Contribution and Consumption* (pp. 3–14). Springer Nature Singapore. [https://doi.org/10.1007/978-981-99-6737-7\\_1](https://doi.org/10.1007/978-981-99-6737-7_1)

M.M.A, R., N.M.Z.A, R., Nor, M., & -, H. (2023). Panduan al-quran dan hadith terhadap generasi z bagi mengatasi isu dan cabaran media sosial (quranic and hadith guidance for generation z to overcome issues and challenges in social media). *RIS*, 10(2), 203-226. <https://doi.org/10.22452/ris.vol10no2.11>

Nurbaiti, N. (2023). Characteristics of internet, smartphone, and social media usage among generation z in south jakarta after the covid-19 pandemic. *J.Health Sciences and Epidemiology*, 1(3), 101-108. <https://doi.org/10.62404/jhse.v1i3.26>

Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). Dinamika perilaku gen z sebagai generasi internet. *konsensus*, 1(6), 95-102. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.464>

Obradović, N. (2022). HERTA HERZOG'S RESEARCH - THE FORERUNNER OF THE USES AND GRATIFICATIONS THEORY. *SPORTS MEDIA AND BUSINESS*, 8(1), 131–143. <https://doi.org/10.58984/smb2201131o>

Octavia, S. and Sari, W. (2024). Persepsi generasi z dengan pernyataan “kerja sesuai passion” dalam menentukan profesi. *Koneksi*, 8(1), 25-33. <https://doi.org/10.24912/kn.v8i1.21659>

Oetomo, B. and Santoso, S. (2024). The effectiveness of tiktok as a means of hedonic product promotion in the digital era: case study in indonesia. *Green Blue and Digital Economy Journal*, 5(1), 31-38. <https://doi.org/10.30525/2661-5169/2024-1-5>

Pamungkas, R., Ainu, F., Nisa, P., Chaniago, M., Husairi, M., & Adinda, A. (2024). Gaya konsumtif gen z melalui akun tiktok shop dalam pembelian produk fashion baju pada kelas kpi 5d. *Filosofi*, 2(1), 129-139. <https://doi.org/10.62383/filosofi.v2i1.485>

Pappa, S., Pratikto, H., & Aristawati, A. R. (2024). Leisure boredom dan kecenderungan kecanduan media sosial tiktok pada gen Z. *JiWA: Jurnal Psikologi Indonesia*, 2(03). <https://doi.org/10.30996/jiwa.v2i03.11728>

- Prihantoro, E., Purwitasari, E., & Ohorella, N. R. (2022). Terpaan Media dan Electronic Word of Mouth pada Akun Instagram @fdwb\_bpn dan Pengaruhnya terhadap Minat Beerkunjung Destinasi Ekowisata Balikpapan. *Jurnal Pewarta Indonesia*, 4(1), 103–115. <https://doi.org/10.25008/jpi.v4i1.104>
- Putranto, T. (2022). Simbol nasionalisme dalam music video “rewind indonesia 2021”. *Soetomo Communication and Humanities*, 3(1), 14-23. <https://doi.org/10.25139/sch.v3i1.4476>
- Putri, A., Matulesy, A., & Pratitis, N. (2024). Dukungan sosial dan kecenderungan kecanduan media sosial pada gen z. *Sukma.J.P.P.*, 4(2), 186-195. <https://doi.org/10.30996/sukma.v4i2.10176>
- Ramadani, A. S., Corvina, N. E., Mirnawati, M., & Perawati, P. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Sosial dalam Masyarakat Modern. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(6), 7906–7913. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i6.2287>
- Rida Ristiani. (2025). Analisis Penerapan Literasi Digital dalam Bermedia Sosial di Kalangan Generasi Z. *Khatulistiwa: Jurnal Pendidikan Dan Sosial Humaniora*, 5(2), 544–552. <https://doi.org/10.55606/khatulistiwa.v5i2.5911>
- Riza Khirey Tri Pratiwi & Nur Maghfira Aestetika. (2024). Marketing Communication Strategy Live Streaming Tiktok Account @Whitediary.Id. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 12(4), 524–538. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v12i4.777>
- S, S. K., & Prakash, Dr. F. (2024). Digital Footprint in Social Media. *International Journal of Research Publication and Reviews*, 5(3), 1015–1019. <https://doi.org/10.55248/gengpi.5.0324.0646>
- Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2001). *Communication theories: Origins, methods, and uses in the mass media* (5th ed). Addison Wesley Longman.
- Shanaz, N. and Irwansyah, I. (2021). Pemanfaatan media sosial instagram dalam aktivitas jurnalisme warga dan implikasinya terhadap media konvensional. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(2), 373-379. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i2.257>
- Sharma, V. and Singh, K. (2024). The influence of generation z's addiction to social media on their emotional well-being. *Kuey*. <https://doi.org/10.53555/kuey.v30i4.2549>

- Sim, E. (2024). Pemanfaatan media sosial instagram sintang informasi sebagai media promosi online di kabupaten sintang. Fokus Publikasi Ilmiah Untuk Mahasiswa Staf Pengajar Dan Alumni Universitas Kapuas Sintang, 22(1). <https://doi.org/10.51826/fokus.v22i1.1060>
- Siregar, Y., Kent, A., Peirson-Smith, A., & Guan, C. (2023). Disrupting the fashion retail journey: social media and genz's fashion consumption. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 51(7), 862-875. <https://doi.org/10.1108/ijrdm-01-2022-0002>
- Shevy, M., & Hawkins, R. (2014). Attending to the Mass Media. In W. Donsbach (Ed.), *The International Encyclopedia of Communication* (1st ed.). Wiley. <https://doi.org/10.1002/9781405186407.wbieca057>
- Song, S., Xue, X., Zhao, Y., Li, J., Zhu, Q., & Zhao, M. (2021). Short-video apps as a health information source for chronic obstructive pulmonary disease: information quality assessment of tiktok videos. *Journal of Medical Internet Research*, 23(12), e28318. <https://doi.org/10.2196/28318>
- Su, C. and Kaye, B. (2023). Borderline practices on douyin/tiktok: content transfer and algorithmic manipulation. *Media Culture & Society*, 45(8), 1534-1549. <https://doi.org/10.1177/01634437231168308>
- Sudiantini, D., Nazira, N. A., Sari, R. N., Habibah, S., & Fizikri, B. A. (2024). ANALYSIS OF TIKTOK PLATFORM UTILIZATION IN BUSINESS MARKETING. *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 3(6), 2828–2834. <https://doi.org/10.55681/sentri.v3i6.2935>
- Sugiyono. (2008). *Metode penelitian pendidikan: (Pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R & D)* (Cet. 6). Alfabeta.
- Sujaya, M., Mardianto, M., Kurniawan, R., & Santoso, I. (2024). Kontribusi cyber wellness terhadap online disinhibition pada mahasiswa yang aktif menggunakan media sosial. *Arzusin*, 4(2), 339-353. <https://doi.org/10.58578/arzusin.v4i2.2729>
- Sun, F., Zheng, S., & Wu, J. (2023). Quality of information in gallstone disease videos on tiktok: cross-sectional study. *Journal of Medical Internet Research*, 25, e39162. <https://doi.org/10.2196/39162>

- Suratman, A., Salsabila, N., Sari, A., Lutfiana, R., Wijayanti, N., & Nugraha, J. (2025). Tingkat kepercayaan publik dalam mengonsumsi berita melalui media sosial vs media konvensional. *Jurnal Iso Jurnal Ilmu Sosial Politik Dan Humaniora*, 5(1), 15. <https://doi.org/10.53697/iso.v5i1.2466>
- Suryadi, N., Anggraeni, R., Ariyanto, D., & Islam, M. (2022). The effect of the covid-19 pandemic on consumer behaviors: a study on gen-z in indonesia. *International Journal of Research in Business and Social Science* (2147-4478), 10(8), 313-318. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i8.1490>
- Varmazyar, R. and Cardama, S. (2023). Stereotyped-information behavior caused by social media: a case study of tiktok. *REV.EDICIC*, 3(3), 1-20. <https://doi.org/10.62758/re.v3i3.235>
- Wang, J., Xu, K., Wu, J., Liang, W., Qiu, W., & Wang, S. (2025). Evaluating the content and quality of videos related to hypertrophic scarring on tiktok in china: cross-sectional study. *Jmir Infodemiology*, 5, e64792. <https://doi.org/10.2196/64792>
- Widjaja, O. (2025). Pengaruh terpaan konten instagram terhadap kesadaran dan pemahaman generasi z tentang diabetes. *Prologia*, 9(2), 514-521. <https://doi.org/10.24912/pr.v9i2.33516>
- Zhu, X., Cao, Q., & Liu, C. (2022). Mechanism of Platform Interaction on Social Media Users' Intention to Disclose Privacy: A Case Study of Tiktok APP. *Information*, 13(10), 461. <https://doi.org/10.3390/info13100461>
- Zsila, Á. and Reyes, M. (2023). Pros & cons: impacts of social media on mental health. *BMC Psychology*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s40359-023-01243-x>