

TikTok Sebagai Wadah Penyimpanan Memori Kolektif Dan Penyebaran Informasi Dalam Edukasi Parenting

Jalinur

Universitas Indonesia, Depok, Indonesia
Universitas Muhammadiyah Prof. Dr. Hamka, Kebayoran, Indonesia
Jalinur@ui.ac.id

Laksmi

Universitas Indonesia, Depok, Indonesia
llaksmi706@gmail.com

Abstrak:

Artikel ini membahas tentang TikTok sebagai wadah penyimpanan memori kolektif dan penyebaran informasi dalam mengoleksi konten-konten yang diunggah, terlebih setiap konten yang disebarakan mengandung informasi yang berkualitas atau sifatnya informatif dan mendidik, hal ini dapat membantu dalam mengembangkan ilmu pengetahuan baik bagi individu maupun kelompok. Salah satu akun yang diteliti adalah akun @rensia_sanvira karena akun ini banyak mengunggah konten-konten edukasi parenting dan telah mendapatkan penghargaan TikTok Awards Indonesia 2020 yang merupakan penghargaan bagi para *creator* TikTok di Indonesia yang memberi tayangan video kreatif, menghibur serta inspiratif bagi masyarakat. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pemanfaatan TikTok pada akun @rensia_sanvira sebagai wadah penyimpanan memori kolektif dan penyebaran informasi dalam *edukasi parenting*. Jenis penelitian kualitatif dengan metode analisis teks. Dapat disimpulkan bahawa akun TikTok dapat dijadikan wadah memori kolektif pribadi untuk pembelajaran dengan tujuan utama sebagai simpanan di masa yang akan datang. TikTok sebagai memori kolektif dapat kita lihat dari respon dan komentar yang positif dari akun TikTok lain terhadap unggahan konten yang bersifat informatif bagi yang melihatnya untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan lebih mudah dipahami. Selain itu aku TikTok juga dapat dijadikan tempat penyebaran informasi yang tepat dan cepat bagi pengguna akun media sosial.

Kata kunci : TikTok, Memori Kolektif, Penyebaran Informasi

Abstract:

This article discusses TikTok as a place for collective memory storage and information dissemination in collecting uploaded content, especially if any content that is distributed contains quality information or is informative and educational, this can help in developing knowledge for both individuals and groups. One of the accounts studied is the @rensia_sanvira account because this account uploads a lot of parenting educational content and has won the TikTok Awards Indonesia 2020 which is an award for TikTok creators in Indonesia who provide creative, entertaining and inspiring video shows for the community. The purpose of this study was to identify the use of TikTok on the @rensia_sanvira account as a place for collective memory storage and information dissemination in parenting education. This type of qualitative research with text analysis method. It can be concluded that the TikTok account can be used as a personal collective memory for learning with the main purpose of saving in the future. We can see TikTok as a collective memory from the positive responses and comments from other TikTok accounts for uploading informative content for those who see it so that the information needed is easier to understand. In addition, I TikTok can also be used as a place to disseminate accurate and fast information for users of social media accounts.

Keywords : TikTok, Collective Memory, Information Sharing

PENDAHULUAN

TikTok dapat dimanfaatkan untuk menyimpan memori kolektif dan menyebarkan informasi dari konten-konten yang diunggah, terlebih setiap konten yang disebarkan mengandung informasi yang berkualitas atau sifatnya informatif dan mendidik, hal ini dapat membantu dalam mengembangkan ilmu pengetahuan baik bagi individu maupun kelompok. Perkembangan teknologi saat ini sudah semakin pesat, apalagi dalam penyebaran informasi sudah sangat signifikan terjadi dikalangan masyarakat. Salah satu pemanfaatan media sosial adalah dapat memberikan wadah berinteraksi sosial oleh masyarakat. Media sosial dapat menjadi ruang interaksi dimana para pengguna dapat terhubung sehingga membentuk relasi sosial di dunia maya. Menurut Arum Candra media sosial merupakan *cyberspace* yang dapat digunakan untuk berinteraksi secara virtual tanpa dibatasi ruang dan waktu¹ Media sosial telah mampu mengubah perilaku masyarakat saat ini, khususnya pada saat masa pandemi covid-19. Media sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter*, serta *Whatsapp* contoh media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat pada umumnya, apalagi dilihat fitur yang ditawarkan setiap media sosial berbeda-beda, yang mampu memicu ide kreatifitas setiap penggunanya. Selain itu

media sosial juga dapat digunakan sebagai memori kolektif aktivitas sehari-hari, baik berupa foto, video, maupun cerita dalam bentuk tulisan.

Memori kolektif merupakan dua kalimat yang memiliki makna yang berbeda, memori sendiri dapat dipahami sebagai ingatan masa lampau yang berisi pengetahuan dan hanya dapat diingat oleh orang yang mengalami peristiwa tersebut. Sedangkan kolektif yaitu bersama atau lebih dari satu manusia pada dasarnya adalah makhluk sosial karena itu manusia tidak dapat hidup sendiri ia memerlukan orang lain, itulah yang disebut kolektif. Jadi memori kolektif ialah gabungan dari ingatan dan kesadaran bersama dari suatu kelompok yang didalamnya bertindak dan berlaku bersama.

Filsuf pertama yang berbicara mengenai memori kolektif adalah Henri Bergson, ia mendefinisikan memori kolektif sebagai sebuah gudang yang berisikan beragam bentuk ide dan informasi, dimana ingatan adalah suatu proses dialektis antara tubuh manusia dan peristiwa yang dialaminya, lebih dari itu ingatan adalah hubungan antara pikiran dan materi. Memori kolektif ini akan berkembang dan dapat memanfaatkan perkembangan teknologi salah satunya adalah *cyberspace*.

Menurut Gomez Diago, *Cyberspace* merupakan istilah yang mengacu pada media

¹ Candra Arum, 'Meng-Alay Dalam Dunia Maya: Disorder Bahasa Dalam Cyberspace', *Jurnal Komunikasi*, 4.2 (2012).

komunikasi baru yang muncul melalui interkoneksi computer secara global². Dunia maya menggambarkan bidang non-fisik yang diciptakan oleh sistem komputer tersebut dan penggunaanya yang melakukan aktivitas, navigasi dan memeliharanya. Istilah *cyberspace* pertama kali dipakai oleh William Gibson dalam novelnya *Neoromancer*. Bagi Gibson bukan sistem jaringanya yang menjadi penting akan tetapi *cyberspace* adalah sebuah pengalaman masyarakat yang memakai teknologi baru untuk melakukan sesuatu yang sebenarnya secara genetik telah diprogramkan yaitu komunikasi. *Cyberspace* menerangkan sebuah tempat yang tidak ada di manapun, di mana *e-mail* hilir mudik, transfer elektronik dan pesan-pesan digital lainnya berlalu lalang dan situs-situs *World Wide Web (www)* diakses.

Salah satu aplikasi dunia maya yang dapat mempengaruhi kehidupan masyarakat saat ini adalah aplikasi TikTok, aplikasi ini merupakan salah satu aplikasi media sosial yang memberikan keleluasaan kepada penggunaanya terutama dalam mengekspresikan dirinya. Selain itu konten yang dihasilkan beragam sesuai dengan tujuan pengguna dalam menggunakan aplikasi TikTok. Menurut Mackenzie and Nichols, TikTok merupakan salah satu media

sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk menciptakan konten variatif seperti konten komedi, edukasi, tantangan (*challenge*), serta tarian (*dance*) dengan memanfaatkan fitur berupa penyuntingan dan pembuatan video³. Aplikasi buatan *bytedance*, perusahaan internet di Beijing ini selalu digemari oleh para pengguna yang berasal dari kalangan anak muda karena fiturnya yang mudah digunakan untuk membuat video dan musik kreatif, terutama di Cina⁴.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang berjudul Penggunaan Aplikasi Tiktok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Bagi Kalangan Remaja Kecamatan Berastagi Sumatera Utara, Maraknya penggunaan aplikasi TikTok ini juga merambah ke Indonesia yang dapat digunakan untuk promosi dagangan, dakwah, informasi Kesehatan bahkan ajang pencarian jodoh. Studi yang telah dilakukan oleh Putri pada tahun 2019, ia menemukan pemanfaatan aplikasi TikTok memungkinkan komunikasi *non-verbal* yang akan dimengerti oleh pengguna dan penonton videonya, yakni melalui interaksi simbolis seperti ekspresi muka, gerakan atau gestur tubuh, serta tindakan komunikatif antara pengguna dan penontonnya⁵.

² Diago Gomez, 'Cyberspace and Cyberculture. In Kosut, M. & Golson, J. Geoffrey (Eds).', *Encyclopedia of Gender in Media* (SAGE reference publication, 2012).

³ S. A Mackenzie and D Nichols, *Finding 'Places to Be Bad' in Sosial Media: The Case of TikTok*. In D. Nichols & S. Perillo (Eds.), *Urban Australia and Post-Punk: Exploring Dogs in Space* (Singapore: Palgrave Macmillan, 2020).

⁴ P Hui, 'Study the Transmission of Teachers' Tacit Knowledge Based on SMCR Model', *Teacher Development BBS*, 17.1 (2017), 67-79.

⁵ N. L. W. E Putri, 'Interaksi Simbolik Dalam Proses Komunikasi Nonverbal Pada Aplikasi TikTok', *Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 14.1 (2019), 11-19.

TINJAUAN PUSTAKA

a) Media Sosial TikTok

Istilah media sosial tersusun dari dua kata, yakni media dan sosial. Media diartikan sebagai alat komunikasi. Sedangkan kata sosial diartikan sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Pernyataan ini menegaskan bahwa pada kenyataannya, media dan semua perangkat lunak merupakan sosial atau dalam makna bahwa keduanya merupakan produk dari proses sosial menurut Mulawarman and Aldila Dyas Nurfitri, Media sosial tidak hanya digunakan sebagai alat untuk berkomunikasi dan berinteraksi, tetapi juga sebagai alat ekspresi diri *self expression* dan pencitraan diri *self branding*⁶.

Dari berbagai definisi media sosial diatas yang dimaksud dengan media sosial adalah alat perantara bagi setiap orang untuk mengekspresikan dirinya dan berkomunikasi antar sesama. Media sosial pun banyak berbagai macam bentuknya dari *Whatsapp*, *Facebook*,

Instagram, *Game*, *Tik Tok*, maupun media sosial lain.

Aplikasi TikTok digunakan oleh pengguna untuk mengunggah video mereka sendiri yang kemudian dibagikan kepada pengguna aplikasi TikTok lainnya. Aplikasi ini adalah aplikasi musik yang digunakan dengan cara *lipsync* dengan durasi hanya berkisar 15 detik. Sepanjang quartal pertama (Q1) 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi paling banyak diunduh yakni 485 juta kali ⁷. Jumlah ini mengalahkan aplikasi populer lain semacam *youtube*, *whatsapp*, *facebook*, *messenger*, dan *instagram*. Menurut *bytedence*, Indonesia sendiri memiliki pengguna aktif aplikasi TikTok sebanyak 10 juta setiap bulannya.

b) Memori Kolektif

Memori kolektif terdiri dari dua kata, yakni memori dan kolektif. Menurut Su'udi Astini, memori adalah sebuah ingatan dimana ingatan 'melakukan' berbagai kegiatan, yaitu menyimpan informasi, memanggil kembali, memilah dan menggunakannya ⁸. Kolektif diartikan secara bersama atau secara gabungan. Jadi memori kolektif, merupakan gabungan ingatan atau kesadaran sekelompok masyarakat di masa lampau yang hidup kembali pada

⁶ Mulawarman and D. N Aldila, 'Perilaku Pengguna Media Sosial Beserta Implikasinya Ditinjau Dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan', 25.1 (2017), 106.

⁷ R. A Yuniar, 'Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad', 1.3 (2019), 3.

⁸ A Su'udi, *Pengantar Psikolinguistik Bagi Pembelajar Bahasa Perancis* (Semarang: Widya Karya, 2011).

masa kini untuk dimaknai sekaligus menjadi cerminan kehidupan bersama.

Sedangkan Emile Durkheim dalam memahami konsep ingatan, menempatkan dimensi kolektif dalam suatu masyarakat yang disebutnya sebagai fakta sosial. Bagi Durkheim, makna simbolik dalam suatu masyarakat lahir melalui interaksi antara individu yang hadir dengan simbol-simbol yang berbeda-beda kemudian masing-masing individu tersebut menggunakannya dalam proses berinteraksi dengan individu lain sehingga menciptakan kolektivitas.

Berbeda dengan Barry Gordon and Lisa Berger, mendefinisikan memori dari perspektif psikologis yang dibedakan dalam dua bentuk memori ⁹. Pertama memori biasa yang fungsinya ialah mengingat waktu, tanggal, tempat, orang, peristiwa dan fakta. Kedua memori *intelligen* yakni memori yang mencakup segala sesuatu yang kita ketahui, melaju dengan cepat, menerjemahkan tanda-tanda yang terdapat disuatu halaman ingatan. Jadi memori biasa merupakan tempat menyimpan fakta-fakta spesifik sedangkan memori *intelligen* tempat menyimpan koleksi makna.

Dengan demikian memori kolektif adalah gabungan ingatan masyarakat yang di dalamnya terdapat fakta-fakta masa lampau yang hidup pada masa kini, melalui penuturan cerita, gambar atau foto, untuk dimaknai sekaligus memaknai kehidupan bersama. Hal ini akan menciptakan kolektivitas, struktur ingatan sosial dan ideologi suatu masyarakat.

c) **Penyebaran Informasi**

Kebutuhan informasi terjadi karena adanya kesenjangan pengetahuan yang dimiliki¹⁰ Artinya, kondisi seseorang yang merasakan kekurangan sehingga berupaya untuk memenuhi kekurangan tersebut. Misalnya, ketika memerlukan jawaban atas permasalahan, pencarian fakta, pemecahan masalah atau bahkan pengambilan keputusan yang membutuhkan dukungan informasi sebagai dasar upaya pemenuhan kekurangan tersebut. Katz, Gurevitch, dan Hass ¹¹.

Sementara itu menurut Coronel and Morris, informasi adalah hasil dari data mentah yang telah diproses untuk

⁹ Gordon Barry and Berger Lisa, *Memori Intelegen: Rahasia Untuk Meningkatkan Memori Anda* (Jakarta: Erlangga, 2011).

¹⁰ F Tjiptasari and M. M Ridwan, 'Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan

Universitas Negeri Yogyakarta', *Jurnal Pustakaloka*, 9.1 (2017), 57-68.

¹¹ P. M Yusup, *Teori Dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)* (Jakarta: Kencana, 2010).

memberikan hasil di dalamnya¹². Dari pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa informasi adalah hasil dari data mentah yang telah di olah sehingga mempunyai makna. Informasi bersumber atau bermula dari suatu kejadian. Selanjutnya Pendit dalam Christiany Juditha mengatakan bahwa informasi adalah sesuatu yang dibawa oleh bahasa manusia dalam komunikasi yang seringkali menjurus pada pengertian informasi sebagai bagian tak terpisahkan dari pesan (*message*), atau sebagai isi dari sebuah pesan¹³. Seringkali informasi dalam pengertian ini diartikan sama dengan pesan itu sendiri.

Jenis informasi sangat beragam dan memiliki manfaat berbeda bagi setiap orang sesuai kebutuhan masing-masing¹⁴. menyebutkan bahwa manfaat informasi adalah untuk menambah pengetahuan, mengurangi ketidakpastian pemakai informasi, mengurangi resiko kegagalan, mengurangi keanekaragaman yang tidak diperlukan dan memberikan standar, aturan-aturan, ukuran-ukuran, dan keputusan untuk menentukan pencapaian, sasaran dan tujuan.

Lebih lanjut Puntoadi menyatakan Media sosial memiliki sifat viral, viral berarti memiliki sifat seperti virus yaitu menyebar dengan cepat. Informasi yang muncul dari suatu produk dapat tersebar dengan cepat karena para penghuni sosial media memiliki karakter berbagai¹⁵.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian dengan pendekatan Kualitatif deskriptif fokus pada suatu unit tertentu dari berbagai fenomena, sehingga memungkinkan studi ini dapat dilakukan secara mendalam dan kedalaman data yang menjadi pertimbangan dalam penelitian ini¹⁶.

Berdasarkan dari karakteristik penelitian kualitatif diatas, dalam penelitian ini peneliti video TikTok Sebagai Wadah Penyimpanan Memori Kolektif dan Penyebaran Informasi. Pada penelitian ini, subjeknya adalah teks yang terdapat dalam video TikTok. Teks tersebut mencakup adegan, hgambar, kata per kata dan kalimat yang dibuat dengan

¹² C Coronel and S Morris, 'Database Systems: Design, Implementation, & Management', *Cengage Learning*, 11 (2016).

¹³ Juditha Christiany, 'Akses Pencarian Dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi Dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan', *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, Direvisi (2017), 1-14.

¹⁴ E Sutanta, *Sistem Informasi Manajemen* (Yogyakarta: Andi, 2011).

¹⁵ D Puntoadi, *Menciptakan Penjualan Melalui Social Media* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011).

¹⁶ I Soraya, 'Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta)', *Jurnal Komunikasi*, 8.2 (2017) <<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/JKOM.V8I2.2654>>.

memanfaatkan aplikasi TikTok pada akun @rensia_sanvira, video yang dipublish pada tahun 2020-2021 yang berdurasi 15 detik berjumlah 826 konten pada tanggal 25 November 2021. Analisis isi kualitatif memiliki kecenderungan memaparkan isi media yang dapat dianalisis dari konteks dan proses berdasarkan dokumen-dokumen sumber utama sehingga hasil yang diperoleh lebih mendalam dan terperinci mengenai isi media, sehingga mampu menjelaskan keterkaitan isi media dengan konteks realitas sosial yang terjadi pada saat ini. Objek penelitiannya adalah informasi *edukasi parenting* yang dimuat pada aplikasi TikTok. Penelitian ini dilaksanakan pada Mei - Oktober 2021.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Akun TikTok @rensia_sanvira

TikTok salah satu media sosial yang menjadi populer di Indonesia sejak awal tahun 2020. Dalam bahasa Cina TikTok disebut *Douyin* yang artinya sebuah aplikasi video musik yang pada awalnya digunakan untuk hiburan *lipsync* lagu oleh penggunanya, aplikasi TikTok ini berasal dari negara Cina Tiongkok yang dibuat oleh *ByteDance* tahun 2016. Dalam sebuah artikel yang ditulis¹⁷ ditahun 2020 saat ini, TikTok sudah menjadi budaya populer di Indonesia dan juga hampir

secara global. Hal ini dapat terlihat dari data yang ada, bahwa TikTok menjadi aplikasi *non-gaming* kedua yang banyak diunduh pada 2019 yakni sebanyak 1,5 miliar kali diunduh di *App Store* dan *Google Play*. Akun TikTok yang akan dibahas adalah dengan nama akun @rensia_sanvira memanfaatkan akun TikTok untuk mengisi waktu luangnya. Pengguna akun @rensia_sanvira ini teridentifikasi sebagai seorang Ibu Muda yang mempunyai 2 orang anak perempuan yang bernama Rensia Sanvira, saat ini mendapatkan julukan seorang konselor anak dan pernikahan yang aktif di TikTok. Rensia Savira selalu melibatkan anak ataupun suaminya dalam membuat konten-konten yang meng-edukasi, anaknya bernama Els dan Ellea dan suaminya bernama Jeris. Video pertama yang diunggah pada tanggal 13 Juli 2020 yaitu tentang edukasi cara menghentikan kecanduan gadget pada anak terdapat 8930 suka, 151 komentar dari pengikut akun ransia dan 582 kali dibagikan oleh sesama pengguna akun TikTok. Sejak tanggal 13 Juli 2020 tersebut setiap hari Ransia aktif membagikan konten-konten yang dibuat yang berisikan edukasi parenting dan tips seputar rumah tangga.

¹⁷ Setyo Wardani Agustin, 'Nyaris Selip WhatsApp, TikTok Jadi Aplikasi Terpopuler Kedua Di Dunia', *Liputan6*, 2020.

Pada gambar dibawah terdapat beberapa fitur yang terdapat dalam tampilan akun TikTok teridentifikasi, seperti nama pemilik akun di bagian atas tengah (Rensia Sanvira), kemudian dilanjutkan dengan foto profil pemilik akun tersebut untuk merepresentasikan akun dalam memudahkan pencarian dalam aplikasi TikTok (@rensia_sanvira). Kemudian tertera angka mengikuti berjumlah 56 akun, selanjutnya jumlah pengikut yaitu akun rensia ini berjumlah 3.3M. Bagian paling terakhir adalah Suka dengan jumlah 71.8M. Kemudian dilanjutkan pada baris berikutnya yang didalam kolom yaitu pesan, fitur ini dapat digunakan mengirimkan pesan dari akun lain kepada pengguna akun @rensia_sanvira. Dalam mempermudah berbagi informasi Rensia membuka konseling melalui *Direct Messenger* (DM) "Sehari bisa 500 sampai lebih dari 1000 pesan yang masuk untuk konsultasi," ungkapnya saat diwawancarai majalah *Tabloid*.

Merujuk pada foto profil yang dipajang pada akun ini, pemilik akun menggunakan foto pribadinya sebagai rujukan pengguna lain untuk mengetahui wajah pemilik akun ini, yang dibuktikan dengan konten-konten videonya. Hal ini juga yang menjadi

sebuah konsiderasi dalam membahas identitas akun @rensia_sanvira yang dalam pengamatan sekilasnya masih menunjukkan identitas dunia nyata, yakni sebagai seorang Ibu, yang membuat konten video kreatif seperti tips parenting, transisi video, dan tips seputar keluarga harmonis. Dalam Berita artikel yang dimuat dalam¹⁸ akun @rensia_sanvira mendapatkan penghargaan TikTok Awards Indonesia 2020 yang merupakan penghargaan bagi para *creator* TikTok di Indonesia yang telah memberi tayangan video kreatif, menghibur serta inspiratif bagi masyarakat. Akun @rensia_sanvira termasuk dalam kategori *Rising Star of The Year*.

2. Konten Akun TikTok @rensia_sanvira

Keseluruhan unggahan konten akun @rensia_sanvira berjumlah 826 unggahan sampai tanggal 25 November 2021. Terdapat 4 jenis tema konten dengan Vlognya Els sebanyak 5% , Bersama Ayah Els 5%, parenting 80%, anak remaja 10%. Hal ini sesuai dengan ungkapan Rensia yang menyatakan tujuan utama dalam pembuatan akun ini untuk menyimpan setiap moment bersama anaknya agar dapat dilihat suatu hari nanti atau dapat sebut dengan memori kolektif. Berdasarkan konten yang paling banyak

¹⁸ TribunPekanbaru.com, 'Sosok Mama Muda Penerima TikTok Awards: Siapa Rensia Sanvira? Punya 2 Juta Followers', *Tribun Pekanbaru.Com*, 2021

<<https://pekanbaru.tribunnews.com/2021/01/30/sosok-mama-muda-penerima-tiktok-awards-siapa-rensia-sanvira-punya-2-juta-followers>> [accessed 15 June 2021].

yang disukai oleh sesama pengguna akun tiktok adalah penjelasan menghargai privasi anak sebanyak 1.7 miliar dengan komentar yang diberikan oleh pengguna akun TikTok lain secara keseluruhan mendapat respon yang positif, konten ini dibagikan sebanyak 54.3 ribu kali dibagikan dengan 24.3 ribu komentar.

Menurut unggahan konten pada akun Rensia ini ada 3 konten yang disematkan paling atas pada beranda pribadinya, diantaranya tentang bagaimana cara anak menurut saat diberitahu. Namun yang paling banyak dilihat oleh pengguna adalah tentang cinta, komunikasi dan respect dari anak. Unggahan ini mendapat respon like sebanyak 1.2 miliar dan 8132 komentar serta 31.8 ribu kali dibagikan. Komentar yang diberikan oleh pengguna TikTok lain memberikan kesan yang baik.

Konten akun TikTok @rensia_sanvira ini seputaran tentang kegiatan sehari-hari dan tips-tips dalam menjalani hidup berumah tangga. Ada 4 pengelompokkan jenis konten yang di unggah dalam akun TikTok rensia_savira diantaranya tentang aktivitas anaknya dinamai dengan Vlognya Els, bersama ayah Els, parenting, anak remaja. Dilihat dari Vlognya Els yang berisi tentang aktivitas anaknya

sehari-hari, seperti ketika suaminya mengajak anaknya membeli mainan sambil merekam kegiatan yang dilakukan bersama, jika dilihat dari respon pemilik akun TikTok ini terdapat 38.2 ribu like dan 146 komentar kemudian 136 share ke pengguna lainnya.

Dilihat lagi kebagian konten tentang sama papanya Els ini adalah konten yang berisikan tentang aktivitas @rensia_sanvira bersama suaminya dan bagaimana menyelesaikan permasalahan dalam berumah tangga, misalnya kenapa perempuan tidak mau berbicara kalau meminta sesuatu, akan tetapi dari pihak perempuan meminta kepekaan dari laki-laki. Hal ini sesuai dengan teori yang mengatakan hipotalamus laki-laki terutama pada *preoptic region* berukuran 2,5 – 3 kali besar dari perempuan. Kondisi ini menjadikan laki-laki memiliki tingkat kepekaan terhadap stimulus yang lebih tinggi dari perempuan termasuk juga dalam hal berkaitan dengan seks. Laki-laki lebih peka terhadap stimulus (suara, sentuhan, dst) daripada emosi, perempuan sebaliknya¹⁹. Konten yang berkaitan mendapat respon 26.8 ribu like, 279 komentar, dan 517 dibagikan oleh sesama akun TikTok.

¹⁹ S Amin, 'Perbedaan Struktur Otak Dan Perilaku Belajar Antara Pria Dan Wanita; Eksplanasi Dalam Sudut

Pandang Neuro Sains Dan Filsafat', *Jurnal Filsafat Indonesia*, 1.1 (2018).

Konten berikutnya pembelajaran untuk orang tua dalam konten ini membahas tentang tips dalam mendidik anak, misalnya membanding-bandingkan kemampuan anak dengan orang lain atau anak tetangga. Hal ini terdapat dalam teori pola asuh anak yang demokratis. Pola asuh demokratis adalah pola asuh yang memprioritaskan kepentingan anak, akan tetapi tidak ragu-ragu mengendalikan mereka. Orang tua tipe ini juga bersikap realistis terhadap kemampuan anak, tidak berharap berlebihan yang melampaui kemampuan anak. Orang tua tipe ini juga memberikan kebebasan kepada anak untuk memilih dan melakukan suatu tindakan, dan pendekatannya kepada anak bersifat hangat. Keluarga yang menerapkan pola asuh demokratis menerapkan aturan yang jelas, konsisten, membiarkan anak mengetahui apa yang diharapkan oleh anak sehingga anak mengetahui bahwa orang tua cukup memperdulikan kebahagiaan dan kesejahteraan anak ²⁰. Konten ini terdapat 148.9 ribu respon like, 1752 ribu komen dari sesama pengguna akun TikTok, serta 5645 kali dibagikan.

Selanjutnya konten tentang anak remaja, konten ini membahas tentang tips-tips dalam menghadapi anak remaja, misalnya 4 fakta tentang anak remaja

dalam konten ini mengatakan pertama otak remaja bisa berhenti saat dimarahi, yang kedua anak remaja tidak selalu mencontoh apa yang dilihatnya didunia maya, ketiga tubuh remaja sulit bangun tidur untuk berangkat sekolah, keempat anak remaja berani membantah orang tuanya ada kemungkinan dia berani berkata tidak kepada orang lain. Dalam konten ini mendapat respon 361.0 ribu like, 3814 ribu komentar serta 10.5 ribu kali dibagikan.

Berdasarkan pemaparan diatas dapat disimpulkan bahawasannya konten yang paling digemari oleh masyarakat banyak yaitu tentang pendidikan orang tua untuk mendidik anak sejak usia dini hingga remaja.

3. **TikTok Sebagai Wadah Memori Kolektif Dan Penyebaran Informasi** a) **TikTok Sebagai Wadah Memori Kolektif**

TikTok sebagai wadah memori kolektif membuat seseorang menjadi bagian dari sebuah kelompok, menciptakan pemahaman kolektif tentang apa yang telah dialami, yang merupakan pemahaman sekelompok orang menjadi lebih dekat. Memori kolektif bukan hanya catatan sejarah masa lalu, tapi cerita tersebut mempengaruhi identitas diri dan memberi makna kehidupan sehari-hari

²⁰ I Made Listiawati, 'Pengaruh Pola Asuh Orang Tua Terhadap Kemampuan Sosial Anak Usia 6-7 Tahun', *Jurnal Ilmiah VISI P2TK PAUDNI*, 8.2 (2013).

yang diwariskan dari generasi ke generasi²¹. Dilihat dari koleksi unggahan dari akun Rensia ini membuktikan bahwasanya media sosial dapat dimanfaatkan sebagai tempat menyimpan kenangan dari kegiatan masa lalu, dan dapat diakses kembali informasi yang tersimpan pada masa yang akan mendatang.

TikTok sebagai wadah memori kolektif yang dapat mengedukasi setiap orang yang menonton, melihat dan mempelajari informasi yang telah dibagikan, apalagi hal ini dapat dipraktikkan dalam kehidupan sehari-hari. Konten-konten yang diciptakan juga merupakan konten-konten yang dianggap akan digemari oleh pengguna TikTok lainnya khusus dikalangan ibu-ibu muda yang sedang merawat anaknya, seperti video transisi dipadukan dengan musik tertentu, serta tips-tips mendidik anak dari usia dini. Hal ini menjadi fenomena untuk dianalisis, dengan alasan bahwa aplikasi TikTok merupakan aplikasi yang lekat dengan ibu-ibu muda generasi milenial. Kompleksitas identitas pengguna akun @rensia_sanvira menjadi fokus utama yang disorot dalam analisis ini, dalam penyebaran informasi pada

akun @rensia_sanvira dalam aplikasi TikTok.

Akun @rensia_sanvira mengungkapkan saat memulai membuat konten dalam akun TikTok nya dengan tujuan ingin mewariskan pengajaran untuk anaknya yang masih berusia kurang lebih 4 tahun, saat nanti sudah dewasa dapat dilihat dan dipelajari kembali oleh anaknya. Dapat dipahami akun ini menggunakan TikTok sebagai media memori kolektif untuk pembelajaran bagi buah hatinya maupun masyarakat yang merasakan membutuhkan informasi ini. Dalam penelitian²² dengan judul *media sosial sebagai alternative penyimpanan arsip digital pribadi* menyatakan hasil penelitiannya yaitu dengan jumlah pengguna media sosial yang semakin banyak dikalangan masyarakat maka dari itu banyak arsip pribadi yang dihasilkan dan disimpan dalam media sosial yang berupa tulisan, foto, maupun video.

Hal ini terlihat saat akun TikTok ini mengunggah konten secara aktif pada media sosial terkhusus akun TikTok @rensia_sanvira. Jika dilihat setiap hari secara konsisten akun @rensia_sanvira akan mengunggah konten-konten kreatif

²¹ W Seil, 'Tito Time, A Nation's Idealized Past: Collective Memory and Cultural Nostalgia Through The Memorialization of Charismatic Leaders. P', *Pasific University CommonKnowledge*, 2010, 1-40.

²² K Gayatri and T. H Bening, 'Media Sosial Sebagai Alternatif Penyimpanan Arsip Digital Pribadi', *Jurnal Kerasipan*, 13.1 (2018), 157-75
<<http://jurnalkerasipan.anri.go.id/index.php/ojs/article/view/45/21>> [accessed 15 June 2021].

yang bersifat *edukatif*, setiap harinya konten yang diunggah berkisar 3-5 konten video yang berkaitan dengan *parenting*. Dalam kanal youtube²³ Rensia mengatakan ide untuk membuat konten itu sendiri adalah dari dirinya sendiri, karena ini merupakan cara Rensia dalam mendidik anak, alasannya adalah hanya ingin membagikan cara dia dalam mendidik anak melalui akun TikTok ini agar media TikTok juga bermanfaat bagi dunia *parenting* bukan hanya dalam kalangan remaja.

Jika dilihat dari komentar akun lain terhadap unggahan konten akun Rensia pada umumnya memberikan komentar yang positif dan merasakan hal yang sama saat dalam mendidik anak, bahkan tidak hanya dari kalangan orang tua yang sudah mempunyai anak namun juga dari kalangan anak muda yang akan menjadi orang tua. Salah satu bentuk komentar dari pengikut akun Rensia:

“@dianvifin aku paham skrg knp luana dan beberapa anak nurut sama aku wkwkwk krna sering diajak komunikasi”

Pada akun TikTok yang mengikuti dan menyukai unggahan ini dengan judul konten cinta, komunikasi, respect. Berdasarkan respon ini maka terlihat ada rasa senasib dan seperjuangan dalam mendidik anak.

Selain respon diatas terdapat juga komentar yang diberikan oleh pengikut Rensia seperti berikut ini:

“blm punya anak dan blm nikah tpi aku udh bljr ilmu parenting spya dpt ilmu sbml terjun lsg hihi”

Dapat dipahami bahwa seorang wanita yang belum mempunyai anak dan belum memiliki pasangan namun sudah belajar ilmu tentang menjadi orang tua agar mengetahui teori sebelum melakukan praktik nanti dikehidupan nyata.

Hal ini terlihat jika informasi yang dibagikan bermanfaat dan penggunaanya merasakan didikan yang diterima dari orang tuanya hampir sama sehingga ingin menerapkan juga jika nanti mempunyai anak seperti tips yang telah dibagikan oleh akun Rensia ini, dan dibalas langsung oleh pemilik akun dengan membenarkan pernyataan komentar pengikutnya. Selain itu ada juga komentar yang menyatakan

“sama cuy” dan “Alhmdulillah ada temennya aku juga gitu kak peluk jauh”

Unggahan konten ini tidak hanya dapat diakses oleh pemilik akun TikTok yang bersangkutan saja namun secara mudah dapat diakses, dibagikan bahkan memberikan respon oleh akun TikTok lainnya, informasi yang dibagikan tidak hanya dapat menggunakan satu akun saja, namun informasi ini dapat juga

²³ TribunPekanbaru.com.

dibagikan dengan *platform* lainnya seperti *whatsapp* dan *instagram*.

Dapat disimpulkan dari beberapa paparan dan respon berdasarkan pengikut akun TikTok lainnya tentang informasi yang disebarkan pada setiap konten yang dibuat merupakan memori kolektif bagi setiap orang yang merasa pernah dalam posisi itu bahkan pernah mengalami perlakuan atau diperlakukan dengan didikan dari kecil oleh orang tuanya seperti tips yang diajarkan oleh akun Rensia ini.

b) TikTok dalam Penyebaran Informasi

TikTok dalam penyebaran informasi dapat mendukung dalam kehidupan sehari-hari dan cara memperoleh informasi yang lebih cepat, tepat dan akurat, hal ini didukung oleh penelitian tentang pemanfaatan berbagai media sosial sebagai penyebaran informasi bagi masyarakat yang ditulis oleh ²⁴, dalam penelitian ini menyatakan media sosial memiliki manfaat yang sangat penting sebagai sarana penyebaran informasi, baik dalam bidang bisnis, pariwisata, kesehatan, keagamaan, dan politik bahkan saat ini sudah merambah dibidang pendidikan.

Berdasarkan yang telah dipaparkan merupakan konten @rensia_sanvira yang berisikan tentang tata krama yang diajarkan kepada anak adalah terlihat dari fitur beberapakali dibagikan sebanyak 72.2 ribu kali dibagikan oleh pengguna akun tiktok lainnya, hal ini dapat dikatakan sebagai penyebaran informasi di TikTok. Pemasaran yang menarik menurut George & Bennet dalam Togi Prima Hasiholan, Rezki Pratami, and Umaimah Wahid TikTok memasarkan aplikasi mereka dengan menarik, dengan mengurangi biaya ekspresi dan meningkatkan konten yang menyenangkan serta dapat berkontribusi pada penyebaran video dengan cepat ²⁵.

Jika dilihat secara umum pembelajaran dan pemahaman dalam penyebaran informasi yang monoton misalnya seperti membaca buku akan membosankan. Salah satu narasumber memberikan contoh video dari creator akun @rensia_sanvira, bahwa video tersebut menyajikan informasi sehari-hari namun menyelipkan tips-tips dan ilmu dalam mendidik anak diikuti dengan tulisan yang memberikan informasi tahapannya dan juga diiringi

²⁴ Fitriani Yuni, 'Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat', *Jurnal Komputer Dan Informatika: Paradigma.*, 19.2 (2017)
<<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120/1708>> [accessed 15 June 2021].

²⁵ Togi P. H, Rezki P, and Umaimah W, 'Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.2 (2020).

dengan lagu yang sedang trend di TikTok. Hal ini dikarenakan media sosial TikTok dapat menjangkau masyarakat luas, dengan sekitar 64% masyarakat Indonesia merupakan pengguna internet dan kurang lebih 160 juta penduduk Indonesia adalah pengguna aktif sosial media ²⁶.

Berdasarkan paparan diatas dapat disimpulkan TikTok dapat dijadikan tempat penyebaran informasi yang paling efektif dan efisien baik untuk kalangan muda maupun bagi kalangan tua, karena informasi yang dibagikan oleh akun TikTok dapat disebarkan kembali melalui *platform* media sosial lainnya. Intinya walaupun kalangan tua tidak memiliki akun TikTok jika informasi yang dibagikan mengandung unsur informasi yang penting video ini dapat diunduh dan dibagikan melalui akun apa saja tanpa harus memiliki aplikasi pendukung untuk mengunduh video tersebut.

Berdasarkan pemaparan diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya akun TikTok dapat menjadi memori kolektif bagi setiap orang yang melihat dan menonton video, jika setiap orang yang menonton sama-sama berada dalam kondisi yang dilihatnya dengan keadaan didunia nyata. Informasi yang dikemas dan disunting dengan menarik dan ringkas akan dapat membantu penonton video tersebut memahami informasi yang akan

disampaikan oleh pembuat video. Fitur yang didukung dapat dibagikan akan membantu pemilik akun membagikan dengan pemilik akun media sosial lainnya walaupun memiliki *platform* yang berbeda.

KESIMPULAN DAN SARAN

Akun @rensia_sanvira telah mampu menarik perhatian dan menyebarkan informasi *edukasi* kepada ibu-ibu muda yang sedang ataupun mau mempersiapkan diri sebagai ibu dalam mendidik anaknya, serta mengoleksi dan menyimpan konten-konten probadi yang diunggah setiap. TikTok sebagai memori kolektif dapat kita lihat dari respon dan komentar dari masyarakat yang membangun rasa senasib dalam mendidik anak dan persoalan rumah tangga yang dihadapi, rasa sepejuangan dan pernah diposisi tersebut juga dirasakan oleh masyarakat ini dapat menjadikan ingatan bersama dari akun TikTok lain terhadap unggahan konten yang bersifat informatif bagi yang melihatnya, bahkan ada juga yang mengusulkan ide konten terbaru seputaran *parenting*, agar memperoleh informasi yang dibutuhkan lebih mudah dipahami dan dapat dipelajari secara bersama dengan akun lainnya.

Saran untuk konten kreator TikTok lainnya jika informasi dikemas semenarik dan seringkas mungkin maka dari itu setiap orang akan membaca walaupun secara tidak sengaja

²⁶ dkk Hasiholan, 'Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di

Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19 Commuiverse', *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5.3 (2020).

melihat unggahan yang sedang melewati beranda, jika pengguna merasakan informasi ini bermanfaat atau pernah dalam posisi yang sama maka akan membagikan kepada teman terdekat, keluarga, atau orang yang menurutnya membutuhkan informasi yang sedang ditonton.

REFERENSI

- Agustin, S. W. (2020). *Nyaris Selip WhatsApp, TikTok Jadi Aplikasi Terpopuler Kedua di Dunia*. Liputan6.
- Arum, C. (2012). Meng-alay dalam Dunia Maya: Disorder Bahasa dalam Cyberspace. *Jurnal Komunikasi*, 4(2).
- Barry, G., & Lisa, B. (2011). *Memori Inteleger: Rahasia untuk Meningkatkan Memori Anda*. Erlangga.
- Christiany, J. (2017). Akses Pencarian Dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi Dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1).
- Coronel, C., & Morris, S. (2016). *Database Systems: Design, Implementation, & Management*. Cengage Learning, 11.
- Gayatri, K., & Bening, T. H. (2018). Media Sosial Sebagai Alternatif Penyimpanan Arsip Digital Pribadi. *Jurnal Kerasipan*, 13(1), 157-175. <http://jurnalkearsipan.anri.go.id/index.php/ojs/article/view/45/21>
- Gomez, D. (2012). Cyberspace and Cyberculture. In Kosut, M. & Golson, J. Geoffrey (Eds.). . In *Encyclopedia of Gender in Media*. SAGE reference publication.
- Hasiholan, dkk. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19 Communiverse . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3).
- Hui, P. (2017). Study the Transmission of Teachers' Tacit Knowledge Based on SMCR Model. *Teacher Development BBS*, 17(1), 67-79.
- Listiawati, I. M. (2013). Pengaruh Pola Asuh Orang Tua Terhadap Kemampuan Sosial Anak Usia 6-7 Tahun. *Jurnal Ilmiah VISI P2TK PAUDNI*, 8(2).
- Mackenzie, S. A., & Nichols, D. (2020). *Finding 'Places to be Bad' in Sosial Media: The Case of TikTok*. In D. Nichols & S. Perillo (Eds.), *Urban Australia and Post-punk: Exploring Dogs in Space*. Palgrave Macmillan.
- Mulawarman, & Aldila, D. N. (2017). *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. 25(1), 106.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Sosial Media*. Elex Media Komputindo.
- Putri, N. L. W. E. (2019). Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi TikTok. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 14(1), 11-19.
- Seil, W. (2010). Tito Time, A Nation's Idealized Past: Collective Memory and Cultural Nostalgia Through The Memorialization of Charismatic Leaders. *P. Pasific University CommonKnowledge*, 1-40.
- Shosh, L. (2012). The Many Faces of Mentor-Mentee Relationships in a Pre-Service Teacher Education Programme. *Creative Education*, 3(4).
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.31294/JKOM.V8I2.2654>
- Sutanta, E. (2011). *Sistem Informasi Manajemen*. Andi.
- Su'udi, A. (2011). *Pengantar Psikolinguistik bagi Pembelajaran Bahasa Perancis*. Widya Karya.
- Syahrudin Amin. (2018). Perbedaan Struktur Otak dan Perilaku Belajar Antara Pria dan Wanita; Eksplanasi dalam Sudut Pandang Neuro Sains dan Filsafat. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 1(1).

- Tjiptasari, F., & Ridwan, M. M. (2017). Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pustakaloka*, 9(1), 57-68.
- Togi P. H, Rezki P, & Umaimah W. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- TribunPekanbaru.com. (2021). *Sosok Mama Muda Penerima TikTok Awards: Siapa Rensia Sanvira? Punya 2 Juta Followers*. Tribun Pekanbaru.Com. <https://pekanbaru.tribunnews.com/2021/01/30/sosok-mama-muda-penerima-TikTok-awards-siapa-rensia-sanvira-punya-2-juta-followers>
- Yuni, F. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Jurnal Komputer Dan Informatika: Paradigma*, 19(2). <https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120/1708>
- Yuniar, R. A. (2019). Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad. 1(3), 3.
- Yusup, P. M. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Kencana. Agustin, S. W. (2020). *Nyaris Selip WhatsApp, TikTok Jadi Aplikasi Terpopuler Kedua di Dunia*. Liputan6.
- Arum, C. (2012). Meng-alay dalam Dunia Maya: Disorder Bahasa dalam Cyberspace. *Jurnal Komunikasi*, 4(2).
- Barry, G., & Lisa, B. (2011). *Memori Intelektual: Rahasia untuk Meningkatkan Memori Anda*. Erlangga.
- Christiany, J. (2017). Akses Pencarian Dan Penyebaran Informasi Tentang Pemerintah Bidang Komunikasi Dan Informatika Oleh Masyarakat Di Sulawesi Selatan. *Jurnal Penelitian Komunikasi Dan Opini Publik*, 21(1).
- Coronel, C., & Morris, S. (2016). *Database Systems: Design, Implementation, & Management*. Cengage Learning, 11.
- Gayatri, K., & Bening, T. H. (2018). Media Sosial Sebagai Alternatif Penyimpanan Arsip Digital Pribadi. *Jurnal Kerasipan*, 13(1), 157-175. <http://jurnalkearsipan.anri.go.id/index.php/ojs/article/view/45/21>
- Gomez, D. (2012). Cyberspace and Cyberculture. In Kosut, M. & Golson, J. Geoffrey (Eds). . In *Encyclopedia of Gender in Media*. SAGE reference publication.
- Hasiholan, dkk. (2020). Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19 Communiverse . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3).
- Hui, P. (2017). Study the Transmission of Teachers' Tacit Knowledge Based on SMCR Model. *Teacher Development BBS*, 17(1), 67-79.
- Listiawati, I. M. (2013). Pengaruh Pola Asuh Orang Tua Terhadap Kemampuan Sosial Anak Usia 6-7 Tahun. *Jurnal Ilmiah VISI P2TK PAUDNI*, 8(2).
- Mackenzie, S. A., & Nichols, D. (2020). *Finding 'Places to be Bad' in Sosial Media: The Case of TikTok*. In D. Nichols & S. Perillo (Eds.), *Urban Australia and Post-punk: Exploring Dogs in Space*. Palgrave Macmillan.
- Mulawarman, & Aldila, D. N. (2017). *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasinya Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*. 25(1), 106.
- Puntoadi, D. (2011). *Menciptakan Penjualan melalui Sosial Media*. Elex Media Komputindo.
- Putri, N. L. W. E. (2019). Interaksi Simbolik dalam Proses Komunikasi Nonverbal pada Aplikasi Tiktok. *Jurnal Ilmiah Ilmu Agama Dan Ilmu Sosial Budaya*, 14(1), 11-19.
- Seil, W. (2010). Tito Time, A Nation's Idealized Past: Collective Memory and Cultural Nostalgia Through The Memorialization of Charismatic Leaders. *Pacific University Common Knowledge*, 1-40.
- Shosh, L. (2012). The Many Faces of Mentor-Mentee Relationships in a Pre-Service

- Teacher Education Programme. *Creative Education*, 3(4).
- Soraya, I. (2017). Personal Branding Laudya Cynthia Bella Melalui Instagram (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Akun Instagram @Bandungmakuta). *Jurnal Komunikasi*, 8(2).
<https://doi.org/https://doi.org/10.31294/JKOM.V8I2.2654>
- Sutanta, E. (2011). *Sistem Informasi Manajemen*. Andi.
- Su'udi, A. (2011). *Pengantar Psikolinguistik bagi Pembelajar Bahasa Perancis*. Widya Karya.
- Syahrudin Amin. (2018). Perbedaan Struktur Otak dan Perilaku Belajar Antara Pria dan Wanita; Eksplanasi dalam Sudut Pandang Neuro Sains dan Filsafat. *Jurnal Filsafat Indonesia*, 1(1).
- Tjiptasari, F., & Ridwan, M. M. (2017). Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Yogyakarta. *Jurnal Pustakaloka*, 9(1), 57-68.
- Togi P. H, Rezki P, & Umaimah W. (2020). Pemanfaatan Media Sosial Tik Tok Sebagai Media Kampanye Gerakan Cuci Tangan Di Indonesia Untuk Pencegahan Corona Covid-19. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2).
- TribunPekanbaru.com. (2021). *Sosok Mama Muda Penerima TikTok Awards: Siapa Rensia Sanvira? Punya 2 Juta Followers*. Tribun Pekanbaru.Com.
<https://pekanbaru.tribunnews.com/2021/01/30/sosok-mama-muda-penerima-TikTok-awards-siapa-rensia-sanvira-punya-2-juta-followers>
- Yuni, F. (2017). Analisis Pemanfaatan Berbagai Media Sosial Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Bagi Masyarakat. *Jurnal Komputer Dan Informatika: Paradigma*, 19(2).
<https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/paradigma/article/view/2120/1708>
- Yuniar, R. A. (2019). *Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad*. 1(3), 3.
- Yusup, P. M. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Kencana.