

Penggunaan Aplikasi Tiktok Sebagai Eksistensi Diri Mahasiswa Universitas Mataram

Perdi Gunawan¹, Solikaturun², Nila Kusuma³

Program Studi Sosiologi, Universitas Mataram

E-mail: Perdig4@gmail.com

Abstrak

Munculnya berbagai platform aplikasi penyedia pembuatan video dengan hal-hal yang menarik, memberikan tanda bahwa era digital semakin merajai pengguna smartphone, dilihat dari banyaknya konten video yang tersebar di berbagai media sosial, salah satunya TikTok. Banyaknya pengguna aplikasi TikTok telah menjadi primadona, dan diminati para milenial yang mayoritasnya adalah remaja. Melihat fenomena yang terjadi dapat dilihat bahwa mahasiswa menjadikan TikTok sebagai ajang eksistensi dirinya. Tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan aplikasi TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram dan dampak penggunaan aplikasi TikTok terhadap eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram. Analisis teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Simulacra* dan Simulasi Jean Baudrillard. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini dilakukan di Universitas Mataram. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yaitu mahasiswa Universitas Mataram. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat alasan dan tujuan dalam penggunaan aplikasi TikTok sesuai dengan dari hasil penelitian yaitu, mengikuti *trend*, mengisi waktu luang atau hiburan, konten kreator, online shop. Sehingga, penggunaan aplikasi tiktok sebagai eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram dapat dikategorikan menjadi dua yaitu pengguna aktif dan pengguna pasif. Sedangkan dampak penggunaan aplikasi Tiktok bagi mahasiswa Universitas Mataram yaitu, kecanduan, memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru, meningkatkan kepercayaan diri, dan menghasilkan uang.

Kata kunci : TikTok, Eksistensi Diri, Mahasiswa, Simulakra

Abstract

The emergence of various video creation provider application platform with interesting things, gives a sign that the digital era is increasingly dominating the use of smartphones, judging from the amount of video content spread on various social media, one of which is TikTok. The number of TikTok application users has become a prima donna, and is in demand by millennials, the majority of whom are teenagers. Seeing the phenomenon that occurs that students make TikTok a place for their existence. The purpose of this study is to determine the use of the TikTok application as the self-existence of Mataram University students and the impact of using the TikTok application on the self-existence of Mataram University students. The theoretical analysis used in this study is the theory of Jean's Simulacra and Simulation. This research uses qualitative methods with a phenomenological approach. This research was conducted at the University of Mataram. The unit of analysis in this study is students of Mataram University. The data collection techniques used were observation, in-depth interviews, and documentation. The informant determination technique used is purposive sampling. The results of this study show that there are reasons and purposes for

using the TikTok application according to the results of the study, namely, following trends, filling free time or entertainment, creator content, online shops. So, the use of the TikTok application as the existence of Mataram University students can be categorized into two, namely active users and passive users. While the impact of using the Tiktok application for Mataram University students is addiction, gaining new knowledge and experience, increasing self-confidence, and making money.

Keywords: *TikTok, Self-Existence, College Student, Simulacra*

Pendahuluan

Di era 4.0 saat ini, teknologi berkembang semakin pesat yang membuatnya tidak bisa dilepaskan dari kehidupan manusia. Tidak hanya sebatas kehidupan orang dewasa saja akan tetapi teknologi juga mulai masuk kedalam kehidupan anak-anak maupun remaja. Kemajuan teknologi tersebut selalu beriringan dengan kemajuan internet di dalam kehidupan manusia. Begitu pun dengan media yang ada dalam komunikasi berbasis internet yang selalu berkembang untuk melengkapi dan menjadi bagian dari kehidupan manusia. Perkembangan teknologi komunikasi ini memiliki potensi yang besar bagi kehidupan sosial. Mulai dari arus informasi yang lebih cepat, pengelolaan organisasi dan lainnya yang lebih efisien, sampai dengan pembelajaran yang lebih luas (Setiawan, 2021).

Secara global, Indonesia menempati peringkat ketiga sebagai Negara dengan jumlah pertumbuhan pengguna internet tertinggi setelah India dan China (Hootsuite & WeAreSocial, 2020). Seiring dengan perkembangan teknologi internet dan media komunikasi berbasis internet, memberikan masyarakat pilihan dalam menggunakan maupun mengakses sebuah media. Hal inilah yang menjadi faktor perkembangan media sosial yang semakin cepat dari hari ke hari (Safitri et al., 2021). Selain akses kehadiran internet, *smartphone* yang canggih juga kini dilengkapi dengan bermacam macam aplikasi dan fitur serta dilengkapi dengan resolusi kamera rendah hingga paling tinggi. Tidak hanya itu, kecanggihannya juga hampir menyamai

perangkat komputer, dimana *smartphone* bisa menginstall program-program yang terdapat dalam komputer seperti *Microsoft Office* dan *Winamp*. Aplikasi media sosial lain pun dapat diinstall seperti *Facebook*, *Twitter*, *Line*, *Whatsapp*, *Instagram*, *Youtube*, dan beberapa program untuk mempermudah dan memanjakan kehidupan manusia (Putra & Patmaningrum, 2018).

Munculnya berbagai platform aplikasi penyedia pembuatan video dengan hal-hal yang menarik, memberikan tanda bahwa era digital semakin merajai pengguna *smartphone*, dilihat dari banyaknya konten video yang tersebar di berbagai media sosial dan Negara, salah satunya Indonesia. Kecepatan internet yang semakin maju juga membantu konten video untuk diunggah ke internet. Bagi para pengguna *smartphone*, platform atau aplikasi yang menyediakan pembuatan video yang menarik tersedia dengan berbagai pilihan (Susilowati, 2018).

Salah satu sosial media yang mengalami perkembangan pesat hingga menjadi budaya populer di Indonesia adalah Tik Tok. Tik Tok merupakan aplikasi audio visual berupa video musik yang menyediakan layanan bagi penggunanya dalam membuat video pendek yang disertai lagu maupun membuat video lipsync yang kemudian dapat diunggah (Sari, 2021). Aplikasi Tik Tok menjadi trend dan budaya populer yang diminati oleh masyarakat. Terlebih adanya pandemi Covid-19, yang membuat adanya pembatasan sosial sehingga masyarakat banyak menghabiskan waktunya di rumah akhirnya

menyebabkan intensitas internet pun meningkat. Hal tersebutlah banyak masyarakat yang menggunakan aplikasi TikTok sebagai salah satu alternatif hiburan selamapandemi.

Aplikasi TikTok adalah sebuah jaringan sosial dan platform video musik Tiongkok yang diluncurkan pada September 2016 oleh Zhang Yiming. Aplikasi tersebut memperbolehkan penggunaannya untuk membuat video music dengan durasi singkat. Sepanjang kuartal pertama (Q1) 2018, TikTok mengukuhkan diri sebagai aplikasi yang paling banyak diunduh yakni sebanyak 45,8 juta kali. Jumlah tersebut berhasil mengalahkan beberapa aplikasi populer lainnya seperti, Youtube, Whatsapp, Facebook Messenger, dan Instagram. Pengguna aplikasi TikTok di Indonesia kebanyakan adalah anak usia sekolah dan milenial atau yang kita kenal dengan sebutan Generasi Z (Handy & Wijaya, 2020).

Banyaknya pengguna aplikasi TikTok di Indonesia yang mencapai lebih dari 10 juta, maka dari itu dapat kita ketahui aplikasi TikTok telah menjadi primadona, dan diminati para milenial yang mayoritasnya adalah remaja. Penggunaannya pun berasal kalangan, baik remaja bahkan sampai orang dewasa. Dengan usia pengguna rata-rata 18-24 tahun, 37% diantaranya juga masih mengakses TikTok. Dengan demikian, dapat kita lihat bahwa pengguna TikTok di Indonesia di dominasi oleh remaja. Tampilan yang unik dan menarik serta banyaknya fitur dari aplikasi tersebut seperti filter, musik gratis, stiker, dan lain sebagainya menjadi alasan mengapa

aplikasi tersebut banyak diminati (Setiawan & Nabila, 2022).

Mayoritas pengguna aktif aplikasi TikTok adalah remaja berumur 18 tahun dan mereka adalah kalangan yang mudah dipengaruhi oleh kekuatan media massa. TikTok kini seakan menjadi aplikasi primadona yang layak dan wajib diunduh oleh semua orang. Bahkan, menurut surveidari Sensor Tower yang disadur dari okezone, TikTok telah mengalahkan aplikasi besar lainnya seperti facebook dan Instagram (Ferdiansyah, 2020). Hal tersebut terjadi lantaran aplikasi TikTok ini telah diunduh lebih dari 700 juta pengguna pada tahun 2019 dan jumlahnya terus meningkat hingga akhir Mei 2020 (Ferdiansyah, 2020; Annur, 2020). Berbagai kalangan usia, dari yang muda hingga yang tua pun turut meramaikan pengguna aplikasi TikTok. Ditambah lagi banyaknya selegram, aktor, dan aktris Indonesia yang juga mengunggah video TikTok mereka ke akun media sosial, semakin membuat TikTok banyak digemari generasi milenial Indonesia.

Akses terhadap media sosial merupakan salah satu kebutuhan setiap individu, hal tersebut terjadi karena adanya kebutuhan akan informasi, hiburan, pendidikan, serta akses pendidikan dari berbagai belahan bumi yang berbeda. Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna mempresentasikan serta menunjukkan eksistensi dirinya serta berkomunikasi dengan pengguna lain sehingga terbentuk ikatan sosial secara virtual (Sakti & Yulianto, 2018).

Melihat fenomena yang terjadi

dapat dilihat bahwa mahasiswa menjadikan TikTok sebagai ajang eksistensi dirinya. Mahasiswa mencari ruang lain untuk menunjukkan sebuah citradirinya sehingga menjadikan TikTok tersebut sebagai ruang untuk mengekspresikan semua unek-unek ataupun keterampilan. Terdapat banyak sekali mahasiswa yang dimana kehidupan didunia nyata dan didunia maya sangat berbeda. Dalam kehidupan didunia nyata mereka tidak mampu atau gagal mengekspresikan serta tidak percaya diri dalam menunjukkan eksistensi dirinya. Oleh karena itu, mereka menjadikan TikTok sebagai ruang agar dikenal dan disaksikan oleh khalayak umum. Melalui aplikasi TikTok yang mahasiswi lebih percaya diri dalam menggunakan aplikasi tersebut (Indriani, 2022).

TikTok sebagai aplikasi untuk kaum milenial lebih banyak digunakan oleh mahasiswa khususnya kaum milenial, kaum milenial adalah generasi yang sangat aktif sekali dengan sosial media. Kebanyakan kaum milenial yang mengeksplor diri mereka disosial media khususnya TikTok. Seiring perkembangan waktu banyak yang memilih aplikasi TikTok sebagai ajang pencarian untuk memperlihatkan potensi serta kelebihan mereka. Mahasiswi Universitas Mataram adalah salah satu kaum milenial yang saat ini sangat aktif dalam sosial media khususnya TikTok. Dalam fenomena ini mahasiswa Universitas Mataram yang menjadi fokus penelitian dikarenakan dalam hasil observasi sementara dapat dilihat bahwa bukan hanya mahasiswi (perempuan) yang mendominasi melainkan para mahasiswa (laki-laki).

semua manusia tanpa mengenal batas usia, jenis kelamin, pendidikan dan lain-lainnya. Eksistensi diri terbentuk karena adanya dorongan dari individu tersebut serta adanya tuntutan manusia sebagai makhluk Universitas Mataram juga menggunakan aplikasi TikTok sebagai tempat untuk sosial.

Namun kemunculan dan mengekspresikan diri. Adanya media TikTok menjadi sasaran bagi masyarakat Indonesia khususnya untuk mendapatkan suatu eksistensi dengan membuat konten apapun sehingga dapat dilihat bahwa adanya suatu hiperealitas yang tercipta darisebuah pencarian eksistensi diaplikasi TikTok.

Eksistensi diri merupakan usaha yang dilakukan manusia dalam mencari serta memahani arti kehidupan bagi dirinya yang diyakini sebagai sebuah bentuk dari nilai batiniah yang paling utama, dimana tidak ada satu orang atau individu atau tidak ada satu orang pun yang dapat memberikan pengertian terhadap maksud dan arti kehidupan seseorang. Sebuah eksistensi diri ada pada popularitas aplikasi TikTok tidak hanya memberikan dampak yang positif saja tetapi juga membawa dampak negatif, yang disebabkan oleh konsep diri individu itu sendiri. Misalnya dalam pengguna baju yang sexy serta joget dengan goyangan yang cukup erotis dan tidak untuk dilakukan, namun banyak penggunanya khususnya remaja yang mencoba untuk mengikuti hal tersebut untuk menjadi pusat perhatian yang nantinya menjadi viral (Rosdiana & Nurnazmi, 2021).

Berdasarkan observasi awal

dengannama akun TikTok @Dindazone, @ajwafy_, @Emaaulia, @Kentutbori, @muallan. Data dalam penelitian ini diambil dari program studi Sosiologi Universitas Mataram, yaitu sebagai ajang eksistensi diri. Dari hasil observasi awal yang telah dilakukan, peneliti meyakini bahwa aplikasi TikTok menjadi permasalahan yang menarik untuk diteliti karena aplikasi ini sangat berkaitan dengan kreativitas dan rasa percaya diri dari penggunaannya. Maka peneliti ingin melakukan penelitian dengan judul “Fenomena Penggunaan Aplikasi TikTok Terhadap Eksistensi Mahasiswa Universitas Mataram”.

Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat ditarik rumusan masalah ini berupa:

1. Bagaimana penggunaan aplikasi TikTok sebagai wadah eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram?
2. Bagaimana dampak penggunaan aplikasi TikTok terhadap eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram?

Konsep dan Teori

Teori Simulakra & Simulasi Jean Baudrillard

Simulakra adalah sebuah terminologi yang dilontarkan oleh seorang tokoh besar *cultural-studies* Jean Baudrillard (1929-2007). Dalam bukunya *Simulakra dan Simulation* (1981), bahwa masyarakat simulasi adalah bentuk karakter identitas masyarakat kontemporer dalam kehidupannya selalu dibuat repot dengan sebuah absurditas kode, tanda dan simbol,

dan bentuk model sebagai memproduksi dan reproduksi dalam sebuah teori yang ia sebut *simulakra*. Dalam *simulakra* secara esensial manusia itu tidak ada dalam kehadiran realitas sesungguhnya tetapi selalu berpikir imajiner dan pada delusi dalam melihat realitas di ruang tempat mekanisme simulasi berlangsung. Keadaan ini membuat jarak-jarak antara kebeneran dan kepalsuan, realitas dan rekaan terasa jauh dan memiliki kesamaan. Oleh karena itu yang dihasilkan dalam realitas ini adalah keadaan semu dan kepalsuan hasil simulasi (*hyper-reality*). Dalam analisis kemajuan teknologi virtual, Baudrillard menjelaskan bahwa realitas semu dan rekayasa atau manipulasi adalah keadaan di mana manusia terjebak dalam realitas yang dianggap asli dan nyata. Dalam dunia simulasi, yang menjadi gambaran suatu realitas adalah model-model manipulasi bukan bukan kenyataan yang sesungguhnya, Baudrillard 1985 dalam (Saumantri & Zikrillah, 2020).

Masyarakat tidak sadar akan pengaruh citra (*signs/simulakra*), hal ini membuat masyarakat kerap kali mencoba hal baru yang ditawarkan oleh keadaan *simulakra*. Di tengah kemajuan teknologi informasi dan komunikasi yang dahsyat saat ini, realitas telah hilang dan kebenaran seringkali menguap. Realitas tidak hanya diceritakan, direpresentasikan, dan disebarluaskan, tetapi kini dapat direkayasa, dibuat dan dicitrakan. Realitas buatan ini bercampur-baur, ang sengkabut menandakan datangnya episode baru dinamika manusia topeng. *Simulakra* telah mengaburkan dan mengikis perbedaan antara yang nyata dengan imajiner, yang benar dengan palsu.

Seperti halnya pada mahasiswa pengguna aplikasi Tik Tok, dalam hal ini Tik Tok ialah platform sosial media yang berupa video pendek sedang *trend* dan menjadi primadona bagi mahasiswa atau anak-anak mudazaman sekarang. Aplikasi Tik Tok menghadirkan segala sesuatu proses pencitraan yang masif, dengan mudahnya mahasiswa bisa mengakses aplikasi Tik Tok awal mula sebagai tempat untuk mengekspresikan diri. Dalam buku yang berjudul “Galaksi *simulacra*: Esai-esai Jean Baudrillard” yang ditulis oleh M. Imam Aziz, Aziz mengatakan bahwa iklan telah mengambil alih tanggung jawab moral bagi semua masyarakat dan menggantikan moralitas puritan dengan moralitas hedonis kepuasan murni, seperti suatu keadaan alam baru di jantung yang kita miliki dalam hiperperadaban. Kebebasan yang kita miliki dalam hiperperadaban sepenuhnya dibatasi oleh komoditas: “Bebas untuk menjadi diri sendiri” ternyata berarti bebas untuk mengarahkan hasrat pribadi padabarang-barang yang diproduksi.

Dalam *simulacra*, ada istilah yang disebut dengan *Hyperreal*, dimana *hyperreal* ini mempresentasikan fase- fase yang lebih berkembang dalam pengertian bahwa pertentangan antara yang nyata dan yang imajiner ini dihapuskan, yang tak nyata bukan lagi mimpi atau fantasi, melainkan kemiripan halusinasi dari yang nyata dengan dirinya sendiri. Dalam hal ini, ada tiga istilah yang terkait; yaitu simulasi, *simulacra*, dan hiperrealitas. Simulasi berarti tiruan, maksudnya adalah realitas tiruan yang mengacu pada realitas yang sesungguhnya.

Sedangkan kedua, *simulacra*.

Baudrillard mengartikannya dengan realitas tiruan yang tidak lagi mengacu pada realitas sesungguhnya. Artinya realitas sesungguhnya sudah dibelokkan yang kemudian benar- benar ditutup dari acuannya.

Akan tetapi, realitas ini belum sepenuhnya sempurna dikatakan sebagai realitas yang benar-benar *real*. Karena, hubungan timbal balik / interaktif belum terjadi atau kita bisa menyebutnya sebagai semi-realitas. Ketiga adalah Hiperrealitas, inilah yang disebut sebagai realitas yang benar-benar *real* yang nantinya akan menggantikan realitas yang *real* sebelumnya. Artinya, hiperrealitas adalah sebuah dekonstruksi karena realitas ini akan sangat benar-benar berbeda dari sebelumnya. Hiperrealitas (*Hyper-reality*) juga dijelaskan lebih rampung oleh Baudrillard sebagai keadaan runtuhnya realitas, karena telah diambil alih oleh rekayasa virtual yang dianggap lebih nyata dari realitas itu sendiri, sehingga perbedaan keduanya menjadi kabur. Sedangkan perbedaan fase *simulacra* dengan fase hiperrealitas, terletak pada cirinya yang interaktif. Yakni, hal-hal yang tadinya hanya dapat dilakukan dalam realitas *real*, kini telah tergantikan dalam realitas virtual, seperti penggunaan aplikasi Tik Tok sebagai wadah eksistensi diri mahasiswa. Bahkan, lebih efektif dan efisien cara- cara yang baru ini. Sedangkan dalam fase simulasi maupun fase *simulacra* belum terjadi hal-hal seperti ini.

Dalam buku Media Sosial: Perspektif komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi, Nasrullah menulis bahwa Baudrillard mengungkapkan gagasan simulasi bahwa kesadaran akan yang *real* di

benak khalayak semakin berkurang dan tergantikan dengan realitas semu. Kondisi ini disebabkan oleh imajinasi yang disajikan media secara terus menerus, khalayak seolah-olah tidak bisa membedakan antara yang nyata dan yang ada di layar. *Simulacra* digunakan Baudrillard untuk menggambarkan bagaimana realitas yang ada di media adalah ilusi, bukan cerminan dari realitas, sebuah penandaan yang tidak lagi mewakili tanda awal, tetapi sudah menjadi tandabarau.

Baudrillard menyebutnya sebagai “*a copy of a copy with no original*”. Di media sosial interaksi yang terjadi adalah simulasi dan terkadang berbeda sama sekali. Misalnya, di media sosial identitas menjadi cair dan bisa berubah-ubah. Perangkat di pengguna yang berbeda sekali dengan realitasnya, seperti pertukaran identitas jenis kelamin, hubungan pertemanan, sampai foto profil. Dalam dunia simulasi berlaku hukum *simulacra*, yaitu “daur ulang atau reproduksi objek dan peristiwa”.

Objek atau peristiwa itu diperagakan seakan sama atau mencerminkan realitas aslinya, tetapi sesungguhnya maya. Sulit memperkirakan hal-hal yang nyata dari hal-hal yang menyimulasikan yang nyata. Baudrillard memberikan contoh media sosial TikTok. Aplikasi TikTok lebih banyak menampilkan dunia simulasi yang bercorak hiperrealitas, suatu kenyataan yang dibangun oleh TikTok tetapi seolah benar-benar realitas. TikTok tidak lagi mencerminkan realitas, bahkan menjadi realitas itu sendiri. Saksikan dengan seksama bagaimana TikTok mendramatisasi peristiwa, jika suka atau

tidak suka. Semua ada narasi simulasinya. Dia yang menyebutnya sebagai “*cyberblitz*”. Realitas yang ditampilkan tampak benar dan objektif, tetapi sebuah kebenaran dan objektivitas yang dikonstruksi sesuai selera para pengguna TikTok. Sebenarnya pengertian *simulacra* tidak sesempit dan sesederhana itu, kita yang menganggap diri jujur, benar, dan apa adanya pun masih saja terjebak dalam dunia *simulacra*.

Selain itu, *simulacra* dalam kaitannya dengan hiperrealitas terjadi karena gencatan yang terpaksa harus dilakukan oleh sebagian khalayak yang psikisnya telah terpapar oleh media sosial TikTok. Misal dengan adanya fasilitas berbagai filter dan fitur yang sudah tersedia didalam aplikasi seperti fasilitas “*follow*”, “*like*”, “*comment*”, “*love*” dan lain sebagainya membuat pengguna dalam hal ini mahasiswa, berlomba-lomba membuat simulasi yang terbaik untuk mencitrakan dirinya atau untuk membuat image yang disukai masyarakat. Dimana hal tersebut telah jauh dari karakter *realnya*. Seakan merupakan kebanggaan pribadi saat seseorang memiliki followers terbanyak, mendapat likes terbanyak, dan bahkan bisa viral, dengan tujuan agar mendapat perhatian atau pengakuan dari orang lain. Fasilitas ini tidak hanya mempengaruhi psikis seseorang, tetapi juga mempengaruhi kualitas emosi orang tersebut. Tidak sedikit orang yang ingin bisa seperti orang lain dapatkan, dalam hal ini eksis menggunakan media sosial TikTok jika orang lain mendapatkan banyak teman dan bahkan viral. Perasaan seperti ini adalah perasaan *simulacra* yakni suatu emosi yang terjebak pada dunia imitasi.

Kemunculan Simulacra dan hilangnya ruang publik. Manusia abad kontemporer hidup dalam dunia simulacra (gambar, citra atau penanda suatu peristiwa yang telah menggantikan pengalaman). Manusiapostmodern hidup dalam dunia yang penuh dengan simulasi, tidak ada yang nyata di luar simulasi, tidak ada yang asli yang dapat ditiru. Nilai guna komoditas dan nilai imperatif sebuah produksi pun telah digantikan oleh del, kode, tontonan dan hiperrealisme “simulasi”. Komunikasi lewat media telah membuat orang terjebak dalam permainan simulacra yang tidak berhubungan dengan “realitas eksternal”. Kita hidup di dunia simulacra, dunia yang dipenuhi citra atau penanda suatu peristiwa dan telah menggantikan pengalaman nyata. Kita hidup di dunia yang penuh dengan simulasi: tidak nyata, tidak asli, tidak dapat ditiru. Baudrillard menguraikan bahwa pada jaman kini masyarakat sudah sirna dan digantikan oleh massa. Massa tidak mempunyai predikat, atribut, kualitas maupun referensi. Pendeknya, massa tidak mempunyai realitas sosiologikal. Bagi Baudrillard dunia dewasa ini tidak adalagi adegan cermin, yang ada hanyalah layar dan jaringan.

Ruang publik pun tak lagi menjadi tontonan dan ruang privat pun tak lagi menjadi rahasia. Hapusnya perbedaan antara bagian dalam dan bagian luar, seiring dengan hilangnya batas antara ruang publik dan ruang privat. Bagaimana terbentuknya hiperrealitas menjadi pertanyaan untuk memahami bagaimana realitas media sosial menjadi ruang-ruang publik yang hilang. Hiperrealitas menciptakan satu kondisi yang di

dalamnya kepalsuan berbaur dengan keaslian; masa lalu berbaur masa kini; fakta bersimpang siur dengan rekayasa; tanda melebur dengan realitas; dusta bersenyawa dengan kebenaran. Kategori-kategori kebenaran, kepalsuan, keaslian, isurealitas

Simulasi menentukan pandangan mahasiswa mengenai sebuah kenyataan. Ketika sebuah objek yang dapat menarik minat mahasiswa seperti seni, rumah, kebutuhan rumah tangga dan lain sebagainya ditayangkan melalui berbagai media dengan model- model yang ideal, disinilah batas antara simulasi dan kenyataan menjadi tercampur aduk (Azwar, 2014).

Contohnya adalah iklan produk kecantikan atau skincare yang di simulasikan sedemikian rupa melalui berbagai media sosial dengan menambah jargon “mampu mencerahkan muka”. Jargon “mencerahkan wajah seketika” di tampilkan untuk mempresentasikan produk tersebut. Akhirnya mahasiswa membeli produk itu karena merujuk pada jargonnya “mencerahkan wajah seketika” sehingga memunculkan anggapan bahwa jika memilih produk itu seperti yang sudah dijelaskan pada pembahasan sebelumnya. Nilai ini muncul dari simulasi yang telah di kontruksikan sedemikian rupa untuk membentuk sebuah citra, representasi sudah tidak lagi mengacu pada keterangan objek yang sebenarnya. Disinilah nanti yang disebut dengan Simulakra.

Contoh lainnya adalah ketika seorang individu atau mahasiswa mempunyai akun media sosial, dan ingin menampilkan dirinya sebagai seorang

yang keren, maka mahasiswa tersebut berusaha untuk menampilkan unggahan-unggahan bernada *fashion* atau berada di tempat makan yang mewah, mengunggah foto dengan *fashion* yang sedang populer dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan untuk mempresentasikan dirinya ke teman-teman sosial medianya sebagai seseorang yang keren atau sering disebut *fashionable*. Inilah yang dimaksud dengan simulasi. Teman media sosialnya akan menganggap mahasiswa tersebut orang yang kaya, meskipun realitasnya tidak diketahui apakah benar demikian atau tidak. Citra ini terbentuk dari simulasi yang ditampilkan oleh mahasiswa tersebut di media sosial. Maka dari itu, Baudrillard menyebutkan bahwa segala sesuatu tentang dunia diciptakan atau disimulasikan oleh teknologi digital sehingga seolah menjadi tampak nyata, Hal ini disebutnya sebagai simulakra atau citra buatan.

Masa kini, dimana dunia didominasi oleh simulasi yang terjadi sebagai salah satu akibat perkembangan teknologi. Segala sesuatu tanpa ada rujukan aslinya. Hal-hal yang asli menjadi imitasi, kemudian didaur ulang dan diproduksi berkali-kali kemudian disimulasikan melalui dunia virtual, hingga matilah realitas asli itu sendiri yang kemudian muncullah hiperrealitas sebagai ciridari simulakra tersebut.

Selain hilangnya batas-batas realitas, konsekuensi lain dari keberadaan simulasi adalah hilangnya esensi makna segala sesuatu. Antara esensial dan yang non-esensial pun hilang. Begitu juga dengan moralitas, simulakra berhasil mengacaukan antarayang baik dan buruk

yang indah dan yang tidak indah, yang benar dan yang salah. Segala sesuatunya telah bercampur baur, sehingga yang ditemukan ialah kekosongan tanpa referensi (Opcit, 2004).

Baudrillard menggambarkan simulakra yang terjadi di era kontemporer pada tulisannya yang berjudul *Simulation* dengan menggunakan analogi peta, dikutip dari jurnal berjudul *Simulacra sebagai Kritik Atas Modernisme* karya Raja Cahaya Islam. Analogi peta ini jika dikaitkan dengan contoh nyata adalah drama Korea. Sering kali drama Korea merepresentasikan sosok lelaki yang romantis, tampan, dan kaya raya. Sehingga sebagai akibatnya, mahasiswa yang menonton drama Korea beranggapan bahwa seluruh lelaki Korea adalah romantis, tampan, dan kaya raya. Padahal representasi itu tidaklah benar adanya. Tidak semua lelaki Korea berparas tampan,romantis, dan kaya raya. Drama Korea telah menciptakan kenyataan baru di mata mahasiswa mengenai ciri lelaki di Korea, meskipun citra tersebut tidak lalu benar adanya. Maka muncullah kenyataan baru, di mana mahasiswa banyak yang menggilai turis Korea ketika berkunjung ke Indonesia. Meskipun lelaki tersebut tidaklah rupawan, asalkan berasal dari Korea maka citra rupawan langsung menempel kepadanya.

Apa yang ditampilkan oleh drama Korea tersebut sangat nyata, melampaui kenyataan aslinya. Inilah kemudian yang disebut sebagai hiperrealitas. Hiperrealitas adalah keadaan di mana sebuah representasi dipandang lebih nyata dari objek yang direpresentasikan. Jika dihubungkan dengan kemajuan teknologi,

dengan adanya internet, teknologi digital dan layar sebuah perangkat elektronik, maka hiperrealitas adalah sebuah gagasan di mana apa yang ditampilkan di layar perangkat elektronik terasa lebih nyata daripada realitas fisiknya. Sedangkan strategi simulakra (simulasi realitas) memungkinkan realitas actual untuk digeser, dan digantikan oleh realitas semu yang muncul akibat dari sifat hiperrealitas sebuah simulakra tersebut.

Melalui peniruan konten trending yang diupload menjadi tujuan dari hasil penelitian ini bermula dimana mahasiswa Universitas Mataram mengupload konten jaged, *dance*, *dubbing*, konten aktivitas dengan teman-temannya serta konten trend lainnya dalam menunjukkan keberadaan mereka pada virtual TikTok. Hal tersebut menguji kepercayaan mereka dalam dunia maya atau dalam sosial media TikTok. Bentuk dalam menunjukkan eksistensi mereka di TikTok yaitu dengan mengikuti konten yang viral atau trend mereka pun ada didalam TikTok.

Mengenai peniruan konten kemudian mereka upload dalam virtual TikTok, hal ini pun didukung oleh hasil penelitian (Mahendra, 2017) dengan fokus yang berbeda menjelaskan bahwa eksistensi lain seseorang remaja yakni dapat mengekspresikan dirinya secara bebas dan melakukan hal-hal yang sudah menjadi trend para remaja lain.

Konten *trend* yang diupload sebagai gambaran tentang eksistensi dirinya adalah keinginan untuk eksis saja dan diakui keberadaannya dalam TikTok meskipun hal tersebut tidak mereka tampilkan dalam kehidupan didunia nyata. Begitu pula dengan eksistensi dirinya

melalui pengaktualisasian diri serta peralihan. Hal tersebut menunjukkan bahwa dirasakan dirinya sendiri yaitu rasa bosan dan lain-lain.

Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Mataram, tujuan pada penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan aplikasi TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram dan dampak penggunaan aplikasi TikTok terhadap eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram. Analisis teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Simulakra dan Simulasi Jean Baudrillard. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Penelitian ini dilakukan di Universitas Mataram. Unit analisis dalam penelitian ini adalah individu yaitu mahasiswa Universitas Mataram. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Teknik penentuan informan yang digunakan adalah *purposive sampling*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat alasan dan tujuan dalam penggunaan aplikasi TikTok sesuai dengan dari hasil penelitian yaitu, mengikuti tren, mengisi waktu luang atau hiburan, konten kreator, online shop. Sehingga, penggunaan aplikasi tiktok sebagai eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram dapat dikategorikan menjadi dua yaitu pengguna aktif dan pengguna pasif. Sedangkan dampak penggunaan aplikasi Tiktok bagi mahasiswa Universitas Mataram yaitu, kecanduan, memperoleh pengetahuan dan pengalaman baru, meningkatkan kepercayaan diri, dan menghasilkan uang.

Hasil dan Pembahasan

1. Alasan Menggunakan Aplikasi TikTok

Kehadiran TikTok saat ini menjadi fenomena pada semua kalangan masyarakat, termasuk anak-anak muda terkhusus para mahasiswa yang menjadi mayoritas utama paling banyak yang membuat aplikasi ini meroket dengan begitu pesat. Para pengguna antusias menggunakan TikTok dalam aktivitas sehari-hari tanpa melihat banyak waktu yang terbuang. Kebanyakan diantara mahasiswa memilih eksis menggunakan TikTok karena mengikuti perkembangan teknologi yang begitu pesat dan mudah, dengan kata lain mengikuti trend agar supaya tidak ketinggalan informasi dalam menunjang eksistensi diri sebagai mahasiswa yang eksis dalam menggunakan aplikasi TikTok.

Mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok tersebut karena apa yang sedang populer atau *trend*, dengan tersedianya berbagai filter dan fitur pada aplikasi TikTok menjadi suatu alasan mengapa mereka lebih memilih menggunakan fitur yang disediakan tersebut yaitu, karena menjadi kepuasan tersendiri sebagai tempat untuk menunjukkan eksistensi penggunaannya. Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti dengan informan dari beberapa poin, dapat peneliti klarifikasikan bahwa faktor yang dominan penyebab mahasiswa memilih menggunakan aplikasi TikTok adalah faktor yang sangat ingin mengikuti trend masa kini, ingin dianggap gaul, ingin mendapat pengakuan dari lingkungan maupun teman sebaya, serta ingin memenuhi keinginan, bukan karena

kebutuhan akan sesuatu yang diinginkan. Realitasnya pengaruh teman sebaya menjadikan daya tarik untuk menunjang eksistensi penggunaannya, ketika seseorang tinggal dilingkungan yang menggunakan aplikasi tersebut maka akan mengikuti pengaruh lingkungan dan temannya dengan beranggapan bahwa dia juga mampu atau bisa menunjukkan eksistensinya seperti teman sebaya tempat tinggalnya, terlepas dari kemajuan teknologi dan arus globalisasi, Hal tersebut melekat sehingga merasa kepuasan tersendiri untuk meneruskan gaya hidup yang seperti itu.

Aplikasi ini menjadi salah satu pengalihan terhadap kejenuhan yang mereka rasakan. Dari hasil penelitian aplikasi TikTok ini dapat mempengaruhi kepribadian mahasiswa, seperti halnya saat sedang berkumpul dengan teman-teman mereka lebih asyik menonton video TikTok dan membuat video atau menggunakan filter-filter yang tersedia di TikTok. Selain itu, ketika mendengarkan musik TikTok dimana saja dengan refleksi mereka ingin berjoget mengikuti irama musik tersebut, dan selalu terlihat narsis didepan kamera.

Pada aplikasi TikTok ini banyak mahasiswa memprioritaskan dirinya yang sedang eksis. Hal ini seperti sudah menjadi kebiasaan baru bagi mereka, senang untuk memperlihatkan diri kepada orang lain. Mereka menganggap ini sebagai hiburan untuk diri sendiri dikala suntuk belajar, mahasiswa yang menggunakan TikTok lebih percaya diri saat membuat konten dan diunggah ke aplikasi TikTok pribadi mereka sendiri, dibandingkan kepribadian aslinya.

2. Tujuan Menggunakan Aplikasi TikTok

Pada era digital saat ini, karya-karya dalam bentuk elektronik menjadi bagian penting dalam perjalanan mahasiswa menuju zaman yang serba elektrik. Setiap zaman memiliki karakteristik tersendiri dalam meninggalkan jejak untuk generasi berikutnya. Sesuai dengan apa yang terjadi dan dominan dalam perjalanan zaman tersebut. Bentuk-bentuk konten dalam sebuah aplikasi, secara tidak langsung merupakan produk dari budaya, yang selalu berkembang dan mengalami perubahan dari masa ke masa.

Seperti banyak sosial media lainnya, TikTok menyimpan data bagaimana setiap tren saling berganti. Topik yang pada saat ini sedang *trend*, pasti tidak akan bertahan lama, karena akan terus ada tren-tren baru yang produktif akan menghasilkan banyak dampak bagi komunitas TikTok, untuk mengekspresikan diri dengan cara menuangkan dalam sebuah video, adalah cara tepat untuk memfasilitasi bagaimana cara pikiran kita menejemahkan setiap tindakan.

Aplikasi TikTok ini memiliki fitur FYP (*For You Page*) atau bisa disebut beranda aplikasi TikTok, disana sering muncul video-video yang lagi viral, hal ini membuat para pengguna TikTok berlomba-lomba membuat video TikTok yang dibuat biasanya banyak *hashtag* seperti #fyp #fpydong agar videonya lebih cepat viral, karena itu pengguna berpikir untuk membuat video TikTok sebagus mungkin agar videonya bisa dilihat banyak orang dan bisa menambah teman dan videonya bisa viral melalui beranda aplikasi TikTok.

Dalam menggunakan aplikasi TikTok untuk menunjukkan eksistensi diri, para pengguna selain untuk menikmati aplikasi karena mengikuti trend dan hiburan ternyata bisa saja untuk meningkatkan kepercayaan diri mereka dengan membuat konten-konten yang menarik dan memotivasi orang lain dengan maksud supaya banyak yang menonton dan bisajuga menjadi edukasi atau pengetahuan baru tergantung dari konten yang dibuat. Tujuan mahasiswa menggunakan aplikasi TikTok ini bukan hanya untuk terlihat tetap eksis didunia maya tetapi akan menjadi kepuasan tersendiri bagi mereka yang senang ketika konten yang dibuat banyak ditonton atau menginspirasi banyak orang.

Berdasarkan pernyataan hasil wawancara dari beberapa informan, maka peneliti dapat mengkategorikan penggunaan aplikasi TikTok menjadi dua yaitu pengguna aktif dan pengguna pasif:

1) Pengguna TikTok Aktif

Pengguna aktif adalah pengguna yang menggunakan aplikasi selama periode tertentu. Kategori pengguna aktif aplikasi TikTok oleh mahasiswa sebagai eksistensi diri yang dimaksudkan disini ialah mereka yang kesehariannya membuat sebuah konten seperti konten menari, bernyanyi yang sedang viral, dan membuat konten edukasi untuk menarik perhatian penggunayang lain guna agar video yang dibuat akan membuat mereka merasa puas dan terhibur karena dengan mengupload video sesering mungkin itu yang membuat menjadi semakin eksis.

Namun, eksistensi mahasiswa Universitas Mataram di TikTok bukan hanya aktif untuk membuat konten yang diupload agar terlihat tetap eksis di dunianya, akan tetapi mahasiswa Universitas Mataram eksis menggunakan TikTok untuk dijadikan tempat berbelanja online atau *online shop*, dengan banyaknya fitur yang ada di TikTok seperti fitur musik, filter, keranjang kuning untuk tempat berbelanja dan masih banyak fitur lainnya. Sehingga itu yang membuat parapenggunanya eksis menggunakan aplikasi TikTok dalam aktivitas sehari-hari.

2) Pengguna TikTok Pasif

Pengguna pasif adalah pengguna yang menggunakan aplikasi dengan waktu tidak menentu bahkan jarang. Para pengguna TikTok biasanya memiliki satu atau dua akun media sosial, semata-mata agar tidak dikatai kudet atau ketinggalan zaman. Agar terlihat eksis dan update mahasiswa menggunakan TikTok hanya untuk mencari informasi apa yang menarik dan viral saat ini, dan juga bahkan ada hanya menonton video untuk mengisi kekosongan hari-harinya. Disini para pengguna lebih menjadikan TikTok dijadikan sebagai tempat hiburan dan hanya mengikuti *trend*.

3) Dampak Penggunaan TikTok Terhadap Eksistensi Diri Mahasiswa Universitas Mataram

Media sosial dan segala bentuk platform internet yang tersedia

merupakan salah satu bentuk media untuk mengaktualisasi diri dalam meningkatkan eksistensi diri siapaun yang menggunakannya. Eksistensi diri merupakan sesuatu yang penting bagi siapa saja terkhususnya mahasiswa, bagaimana dirinya ingin diakui oleh teman dalam kelompoknya dan orang-orang disekitarnya. Setidaknya peneliti menemukan beberapa dampak dari penggunaan aplikasi TikTok terhadap eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram, sebagai berikut:

1. Kecanduan

Dampak TikTok terhadap eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram adalah kecanduan menggunakan TikTok, yaitu mahasiswa sadar akan dirinya yang kecanduan menggunakan aplikasi tersebut tanpa mengenal batas waktu. Misalnya dalam kegiatan sehari-hari mahasiswa wajib selalu membuka TikTok entah itu hanya untuk menonton video, membuat konten, mencari informasi menarik, belanja online dan masih banyak lainnya. Tidak adanya aktivitas lain yang membuat mahasiswa kecanduan sehingga pengguna TikTok terlena dengan waktu hanya menghabiskan aktivitas di TikTok. Padahal mahasiswa memiliki banyak tanggungjawab dan kewajibannya yang lainnya untuk dipenuhi. Akan tetapi, TikTok ini dijadikan sebagai tempat hiburan oleh pengguna sehingga itu yang mempengaruhi menjadi kecanduan terhadap mahasiswa.

2. Pengetahuan dan Pengalaman Baru

Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin canggih, menjadi media komunikasi yang berguna untuk mempermudah dalam berinteraksi, salah satunya menghadirkan aplikasi TikTok yang berbentuk media sosial yang serbainstan. Mengapa demikian, TikTok bukan hanya aplikasi yang mengarahkan penggunaannya untuk eksis menari dan bernyanyi, akan tetapi TikTok juga memberikan banyak informasi yang terupdate, menarik, sehingga itu yang membuat para pengguna eksis menggunakan TikTok disamping untuk menghibur diri pengguna memanfaatkan aplikasi TikTok sebagai media informasi.

3. Meningkatkan Kepercayaan diri

Munculnya rasa percaya diri yang dimiliki oleh setiap individu dapat memberikan dorongan dalam menjalani kehidupannya. Sebagaimana hasil wawancara, beberapa alasan yang diungkapkan mahasiswa Universitas Mataram ketika menggunakan TikTok yaitu mereka beranggapan bahwa dengan menggunakan TikTok rasa percaya diri mereka meningkat dan mereka harus terus eksis agar konten videonya terus dilihat atau dinikmati oleh penggemarnya. Bukan hanya itu, memiliki kepercayaan diri sangatlah penting dikarenakan seseorang akan mampu untuk menilai dirinya sendiri dan bisa melakukan sesuatu secara efektif dalam kehidupannya.

4. Menghasilkan Uang

TikTok menjadi aplikasi yang sangat populer di kalangan anak muda khususnya mahasiswa. Hal ini

membuka peluang bagi para penggunanya, terutama untuk mendapatkan penghasilan dengan aplikasi TikTok. Setiap pengguna TikTok bisa mendapatkan uang, baik sebagai pemilik akun personal, bisnis, atau bahkan akun pemula. Jadi, meskipun belum memiliki banyak pengikut masih bisa mendapatkan penghasilan dari TikTok.

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian tentang pengguna aplikasi TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram, dapat disimpulkan hasil penelitian dan penemuan peneliti bahwa:

1. Penggunaan aplikasi TikTok sebagai eksistensi diri pada mahasiswa Universitas Mataram, sebagai alasan dan tujuan menggunakan aplikasi TikTok maka dapat dikategorikan menjadi dua yaitu, pengguna TikTok aktif dan pengguna TikTok Pasif. Pengguna aktif adalah pengguna yang menggunakan aplikasi selama periode atau waktu tertentu. Pengguna aplikasi TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram dikategorikan menjadi pengguna aktif karena para penggunanya menghabiskan waktu dari 2-7 jam perhari dan bahkan sehabis update mengaplikasikan TikTok untuk dijadikan wadah mengekspresikan diri. Sedangkan pengguna pasif adalah pengguna yang menggunakan aplikasi dengan waktu tidak menentu bahkan jarang. Para pengguna TikTok biasanya memiliki satu atau dua akun media sosial, semata-mata agar tidak dikataikudet atau ketinggalan zaman.

Pengguna aplikasi TikTok sebagai eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram dikategorikan sebagai pengguna pasif karena para pengguna hanya menjadikan TikTok sebagai media hiburan serta tempat mencari informasi yang menarik dan viral. Alasan mahasiswa menggunakan TikTok yaitu, mengikuti trend, mengisi luang waktu atau sebagai hiburan. Sertatujuan mahasiswa dalam penggunaan aplikasi TikTok yaitu, untuk membuat konten dan belanja online (*online shop*).

2. Dampak yang mempengaruhi penggunaan aplikasi TikTok terhadap eksistensi diri mahasiswa Universitas Mataram diantaranya yaitu kecanduan, dimana individu sadar akan perannya ketika menggunakan TikTok. Dampak selanjutnya adalah pengetahuan dan pengalaman baru, beberapa mahasiswa beranggapan bahwa dengan memanfaatkan TikTok sebagai media informasi. Selanjutnya adalah kepercayaan diri, beberapa mahasiswa beranggapan bahwa dengan menggunakan TikTok rasa percaya diri mereka meningkat dan mereka harus terus eksis agar konten videonya terus bisa dilihat atau dinikmati oleh penggemarnya. Selanjutnya yang terakhir adalah menghasilkan uang, dimana para pengguna memanfaatkan TikTok tempat menghasilkan *reward* atau upah dari berbagai macam event dan pilihan yang tersedia di fitur TikTok, agar tetap terlihat eksis penggunaannya untuk menunjang eksistensi diri.

Daftar Pustaka

- Abidin, Zainal. 2007. *Analisis Eksistensi*. Jakarta: PT. Raja Grafiika.
- About eksistensi, diakses melalui laman <https://kbbi.web.id/eksistensi> pada 4 September 2022
- About profil Universitas Mataram, diakses melalui laman <https://unram.ac.id/profil/identitas/> pada 23 Maret 2023
- Anderson, Perry. 2008. *Asal Usul Posmodernitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bagong, Suyanto. 2013. *Kapitalisme dan Konsumsi di Era Masyarakat Post-Modernisme*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Baswori dan Suwandi. 2008. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Batam, U. I. (2020). Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Milenial : Studi Kasus TikTok. 1, 565–572.
- Bryan, S. Turner. 2008. *Teori-Teori Sosiologi Modernitas Postmodernitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Damsar. 2015. *Pengantar Teori Sosiologi Cetakan Ke-I dan II*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Duane, Schutz. 1991. *Psikologi Pertumbuhan: Model-Model Kepribadian Sehat*. Yogyakarta: Kanisius.
- Fauziah, A. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik Tok Terhadap Pengungkapan Diri (Self Disclosure) Siswi Sekolah Menengah Kejuruan Negeri (SMKN) 10 Kota Bekasi. In Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.

- Fenomena Aplikasi TikTok dan Dampaknya Bagi Masyarakat Ditengah Pandemi, diakses melalui laman <https://yoursay.suara.com/kolom/2021/07/05/105553/fenomena-aplikasi-tiktok-dan-dampaknya-bagi-masyarakat-di-tengah-pandemi> pada 16 Desember 2022
- Ilahin, N. (2022). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Tik-Tok terhadap Karakter Siswa Kelas V Madrasah Ibtidaiyah. *Ibtida'*, 3(1), 112–119.
- Imam Guawan. 2014. *Metode Penelitian Kualitatif Teori & Praktek*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Jauhari, Minan. (2017). Media Sosial: Haperrealitas dan Simulacra Perkembangan Masyarakat Zaman Now Dalam Pemikiran Jean Baudrillard. *Jurnal Al-'Adalah*, 20 (1): 117-136.
- Jumlah mahasiswa universitas mataram 2023, diakses melalui laman <https://lombokpost.jawapos.com/opini/1502793946/menju-kampus-unggul-pada-tanggal-12-november2022>
- Jumlah Pengguna Internet Indonesia, diakses melalui laman <https://www.suara.com/tag/jumlah-pengguna-internet-indonesia> pada 4 desember 2022
- Medina Putri Utami. (2022). Self Branding of Content Creator Tiktok (Studi Netnografi : Analisis Konten pada Aplikasi TikTok). 83.
- Mengintip Eksistensi generasi TikTok, diakses melalui laman <https://www.google.com/amp/s/www.acehtrend.com/news/mengintip-eksistensi-generasi-tiktok/> pada 29 November 2022
- Metode penelitian kualitatif, diakses melalui laman <https://penalaran.unm.org/metode-penelitian-kualitatif-dengan-jenis-pendekatan-studi-kasus/pada> 26 November 2022
- Moleong, L. J. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Ningtyas, dkk (2021). Jean Baudrillard and His Main Thoughts. *Jurnal Propaganda* : 113-121 Naning, S. (2022). Media Sosial Dan Budaya Selebriti Milenial Di Instagram Social Media and the Millennial Celebrities ' Culture on Instagram. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 13(1), 44–63.
- OOTD adalah Outfit Of The Day, diakses melalui laman <https://www.merdeka.com/jabar/ootd-adalah-outfit-of-the-day-berikut-jenisnyadalam-dunia-fashion-kln.html> pada Desember 2022
- Retno Setyaningsih, 2018, “Public Display of Affection Sebagai Bentuk Eksistensi Diri Remaja Pengguna Facebook”, *Jurnal Proyeksi*, Vol. 10, Nomor 1.
- Rianto, P. R. (2022). TikTok dan Kesenangan Seksualitas Kaum Perempuan TikTok and Women's Sexual Pleasure. *Komunika: Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Saumantri, T., & Zikrillah, A. (2020). Teori Simulacra Jean Baudrillard Dalam Dunia Komunikasi Media Massa. *ORASI: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 11(2), 247.
- Setiawan, R., & Nabila, P. A. (2022). Penggunaan Aplikasi Tiktok Dalam Pembentukan Konsep Diri

Remaja Di Desa Pisangan Jaya,
Kabupaten Tangerang.
PADARINGAN (Jurnal
Pendidikan Sosiologi Antropologi),
4(3), 122.

Setyawan, A. (2021). Konstruksi Sosial Atas Pemaknaan Dan Simbol Kecantikan Pada Trending Hastag Tik Tok. *Risenologi*, 6(1), 86–95.

Smith, H. W. 2003. *What Matters Most: Hal-hal yang Paling Utama*. Jakarta: Binapura Aksara.

Sutrisno, S. (2022). Persepsi Terhadap Aplikasi Tiktok Atas Dasar Gender Dan Dampak Yang Ditimbulkan Pada Kegiatan Promosi. *Jurnal Bina Manajemen*, 10(2), 14–25.

Untuk, D., Salah, M., Syarat, S., Fakultas, P., Komunikasi, I., & Riau, U. I. (n.d.). Yayasan Lembaga Pendidikan Islam Riau Universitas Islam Riau Fakultas Ilmu Komunikasi Eksistensi Remaja Melalui Hastag (#OOTD) Di Media Sosial Tik Tok Lego Nenghayati Program Studi: Ilmu Komunikasi: Media Massa.

Wicaksono, T. (2020). Metode Penelitian. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.

Wijaya, M. (2020). Konsumsi Media Sosial Bagi Kalangan Pelajar. *Jurnal Agama Sosial Dan Budaya*, 3(2), 170–192.