Studi Persepsi Terhadap Tren Standarisasi Berpacaran di TikTok

Dika Andrea[1], Wulan Purnama Sari[2*]

[1]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta
Email:Dika.915219199@stu.untar.ac.id
[2]Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta*
Email: Wulanp@fikom.untar.ac.id

Masuk tanggal : 20-12-2024, revisi tanggal : 25-01-2025, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2025

Abstract

TikTok allows users to share life moments, including the dynamics of friendships, romance, and family relationships through videos or photos that quickly spread widely through the For You Page (FYP). One phenomenon that has emerged from TikTok users is the standardization of romantic relationships, where certain trends on the platform indirectly shape expectations in romantic relationships. This study aims to determine and analyze adolescents' perceptions of the standardization of dating on TikTok. This study uses a quantitative approach with descriptive statistical data processing to see the audience's perception of the standardization of dating on TikTok. The sampling technique used purposive sampling of 100 respondents calculated using the Lemeshow formula. The results of the study showed that the highest average value was in the stimulus dimension and the lowest average value was in the registration dimension. It can be concluded that TikTok users feel or respond to elements related to stimuli (for example, external stimuli or influences) more strongly. This indicates that external or more visible factors, such as content or visual influences, play a greater role in influencing respondents.

Keywords: *perception, romantic relationship, TikTok*

Abstrak

TikTok memungkinkan pengguna untuk membagikan momen kehidupan, termasuk dinamika hubungan persahabatan, asmara, dan hubungan keluarga melalui video atau foto yang cepat tersebar luas melalui *For You Page* (FYP). Salah satu fenomena yang muncul dari pengguna tiktok adalah standarisasi hubungan asmara, di mana tren tertentu di platform tersebut secara tidak langsung membentuk ekspektasi dalam hubungan romantis. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis persepsi remaja mengenai standarisasi berpacaran yang ada di TikTok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data statistik deskriptif untuk melihat persepsi audiens terhadap standarisasi berpacaran yang ada di TikTok. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 100 responden yang dihitung menggunakan rumus Lemeshow. Hasil penelitian menunjukkan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada dimensi stimulus dan nilai rata-rata terendah terdapat pada dimensi registrasi. Penelitian ini menunjukkan bahwa pengguna TikTok merasakan atau merespons elemen-elemen yang berkaitan dengan stimulus (misalnya, rangsangan atau pengaruh luar) lebih kuat. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor eksternal atau yang lebih terlihat, seperti konten atau pengaruh visual, lebih berperan dalam memengaruhi responden.

Kata Kunci: *persepsi, standarisasi pacaran, TikTok*

 EISSN 2827-8763

1. Pendahuluan

Di era modern ini, internet telah mempermudah komunikasi dan penyebaran informasi tanpa terhalang oleh batasan ruang dan waktu. Hampir setiap orang kini memiliki perangkat digital, sehingga komunikasi dan distribusi informasi menjadi lebih mudah melalui platform media sosial. Media sosial memiliki dampak signifikan terhadap perkembangan global (Sari et al., 2018). Kehadiran media sosial membuat informasi dapat diakses secara *real-time* oleh siapa saja dari berbagai penjuru dunia. TikTok adalah aplikasi berbasis video pendek yang memungkinkan penggunanya untuk menambahkan musik, filter, dan fitur kreatif lainnya, sehingga pengguna aplikasi di TikTok dapat mengekspresikan kreativitasnya secara maksimal (Suryani et al., 2021). Pada awal kemunculannya di Indonesia, TikTok sempat mendapatkan penolakan dari masyarakat karena dianggap hanya membawa dampak negatif. Namun, TikTok segera merespons kritik tersebut dengan memblokir konten-konten negatif dan melakukan perbaikan, sehingga popularitasnya semakin meningkat, terutama di kalangan anak muda (Widyanto et al., 2022).

TikTok mulai dimanfaatkan oleh berbagai pihak sebagai media untuk menyebarkan informasi. Komunikasi yang terjadi melalui TikTok merupakan komunikasi massa, yang berbeda dengan komunikasi interpersonal yang hanya melibatkan individu atau kelompok kecil (Romli, 2017). TikTok memungkinkan pengguna untuk membagikan momen kehidupan, termasuk dinamika hubungan persahabatan, asmara, dan hubungan keluarga melalui video atau foto yang cepat tersebar luas melalui *For You Page* (FYP). Salah satu fenomena yang muncul dari pengguna TikTok adalah standarisasi hubungan asmara, di mana tren-tren tertentu di platform tersebut secara tidak langsung membentuk ekspektasi dalam hubungan romantis. Video-video viral sering kali menampilkan cara ideal untuk menunjukkan kasih sayang dan memberikan perhatian yang lebih. Fenomena ini kemudian menjadi tren di kalangan pasangan muda untuk menyesuaikan diri dengan tren yang ada, seolah-olah ada standar tertentu yang harus diikuti agar dalam hubungan dianggap normal atau bahagia.

Salah satu *content creator* atau dikenal juga dengan sebutan *tiktoker* @Faherraa kerap membahas topik seputar hubungan asmara, khususnya dari sudut pandang remaja dan anak muda. Salah satu video dari akun TikTok @faherra menyampaikan bahwa, banyak tren yang bermunculan di TikTok tidak selalu wajib diikuti dengan kondisi hubungan individu. Faherra menyoroti bahwa mengikuti tren tersebut dapat menciptakan ekspektasi yang tidak realistis, yang pada akhirnya hanya akan menimbulkan kekecewaan. Remaja yang terlalu terpengaruh oleh standar yang terbentuk di media sosial cenderung merasa tidak puas dengan pasangannya ataupun hubungan yang dijalani, karena diantaranya tidak dapat memenuhi ekspektasi yang dibentuk oleh tren TikTok. Hal ini mengindikasikan adanya pengaruh besar TikTok dalam membentuk persepsi remaja mengenai bagaimana sebuah hubungan seharusnya berjalan.

Tren di TikTok, seperti *#RelationshipGoals* atau *#CoupleAesthetic*, sering kali menciptakan standar ideal hubungan asmara yang divisualisasikan melalui konten romantis, hadiah mahal, atau momen sempurna. Hal ini memengaruhi persepsi Generasi Z, yang cenderung membandingkan hubungan mereka dengan tren tersebut. Sebagai generasi yang terpapar media sosial, Generasi Z lebih mudah terpengaruh oleh representasi visual hubungan di TikTok, sehingga membentuk ekspektasi yang kadang tidak realistis terhadap pasangan atau hubungan mereka. Konten viral sering kali

menjadi acuan bagi mereka untuk menilai kebahagiaan atau keberhasilan hubungan, menciptakan tekanan sosial yang unik. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini ingin mengetahui persepsi remaja terhadap standarisasi berpacaran yang ada di TikTok.

Teori yang digunakan adalah teori persepsi dan teori komunikasi antarpribadi. Persepsi adalah tanggapan atau gambaran langsung dari suatu serapan seseorang dalam mengetahui beberapa hal melalui panca indra. Persepsi adalah kesan gambaran atau tanggapan yang dimiliki seseorang setelah orang tersebut menyerap untuk mengetahui beberapa hal atau objek melalui panca indra (Sabarini et al., 2021). Persepsi berfungsi sebagai sumber dasar pengetahuan baru yang diperoleh seseorang tentang dunia dan lingkungan sekitarnya. Dengan demikian, persepsi adalah sarana utama untuk memperoleh pengetahuan. Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses menerima, memilih, mengatur, menafsirkan, menguji, dan menanggapi rangsangan atau data sensorik (Wurarah, 2022).

Proses persepsi didasari pada beberapa tahapan, yaitu 1) stimulus atau rangsangan, adalah reaksi terhadap rangsangan yang berasal dari lingkungan yang diterima oleh indra. Ketika indra berinteraksi dengan stimulus, hal ini dikenal sebagai respons, dan pada saat itu juga proses stimulus berlangsung. Proses persepsi dimulai saat individu mengalami suatu stimulus/rangsangan yang berasal dari sekitarnya. 2) Registrasi, suatu tanda yang terlihat adalah tindakan fisik yang mencakup persepsi dan syarat individu yang dipengaruhi melalui alat indra yang dimiliki. Seseorang bisa mendengar atau melihat data yang diterima, lalu mencatat semua data yang diterima itu. 3) Interpretasi, adalah bagian dari aspek kognitif dari persepsi yang sangat penting, yaitu proses untuk memberikan makna pada rangsangan/stimulus yang diterima. Proses interpretasi ini dipengaruhi oleh kedalaman pemahaman, dorongan, dan karakter individu. 4) Umpan balik atau *feedback* terjadi setelah melalui proses interpretasi, informasi yang diterima akan dipersepsikan oleh individu sebagai umpan balik terhadap stimulus. Ini merupakan hasil dari proses persepsi yang tercermin dalam tanggapan dan perilaku seseorang (Fatmawati, 2019).

Penelitian terdahulu yang relevan dengan topik ini mencakup beberapa penelitian yang mengkaji persepsi remaja terhadap fenomena media sosial. Moulita (2021) dalam penelitian ini yang berjudul "Persepsi Remaja terhadap Konten Prank di Media Sosial" menggunakan pendekatan teori *uses and gratifications*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis konten *prank* yang paling disukai oleh remaja meliputi prank tes kejujuran, *prank giveaway,* dan *prank* yang melibatkan teman atau keluarga. Sebaliknya, konten *prank* yang tidak disukai mencakup *prank* bom, *prank* yang melibatkan polisi, dan *prank* ojek online. Penelitian ini juga mencatat adanya nilai positif dalam konten prank, seperti kedermawanan dan solidaritas, meskipun lebih banyak responden yang mencatat dampak negatif yang merugikan orang lain.

Penelitian Benedict Zefanya Agushar & Genep Sukendro (2022) berjudul "Persepsi Remaja Kota Purwokerto terhadap Konten Dark Joke pada Media Sosial Youtube" menerapkan teori persepsi dan teori komunikasi massa. Penelitian ini menunjukkan bahwa persepsi remaja mengenai konten komedi *dark joke* bervariasi, baik dalam aspek positif maupun negatif, serta terdapat efek kognitif, afektif, dan perilaku yang ditimbulkan oleh konten tersebut. Terakhir, Azzahra Putri & Ananda Putra (2024) dalam penelitian berjudul "Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Perilaku Sosial di Kalangan Remaja" menggunakan teori *richness* dan teori *social identity*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh

 EISSN 2827-8763

yang signifikan terhadap perilaku remaja, di mana interaksi di platform seperti Instagram dan TikTok dapat memperkuat hubungan sosial, namun juga menciptakan risiko seperti *cyberbullying* dan tekanan sosial. Eksposur terhadap konten yang menonjol ikut membentuk persepsi norma sosial di kalangan remaja, baik secara positif maupun negatif.

Secara keseluruhan, penelitian-penelitian ini menunjukkan kesamaan dalam membahas persepsi remaja terhadap fenomena media sosial yang memengaruhi pola pikir dan sikap remaja. Namun perbedaannya terletak pada fokus konten yang diteliti, di mana penelitian Moulita (2021) menyoroti konten *prank,* penelitian Agushar (2022) fokus pada *dark joke*, dan penelitian Putri (2024) meneliti dampak media sosial secara umum terhadap perilaku sosial remaja. Penelitian ini fokus pada pengaruh tren TikTok terhadap standarisasi berpacaran, yang berkaitan dengan ekspektasi hubungan romantis dalam budaya Generasi Z.

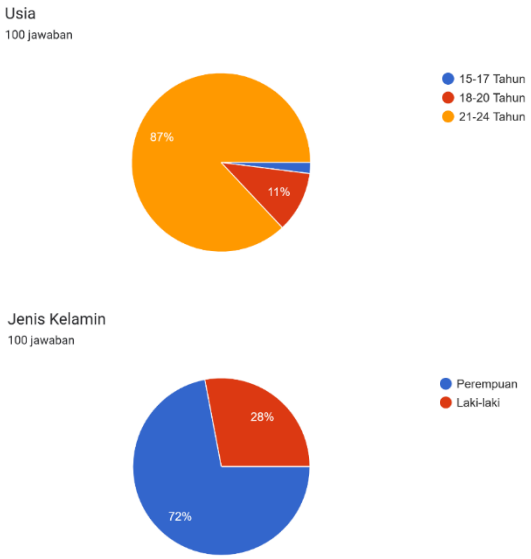
2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengolahan data statistik deskriptif untuk melihat persepsi audiens terhadap standarisasi berpacaran yang ada di TikTok. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* sebanyak 100 responden yang dihitung menggunakan rumus Lemeshow. Populasi dalam penelitian ini mencakup remaja di Indonesia yang aktif menggunakan aplikasi TikTok.

3. Hasil Temuan dan Diskusi

TikTok sebagai platform media sosial berbasis video pendek telah berkembang pesat, terutama di kalangan remaja dan anak muda. Salah satu fenomena yang paling mencolok adalah bagaimana standar pacaran atau hubungan romantis digambarkan dan dipraktikkan oleh para pengguna TikTok. Dalam platform ini, pacaran tidak hanya dilihat sebagai sebuah hubungan emosional, tetapi sering kali dipengaruhi oleh *trend* dan ekspektasi sosial yang didorong oleh video viral.

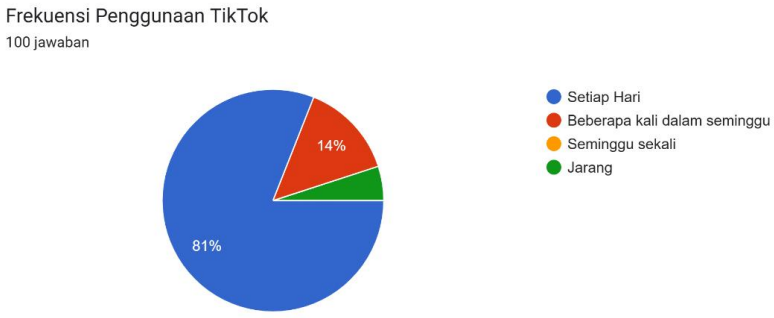
Berdasarkan hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan bahwa pada penelitian ini, seluruh butir pernyataan memiliki nilai r hitung diatas nilai r tabel, maka berarti bahwa 14 butir pernyataan pada penelitian ini dinyatakan valid dan layak digunakan. Sedangkan pada uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai *cronbach's alpha* secara keseluruhan sebesar 0,948 (0,948 > 0,70), dapat disimpulkan bahwa apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 maka pernyataan pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam model penelitian. Selain itu, uji reliabilitas pada masing-masing butir pernyataan menunjukkan nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 (>0,70), berarti bahwa apabila nilai *cronbach's alpha* lebih besar dari 0,70 maka setiap butir pernyataan pada penelitian ini dinyatakan reliabel dan dapat digunakan dalam model penelitian.



Gambar 2. Usia dan Jenis Kelamin Responden Penelitian

Setelah mengumpulkan data yang dibutuhkan, kemudian penulis melakukan pengolahan dan analisis data yang dijelaskan bahwa penelitian ini memberikan gambaran bahwa dari sampel yang dikumpulkan sebanyak 100 responden pada Gambar 2 menunjukkan sebanyak 87% berusia 21–24 tahun, sebanyak 11% berusia 18–20 tahun, dan sebanyak 2% berusia 15-17 tahun. Dengan demikian mayoritas pengguna media sosial TikTok pada penelitian ini berusia 21 hingga 24 tahun.

Dilihat dari segi jenis kelamin secara keseluruhan sampel berjenis kelamin perempuan sebanyak 72% dan sebanyak 28% adalah laki-laki. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas pengguna media sosial TikTok yang menjadi responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan.



Gambar 3. Frekuensi Penggunaan TikTok oleh Responden Penelitian

Berdasarkan Gambar 3, frekuensi penggunaan media sosial TikTok mayoritas responden mengakses setiap hari sebanyak 81%, sebanyak 14% responden menggunakan TikTok hanya beberapa kali dalam seminggu, dan sebanyak 5% responden jarang menggunakan TikTok. Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan remaja Indonesia dalam penelitian ini menggunakan aplikasi TikTok setiap hari.

 EISSN 2827-8763

Tabel 3. Hasil Uji *Mean*

Statistics

	Stimulus	Registrasi	Interpretasi	Umpan Balik
Valid	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0
Mean	11.2600	5.1800	9.9100	10.2400
Std. Deviation	2.43966	1.45907	3.02880	2.93402
Minimum	4.00	2.00	4.00	4.00
Maximum	16.00	8.00	16.00	16.00

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti

Tabel 3 menunjukkan hasil uji *mean*, dimensi stimulus memiliki nilai rata-rata tertinggi dengan nilai *mean* sebesar 11,26, kemudian disusul dengan dimensi umpan balik dengan nilai *mean* sebesar 10,24, dimensi interpretasi dengan nilai *mean* sebesar 9,91, dan dimensi dengan nilai rata-rata terendah yaitu registrasi dengan nilai *mean* sebesar 5,18. Hasil uji rata-rata ini menunjukkan bahwa dimensi stimulus, dengan nilai rata-rata tertinggi sebesar 11,26, menunjukkan bahwa responden merasakan atau merespons elemen-elemen yang berkaitan dengan stimulus (misalnya, rangsangan atau pengaruh luar) lebih kuat dibandingkan dengan dimensi lainnya. Hal ini bisa mengindikasikan bahwa faktor eksternal atau yang lebih terlihat, seperti konten atau pengaruh visual, lebih berperan dalam memengaruhi responden.

Dimensi umpan balik, dengan nilai *mean* sebesar 10,24, menunjukkan bahwa responden juga cukup merespons atau memberi perhatian pada aspek umpan balik, yang bisa berkaitan dengan interaksi atau respons yang diterima dalam konteks penelitian (misalnya, umpan balik sosial atau reaksi terhadap konten).

Dimensi interpretasi, dengan nilai *mean* sebesar 9,91, menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat pemahaman atau interpretasi yang cukup terhadap konten yang dilihat atau diproses. Meskipun nilai ini lebih rendah dari dimensi stimulus dan umpan balik, namun tetap menunjukkan bahwa aspek interpretasi cukup memengaruhi persepsi responden terhadap konten yang disajikan.

Sementara itu, dimensi registrasi, dengan nilai rata-rata terendah sebesar 5,18, menunjukkan bahwa responden kurang merasakan atau memberikan perhatian terhadap aspek registrasi. Ini bisa menunjukkan bahwa proses penyimpanan informasi atau pencatatan aspek tertentu dalam konten kurang berpengaruh atau kurang dirasakan dalam konteks penelitian ini.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa responden lebih dipengaruhi oleh stimulus dan umpan balik dalam memproses informasi, dengan interpretasi dan registrasi menjadi faktor yang lebih rendah dalam memengaruhi persepsi atau respons mereka.

Sesuai dengan tahapan proses persepsi yang dijelaskan, yaitu stimulus, registrasi, interpretasi, dan umpan balik. Pada tahapan pertama, *stimulus*, penelitian menunjukkan bahwa TikTok berperan sebagai rangsangan yang memengaruhi persepsi remaja mengenai hubungan romantis. Hasilnya mengungkapkan bahwa mayoritas responden setuju dengan adanya konten yang sering menunjukkan standar ideal dalam berpacaran, serta hubungan asmara yang sempurna. Hal ini mencerminkan bagaimana rangsangan visual dan konten yang disajikan di TikTok memengaruhi reaksi atau respons pengguna yang berinteraksi dengan platform tersebut.

Pada tahapan *registrasi*, penelitian ini juga mencatat bagaimana remaja, sebagai individu yang memiliki alat indra, mengamati dan mencatat informasi yang diberikan oleh TikTok. Sebagai contoh, sebagian besar responden setuju bahwa

mereka sering melihat video yang menggambarkan ekspresi kasih sayang dalam hubungan, menunjukkan bahwa mereka secara aktif mencatat dan menyerap informasi terkait hubungan romantis yang ada di TikTok. Meskipun tidak semua responden memberikan perhatian sama terhadap konten ini, mayoritas menunjukkan bahwa mereka telah mencatat rangsangan yang diberikan TikTok dalam bentuk informasi mengenai hubungan.

Dalam tahapan *interpretasi*, hasil penelitian menunjukkan bahwa remaja memberikan makna terhadap konten TikTok yang mereka lihat. Misalnya, mayoritas responden merasa bahwa TikTok mengajarkan cara menunjukkan kasih sayang yang ideal dalam hubungan. Proses interpretasi ini dipengaruhi oleh pemahaman dan pengalaman pribadi remaja mengenai hubungan, dengan sebagian besar responden memiliki pandangan kritis terhadap hubungan yang ditampilkan, menyadari adanya perbedaan antara kenyataan dan gambaran yang ada di TikTok.

Terakhir, pada tahapan *umpan balik*, hasil penelitian menunjukkan bahwa TikTok memengaruhi perilaku dan sikap remaja terhadap hubungan romantis. Sebagai contoh, banyak responden yang merasa terdorong untuk menyesuaikan hubungan mereka dengan standar yang terlihat di TikTok, dan merasa lebih sadar dalam menunjukkan kasih sayang setelah terpapar konten TikTok. Ini menunjukkan bahwa TikTok memberikan umpan balik dalam bentuk perubahan sikap atau pandangan terhadap hubungan romantis setelah proses interpretasi berlangsung. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini mencerminkan bagaimana proses persepsi berfungsi melalui tahapan stimulus, registrasi, interpretasi, dan umpan balik, dengan TikTok sebagai platform yang memengaruhi persepsi remaja mengenai hubungan romantis.

4. Simpulan

TikTok memiliki pengaruh signifikan terhadap pembentukan persepsi remaja mengenai standarisasi berpacaran. Media sosial TikTok berperan sebagai stimulus yang memengaruhi pandangan remaja terhadap hubungan romantis, di mana mayoritas responden terpapar konten yang menggambarkan hubungan ideal dan sempurna. Hal ini tercermin pada dimensi *stimulus* yang menunjukkan bahwa banyak remaja melihat TikTok sebagai platform yang menyajikan standar hubungan romantis yang ingin dicontoh. Selain itu, TikTok juga berpengaruh pada *umpan balik*, di mana banyak remaja merasa terdorong untuk menyesuaikan hubungan mereka dengan standar yang ditampilkan di TikTok, serta lebih sadar dalam mengekspresikan kasih sayang dalam hubungan. Namun, meskipun pengaruh TikTok cukup besar dalam membentuk persepsi mengenai hubungan romantis, responden juga menunjukkan sikap kritis terhadap representasi hubungan yang ada di platform tersebut. Pada dimensi *interpretasi*, banyak remaja menyadari bahwa hubungan yang ditampilkan di TikTok tidak selalu mencerminkan kenyataan dan cenderung idealistik. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun TikTok berperan dalam pembentukan standar atau persepsi mengenai berpacaran, remaja juga memiliki kesadaran untuk membedakan antara realitas hubungan dan gambaran yang ada di media sosial.

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik statistik deskriptif. Teori yang digunakan adalah teori persepsi. Selain itu, populasi dalam penelitian ini adalah pengguna TikTok kalangan remaja di Indonesia. Saran penulis untuk peneliti selanjutnya dapat melengkapi penelitian dengan wawancara mendalam atau studi kasus untuk menggali lebih dalam pengaruh TikTok terhadap pandangan romantis remaja serta eksplorasi lebih lanjut tentang pengaruh

faktor-faktor lain, seperti latar belakang budaya dan pendidikan, terhadap persepsi remaja tentang pacaran di TikTok.

Hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa pengguna TikTok merasakan atau merespons elemen-elemen yang berkaitan dengan stimulus (misalnya, rangsangan atau pengaruh luar) lebih kuat. Dengan dilakukannya penelitian ini, penulis berharap agar masyarakat, sekolah ataupun lembaga pendidikan untuk memberikan edukasi remaja tentang pengaruh media sosial terhadap pandangan mereka tentang hubungan asmara serta diharapkan dapat membantu remaja dalam menghadapi tantangan yang muncul akibat konsumsi media sosial, serta mendorong mereka untuk lebih kritis dan bijak dalam menyikapi standar pacaran yang beredar di TikTok.

5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, narasumber, serta pihak-pihak yang terlibat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

6. Daftar Pustaka

Azzahra Putri, F., & Ananda Putra, R. (2024). Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Perilaku Sosial Di Kalangan Remaja. *Prosiding Seminar Nasional Manajemen*, *4*(1), 561–565. Http://Openjournal.Unpam.Ac.Id/Index.Php/PSM/Index

Benedict Zefanya Agushar, K., & Genep Sukendro, G. (2022). *Persepsi Remaja Kota Purwokerto Terhadap Konten Dark Joke Pada Media Sosial Youtube*.

Clara Sari, A., Hartina, R., Awalia, R., Iriyanti, H., & Zulkifli, N. (2018). *KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL*.

Wurarah, M. (2022). *Implikasi Pengetahuan Sebelumnya, Persepsi Siswa Pada Kemampuan Guru Dan Kebiasaan Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar Biologi*. Bintang Semesta Media.

Sabarini, S. S., Liskustyawati, H., Sunardi., Satyawan, B., Nugroho, D., & Putra, B. N. (2021). *Persepsi Dan Pengalaman Akademik Dosen Keolahragaan Mengimplementasikan E-Learning Pada Masa Pandemi Covid-19*. Deepublish.

Fatmawati. (2019). *Pengaruh Persepsi Siswa Tentang Keterampilan Mengajar Guru Terhadap Aktivitas Belajar Siswa Pada Mata Pelajaran Al-Quran Hadits Kelas X Di MA Al-Fatah Palembang* Https://Repository.Radenfatah.Ac.Id/12379/

Moulita, M. (2021). Persepsi Remaja Terhadap Konten Prank Di Media Sosial. *JURNAL SIMBOLIKA: Research And Learning In Communication Study*, *7*(2), 107–115. Https://Doi.Org/10.31289/Simbollika.V7i2.4882

Romli, K. (2017). *Komunikasi_Massa*. 180.

Suryani, I., Zulfikri, A., & Muhariani, W. (2021). Aplikasi Tik Tok Sebagai Media Kampanye Untuk Pencegahan Penyebaran Covid-19. *J-IKA*, *8*, 93–101. Https://Doi.Org/10.31294/Kom.V8i1.10542

Widyanto, G., Afifah Putri, N., & Fijar Sulistiyo, M. (2022). Media Baru Sebagai Sarana Penyebaran Informasi Di Instansi Pemerintah (Studi Deskriptif Penggunaan Aplikasi Tiktok Pada Direktorat Jenderal Imigrasi) New Media As A Information Distribution In Government Agencies (Study Descriptive Of Tiktok Application At The Direktorat Jenderal Imigrasi). In *Sitasi:Widyanto, Putri, Sulistyo* (Vol. 8, Issue 1).