

# Daya Tarik Berita Televisi Dalam Media Sosial Tiktok Pada Remaja Kemang Ifi Graha

Theofilus Andika Deris Nugroho<sup>1</sup>

<sup>1,2</sup>Universitas Bina Sarana Informatika  
JL. SMA Kapin No. 29A, Jakarta Timur, Indonesia

email korespondensi: [derisandika1210@gmail.com](mailto:derisandika1210@gmail.com)

## Abstrak

Ketika sebuah perusahaan media tidak mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi, maka dikhawatirkan media tersebut akan mengalami ketertinggalan. Untuk mengetahui Daya Tarik berita televisi dalam media sosial tiktok pada remaja Kemang Ifi Graha dan Untuk mengetahui eksistensi media sosial Tiktok pada remaja perumahan kemang ifi. Graha metode yang digunakan adalah kualitatif dengan hasil penelitian Daya Tarik berita televisi dalam media sosial tiktok terhadap remaja Kemang Ifi Graha *Timeless* bahwa aplikasi tiktok memiliki peristiwa yang baru baru ini terjadi dalam tayangan berita melalui media sosial tiktok kemudian, *Impact* dalam aplikasi tiktok remaja Kemang Ifi Graha mengetahui lingkungan sekitar, pada indikator *Prominence* bahwa seputar beasiswa dan informasi lainnya selain berita dan salah satu lembaga yang mendapatkan nilai tersebut adalah SCTV, indikator *Proximity* bahwa Tiktok memiliki informasi tentang suatu peristiwa yang ada kedekatnya dengan geografis maupun emosional *Conflict* bahwa aplikasi tiktok saat menayangkan berita menunjukkan suatu peristiwa atau kejadian, pada indikator *The unusual* bahwa belum memiliki berita tentang penayangan berita suatu peristiwa atau kejadian yang tidak biasanya terjadi dan merupakan pengecualian dari pengalaman sehari-hari. dan *The curenacy* Banyak sekali, karena zaman sekarang orang-orang juga sering pakai tiktok jadi otomatis tayangan berita yang ada di tiktok akan menjadi viral dan muncul di fitur FYP.

Kata Kunci : Daya Tarik, Berita, Remaja

## Abstract

*When a media company does not keep up with developments in communication and information technology, it is feared that the media will be left behind. To find out the attractiveness of television news on TikTok social media for Kemang Ifi Graha teenagers and to find out the existence of TikTok social media for teenagers at Kemang Ifi Housing. Graha, the method used is qualitative with the results of research on the Attraction of television news on TikTok social media for Kemang Ifi Graha Timeless teenagers that the TikTok application has events that have recently occurred in news broadcasts via TikTok social media. Then, Impact on the Kemang Ifi Graha Teenager TikTok application knowing the surrounding environment, the Prominence indicator is about scholarships and other information besides news and one of the institutions that got this value is SCTV, the Proximity indicator is that Tiktok has information about an event that is geographically or emotionally close. Conflict is that the TikTok application when broadcasting news shows an event or event, according to The unusual indicator that there is no news regarding news broadcasts of an event or occurrence that does not usually occur and is an exception to everyday experience. and The Curenacy There are lots of them, because nowadays people often use TikTok so automatically news broadcasts on TikTok will go viral and appear on the FYP feature.*

*Keywords: Attraction, News, Teenagers*

## 1. Pendahuluan

Kemajuan pesat terjadi di bidang teknologi komunikasi dan informasi, serta perkembangan media massa. Salah satu bentuk perkembangan media massa adalah hadirnya media massa di Internet yang biasa disebut dengan jurnalisme digital. Perkembangan media massa digital telah memberikan dampak dan pengaruh yang signifikan terhadap kehidupan masyarakat luas. Media massa yang udah digitalisasi merupakn peran penting dalam menyampaikan informasi berita yang akan disampaikan dalam bentuk opini maupun hiburan kepada masyarakat dengan akurat dan terpercaya dan aktual koran , majalah, radio dan televisi saat ini juga ada *handphone* atau *smartphone*.

Di antara kelima jenis media tersebut, surat kabar, majalah, acara radio/TV, dan film umumnya dikenal sebagai "5 media" Media Big 5 telah digantikan oleh media Big 6 sebagai media online. Meskipun media daring semakin populer di kalangan anak muda, media televisi mungkin masih menjadi pilihan yang layak untuk mendapatkan informasi dan berita. Informasi dan berita kini dapat diakses oleh generasi muda melalui berbagai



format media yang ada, termasuk media cetak dan media elektronik. Internet telah membuat berita dan informasi mudah diakses oleh kaum muda, sehingga minat terhadap media massa digital pun meningkat. juga memiliki

kolom komentar yang dapat berkomunikasi dua arah. Kemajuan teknologi dibidang media massa digital telah mempermudah semua masyarakat untuk mendapatkan informasi dan berita dengan cepat dan mudah.

Didirikan pada tahun 2016, Tik-Tok, sebuah aplikasi media sosial Tiongkok, kini menjadi salah satu platform online paling populer secara global. Pada tahun 2023, media sosial Tiktok akan memiliki jumlah unduhan tertinggi dari platform sosial di seluruh dunia. Platform media sosial asal Tiongkok tersebut berhasil menyalip Instagram yang sempat menduduki posisi teratas sejak Desember tahun lalu. Menurut blog resmi App Figure, TikTok mencatatkan 54 juta unduhan baru di App Store dan Play Store pada tahun 2023. TikTok berhasil menyingkirkan Instagram yang menduduki peringkat pertama sejak Desember 2022 dari peringkat teratas. Instagram menempati peringkat kedua dengan 52 juta unduhan, tertinggal 2 juta dari Tiktok.(CNN Indonesia, 2023)

Unduhan global aplikasi TikTok menunjukkan popularitas media sosial yang meluas. Elemen-elemen Tiktok yang tidak rumit namun menarik menjadikannya platform yang tepat untuk jejaring sosial lain yang menawarkan konten menarik, termasuk berita, informasi, hiburan, dan pendidikan. Pada waktunya, media digital akan memiliki keunggulan dan media televisi menahan konten mereka dari media digital. Kegagalan mengikuti perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dapat mengakibatkan organisasi media tertinggal. Perusahaan media televisi bisa jadi tertinggal jika tidak mengikuti perkembangan terkini dalam teknologi komunikasi dan informasi. Saluran TV nasional seperti TransTV, SCTV dan MetroTV memiliki akun Tik Tok hingga mencapai 3K pengikut.

Tujuan Penelitian Untuk mengetahui Daya Tarik berita televisi dalam media sosial tiktok pada remaja Kemang Ifi Graha dan Untuk mengetahui eksistensi media sosial Tiktok pada remaja perumahan Kemang Ifi Graha.

### **1.1 Daya Tarik**

Pengertian mengenai daya tarik blech dalam morissan (2015:5) menyatakan suatu daya tarik adalah untuk menarik perhatian seseorang untuk mempengaruhi persaannya terhadap sesuatu barang ataupun jasa.

### **1.2 Berita**

Jafar H.Assegaf menjelaskan: “Berita adalah laporan mengenai fakta dan gagasan terkini yang dapat disiarkan oleh jurnalis dan menarik perhatian pembaca.” Entah karena luar biasa, karena maknanya atau akibat yang ditimbulkannya, atau karena mengandung aspek manusia yang tertarik seperti humor, emosi, atau ketegangan” (Barus, 2019: 21) Pak Adi Bajur menjelaskan.

Ketika jurnalis melaporkan peristiwa, pemikiran, atau opini dalam bidang penting apa pun, mereka biasanya diklasifikasikan sebagai berita. (Herawati dkk., 2023)

### **1.3 Media Sosial**

Di berbagai belahan dunia, termasuk Indonesia, media sosial tengah mengalami pertumbuhan yang pesat. Pengguna internet Indonesia diproyeksikan mencapai 221,6 juta jiwa dalam Survei Adopsi Internet Indonesia APJII. Para peneliti menyimpulkan bahwa Number adalah platform daring bagi pengguna untuk terlibat, bertukar, dan menghasilkan konten, seperti blog atau situs media sosial lainnya seperti Facebook. Media tradisional seperti media cetak, penyiaran, dan media sosial kini diberdayakan oleh Internet. Media sosial mempunyai banyak manfaat, salah satunya adalah kemudahan dalam mengakses informasi berita.

Konsumen menggunakan media sosial untuk bertukar teks, gambar, suara, dan video dengan individu dan bisnis lain, seperti yang diungkapkan oleh Kotler & Keller (2016:642)

### **1.4 Tiktok**

Pada September 2016, Zhang Yiming, pendiri Toutiao, meluncurkan aplikasi Tik Tok. Tik Tok memiliki 1,09 miliar pengguna secara global pada bulan April 2023, menurut data We are Social. Jumlah pengguna Tiktok di seluruh dunia tercatat meningkat 12,6% year-on-year.

Pengguna dapat menggunakan Tiktok, aplikasi media sosial, untuk berbagi dan membuat video yang berdurasi antara 15 detik dan 5 menit dengan menggabungkan berbagai filter di latar belakang, sinkronisasi bibir, dan fitur berguna lainnya.

Pendekatan aplikasi yang lugas memungkinkan terciptanya video pendek yang menarik banyak penonton. Video kreatif dapat dibuat dan diunggah berdasarkan ides sendiri." video kreatif, mengunggah sebanyak yang Anda ingin percayai tergantung pada apa. kemudian juga dapat berpartisipasi dalam kompetisi y

Pengguna umum aplikasi Tiktok umumnya berasal dari generasi Z dengan memfasilitasi penggunaannya dalam membuat video sederhana dan membagikan dengan musik seperti aplikasi terdahulunya musical.ly. Pada tahun 2019 Tiktok membatasi para penggunanya dari usia 16 tahun hingga 24 tahun (Nuzuli & Natalia, 2021 :

### 1.5 Minat Remaja

Hal ini untuk melindungi kehidupan seorang anak, meskipun kebutuhannya tidak langsung terlihat oleh orang dewasa. Semakin kuat keinginan ini, semakin kuat dan lama minat tersebut bertahan. Selain itu, semakin sering suatu aktivitas diungkapkan, semakin kuat minat terhadap aktivitas tersebut. Jika Anda tidak mengarahkannya kembali, minat Anda akan hilang. Jika Anda tidak mengarahkannya kembali, minat Anda akan hilang.

Menurut Djamarah, pengertian minat adalah perasaan empati atau keterhubungan terhadap suatu hal yang tidak mengharuskan orang lain melakukan tindakan.

Minat memiliki hakikat merupakan sebuah penerimaan pada suatu hubungan di antara diri sendiri dengan sesuatu yang bukan diri sendiri jika semakin kuat atau melakukan pendekatan maka semakin besar minat yang ingin di raih Sarwono(2017) menyoroti bahwa masa remaja merupakan salah satu dari tiga fase perkembangan manusia: biologis, psikologis, dan sosial ekonomi; biasanya berlangsung antara 10 sampai 15 tahun.

### 2. Metode

Desain Penelitian adalah perancangan suatu model metode dalam penelitian kualitatif. Menurut pandangan sugiyono (2017:19) penelitian kualitatif adalah suatu metodologi penelitian yang dapat dipelajari melalui keadaan atau peristiwa alam maupun sosial yang menjadi instrumen penting adalah peneliti dengan menggunakan triangulasi data kualitatif dapat mengumpulkan data dengan baik

Proses analisis data melibatkan analisis induktif dan kualitatif, dengan yang terakhir digunakan untuk memahami keunikan tersendiri, membangun suatu fenomena, dan menemukan sesuatu hipotesis.

Menurut Andi Ibrahim (2018: 52), pendekatan kualitatif adalah metode penelitian yang menitikberatkan pada aspek data secara detail guna menjaga kualitas penelitian yang dilakukan.

Pendekatan kualitatif menggunakan kata-kata dan frasa yang menggambarkan segala sesuatu mulai dari pengumpulan data hingga interpretasi dan pelaporan hasil penelitian.

Hal ini sejalan dengan pendapat A.Muli Yusuf. (2017: 330-331) bahwa penelitian kualitatif adalah suatu penelitian yang menkan eksplorasi suatu makna seetri konsep, ciri-ciri ,suatu gejala,symbol atau penjelan terkait suatu fenomena alam yang disajikan dalam bentuk suatu paragrafbahwa

Lokasi Penelitian yang akan dilakukan adalah perumahan kemang Ifi Graha Jati Asih ,Bekasi ,Jawa Barat .Waktu Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Juni 2024.

Metode saat ini yang menggunakan mengidentifikasi informan dalam penelitian ini adalah metode purposive sampling yang dijelaskan oleh Bapak Sugiyono dalam bukunya “Pengertian Penelitian Kualitatif” yang menggunakan metode sebagai berikut.

“Purposive sampling adalah melakukan metode pengambilan sampel suatu sumber data dari sudut pandang tertentu.” Misalnya ketika kita bertanya kepada pihak yang paling mengetahui apa yang diharapkan, atau mungkin peneliti (Sugiyono, 2022: 54) Penyedia informasi untuk penelitian ini. Pengguna TikTok remaja asal Kemang Ifi menyaksikan siaran berita tersebut

Pendekatan pengolahan data penelitian ini melibatkan pengumpulan data untuk mendapatkan pemahaman yang adil tentang profil sekolah dan preferensi gender di media sosial TikTok melakukan selama distribusinya, diikuti dengan menggunakan lembar wawancara untuk menganalisis data yang digunakan dalam penelitian ini.

Miles & Huberman dalam (Sugiyono, 2020: 132) mengemukakan teknik analisis data dapat dilakukan dengan cara sebagai berikut:

1. Pereduksi Data Setelah memiliki data, langkah selanjutnya adalah menganalisis dan mereduksi data. Caranya dengan reduksi data – merangkum, memilih dan mengkategorikan yang paling penting, memusatkan perhatian pada topik-topik penting dan mencari pola.
2. 1 Penyajian Data suatu penyajian dengan menggunakan penelitian kualitatif adalah deskriptif/ detail yang mudah dipahami
3. 1 Penarikan atau Validasi Selanjutnya setelah melakukan reduksi data atau filter data kemudian disajikan maka selanjutnya di tarik kesimpulan atau validasi

### 3. Hasil dan Pembahasan

Daya tarik berita televisi dalam media sosial Tiktok pada remaja Kemang Ifi Graha adalah sebagai berikut:

#### a. *Timeless*

Berdasarkan dari keempat informan mengetahui hal-hal atau kejadian berita yang baru baru ini terjadi melalui aplikasi Tiktok dengan algoritma fitur FYP ( *For your page*) oleh karena itu memudahkan pencarian berita dalam aplikasi tiktok apabila sering dalam pencarian. Artinya bahwa aplikasi tiktok memiliki peristiwa yang baru baru ini terjadi dalam tayangan berita melalui media sosial tiktok

b. *Impact*

Berdasarkan empat informan untuk selvy mengatakan tidak efektif namun tiga informan lainnya mengatakan tiktok bukan hanya tempat berbagai mereaksi kejadian dan tingkah laku namun juga memberikan efek pengetahuan baru pada berita yang ditayangkan di aplikasi tiktok melalui tiktok dapat mengetahui apa yang terjadi di negara Indonesia karena jangkauan yang diberikan tiktok adalah seluruh Indonesia jadi apabila ada tayang berita melalui media sosial tiktok semua orang baik dewasa dan remaja mengetahui berita namun tidak boleh menjadi namun achmad dachlan dan feiza mengatakan bahwa tiktok hanya media promosi untuk menginterpretasikan pesan yang menyangkut lingkungan sekitar kita.

Artinya Tiktok memiliki suatu kejadian yang dapat memberikan dampak pada orang banyak dengan adanya berita di dalam aplikasi tiktok remaja kemang Ifi graha mengetahui lingkungan sekitar.

c. *Prominence*

Berdasarkan empat informan pada berita yang disampaikan di aplikasi tiktok bukan untuk berita saja Konten informatif di TikTok sendiri tentunya ada banyak contohnya, ada program yang sering ngasih info seputar beasiswa, ada konten sejarah Islam juga di Islamic history dan konten - konten terkait peringatan hari besar gitu. Selain itu untuk konten hiburannya sendiri kita ada konten yang lebih condong buat interaksi sama followers kita ataupun audiens kita.

Dari hasil wawancara bahwa suatu kejadian yang ada di aplikasi tiktok memiliki nilai bagi individu maupun lembaga seperti individu seputar beasiswa dan informasi lainnya selain berita dan salah satu lembaga yang mendapatkan nilai tersebut adalah SCTV

d. *Proximity*

Berdasarkan empat informan dua informan mengatakan tidak sering dua lagi mengatakan Sering, terutama tentang kejahatan berupa pembegalan yang terjadi di daerah Jatiasih dan juga orang yang ditemukan meninggal dunia di sungai Bekasi. Artinya bahwa Tiktok memiliki informasi tentang suatu peristiwa yang ada kedekatnya dengan geografis maupun emosional

e. *Conflict*

Berdasarkan hasil wawancara empat informan sekarang di televisi juga pasti sering menayangkan berita berupa video selebgram tiktok yang sedang viral dan beberapa kali menampilkan selebgram tiktok. Artinya bahwa aplikasi tiktok saat menayangkan berita menunjukkan suatu peristiwa atau kejadian yang mengandung seseorang ,masyarakat atau sebuah lembaga.

f. *The unusual*

Berdasarkan empat informan diatas fungsi yang paling dominan dari TikTok adalah fungsi hiburan, namun dalam pelaksanaan fungsi tersebut juga tidak mengabaikan fungsi-fungsi yang lainnya yakni fungsi pengawasan dan pewarisan budaya. Tiktok memiliki memiliki konten hiburan yang ada di hampir setiap konten, hiburan ini berisi pertama, konten obrass atau obrolan siang santai yang menyajikan komedi berdasarkan hal-hal yang sedang tren dimedia sosial. Selain itu tiktok juga menyajikan motivasi, inspirasi, dan tips-tips seputar perkuliahan. Artinya bahwa aplikasi tiktok pada penanyangan berita.

Berdasarkan hasil wawancara belum memiliki berita tentang penanyan berit suatu peristiwa atau kejadian yang tidak biasanya terjadi dan merupakan pengecualian dari pengalaman sehari-hari. Seperti kejadian yang tidak biasanya terjadi dan konten yang menarik hanya untuk individu hanya terdapat pada *content creator* tertentu saja tidak dari salah satu channel televisi.

g. *The curency*

Berdasarkan ke empat informan diatas Banyak sekali, karena zaman sekarang orang-orang juga sering pakai tiktok jadi otomatis tayangan berita yang ada di tiktok akan menjadi viral dan muncul di fitur FYP. Artinya berita yang ada di aplikasi tiktok memiliki hal yang sedang menjadi bahan pembicaraan banyak orang.

Eksistensi media sosial Tiktok pada remaja perumahan Kemang Ifi Graha adalah sebagai berikut:

a. *Aspek Kognitif*

Berdasarkan empat informan diatas Biasanya akan langsung muncul di fitur FYP tiktok , tetapi juga bisa muncul di fitur *search* nanti disitu akan terlihat berita atau video apa yang sedang viral. Pencarian pada *search* tiktok, ketikan "berita viral hari ini" maka akan muncul berita terkini. Artinya minat remaja memiliki minat akan kebutuhan informasi hanya berita yang viral saja

b. *Aspek afektif*

Berdasarkan empat informan Sikap tetap berhati-hati karena banyak juga berita yang tidak sesuai fakta yang terjadi, maka dari itu saya juga mencari kebenaran berita tersebut melalui website, dengan adanya berita

tayangan televisi yang ada di tiktok lebih mnegtahuiapa yang sedang terjadi di sekitar. Artiya bahwa minat pada aplikasi tiktok memiliki daya tarik dari segi minat pengalaman pribadi dengan mencari tahu tentang kebenaran berita yang menjadi fakta dilapangan.

#### 4. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti mengenai Daya Tarik Berita Televisi Dalam Media Sosial Tiktok Pada Remaja Kemang Ifi Graha maka peneliti menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Daya tarik berita televisi di media sosial TikTok bagi remaja di Ifi Graha Timeless adalah aplikasi TikTok memuat peristiwa-peristiwa yang baru-baru ini terjadi pada siaran berita di media sosial TikTok dan kehadirannya mempengaruhi banyak orang. Berita tentang aplikasi TikTok untuk remaja Kemang Ifi Graha mengetahui lingkungan berdasarkan salience index bahwa peristiwa-peristiwa yang ada di aplikasi TikTok penting bagi individu dan lembaga dalam hal beasiswa dan informasi lainnya. Indikator kedekatan menunjukkan bahwa Tiktok memiliki informasi tentang peristiwa yang dekat secara geografis atau emosional dengan Anda. Misalnya, aplikasi TikTok akan menampilkan berita tentang seseorang/komunitas/organisasi (dan Tidak Biasa menunjukkan bahwa belum ada berita mengenai peristiwa atau kejadian yang tidak biasa ini) ketika sedang diputar di feed-nya. cara Pengecualian untuk pengalaman sehari-hari. Misalnya, peristiwa yang tidak biasa terjadi atau konten yang hanya menarik minat individu tidak boleh disediakan oleh jaringan televisi mana pun, namun hanya dari pembuat konten tertentu. Karena banyak orang yang banyak menggunakan TikTok akhir-akhir ini, siaran berita di TikTok menjadi viral dan muncul di fitur FYP. Artinya berita di aplikasi TikTok memuat hal-hal yang sedang ramai diperbincangkan orang
2. Eksistensi media sosial tiktok pada remaja perumahan kemang Ifi Graha Pada indikator *Aspek Kognitif* bahwa minat remaja memiliki minat akan kebutuhan informasi hanya berita yang viral saja Dan pada indikator *Aspek afektif* bahwa minat pada aplikasi tiktok memiliki daya tarik dari segi minat pengalaman pribadi dengan mencari tahu tentang kebenaran berita yang menjadi fakta dilapangan

#### Referensi

- A Muri Yusuf. (2017). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, Dan Penelitian Gabungan*. Kencana.
- Amstrong, Gary & Philip, K. (2021). *Dasar-Dasar Pemasaran. Jilid I, Alih Bahasa Alexander Sindoro Dan Benyamin Molan (1st Ed.)*. Prenhalindo.
- Andi Ibrahim, Dkk. (2018). *Metodologi Penelitian*. Gunadarma Ilmu.
- Baksin, A. (2006). *Jurnalistik Televisi: Teori Dan Prak*. Simbiosis Rekatama Media.
- Barus, S. W. (2019). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Erlangga.
- Callista, S. S., & Muktiyo, W. (2018). *Media Sosial Instagram Dan Self Image (Studi Korelasi Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Social Self Image Di Kalangan Siswa Sma Labschool Cibubur)*. 1–15.
- Cnn Indonesia. (2023). *Tiktok Jadi Raja Aplikasi Dunia, Kalahkan Instagram Hingga Whatsapp*. Cnn Indonesia. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20230918143850-185-1000458/tiktok-jadi-raja-aplikasi-dunia-kalahkan-instagram-hingga-whatsapp/amp>
- Djamarah, S. B. (2015). *Psikologi Belajar*. Rineka Cipta.
- Herawati, F., Nasution, N. H., & Ahmad Harun Yahya. (2023). Penggunaan Gaya Bahasa Jurnalistik Pada Bidang Penyiaran Dan Pemberitaan Di Rri Palembang. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (Jkomdis)*, 3(1), 285–295.
- Hurlock, E. (2017). *Psikologi Perkembangan : Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga.

- Hurlock, E. B. (1964). *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Prectice Hall.
- Liana, Chendi. (2019). Daya Tarik Program “Ada Apa Berita’ Terhadap Minat Menonton Berita Pada Masyarakat Kelurahan Johar Baru Jakarta Pusat. *The Source Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(2).
- Nasrullah, R. (2016). *Media Sosial, Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Medika.
- Omar, B., & Dequan, W. (2020). *Watch, Share Or Create: The Influence Of Personality Traits And User Motivation On Tiktok Mobile Video Usage*.
- Onong Uchjana, Effendi. (2015). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Erlangga.
- Pengestu, B. (2019). Analisis Turunnya Daya Tarik Visual Dalam Iklan Olx Pada Televisi. *Seminar Nasional Cedekiawan 2019 Buku Ii*.
- Rahmawati, A. Y. (2019). Pengaruh Intensitas Menggunakan Aplikasi Tiktok Terhadap Perilaku Narsisme Remaja Muslim Komunitas Muser Jogja Squad. *Doctoral Dissertation, Uin Sunan Kalijaga*.
- Sarwono, S. W. (2019). *Psikologi Remaj*. Rajawali Pers.
- Siregar, N. I. (2021). *Pengaruh Aktualisasi Diri, Fear Of Missing Out (Fomo), Dan Regulasi Diri Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial Tiktok Pada Remaja*.
- Sobur, A. (2014). *Ensiklopedia Komunikasi : J – O*. Simbiosis Rekatama Media.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Cv Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Alfabeta.
- Syahreza, M. F. . T. I. S. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi. *Unimed. Jurnal Interaksi*, 2(1), 61–84.
- Syfa Putri Amalia. (2024). Peranan Media Sosial Tiktok Dalam Menyebarkan Berita Terkini Inspira Tv. *Komunikasi & Administrasi Publik (Professional)*, 11(1).
- Usman Ks. (2009). *Televisi News Reporting And Writing, Panduan Praktis Menjadi Jurnalis Televisi*. Ghalia Indonesia.
- Wildani, F. M. (2024). Persepsi Remaja Tentang Tvri Jatim Sebagai Media Penyiaran Publik Lokal. *Commercium*, 8(1), 34–44.