



Pergeseran Budaya: Media Baru sebagai Tiktok dan Aparatus Ideologi

Naraya Nursadrina Putri, Dhini Aprilia Khoirunnisa*, Dimas Wahyu Ilhamy, Muhammad Ikhsan, Eko Purwanto

Universitas Muhammadiyah Tangerang

Abstrak: Kehadiran TikTok telah merevolusi cara berkomunikasi dan mengekspresikan budaya, terutama di kalangan generasi muda. Dengan fitur video pendek dan sistem algoritma yang canggih, platform ini mendorong partisipasi kreatif lintas batas negara. Gaya komunikasi juga mengalami perubahan signifikan, termasuk kemunculan bentuk interaksi *real-time* serta tren linguistik baru seperti penggunaan singkatan, emoji, dan campuran bahasa. Penelitian terhadap fenomena ini dilakukan melalui pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur, bertujuan memahami makna, wacana, dan konstruksi sosial dalam konteks budaya digital. Data diperoleh dari berbagai sumber sekunder yang kredibel. TikTok berperan penting dalam pembentukan identitas generasi muda dengan menyediakan ruang untuk mengekspresikan diri, membangun komunitas, dan menjalin interaksi antarbudaya. Pengguna, khususnya perempuan muda, dapat menampilkan identitas mereka secara autentik, meskipun tetap berada dalam pengaruh algoritma yang memengaruhi tren. Hasil analisis menunjukkan bahwa TikTok bukan sekadar media hiburan digital, tetapi juga berperan sebagai agen transformasi budaya dan pembentuk kesadaran kolektif. Melalui konten visual, algoritma, dan pola interaksi sosial, platform ini menyampaikan nilai-nilai, norma, dan pandangan dunia secara implisit, menjadikannya instrumen ideologis dalam masyarakat digital masa kini.

Kata kunci: Generasi, Ideologi, Partisipasi, TikTok, Video

DOI: <https://doi.org/10.47134/converse.v2i1.4322>

*Correspondence: Dhini Aprilia

Khoirunnisa

Email: dhiniapriilaak@gmail.com

Received: 17-06-2025

Accepted: 24-06-2025

Published: 31-07-2025



Copyright: © 2025 by the authors. Submitted for open access publication under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Abstract: The emergence of TikTok has revolutionized the way people communicate and express culture, particularly among younger generations. With its short video features and advanced algorithmic system, the platform encourages creative participation across national boundaries. Communication styles have also undergone significant changes, including the rise of real-time interaction and new linguistic trends such as the use of abbreviations, emojis, and hybrid languages. Research on this phenomenon adopts a qualitative approach, utilizing literature review as the primary method to explore meanings, discourses, and social constructions within the context of digital culture. Data is gathered from various credible secondary sources. TikTok plays a crucial role in shaping youth identity by providing a space for self-expression, community engagement, and cross-cultural interaction. Users especially young women are able to authentically present their identities, although they remain influenced by algorithms that drive specific trends. Findings indicate that TikTok is not merely a digital entertainment medium but also functions as an agent of cultural transformation and a builder of collective consciousness. Through visual content, algorithms, and social interaction patterns, the platform subtly conveys values, norms, and worldviews, making it an ideological apparatus in today's digital society.

Keywords: Generation, Ideological, Participation, TikTok, Video

Pendahuluan

Kemunculan TikTok telah mengubah pola komunikasi dan ekspresi budaya, khususnya di kalangan generasi muda, melalui fitur video pendek dan algoritma konten yang memungkinkan partisipasi kreatif lintas batas global (Alice Evangaline Jebaselvi dkk., 2023). Platform ini mendorong transformasi gaya komunikasi, termasuk interaksi waktu nyata melalui video singkat (Alice Evangaline Jebaselvi dkk., 2023) kemunculan tren linguistik baru berupa singkatan, emoji, dan bahasa hibrida (KONUK KANDEMİR & YURT, 2024), serta penekanan pada komunikasi visual melalui penceritaan audiovisual yang meningkatkan keterlibatan pengguna (Kułaga, 2024) "*The Dissemination and Influence of Visual Culture, Taking TikTok as an Example*", (Nie, 2023). Secara budaya, TikTok menjadi ruang bagi kaum muda untuk mengekspresikan kehidupan sehari-hari mereka dan membangun rasa komunitas (Harness & Getzen, 2022a), sekaligus mempercepat globalisasi tren budaya melampaui batas geografis (KONUK KANDEMİR & YURT, 2024). Namun, di tengah peran TikTok dalam merevolusi komunikasi dan budaya, muncul pula kekhawatiran terkait dangkalnya interaksi sosial dan dampak tren viral terhadap isu-isu sosial yang lebih kompleks, yang menunjukkan pentingnya keseimbangan antara kreativitas dan keterlibatan bermakna. Perkembangan media baru, khususnya TikTok, telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi dan budaya masyarakat dengan mengutamakan komunikasi visual melalui video pendek dan algoritma berbasis rekomendasi, yang mendorong demokratisasi pembuatan konten dan penceritaan kreatif (Kułaga, 2024) "*The Dissemination and Influence of Visual Culture, Taking TikTok as an Example*" (Nie, 2023). Platform ini juga mempercepat evolusi bahasa dengan menciptakan bentuk komunikasi baru seperti singkatan, emoji, dan bahasa hibrida lintas budaya (Alice Evangaline Jebaselvi dkk., 2023; Kułaga, 2024; Nie, 2023)

Selain itu, TikTok berperan dalam globalisasi tren budaya, mempercepat penyebaran fenomena global sambil memunculkan kekhawatiran tentang hilangnya keragaman budaya lokal (KONUK KANDEMİR & YURT, 2024). Subkultur berbasis minat khusus, seperti komunitas yang membahas kesehatan mental, juga tumbuh pesat, membentuk ruang baru untuk ekspresi diri dan solidaritas sosial (Harness & Getzen, 2022); "*TikTok's Sick-Role Subculture and What to Do About It*", (Alice Evangaline Jebaselvi dkk., 2023). Namun, penggunaan berlebihan TikTok berpotensi mengganggu dinamika hubungan keluarga dan interaksi sosial tradisional, serta mempengaruhi perilaku konsumen dan orientasi politik generasi muda (Jordán dkk., 2024). Di tengah manfaatnya, TikTok juga dikritik atas penurunan kemahiran bahasa formal dan promosi konten dangkal yang dapat berdampak negatif terhadap kesehatan mental serta penyebaran informasi keliru (Anhar dkk., 2024; KONUK KANDEMİR & YURT, 2024) (Panta, 2024)"*The Dissemination and Influence of Visual*

Culture, Taking TikTok as an Example (Nie, 2023). Oleh karena itu, perlu pendekatan kritis dalam memahami pengaruh TikTok terhadap komunikasi dan budaya kontemporer.

Algoritma TikTok berperan besar dalam membentuk preferensi budaya dan identitas sosial pengguna dengan menyajikan konten yang dipersonalisasi berdasarkan minat individu, yang di satu sisi memperkuat eksposur terhadap budaya tertentu namun di sisi lain dapat membatasi interaksi lintas budaya, menciptakan “efek kesepian” dan mempersempit perspektif budaya (Yin, 2025). Di komunitas *niche* seperti penggemar ACGN muda di Jepang, TikTok berfungsi sebagai media pembentukan identitas melalui ekspresi kreatif dan komunitas berbasis budaya tradisional dan kontemporer (Kawashima, 2024a), sementara subkultur seperti *Potaxies* dan *Fifes* menunjukkan bagaimana platform ini menjadi alat perlawanan budaya dan pembentukan narasi sosial. Selain itu, (Santaolalla-Rueda & Fernández-Muñoz, 2024a) pengguna tidak hanya pasif, melainkan aktif berinteraksi dengan algoritma untuk membentuk identitas dan menolak marginalisasi melalui kolektif digital (Karizat dkk., 2021.(Obreja, 2024). Meski mendorong ekspresi budaya, TikTok juga berisiko mengkomodifikasi budaya, yang bisa mengarah pada keterlibatan dangkal dan menimbulkan ketegangan dalam pembentukan identitas di dunia digital. TikTok telah menjadi platform berpengaruh dalam penyebaran nilai, norma, dan gaya hidup yang membentuk budaya lokal dan global melalui konten buatan pengguna (UGC), terutama di kalangan anak muda (Harness & Getzen, 2022). Platform ini mendorong kreativitas dan pembentukan identitas baru yang menantang narasi media tradisional, melalui konsep “UGC ekumenis”(Wagner, 2023). Dalam konteks glokalisasi, TikTok memungkinkan budaya lokal beradaptasi dengan tren global sambil mempertahankan ciri khasnya, menciptakan pengalaman budaya hibrida (Waechter, 2021). Secara ekonomi, TikTok mengubah industri budaya melalui peluang monetisasi baru dan mempengaruhi pola interaksi sosial, rekreasi, bahkan praktik pembelajaran di kalangan pemuda (flores, t.t.; Tobena, t.t.). Meski memperkaya pertukaran budaya, TikTok juga menimbulkan kekhawatiran homogenisasi, karena dominasi tren global berpotensi menggeser tradisi lokal, memperlihatkan ketegangan antara pengaruh global dan identitas lokal yang perlu dikaji lebih dalam.

TikTok berfungsi sebagai alat ideologis yang membentuk kesadaran kolektif melalui kombinasi teks, musik, dan video yang menarik, terutama dalam pendidikan politik dan ideologi di kalangan mahasiswa (sha, 2023). Platform ini juga memfasilitasi pembentukan citra diri dan *personal branding*, di mana pengguna mengatur identitas mereka sesuai harapan sosial, bahkan hingga membeli suka dan pengikut untuk memperoleh validasi (Tisa, 2023). Selain itu, fitur seperti Duet dan *Stitch* memungkinkan diskusi politik, namun sering menghasilkan keterlibatan dangkal alih-alih percakapan mendalam (Mackenzie Quick & Jessica Maddox, 2024). Walaupun TikTok dapat menjadi sarana penyebaran nilai

positif, ia juga berpotensi dimanfaatkan untuk propaganda ekstremis, seperti yang dilakukan ISIS, memperlihatkan sifat ganda media sosial dalam membentuk opini sosial (Shofia Rakhma dkk., 2024). TikTok telah berkembang menjadi platform yang tidak hanya mengubah cara kita berkomunikasi, tetapi juga mempengaruhi ideologi dan kesadaran kolektif masyarakat, terutama di kalangan generasi muda. Dengan menggabungkan teks, musik, dan video, TikTok menyajikan ide-ide secara terkonsentrasi dan menarik, menjadikannya alat yang efektif untuk pendidikan ideologis dan politik. Platform ini resonan dengan audiens muda yang sering kali menjadi subjek utama dari konten yang dibagikan, memberikan dampak besar dalam pembentukan pandangan politik dan sosial mereka (sha, 2023). Selain itu, TikTok juga berfungsi sebagai panggung ekspresi diri dan *branding* pribadi. Pengguna dapat membentuk identitas mereka melalui konten yang mereka buat, yang tidak hanya mencerminkan diri mereka tetapi juga memengaruhi norma sosial dan gaya hidup (Tisa, 2023). Di sisi lain, fitur-fitur seperti Duet dan *Stitch* memungkinkan interaksi politik dan sosial, meskipun sering kali membatasi kedalaman percakapan, menggantikan diskusi mendalam dengan interaksi yang lebih dangkal (Mackenzie Quick & Jessica Maddox, 2024).

TikTok telah menjadi alat yang *powerful* dalam pendidikan ideologis, khususnya di kalangan mahasiswa, dengan format yang menarik dan mudah diakses. Ini mempermudah penyebaran nilai-nilai ideologi arus utama dan memperluas jangkauan pendidikan kepada audiens yang lebih luas (sha, 2023).

Di tingkat individu, TikTok mendorong pembentukan citra diri yang lebih personal dan publik, di mana pengguna dapat berusaha mendapatkan persetujuan dari audiens mereka, terkadang melalui perilaku seperti membeli suka dan pengikut (Tisa, 2023). Fenomena ini menunjukkan perubahan dalam cara identitas pribadi dibentuk dan dikonsumsi di era digital.

Sementara TikTok membuka ruang bagi wacana politik, ia juga mengarah pada keterlibatan yang tidak selalu mendalam. Fitur-fitur interaktif platform memungkinkan pengguna untuk terlibat dalam diskusi publik dan membentuk opini kolektif, tetapi sering kali, kualitas interaksi ini cenderung dangkal (Mackenzie Quick & Jessica Maddox, 2024). Selain itu, meskipun TikTok dapat menyebarkan pesan-pesan ideologis yang positif, platform ini juga telah digunakan untuk tujuan yang lebih gelap, seperti menyebarkan propaganda ekstremis. Salah satu contohnya adalah penggunaan TikTok oleh kelompok seperti ISIS untuk merekrut anggota dan menyebarkan ideologi yang memecah belah masyarakat (Shofia Rakhma dkk., 2024b). Hal ini menyoroti dualitas TikTok sebagai media sosial yang dapat membentuk narasi sosial baik dengan cara positif maupun negatif. Secara keseluruhan, TikTok berfungsi sebagai alat ideologis yang sangat berpengaruh, yang tidak hanya mengubah cara kita berkomunikasi tetapi juga mempengaruhi pembentukan

identitas sosial, persepsi politik, dan norma budaya. Dengan kemampuan untuk mempromosikan pesan positif maupun berpotensi membahayakan, TikTok menjadi platform yang memerlukan pertimbangan kritis dalam cara penggunaannya untuk membentuk masa depan kesadaran kolektif global. Pergeseran budaya yang dipicu oleh media baru dan globalisasi membawa dampak beragam terhadap budaya lokal dan identitas nasional, baik sebagai tantangan maupun peluang bagi pelestarian budaya. Globalisasi dapat mengancam budaya lokal, seperti pengaruh K-pop di Indonesia yang mengurangi apresiasi terhadap budaya lokal (Aisyah Putri Handayani dkk., 2024), namun di tempat seperti Yogyakarta, budaya lokal tetap dominan meskipun ada pengaruh modern (Merung dkk., 2024). Media baru berperan penting dalam ekspresi budaya lokal, menggabungkan elemen global dan lokal, seperti yang terlihat di Kuwait, yang mempertahankan identitas nasional sambil mengadopsi pengaruh global (Wheeler, t.t.). Pelestarian budaya melalui strategi seperti penerapan nilai Pancasila di Indonesia bertujuan untuk memperkuat identitas nasional di tengah globalisasi (Aisyah Putri Handayani dkk., 2024). Penelitian juga menunjukkan bahwa merangkul elemen global sambil menjaga nilai lokal dapat memperkaya budaya tanpa mengikis identitas (Merung dkk., 2024b; Suharyanto & Wiflihani, 2024). Namun, ada kekhawatiran bahwa globalisasi yang meresap dapat menyebabkan homogenisasi budaya global yang mengancam keberagaman identitas lokal.

Penggunaan TikTok yang masif mencerminkan tidak hanya perubahan pola komunikasi, tetapi juga pergeseran budaya yang mendalam dalam masyarakat. Sebagai media baru, TikTok berperan sebagai aparatus ideologi yang secara halus membentuk cara berpikir, nilai, dan perilaku pengguna. Penelitian ini bertujuan menganalisis peran TikTok dalam perubahan budaya dan pembentukan identitas sosial di era digital, khususnya bagaimana platform ini menyebarkan nilai dominan, membentuk kesadaran kolektif, serta memediasi interaksi antara budaya lokal dan global. Selain itu, dibahas pula dampak jangka panjangnya terhadap pelestarian budaya lokal dan tantangan terhadap identitas nasional di tengah arus globalisasi. Transformasi identitas budaya di era digital diperkuat oleh karakter ruang virtual yang terbuka, memungkinkan individu mengekspresikan diri lebih bebas, namun juga memunculkan hambatan baru seperti konflik budaya dan dehumanisasi. Teknologi digital kini menjadi sarana penting dalam proses asimilasi dan interaksi lintas budaya melalui berbagai platform digital (Identitas Budaya dalam Era Digital: *cultural identity in the digital era* | Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, t.t.).

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur sebagai teknik utama untuk mengkaji fenomena TikTok dalam kaitannya dengan pergeseran budaya dan peranannya sebagai aparatus ideologi. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian terletak pada pemahaman makna, wacana, dan konstruksi sosial yang muncul dalam konteks budaya digital. Data diperoleh dari berbagai sumber sekunder yang kredibel seperti jurnal ilmiah, buku, artikel akademik, serta laporan penelitian yang relevan, baik dari dalam maupun luar negeri. Analisis dilakukan secara deskriptif-kualitatif melalui analisis isi untuk menelaah narasi dan representasi budaya dalam literatur yang membahas TikTok, dengan landasan teori kritis seperti aparatus ideologi Althusser dan teori media baru. Tujuan dari analisis ini adalah untuk memahami bagaimana TikTok tidak hanya menyebarkan konten hiburan tetapi juga menjadi ruang ideologis yang membentuk identitas, nilai-nilai sosial, dan orientasi budaya generasi muda secara sistematis.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil penelusuran literatur, sebanyak 10 artikel ilmiah terpilih dan dianalisis. Rincian artikel yang digunakan disajikan pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. *Literature Review*

No.	Penulis/Tahun	Judul	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1	(Alice Evangaline Jebaselvi dkk., 2023e)	<i>The Impact of Social Media on the Evolution of Language and Communication Trends</i>	Kualitatif, Studi literatur	Media sosial mengubah pola bahasa dan komunikasi melalui singkatan & emoji.
2	(Harness & Getzen, 2022d)	<i>TikTok's Sick-Role Subculture and What to Do About It</i>	Kualitatif	TikTok membentuk subkultur seputar identitas "sakit" dan kesehatan mental.
3	(Kulaga, 2024a)	<i>Revolutionizing Visual Communication and Digital Creative Engagement</i>	Kualitatif	TikTok memperkuat budaya visual dan partisipasi kreatif pengguna.
4	(Kawashima, 2024f)	<i>The Role of TikTok in Shaping Cultural Identity Among Young ACGN Fans in Japan</i>	Studi Kasus - Jepang	TikTok memperkuat identitas budaya komunitas melalui ekspresi kreatif ACGN.
5	(Karizat dkk., 2021b)	<i>Algorithmic Folk Theories and Identity</i>	Studi Observasi Digital	Pengguna aktif memahami dan menyesuaikan diri dengan algoritma TikTok.
6	(Santaolalla-Rueda & Fernández-Muñoz, 2024b)	<i>Potaxies and Fifes: The Formation of New Subcultures on TikTok</i>	Analisis Subkultur Digital	TikTok membentuk subkultur yang merepresentasikan identitas sosial alternatif.

7	(Sha Rong, 2023)	<i>The Orientation and Enlightenment of TikTok on Ideological and Political Education</i>	Deskriptif	TikTok digunakan untuk pendidikan ideologi dan politik di kalangan mahasiswa.
8	(Tisa, 2023d)	Media Sosial TikTok Dalam Membangun Citra Diri	Kualitatif	TikTok memfasilitasi pembentukan <i>personal branding</i> dan identitas daring.
9	(Quick & Maddox, 2024)	<i>How TikTok's Green Screen, Duet, and Stitch Shape Political Discourse</i>	Analisis Konten Fitur Tiktok	Fitur TikTok digunakan untuk wacana politik meski cenderung dangkal.
10	(Raj & Teacher, 2024)	<i>The Effects of TikTok on Family Relationships and Life</i>	Studi Kualitatif	Penggunaan TikTok memengaruhi relasi keluarga dan dinamika kehidupan pribadi.

TikTok memainkan peran penting dalam membentuk identitas generasi muda dengan menyediakan ruang untuk ekspresi diri, keterlibatan dalam komunitas, dan interaksi lintas budaya. Platform ini memungkinkan pengguna untuk membentuk citra diri mereka melalui konten kreatif, sambil tetap menghadapi tekanan dari algoritma yang mendorong tren tertentu. Dalam hal ekspresi diri, pengguna terutama perempuan muda diberikan kebebasan untuk menampilkan identitas mereka secara autentik, meskipun tetap dihadapkan pada tuntutan untuk mengikuti arus populer (Ezquerro Fernández & Bonaes Daimiel, 2024). Para pengguna juga dapat memilih cara menampilkan diri mereka, baik sebagai diri mereka yang sebenarnya maupun sebagai persona anonim, yang berpotensi mengaburkan batas keaslian (Mahmudah dkk., 2023). Selain itu, TikTok memperkuat rasa kebersamaan dalam komunitas tertentu, seperti penggemar ACGN di Jepang, di mana identitas budaya terbentuk melalui kesamaan minat dan ekspresi visual (Kawashima, 2024). Fitur-fitur interaktif dalam platform ini memperkuat hubungan antar pengguna dan memperkuat pembentukan identitas kolektif (Cedrún & Civila, 2024a). Lebih jauh, TikTok juga menjadi ruang bagi Gen Z dan Milenial untuk menegosiasikan perbedaan budaya mereka melalui penggunaan meme dan tren, mempertegas identitas generasi masing-masing (Vickery, 2023). Namun demikian, di balik potensi positif ini, terdapat kekhawatiran mengenai keterlibatan yang dangkal dan komodifikasi budaya, yang dapat mengikis makna budaya yang lebih mendalam.

Ekspresi diri di TikTok terwujud melalui berbagai fitur konten yang memberikan kesempatan bagi pengguna untuk membagikan identitas, emosi, dan pengalaman mereka secara kreatif. Dengan kemampuan multimodal yang dimiliki platform ini, pengguna dapat menampilkan pengungkapan diri, performativitas, dan membangun komunitas, yang sekaligus mencerminkan narasi pribadi dan mempererat koneksi sosial. Dalam aspek ekspresi diri performatif, banyak pengguna TikTok mengambil peran atau karakter

tertentu, seperti yang dilakukan oleh @luqmanrv yang melalui konten parodinya memisahkan identitas asli dengan karakter anak bernama Baim. Pendekatan ini sesuai dengan teori dramaturgi Erving Goffman, yang menjelaskan bagaimana individu mengatur kesan untuk mendapatkan respons positif dari audiens (Zaskhya Andretta & Yenni Yuniati, 2024). TikTok juga mendorong pengguna mengurasi citra diri mereka dengan menampilkan persona yang dipilih secara selektif, menggunakan teknik *editing* dan peningkatan konten untuk memenuhi ekspektasi audiens (STH & Palupi, 2022). Dalam ranah pengungkapan emosional, pengguna kerap membagikan kisah pribadi, seperti pengalaman hidup dengan penyakit kronis, untuk meningkatkan kesadaran dan mendapatkan dukungan sosial, sehingga turut mengurangi stigma (Zehrun & Chen, t.t.). Tagar seperti #healing menjadi alat ekspresi emosional yang menghubungkan pengguna melalui tema universal seperti kesedihan, motivasi, dan rasa syukur, menciptakan ruang daring yang suportif (Mohd Shamsuddin dkk., 2023). Selain itu, antarmuka TikTok yang intuitif mempermudah navigasi dan pembuatan konten, mendorong partisipasi aktif, terutama dari Generasi Z, dalam berbagi pemikiran dan perasaan mereka (Hartatik dkk., 2024). Namun, meskipun platform ini mendukung ekspresi diri yang dinamis, muncul juga kekhawatiran terkait keaslian ekspresi dan tekanan untuk menyesuaikan diri dengan norma sosial, yang berpotensi menghasilkan hubungan yang dangkal dibandingkan koneksi yang autentik. TikTok memiliki pengaruh yang besar terhadap persepsi diri dan pengalaman sosial mahasiswa, terutama dalam proses pembentukan identitas dan dinamika hubungan antar pribadi. Platform ini menyediakan ruang bagi pengguna, khususnya mahasiswa, untuk mengekspresikan diri serta membangun interaksi sosial, yang secara langsung berdampak pada tingkat harga diri dan kesejahteraan emosional mereka. Melalui fitur-fitur kreatifnya, TikTok memungkinkan mahasiswa untuk membentuk persona daring mereka, yang berperan dalam pembentukan identitas diri (Cedrún & Civila, 2024). Platform ini juga mendorong eksplorasi terhadap berbagai aspek identitas, yang pada akhirnya memicu perubahan dalam cara pandang terhadap diri sendiri dan sikap yang menyertainya (Zhu dkk., 2024). Dalam aspek sosial, TikTok mendukung terciptanya sosialisasi virtual, di mana pengguna dapat berinteraksi dengan sesama, menciptakan rasa kebersamaan dan komunitas (Cedrún & Civila, 2024). Melalui pengungkapan diri di platform ini, pengguna sering kali merasakan validasi sosial yang berkontribusi pada peningkatan harga diri mereka (Brammer dkk., 2023). Dari sisi kesehatan mental, keterlibatan aktif di TikTok menunjukkan hubungan positif dengan peningkatan harga diri, sedangkan konsumsi pasif tidak menunjukkan dampak signifikan terhadap kesejahteraan subjektif (Zhang, 2022). Meskipun demikian, penggunaan yang berlebihan dapat menimbulkan efek negatif seperti perbandingan sosial yang tidak sehat dan penurunan rasa percaya diri (RAHMAWATI dkk., 2024). Oleh karena itu, meskipun

TikTok dapat memperkaya persepsi diri dan kehidupan sosial, ia juga membawa risiko terhadap kesehatan mental, sehingga diperlukan pendekatan yang bijak dalam penggunaannya, khususnya di kalangan mahasiswa.

Di Jepang, komunitas penggemar ACGN (Anime, Comic, Game, dan Novel) memanfaatkan TikTok sebagai media yang aktif dalam memperkuat identitas budaya mereka melalui beragam bentuk ekspresi kreatif, keterlibatan komunitas yang erat, serta penggabungan unsur budaya tradisional dan modern. Melalui platform ini, para pengguna secara bebas mengekspresikan kecintaan mereka terhadap elemen-elemen khas ACGN melalui konten seperti *fanart*, *cosplay*, dan animasi buatan sendiri, dengan dukungan fitur seperti filter dan musik yang memungkinkan bentuk penceritaan dan ekspresi artistik yang inovatif (Kawashima, 2024). TikTok juga memperkuat solidaritas komunitas dengan mendorong partisipasi lewat *hashtag* dan tantangan bertema ACGN, serta menciptakan ruang interaksi dan kolaborasi antar-pengguna. Selama masa pandemi COVID-19, platform ini bahkan menggantikan fungsi pertemuan fisik dengan menyediakan cara alternatif untuk tetap terhubung melalui praktik budaya bersama seperti *lip sync* dan tarian (Petrovic, 2023). Selain itu, TikTok memainkan peran dalam proses hibridisasi budaya dengan menjembatani budaya tradisional Jepang dan arus tren global, memberi ruang bagi penggemar ACGN untuk mendefinisikan ulang identitas mereka dalam bingkai budaya kontemporer (Kawashima, 2024d). Namun demikian, di balik potensi besar TikTok sebagai alat peneguhan budaya, terdapat pula kekhawatiran mengenai komodifikasi budaya ACGN yang bisa menyebabkan hubungan superfisial dengan nilai-nilai budaya yang lebih mendalam (Kawashima, 2024).

TikTok memainkan peran penting dalam membuka akses yang lebih luas terhadap produksi dan penyebaran konten budaya dengan menyediakan platform yang memungkinkan pengguna dari berbagai latar belakang untuk secara mudah menciptakan, membagikan, dan berinteraksi dengan konten. Hal ini dimungkinkan oleh fitur khas TikTok seperti video pendek, alat edit bawaan, dan algoritma rekomendasi yang mendukung partisipasi kreatif dan pembentukan komunitas lintas wilayah (Kulaga, 2024e). Dalam konteks ini, pengguna dapat menghasilkan konten tanpa hambatan dari kurator media tradisional, menjadikan suara dan ekspresi yang lebih beragam tampil ke permukaan (Kulaga, 2024f; Mahetaji & Nieborg, 2023). TikTok juga mengubah nilai konten budaya dengan menitikberatkan pada keterlibatan dan data pengguna dibanding nilai-nilai estetis (Collie & Wilson-Barnao, 2020a). Platform ini turut memberi ruang bagi ekspresi identitas budaya, seperti yang dilakukan komunitas ACGN di Jepang yang memadukan unsur tradisional dan modern melalui fitur interaktif yang mendorong keterhubungan global (Kawashima, 2024e).

Namun, di balik potensi tersebut, TikTok juga menghadirkan tantangan, karena keterlibatan kreatif di dalamnya tidak lepas dari logika ekonomi digital berbasis data, yang membawa persoalan pengawasan dan eksploitasi data pengguna (Collie & Wilson-Barnao, 2020b). Lebih jauh, struktur ekonomi platform ini bisa memperkuat kondisi kerja yang rentan dan ketimpangan algoritmik, serta mendorong bentuk baru dari kewirausahaan yang penuh tekanan (Karlsson, 2024). Oleh karena itu, TikTok tidak hanya menjadi ruang demokratisasi budaya, tetapi juga representasi dari kompleksitas hubungan antara kebebasan ekspresi dan komersialisasi di era digital.

TikTok memberikan pengaruh yang besar terhadap pola konsumsi Generasi Z, khususnya dalam membentuk arah tren, pilihan gaya hidup, dan keterlibatan dengan produk-produk komersial. Format video pendek yang menjadi ciri khas TikTok terbukti sesuai dengan preferensi audiens ini, sehingga sangat efektif dalam mendukung promosi merek dan interaksi konsumen. Sebagai contoh, tren seperti #thrifflip telah mendorong perilaku konsumsi berkelanjutan dan mengubah pandangan terhadap belanja barang bekas (Park dkk., 2022), sementara kampanye seperti #eyeslipsface dari e.l.f. Cosmetics menunjukkan kemampuan platform ini dalam menciptakan visibilitas tinggi bagi suatu merek melalui tantangan viral (Xie, 2024). Selain itu, TikTok juga membentuk gaya hidup berbasis kreativitas dan ekspresi individual, dengan banyak pengguna menunjukkan preferensi personal mereka dalam konten (Arifin dkk., 2024). Generasi Z yang tertarik pada hiburan dan tren dalam iklan lebih terdorong untuk membeli produk yang dikemas secara menarik (Dharomesz, 2024). Keterlibatan mereka dengan iklan di TikTok dipengaruhi oleh seberapa informatif dan menghibur konten tersebut, dua aspek penting dalam menarik perhatian demografis ini (Dharomesz, 2024). Meskipun strategi promosi yang dilakukan di TikTok mampu memperkuat citra merek, pada akhirnya keputusan pembelian lebih ditentukan oleh inovasi produk itu sendiri (Arifin dkk., 2024). Di sisi lain, tingginya kecepatan perputaran tren di TikTok dapat menimbulkan risiko minat yang hanya bersifat sementara, karena produk yang viral cenderung kehilangan daya tarik secara cepat, menyulitkan merek dalam menjaga relevansi jangka panjang di ekosistem digital yang terus berubah.

Perkembangan efek *bandwagon* dan kecenderungan narsistik dalam budaya pengguna TikTok sangat dipengaruhi oleh desain platform dan cara pengguna berinteraksi di dalamnya. TikTok, dengan format video pendek yang menarik secara visual, telah menciptakan budaya di mana validasi dari audiens seperti jumlah suka dan dibagikan menjadi penting. Hal ini mendorong munculnya perilaku konsumtif yang mencolok serta peningkatan sifat narsistik, khususnya di kalangan anak muda.

1. Efek *Bandwagon*

Secara sosial, algoritma TikTok mendorong penyebaran konten yang sedang tren, yang membuat banyak pengguna merasa terdorong untuk ikut serta demi mendapatkan eksposur yang lebih luas. Partisipasi dalam tantangan populer menjadi cara untuk merasa relevan dan terlihat di platform ini (Furinto dkk., 2023). Selain itu, konten yang menampilkan *brand* mewah atau gaya hidup glamor memperkuat dorongan untuk konsumsi mencolok karena banyak pengguna ingin terlihat seperti *influencer* atau rekan sebayanya (Furinto dkk., 2023).

2. Kecenderungan Narsistik

Banyak pengguna, terutama remaja, kerap mengunggah konten secara berulang demi mendapatkan perhatian dan pengakuan dari orang lain. Hal ini sering kali dipicu oleh perasaan kesepian, di mana media sosial dijadikan tempat mencari validasi (Aeni, 2022; Mely Muliati & Nurul Aiyuda, 2022). Lebih lanjut, daya tarik tren yang masif di TikTok bisa membuat pengguna mengorbankan ekspresi pribadi demi mengikuti arus, yang secara tidak langsung memperkuat kecenderungan narsistik (Pastel, 2024). Namun, di balik semua itu, TikTok juga menyediakan ruang bagi ekspresi yang tulus dan mendukung pembentukan komunitas digital yang positif, menunjukkan bahwa hubungan antara media sosial dan identitas pribadi bersifat kompleks dan tidak sepenuhnya negatif.

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu membentuk persepsi terhadap diri dan lingkungan sosial mereka, salah satunya melalui media sosial. TikTok, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan generasi muda, memainkan peran penting dalam membentuk representasi identitas, termasuk standar kecantikan. Dengan fitur video pendek yang atraktif dan algoritma yang menyesuaikan preferensi pengguna, TikTok menjadi ruang dinamis tempat berbagai narasi visual terkait tubuh dan penampilan diproduksi, disebarluaskan, dan dikonsumsi secara masif. Fenomena ini menimbulkan diskursus baru mengenai bagaimana konten-konten TikTok baik yang menampilkan *influencer* bertubuh "ideal" maupun yang menonjolkan keberagaman bentuk tubuh mempengaruhi citra tubuh, harga diri, dan kesejahteraan psikologis penggunanya. Sementara platform ini memiliki potensi untuk menumbuhkan kesadaran akan *body positivity* dan inklusivitas, tidak sedikit pula studi yang menunjukkan adanya dampak negatif, seperti tekanan sosial untuk memenuhi standar kecantikan tertentu dan meningkatnya keinginan untuk melakukan modifikasi penampilan. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam bagaimana TikTok membentuk persepsi kecantikan di kalangan penggunanya, khususnya perempuan muda, dengan mempertimbangkan peran *influencer*, penggunaan filter, serta konsekuensi terhadap kesehatan mental. Penelitian ini bertujuan untuk memahami dinamika kompleks

antara konsumsi konten di TikTok dan konstruksi standar kecantikan dalam konteks budaya digital saat ini.

TikTok memiliki peran besar dalam membentuk standar kecantikan dan memengaruhi cara pengguna khususnya perempuan muda memandang penampilan fisik mereka. Keberagaman konten di platform ini, yang menampilkan *influencer* dengan beragam bentuk tubuh, dapat berdampak positif maupun negatif terhadap harga diri dan persepsi tubuh pengguna.

3. Peran *Influencer*

Banyak *influencer* di TikTok menampilkan tubuh yang dianggap ideal, sehingga turut menciptakan ekspektasi kecantikan yang tidak realistis. Paparan terhadap konten semacam ini telah dikaitkan dengan penurunan harga diri dan kepuasan terhadap tubuh, terutama di kalangan pengguna dari latar belakang Asia dan Asia-Amerika(-, 2024).

Namun, di sisi lain, terdapat juga temuan bahwa *influencer* yang memiliki bentuk tubuh di luar standar umum justru dapat memberikan pengaruh positif, meningkatkan rasa percaya diri dan mendorong penerimaan tubuh secara lebih luas (Vegas Arenas & Rodríguez-de-Dios, 2024).

4. Citra Tubuh dan Dampaknya pada Kesehatan Mental

Banyaknya konten yang diedit dan difilter di TikTok juga turut berkontribusi pada meningkatnya ketidakpuasan terhadap tubuh dan kecemasan akan penampilan. Hal ini membuat pengguna merasa terdorong untuk menyesuaikan diri dengan standar kecantikan tertentu (Li, 2024; Liu, 2021). Mayoritas perempuan muda bahkan melaporkan mengalami kecemasan terkait penampilan mereka, yang kemudian mendorong minat terhadap prosedur kosmetik dan bentuk lain dari perbaikan diri (Li, 2024). Walaupun TikTok dapat memperkuat standar kecantikan yang membatasi, platform ini juga berpotensi menjadi ruang untuk mempromosikan *body positivity* dan penerimaan diri. Oleh karena itu, penting untuk mengedepankan literasi media dan pola konsumsi konten yang kritis agar pengguna dapat menavigasi pengaruh platform ini secara sehat.

Sebagai salah satu platform media sosial paling berpengaruh saat ini, TikTok telah mengubah lanskap konsumsi konten digital, terutama di kalangan generasi muda. Dengan desain yang mengutamakan visual dinamis dan interaksi cepat, platform ini menumbuhkan budaya keterlibatan yang sering kali bersifat dangkal namun tetap merefleksikan dinamika sosial kontemporer yang kompleks. Format video pendek yang dominan dan algoritme canggih TikTok memainkan peran penting dalam membentuk pola konsumsi yang lebih menekankan pada hiburan singkat dibandingkan kedalaman naratif.

5. Video Singkat dan Kebutuhan Akan Kepuasan Langsung

Format video pendek yang berulang di TikTok dirancang untuk memenuhi dorongan pengguna akan konten yang cepat dan mudah dikonsumsi, sehingga memunculkan budaya gratifikasi instan (Kulaga, 2024). Konten viral yang tersebar luas melalui algoritma TikTok sering kali minim nilai substansial, lebih berorientasi pada unsur hiburan seperti humor dan peniruan gaya (Olivares García & Méndez Majuelos, 2020a).

6. Estetika Visual dan Subkultur Digital

Melalui tema visual yang khas seperti *cottagecore* dan *dark academic*, pengguna TikTok terhubung dengan subkultur tertentu yang, meskipun terlihat permukaan, tetap berperan dalam pembentukan identitas kelompok (Suriyapong, 2024). Penggunaan elemen visual dan suara khas dari masing-masing subkultur menciptakan rasa keterikatan komunitas, meskipun isi konten sering kali ringan dan hanya bersifat rekreatif (Suriyapong, 2024).

7. Keaslian, Relabilitas, dan Performa Pribadi

TikTok juga menonjolkan konten yang mengandung unsur relabilitas, dengan banyak pengguna membagikan pengalaman pribadi secara informal yang tampak autentik meskipun interaksinya relatif dangkal (Harness & Getzen, 2022). Meskipun begitu, konten-konten ini tetap merefleksikan fenomena sosial yang lebih luas, seperti bagaimana humor digunakan sebagai strategi menghadapi tekanan kolektif selama pandemi COVID-19 (Olivares García & Méndez Majuelos, 2020).

8. TikTok sebagai Aparat Ideologis dalam Budaya Digital Kontemporer

TikTok dapat dilihat sebagai medium ideologis yang berperan dalam membentuk kesadaran kolektif masyarakat digital masa kini. Melalui kombinasi antara aksesibilitas teknologi, konten yang dihasilkan pengguna, dan interaksi yang dikendalikan algoritma, platform ini menjadi ruang yang efektif dalam menyebarkan gagasan politik dan ideologis secara implisit. Perannya sebagai alat pembentuk ideologi tampak dari kemampuannya dalam memediasi diskusi politik, menciptakan identitas digital, dan menyebarkan meme budaya yang secara kolektif memengaruhi cara pandang pengguna.

9. Partisipasi Politik dan Kontruksi Identitas

TikTok memberikan wadah bagi generasi muda, terutama Gen Z, untuk berpartisipasi dalam diskusi politik dan mengonstruksi identitas sosial-politik mereka. Sistem algoritmik yang menentukan distribusi konten menciptakan "publik yang dibiarkan", di mana pengguna dapat terlibat dalam bentuk aktivisme atau wacana politik tanpa perlu menyatakan posisi politik secara eksplisit (Bach dkk., 2023). Fitur-fitur seperti *Green Screen*,

Stitch, dan Duet membuka peluang bagi pengguna untuk menyampaikan komentar sosial-politik secara kreatif, meskipun kadang terbatas dan memicu respons emosional yang (Mackenzie Quick & Jessica Maddox, 2024d).

10. Pendidikan Politik dan Penanaman Nilai Ideologis

Di kalangan mahasiswa, TikTok menjadi sarana efektif untuk menyampaikan nilai-nilai ideologis dan pendidikan politik. Kemampuannya dalam memadukan unsur visual, teks, dan audio menjadikan platform ini sebagai media yang atraktif untuk menyebarkan narasi politik arus utama yang dapat membentuk pandangan serta sikap pengguna secara perlahan (SHA, 2023).

11. Peran Meme dalam Penyebaran Ideologi

Meme yang beredar di TikTok juga memainkan peran penting sebagai alat penyampaian pesan ideologis. Budaya pembuatan dan konsumsi meme di platform ini memungkinkan ekspresi serta negosiasi posisi ideologis melalui humor dan sindiran, yang pada akhirnya berkontribusi pada konstruksi kesadaran bersama (Tanjung, 2024). Walaupun TikTok efektif sebagai instrumen ideologis, penting untuk mengakui bahwa platform ini juga membuka ruang bagi hadirnya beragam sudut pandang. Meskipun algoritma TikTok dapat menciptakan efek ruang gema, ia juga memungkinkan pengguna terpapar pada pandangan yang berbeda, yang berpotensi memperluas dan meragakan ulang kesadaran kolektif pengguna.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa TikTok, sebagai bagian dari media baru, tidak hanya menjadi ruang hiburan digital, tetapi juga memainkan peran penting dalam pergeseran budaya dan pembentukan kesadaran kolektif masyarakat kontemporer. Platform ini berfungsi sebagai aparat ideologis yang mampu menyampaikan nilai, norma, dan pandangan dunia secara halus melalui konten visual, algoritma, dan interaksi sosial yang diciptakannya. Melalui fitur-fitur seperti video pendek, efek visual, serta sistem rekomendasi berbasis algoritma, TikTok memfasilitasi partisipasi politik informal, pendidikan ideologis, dan ekspresi identitas, khususnya di kalangan Gen Z. Di satu sisi, platform ini membuka ruang bagi keterlibatan kreatif dan demokratisasi produksi konten. Namun, di sisi lain, ia juga memperkuat logika pasar digital dan menciptakan ruang gema yang mempersempit pandangan pengguna terhadap realitas sosial-politik yang lebih luas. Fenomena seperti *bandwagon effect*, narsisme digital, estetika subkultur, dan konsumsi instan mencerminkan dinamika budaya baru yang ditandai oleh kecepatan, kesementaraan, dan visualitas tinggi. Di dalamnya, ideologi tidak selalu hadir dalam bentuk eksplisit,

melainkan bekerja melalui pola konsumsi, tren, dan meme yang secara kolektif memengaruhi nilai dan perilaku masyarakat. Dengan demikian, TikTok tidak bisa hanya dipahami sebagai media sosial biasa, melainkan sebagai bagian dari mekanisme budaya yang lebih besar, yang turut mengonstruksi makna, kekuasaan simbolik, dan arah perubahan sosial. Ke depan, penting bagi pengguna, akademisi, dan pembuat kebijakan untuk lebih kritis terhadap bagaimana media baru seperti TikTok memediasi kehidupan sehari-hari sekaligus memproduksi realitas budaya dan ideologis yang kita hidupi.

Daftar Pustaka

- , H. N. (2024). Beyond the Filter: Tiktok's Role in Shaping Body Image and Self-esteem in Asian and Asian American Girls and Women. *International Journal For Multidisciplinary Research*, 6(5). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i05.27510>
- Aeni, D. F. (2022). USE OF TIKTOK APPLICATIONS ON STUDENTS' BEHAVIOR NARCISM KPI UIN KH. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN. <https://doi.org/10.31219/osf.io/jadbk>
- Aisya Putri Handayani, Jap Tji Beng, Febynola Tiara Salsabilla, Stefania Morin, Thalia Syahrulia Suci Ardhia, & Valensia Audrey Rusli. (2024a). Hilangnya Budaya Lokal di Era Modern dan Upaya Pelestariannya dalam Perspektif Pancasila. *Dewantara : Jurnal Pendidikan Sosial Humaniora*, 3(4), 178–188. <https://doi.org/10.30640/dewantara.v3i4.3452>
- Alice Evangaline Jebaselvi, C., Mohanraj, K., Thangamani, A., & Ramesh Kumar, M. (2023a). The Impact of Social Media on the Evolution of Language and Communication Trends. *Shanlax International Journal of English*, 12(1), 41–44. <https://doi.org/10.34293/english.v12i1.6725>
- Anhar, A., Khoirunnisaa, K., Septianti, L., & Asmawati, M. (2024). Pengaruh Tiktok Terhadap Perkembangan Bahasa di Kalangan Generasi Alpha. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(5), 6341–6346. <https://doi.org/10.54373/imeij.v5i5.1994>
- Arifin, Z., Sukaris, S., & Santoso, R. A. (2024a). Tiktok Impact: Decoding Fashion Purchase Choices In Generation Z Through Social Media Strategies And Product Innovation. *Jurnal Pekommas*, 9(2), 225–232. <https://doi.org/10.56873/jpkm.v9i2.5505>
- Bach, P., Gitomer, A., Devries, M., Walker, C., Freelon, D., Atienza-Barthelemy, J., Welles, B. F., Deyoe, D., & Zulli, D. (2023). STITCHING POLITICS AND IDENTITY ON TIKTOK. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2023i0.13530>
- Brammer, S. E., Martinez, R. J., & Punyanunt-Carter, N. M. (2023). "People on TikTok aren't afraid to share stories": Examining College Students' Perceptions Regarding Self-

- Disclosure Behaviors on TikTok. *Studies in Media and Communication*, 11(1), 77. <https://doi.org/10.11114/smc.v11i1.5825>
- Cedrún, L. C., & Civila, S. (2024a). The influence of TikTok use on young people's identity formation and virtual socialisation. *MLS Communication Journal*, 2(1). <https://doi.org/10.69620/mlscj.v2i1.2531>
- Collie, N., & Wilson-Barnao, C. (2020a). Playing with TikTok: algorithmic culture and the future of creative work. Dalam *The Future of Creative Work*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781839101106.00020>
- Dharomesz, V. Y. (2024). Gen Z's purchase intention: Does Tiktok's advertising value impact them? *Review of Management, Accounting, and Business Studies*, 5(1), 1–10. <https://doi.org/10.38043/revenue.v5i1.5150>
- Ezquerro Fernández, M., & Bonales Daimiel, G. (2024). Explorando la Identidad Digital. *SOCIAL REVIEW. International Social Sciences Review / Revista Internacional de Ciencias Sociales*, 12(2), 71–83. <https://doi.org/10.62701/revsocial.v12.5420>
- flores, A. E. M. T. ,&Torres V. (t.t.). *industria cultural*.
- Furinto, A., Tamara, D., Maradona, C., & Gunawan, H. (2023). How TikTok and Its relationship with narcissism and bandwagon effect influenced conspicuous consumption among Gen Y and Gen Z. *E3S Web of Conferences*, 426, 01101. <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202342601101>
- Harness, J., & Getzen, H. (2022a). TikTok's Sick-Role Subculture and What to Do About It. *Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry*, 61(3), 351–353. <https://doi.org/10.1016/j.jaac.2021.09.312>
- Hartatik, S., Putro, F. H. A., Setiawan, T., & Chumaeson, W. (2024). Representative of Luft and Harry Ingham Theory in the User Interface of Tiktok Application. *Jurnal Penelitian Pendidikan IPA*, 10(SpecialIssue), 296–302. <https://doi.org/10.29303/jppipa.v10iSpecialIssue.8356>
- Identitas Budaya dalam Era Digital: cultural identity in the digital era | *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*. (t.t.). Diambil 26 Mei 2025, dari <https://ejournal.upnvj.ac.id/GlobalKomunika/article/view/8304>
- Jordán, D., Izaguirre Olmedo, J. A., & López, A. L. (2024). La La red social Tik Tok y su incidencia en el cambio de comportamiento. *Intersecciones en Comunicación*, 2(18). <https://doi.org/10.51385/jzxcbs79>
- Karizat, N., Delmonaco, D., Eslami, M., & Andalibi, N. (2021a). Algorithmic Folk Theories and Identity: How TikTok Users Co-Produce Knowledge of Identity and Engage in Algorithmic Resistance. *Proceedings of the ACM on Human-Computer Interaction*, 5(CSCW2), 1–44. <https://doi.org/10.1145/3476046>

- Karlsson, D. (2024). Freedom or precarity? Reflections on cultural work in the platform economy. *Art, Culture & Entrepreneurship*, 2(1), 82–86. <https://doi.org/10.15626/ace.240111>
- Kawashima, T. (2024a). The Role of TikTok in Shaping Cultural Identity Among Young ACGN Fans in Japan. *Studies in Social Science & Humanities*, 3(12), 21–25. <https://doi.org/10.56397/SSSH.2024.12.04>
- KONUK KANDEMİR, N., & YURT, E. K. (2024a). EFFECTS OF SOCIAL MEDIA USE ON UNIVERSAL CULTURE: TIKTOK LANGUAGE. Dalam *GLOBAL TRANSFORMATIONS AND TÜRKİYE* (hlm. 501–512). Turkish Academy of Sciences. <https://doi.org/10.53478/TUBA.978-625-6110-04-5.ch29>
- Kułaga, W. (2024a). Revolutionizing Visual Communication and Digital Creative Engagement. *Przegląd Socjologii Jakościowej*, 20(3), 212–235. <https://doi.org/10.18778/1733-8069.20.3.10>
- Li, D. (2024). The Impact of Perfect Image Portrayal on TikTok (Douyin) on Appearance Anxiety Among Young Chinese Women. *SHS Web of Conferences*, 199, 02011. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202419902011>
- Liu, J. (2021). The Influence of the Body Image Presented Through TikTok Trend-Videos and Its Possible Reasons. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.210609.072>
- Mackenzie Quick, & Jessica Maddox. (2024a). Us, Them, Right, Wrong: How TikTok's Green Screen, Duet, and Stitch help shape political discourse. *First Monday*. <https://doi.org/10.5210/fm.v29i3.13360>
- Mahetaji, K., & Nieborg, D. (2023). THE POLITICS AND EVOLUTION OF TIKTOK AS PLATFORM TOOL. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2023i0.13454>
- Mahmudah, S. M., Rahayu, M., & Prasetyo, K. (2023). Virtual identity in the use of Tiktok for youth in Jakarta, Indonesia. *Bricolage : Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 9(2), 209. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v9i2.3916>
- Mely Muliati, & Nurul Aiyuda. (2022). Loneliness but Narcissistic! *Jurnal Riset Psikologi*, 79–84. <https://doi.org/10.29313/jrp.v2i2.1595>
- Merung, A. Y., Larisu, Z., Bahriyah, E. N., & Ulhaq, M. Z. (2024a). Transformation Cultural Identity In The Global Era: A Study Of Globalization And Locality. *Socius Journal*, 1(5), 1–8. <https://doi.org/10.62872/jnxmz319>
- Mohd Shamsuddin, C., Che Musa, N., Mat Saad, S., & Mohamad Rizal, N. E. H. (2023). #healing as a Form of Expression among Malaysian TikTokers: Fostering Connections. *3L The Southeast Asian Journal of English Language Studies*, 29(4), 99–117. <https://doi.org/10.17576/3L-2023-2904-07>

- Nie, X. (2023a). The Dissemination and Influence of Visual Culture, Taking TikTok as an Example. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 4(1), 844–850. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/4/2022490>
- Obreja, D. M. (2024). When Stories Turn Institutional: How TikTok Users Legitimate the Algorithmic Sensemaking. *Social Media + Society*, 10(1). <https://doi.org/10.1177/20563051231224114>
- Olivares García, F. J., & Méndez Majuelos, I. (2020a). Análisis de las principales tendencias aparecidas en TikTok durante el periodo de cuarentena por la COVID-19. *REVISTA ESPAÑOLA DE COMUNICACIÓN EN SALUD*, 243. <https://doi.org/10.20318/recs.2020.5422>
- Panta, S. R. (2024). The Effects of TikTok on Family Relationships and Life. *Dhaulagiri Journal of Contemporary Issues*, 2(1), 87–103. <https://doi.org/10.3126/djci.v2i1.67464>
- Park, H. J., Kim, J. Y., & Lee, K.-H. (2022, September 15). Interplay Between TikTok & Generation Z: The Trickle-Up Effect of #thrifflip. *Breaking Boundaries*. <https://doi.org/10.31274/itaa.13735>
- Pastel, R. (2024). Mass Ornament, Exploded: TikTok Dance Challenges as Mass Culture. *The Velvet Light Trap*, 93, 5–16. <https://doi.org/10.7560/VLT9302>
- Petrovic, S. (2023). From karaoke to lip-syncing: performance communities and TikTok use in Japan. *Media International Australia*, 186(1), 11–28. <https://doi.org/10.1177/1329878X221106565>
- Quick, M., & Maddox, J. (2024). Us, Them, Right, Wrong: How TikTok's Green Screen, Duet, and Stitch help shape political discourse. *First Monday*, 29(3). <https://doi.org/10.5210/FM.V29I3.13360>
- RAHMAWATI, R., PUTRI, H. A., ULTAMI, D. S., FITRI, L. K., ANGGRAINI, F. P., & SYAHIDILILLAH, W. (2024). ANALISIS DAMPAK PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIK-TOK PADA KEPERCAYAAN DIRI SISWA SMKN 2 MATARAM. *SOCIAL: Jurnal Inovasi Pendidikan IPS*, 4(4), 535–543. <https://doi.org/10.51878/social.v4i4.3791>
- Raj, S., & Teacher, P. (2024). The Effects of TikTok on Family Relationships and Life. *Dhaulagiri Journal of Contemporary Issues*, 2(1), 87–103. <https://doi.org/10.3126/DJCI.V2I1.67464>
- Santaolalla-Rueda, P., & Fernández-Muñoz, C. (2024a). Potaxies and Fifes: The Formation of New Subcultures on TikTok. *Societies*, 14(12), 265. <https://doi.org/10.3390/soc14120265>
- Sha Rong. (2023). The Orientation and Enlightenment of Tiktok on Ideological and Political Education of College Students. *Frontiers in Educational Research*, 6(14), 23–27. <https://doi.org/10.25236/FER.2023.061405>

- SHA. (2023). The Orientation and Enlightenment of Tiktok on Ideological and Political Education of College Students. *Frontiers in Educational Research*, 6(14). <https://doi.org/10.25236/FER.2023.061405>
- sha. (2023a). The Orientation and Enlightenment of Tiktok on Ideological and Political Education of College Students. *Frontiers in Educational Research*, 6(14). <https://doi.org/10.25236/FER.2023.061405>
- Shofia Rakhma, Pujo Widodo, & Agus H. Sulistyono Reksoprodjo. (2024a). TikTok and Islamic State of Iraq and Syiria (ISIS) Propaganda. *International Journal Of Humanities Education and Social Sciences (IJHESS)*, 3(6). <https://doi.org/10.55227/ijhess.v3i6.1103>
- STH, T. P., & Palupi, P. (2022). Tiktok and Online Selective Self-Presentation. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220501.005>
- Suharyanto, A., & Wiflihani, W. (2024). Preserving Local Culture in the Era of Globalization: Balancing Modernity and Cultural Identity. *Path of Science*, 10(3), 5001–5005. <https://doi.org/10.22178/pos.102-16>
- Suriyapong, A. T. (2024). The Aesthetic and Narrative Strategies of Subcultures on TikTok: Analyzing the Presentation of Niche Identities. *Studies in Social Science & Humanities*, 3(9), 42–47. <https://doi.org/10.56397/SSSH.2024.09.05>
- Tanjung, S. (2024). Memes and Constructions of TikTok Culture in #DontPlayPlayBosku. *Studies in Media and Communication*, 12(3), 36. <https://doi.org/10.11114/smc.v12i3.6842>
- Tisa, M. (2023a). Media Sosial TikTok Dalam Membangun Citra Diri. *ISTIFHAM: Journal Of Islamic Studies*, 246–257. <https://doi.org/10.71039/istifham.v1i3.36>
- Tobena. (t.t.). *claves tiktok*.
- Vegas Arenas, D. P., & Rodríguez-de-Dios, I. (2024). Redefiniendo la Belleza: Efecto de las Influencers de TikTok en la Autoestima y la Satisfacción Corporal de las mujeres Jóvenes. *ZER - Revista de Estudios de Comunicación*, 29(57), 127–146. <https://doi.org/10.1387/zer.26781>
- Vickery, J. (2023). “CHECK YOUR FACTS, FETUS”: #GENZ VS. #MILLENNIALS AND THE ROLE OF TIKTOK IN THE GENERATIONING PROCESS. *AoIR Selected Papers of Internet Research*. <https://doi.org/10.5210/spir.v2022i0.13103>
- Waechter, N. (2021). “Glocalized” Digital Youth Cultures. *Dalam Youth Cultures in a Globalized World* (hlm. 227–243). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-65177-0_14
- Wagner, K. B. (2023). TikTok and its mediatic split: the promotion of ecumenical user-generated content alongside Sinocentric media globalization. *Media, Culture & Society*, 45(2), 323–337. <https://doi.org/10.1177/01634437221136006>
- Wheeler, D. L. (t.t.). Wheeler, D. L.

-
- Xie, W. (2024). Does Tiktok's Short Video Marketing Increase Product Purchasing Power among Young Consumers. *Lecture Notes in Education Psychology and Public Media*, 60(1), 209–215. <https://doi.org/10.54254/2753-7048/60/20240642>
- Yin, J. (2025). From Connection to Isolation: The Role of TikTok Algorithmic Personalization in Computational Media and Cross-cultural Communication. *Communications in Humanities Research*, 61(1), 44–52. <https://doi.org/10.54254/2753-7064/2025.20620>
- Zaskhya Andretta, & Yenni Yuniati. (2024). Tiktok @Luqmanrv sebagai Ajang Ekspresi Diri. *Bandung Conference Series: Public Relations*, 4(1), 211–216. <https://doi.org/10.29313/bcspr.v4i1.11302>
- Zehrun& Chen. (t.t.). self expression and sharing around chronic illness on tiktok.
- Zhang, Y. (2022). The Impact of College Students' Using TikTok on Their Mental Health from the Perspective of Media Society. *BCP Social Sciences & Humanities*, 18, 170–181. <https://doi.org/10.54691/bcpssh.v18i.972>
- Zhu, J. (Jason), Ma, Y., Xia, G., Salle, S. M., Huang, H., & Sannusi, S. N. (2024). Self-perception evolution among university student TikTok users: evidence from China. *Frontiers in Psychology*, 14. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1217014>