



HUBUNGAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP TINGKAT LITERASI DIGITAL PADA PENGGUNA TIKTOK GENERASI Z DI DKI JAKARTA

Ario Adi Prakoso^{1*}; Fitria Nur Asifa²; Hendra Wicaksono³; Aya Yahya Maulana⁴

^{1,2,3,4}Prodi Perpustakaan dan Sains Informasi, Universitas YARSI¹

Disubmit : tgl-bln-thn
Direview : tgl-bln-thn
Direvisi : tgl-bln-thn
Diterima : tgl-bln-thn

*Korespondensi: ario.adi@yarsi.ac.id

ABSTRACT

Introduction: TikTok, which is currently trending with interesting content and a fairly short time, provides interest for its users. Gen Z uses TikTok the most, because the duration of TikTok is quite short, users who do not have digital literacy skills will swallow information that is not factual, and DKI is the 4th most attacked on TikTok, this study aims to determine the relationship between the two variables and find out how much the level of digital literacy is in Gen Z in DKI Jakarta.

Research Methods. This research uses a quantitative correlational descriptive and associative approach. And measured using the concept of japelidi.

Results and Discussion. The results show that the two variables have a relationship with a pearson correlation of 0.689 which means strong and positive and the level of digital literacy of TikTok Gen Z users in DKI Jakarta, namely the level of function consuming around 85.56%, function prosuming around 74.87% critical consuming 72.63%, critical prosuming around 60.38% and the average TikTok Gen Z user in DKI Jakarta is at the critical consuming level with a percentage of 75.80%, it can be said that TikTok Gen Z users in DKI Jakarta (medium-high).

Conclusion. From this research, it can be concluded that Generation Z in DKI Jakarta has a social media relationship TikTok to the level of digital literacy.

ABSTRAK

Pendahuluan. TikTok yang sedang trend saat ini dengan konten yang menarik dan waktu yang cukup singkat memberikan ketertarikan bagi penggunanya. Gen Z paling banyak menggunakan TikTok, karena durasi TikTok yang cukup singkat pengguna yang tidak memiliki kemampuan literasi digital akan menelan informasi yang tidak fakta, dan DKI menjadi urutan ke 4 yang paling banyak penayangan di TikTok, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan dua variabel dan mengetahui seberapa besar tingkat literasi digital pada Gen Z di DKI jakarta.

Metode Penelitian. Penelitian ini menggunakan kuantitatif korelasional pendekatan deskriptif dan asosiatif. Serta diukur menggunakan konsep dari japelidi.

Hasil dan Pembahasan. Hasilnya menunjukkan kedua variabel terdapat hubungan dengan pearson correlation 0,689 yang artinya kuat dan positif dan tingkat literasi digital pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta yaitu tingkat function consuming sekitar 85.56%, function prosuming sekitar 74,87% critical consuming 72.63%, critical prosuming sekitar 60.38% dan rata-rata pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta berada di tingkat critical consuming dengan persentase nya sebesar 75.80% dapat dikatakan pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta (sedang-tinggi)

Kesimpulan. Dari penelitian tersebut maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Generasi Z yang berada di DKI Jakarta memiliki hubungan media social TikTok terhadap tingkat literasi digital.

Keywords: TikTok; Generation Z; Digital literacy

1. PENDAHULUAN

Media sosial adalah sebuah media Online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, forum dan dunia virtual (Cahyono, 2016). Sosial media yang digunakan seperti Youtube, Instagram, Twitter, Facebook, line dan salah satu sosial media yang sedang tren saat ini yaitu TikTok. TikTok didirikan oleh perusahaan asal cina pada September 2016 yang bernama Zhang Yiming (Zhang, 2020). TikTok saat ini berdurasi



15 detik – 10 menit dan memiliki gaya penyebaran informasi yang kreatif, pengguna dapat melihat sebuah konten yang menarik di aplikasi TikTok, seperti dance, hiburan, komedi, menyanyi, story telling, review barang, dan juga edukasi.

Menurut Jian Xi Teng (2018) menyatakan bahwa literasi digital adalah kemampuan individu dalam mengakses, memahami, membuat, mengkomunikasikan, dan mengevaluasi sebuah informasi melalui teknologi digital. Berdasarkan status literasi digital di Indonesia tahun 2021 dari Kementerian Komunikasi dan Informatika (2021) menyatakan bahwa masyarakat Indonesia dalam mengakses internet media sosial menjadi urutan pertama dalam mendapatkan informasi dengan persentase 73% responden. Persentase TikTok, pada tahun 2020 persentasenya hanya 17 % namun angka ini melonjak pada tahun 2022 sebesar 40% kenaikan untuk pengguna TikTok.

Generasi Z adalah yang lahir pada tahun 1995-2010 yang saat ini berarti usianya 13 – 26 tahun (Atika *et al.*, 2020). Usia pengguna TikTok paling banyak adalah usia 18-24 tahun dengan persentase mencapai 40% artinya Gen Z mendominasi TikTok. Indeks literasi digital Gen Z lebih rendah 13% dibandingkan dengan Gen Y 25%. Banyaknya pengguna TikTok tentu selain sebagai hiburan, TikTok juga bisa berdampak buruk. Pengguna TikTok yang tidak memiliki kemampuan berliterasi akan menelan informasi yang dilihat tanpa memeriksa fakta yang sebenarnya.

Gilster dalam bukunya yang berjudul Digital Literasi adalah kemampuan dan memahami dalam menggunakan informasi dari berbagai sumber digital yang diakses melalui komputer ataupun gadget. Beberapa tingkat literasi digital (japelidi.id, 2023) japelidi yaitu, pertama *function consuming* (paling rendah), pada tingkat ini ada kemampuan melakukan akses, memahami cara penggunaan dan menyeleksi kebutuhan dalam penggunaan media digital, kedua, *function prosuming* (sedang-rendah) kemampuan pengguna pada level sedang – rendah dimana pengguna mampu melakukan akses, memahami cara penggunaan, seleksi kebutuhan, distribusi dan produksi dalam penggunaan media digital, ketiga, *critical consuming* (sedang-tinggi) yang mana pengguna telah mampu melakukan akses memahami cara penggunaan, seleksi kebutuhan, distribusi, produksi analisis, verifikasi dan evaluasi dalam penggunaan media digital dan tingkat yang paling tinggi atau paling mahir, yang mana pengguna mampu melakukan akses, memahami cara penggunaan, seleksi kebutuhan, distribusi produksi, analisis, verifikasi, evaluasi, partisipasi dan kolaborasi dalam penggunaan media sosial digital (Gilster, 1997).

Terkait perbedaan kemampuan tingkat literasi masyarakat menimbulkan terjadinya permasalahan hal tersebut seperti yang peneliti peroleh dari hasil pengamatan. Permasalahan yang ditemukan yaitu terkait dengan jumlah durasi TikTok dalam isi konten yang hanya sekitar 15 detik – 10 menit membuat pengguna TikTok yang tidak memiliki kemampuan literasi digital akan menelan informasi tanpa memeriksa informasi faktanya. Contohnya pada bulan April 2023 saat FIFA mengumumkan bahwa Indonesia batal menjadi Tuan rumah piala dunia U-20 Hal tersebut disebabkan adanya penolakan Timnas Israel U-20. Sehingga TikTok menjadi rame membahas terkait dengan FIFA. Hebohnya berita itu memunculkan salah satu konten TikTok yang tentang wawancara Ronaldo yang berpendapat bahwa beliau *respect* dan mendukung Indonesia dalam penolakan terhadap Timnas Israel dan kecewa terhadap tidak adilnya FIFA dalam memutuskan batalnya tuan rumah piala dunia U-20 di Indonesia. Setelah diselidiki konten tersebut hanyalah Hoax, wawancara Ronaldo saat itu tidak membicarakan Indonesia, namun wawancara tersebut adalah pengenalan dirinya sebagai pemain klub An-Nassr FC asal Arab Saudi.

Penyebaran Hoax di Indonesia tentu sangat berbahaya karena mudah tersebar pada masyarakat. Hal tersebut karena Jakarta menjadi kota nomor 4 paling banyak dilihat di TikTok (Ramadhan, 2021). Hal ini yang menjadi dasar peneliti tertarik meneliti penelitian ini. Tujuan diadakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar hubungan media sosial TikTok terhadap tingkat literasi digital pada pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta dan bagaimana tingkat literasi Gen Z di DKI Jakarta

yang bisa memberikan informasi kepada pengguna TikTok dan Gen Z pentingnya literasi digital dan cara memperoleh informasi yang bijak dalam media sosial TikTok.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasional, yang mana penelitian ini dilakukan untuk melihat hubungan antara variabel X (media sosial TikTok) yang diukur dengan menggunakan teori terapan media penyajian informasi yang didapatkan melalui media, meliputi frekuensi, atensi dan durasi. Populasi penelitian ini adalah Pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta yang sampel nya diambil sekitar 100, sampel ini didapat dari perhitungan rumus lemeshow menghitung populasi yang tidak diketahui jumlahnya (Lemeshow, 1997). Pengambilan sampel dilakukan dengan berdasarkan kriteria tertentu yaitu (1) Pengguna TikTok, (2) Gen Z yang lahir dari 1995-2010), (3) Tinggal di wilayah DKI Jakarta. Metode pengumpulan data yang digunakan yaitu kuesioner dan observasi. Kuesioner ini akan disebarakan melalui Google Form, yang berisikan beberapa pertanyaan terkait dengan variabel. Sedangkan observasi dilakukan mengamati semua informasi yang ada pada Tiktok. Analisis data yang digunakan yaitu deskriptif dan asosiatif. Proses analisis dilakukan dengan memanfaatkan Microsoft Excel. Analisis asosiatif digunakan untuk mencari tahu hubungan antar variabel (Sugiyono, 2019). Sehingga analisis asosiatif digunakan untuk mengetahui korelasi media sosial TikTok dengan tingkat literasi digital pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta.

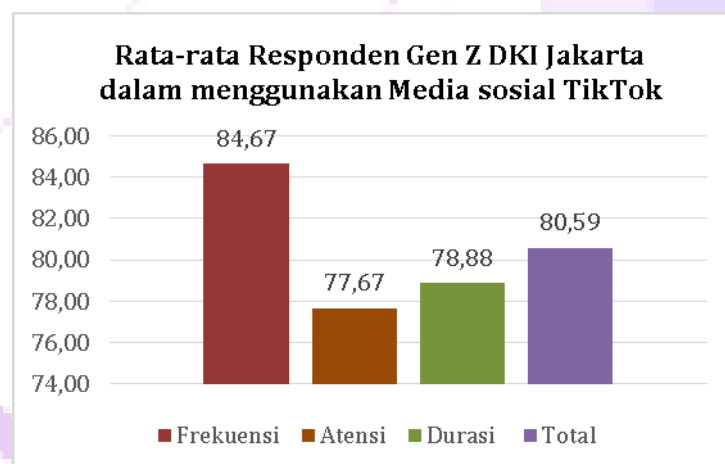
3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil

3.1.1 Media Sosial TikTok

Media TikTok diuji menggunakan teori terapan media diantaranya Frekuensi, Atensi, dan Durasi. Adapun hasil rata-ratanya sebagai berikut:

Gambar 1. Diagram media Sosial TikTok



Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa terapan media yang terdiri dari 3 indikator yaitu Frekuensi, Atensi dan Durasi memiliki rata-rata berbeda. Berikut penjelasan secara detail dari Frekuensi, Atensi, dan Durasi:

a. Frekuensi

Frekuensi dilihat dari seberapa sering responden dalam menggunakan atau sekedar membuka TikTok, frekuensi ini diukur seberapa sering responden melihat, mendengarkan dan membaca media sosial TikTok. Hasil persentase frekuensi yaitu sebesar 84.67%. Hal tersebut menunjukkan persentase paling tinggi dari yang lainnya. Persentase tersebut masuk pada kategori sangat baik yang artinya

responden sering menggunakan TikTok untuk mendapatkan hiburan maupun informasi, responden juga dapat mengakses aplikasi ini dimanapun dan kapanpun dan sangat mudah digunakan.

b. Atensi

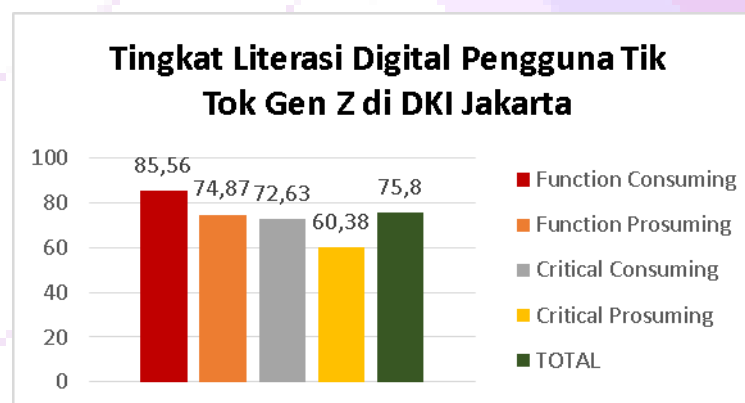
Pada Atensi meliputi memahami isi dari konten TikTok seperti melihat, membaca, ataupun mendengarkan video maupun audio. Atensi menentukan ketertarikan pengguna dalam menyimak isi konten TikTok. Hasil persentase atensi yaitu sebesar 77,67%, hal tersebut menunjukkan persentase paling rendah dari yang lainnya. Namun masih dalam kategori yang baik, dalam indikator ini responden membuka TikTok terkadang hanya mencari sebuah informasi dan responden sudah merasa puas atas konten-konten TikTok yang dilihatnya karena sudah dapat menemukan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

c. Durasi

Persentase durasi yang dihasilkan diagram di atas sebesar 78.88% artinya indikator ini masuk kedalam kategori baik. Pada durasi maka dapat diketahui seberapa lama responden menghabiskan waktu dalam menggunakan aplikasi Tiktok. Hasil dari penelitian ternyata pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta menghabiskan bermain TikTok lebih dari 2 jam sehari, dengan alasan durasi konten TikTok yang singkat dapat tersampaikan dengan baik ke responden.

3.1.2 Tingkat Literasi Digital Pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta

Gambar 2. Tingkat Literasi Digital



Berdasarkan hasil data di atas terdapat beberapa persentase tingkat literasi digital pada pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta yaitu *function consuming*, *function prosuming*, *critical consuming* dan *critical prosuming*. Berikut rincian dari per-indikator penelitian:

Tabel 1. Indikator Tingkat Literasi Digital

<i>Function consuming</i>		
Indikator	Nilai Indeks (%)	Kategori
Akses	83.5%	Sangat Baik
Seleksi	87.6%	Sangat Baik
Paham	87.6%	Sangat Baik
<i>Function prosuming</i>		
Produksi	68.5%	Cukup
Distribusi	81.2%	Baik

<i>Critical consuming</i>		
Analisis	61.25%	Cukup
Verifikasi	61.25%	Cukup
Evaluasi	84%	Sangat Baik
<i>Critical prosuming</i>		
Partisipasi	60.75%	Cukup
Kolaborasi	60%	Cukup

a. Function consuming

Function consuming ini merupakan indikator yang paling dasar yaitu mengakses dan memahami aplikasi TikTok. Nilai Indeks yang dihasilkan semuanya berada di kategori sangat baik. Maka dapat diartikan pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta memiliki kemampuan mengakses maupun mengoperasikan informasi di TikTok dan memahami konten TikTok dengan sangat baik, Gen Z mampu menggunakan fitur-fitur TikTok dengan sangat baik, dan pengguna Tiktok gen Z di DKI Jakarta juga mampu memilih atau menyeleksi informasi di TikTok sesuai atau tidak sesuai dengan kebutuhannya.

Berdasarkan hasil observasi peneliti ketika menanyakan Gen Z yang menggunakan TikTok pada bulan Maret-April 2023. Hasilnya mereka menyukai TikTok karena lebih mudah digunakan, dan dapat mengoperasikan fitur-fitur TikTok dengan baik.

b. Function prosuming

Function prosuming merupakan tingkat kedua dari indikator japelidi. Pada distribusi persentasenya sekitar 81.2%, artinya Pengguna Tiktok Gen Z di DKI Jakarta mampu dalam menyebarkan informasi dari TikTok sesuai dengan target kebutuhannya. Pada produksi persentasenya hanya 68.5% namun masih dalam kategori cukup, yang berarti Gen Z di DKI Jakarta mampu membuat konten di TikTok, namun tidak semua Gen Z pengguna TikTok membuat konten TikTok, melainkan hanya menikmati dari konten TikTok itu sendiri dan membagikannya kepada orang lain.

c. Critical consuming

Critical consuming adalah tingkat ketiga dari tingkat literasi digital menurut japelidi. Berdasarkan data di atas dominan indikator *critical consuming* menunjukkan dalam kategori cukup. Indikator pada *critical consuming* yaitu analisis, verifikasi, dan evaluasi. Pada indikator analisis dan verifikasi menghasilkan 61.25% sehingga masuk pada kategori cukup. Maka dapat diartikan responden cukup mampu untuk menganalisis sebuah informasi di TikTok serta dapat memverifikasi informasi. Sedangkan analisis evaluasi memperoleh 84%, sehingga masuk kedalam kategori sangat baik, hal ini berarti pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta mampu mempertimbangkan mana konten yang akurat mana yang hoax.

d. Critical prosuming

Critical prosuming ini merupakan tingkat keempat yang paling tinggi yang khususnya dalam kategori ini responden mampu berpartisipasi dan berkolaborasi dalam penggunaan aplikasi TikTok. Pada bagian partisipasi pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta memperoleh 60,75%, sehingga masuk kategori cukup. Maka dapat diartikan bahwa responden cukup mampu memberikan masukan atau

komentar di konten informasi TikTok, hal ini juga ditemukan dari hasil observasi, peneliti selalu melihat komentar di setiap informasi TikTok, banyak Gen Z memberikan komentar atau saran dalam setiap informasi di TikTok. Sedangkan pada kolaborasi responden Gen Z di DKI Jakarta memperoleh persentase 60%, sehingga masuk pada kategori cukup. Pada indikator ini responden dalam kategori yang paling rendah namun masih dalam kategori yang cukup. Maka dapat diartikan pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta, jarang mengajak teman untuk memecahkan masalah Bersama di grup TikTok, mereka lebih suka mengirim informasi di TikTok dan kemudian menonton informasi yang telah disebar di grup TikTok itu sendiri.

Setelah melakukan analisis deskripsi, selanjutnya dilakukan penelitian ini uji normalitas. Uji normalitas digunakan untuk mengetahui data yang diteliti terdistribusi normal atau tidak (Sugiyono 2019:92). Kemudian, dilanjutkan dengan uji linearitas untuk mengetahui hubungan antara dua variabel yaitu variabel media sosial TikTok dan tingkat literasi digital. Terakhir adalah uji korelasi sederhana (*bivariate correlation*) untuk membuktikan terdapat hubungan antara kedua variabel antara variabel (X) dan variabel (Y). Hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 2. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.53993397
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.051
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. This is a lower bound of the true significance.

Uji normalitas ini dikatakan terdistribusi normal apabila data yang dihasilkan nilai sig.-nya > 0.05. Hasilnya menunjukkan bahwa nilai sig yang dihasilkan sebesar 0,200. Dapat disimpulkan data ini terdistribusi normal karena nilai sig. (0.200) > 0.05.

Tabel 3. Uji Linearitas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y*X	Between Groups	(Combined)	1362.298	14	97.307	8.292	.000
		Linearity	1119.178	1	1119.178	95.372	.000
		Deviation from Linearity	243.120	13	18.702	1.594	.103
	Within Groups		997.462	85	11.735		
	Total		2359.760	99			

Hasil pada uji linearitas dapat dilihat pada tabel ANOVA ini menunjukkan pada deviation from linearity sebesar 0,103 > 0,05. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua variabel bersifat linear.

Tabel 4. Uji Korelasi Sederhana

Correlations

		TikTok	Literasi Digital
TikTok	Pearson Correlation	1	.689**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Literasi Digital	Pearson Correlation	.689**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Berdasarkan hasil uji korelasi sederhana di atas dapat disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan, terbukti dari nilai sig yang dihasilkan dari kedua variabel (X) dan variabel (Y) yaitu $0,000 < 0,05$. hal ini dinyatakan bahwa variabel x berkorelasi dengan variabel y karena nilai sig $< 0,05$. Kemudian nilai *Pearson correlation* yang dihasilkan pada data di atas adalah sekitar 0,689 menyatakan bahwa variabel media sosial TikTok dan tingkat literasi digital berkorelasi kuat dan positif. Makna dari positif adalah semakin tinggi bermain media sosial TikTok maka semakin tinggi pula Tingkat literasi digital.

3.2 Pembahasan

a. Hubungan media sosial TikTok terhadap tingkat Literasi digital pada pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta

Pengujian korelasi sederhana ini dilakukan untuk mengungkapkan kedua hubungan variabel terdapat hubungan atau tidak. Dikatakan berhubungan apabila hasil signifikansi $< 0,05$. Pengujian ini diolah menggunakan program IBM SPSS *statistic* versi 25. Hasilnya menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara media sosial TikTok dengan tingkat literasi digital pada pengguna TikTok Gen Z di Jakarta. Adanya hubungan tersebut terbukti dari hasil taraf signifikansi yang menunjukkan $0,000 < 0,05$. Pada *Pearson correlation* menghasilkan sebesar 0,689 sehingga berada di interval 0,60 – 0,799 yang mendefinisikan korelasi kedua variabel ini berada di kategori kuat dan hubungannya positif. Maka dapat disimpulkan bahwa jika variabel media sosial TikTok meningkat maka tingkat literasi digital pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta juga akan meningkat.

b. Tingkat Literasi Digital Pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta

Function consuming memiliki hasil yang paling tinggi, yang memperoleh nilai 85,56% hal ini pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta sangat baik dalam mengakses aplikasi TikTok, memahami fitur-fitur TikTok dan menyeleksi konten TikTok, tingkat literasi yang kedua yaitu *function prosuming*, nilai yang dihasilkan sebesar 74,87% artinya pengguna TikTok Gen Z masuk pada kategori yang baik karena Pengguna TikTok mampu dalam memproduksi konten TikTok dan mendistribusikan atau menyebarkan konten TikTok kepada temannya. Pada tingkat yang ketiga yaitu *critical consuming* 72,63%, artinya pengguna TikTok Gen Z cukup mampu menganalisis plus minus dari isi konten tersebut, cukup mampu memverifikasi informasi yang sejenis dan mengevaluasi konten yang akurat. Terakhir adalah *critical consuming* tingkat yang paling tinggi menurut japelidi dan paling rendah sekitar 60,38% yang berarti bahwa pengguna TikTok Gen Z cukup mampu dalam berpartisipasi seperti komen ataupun saran ya di suatu konten dan cukup mampu berkolaborasi diskusi satu konten dengan teman-temannya di suatu grup dan rata-rata sebesar 75,80% yang dapat dikategorikan baik yang mana dalam tingkat literasi digital menurut japelidi yaitu berada di tingkat *critical consuming* yaitu sedang-tinggi yang berarti pengguna TikTok Gen Z dapat mengakses

memahami cara penggunaan, menyeleksi kebutuhan, mendistribusikan, memproduksi, menganalisis, memverifikasi dan mengevaluasi dalam penggunaan Aplikasi TikTok.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah di uji maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pengujian hipotesis korelasi sederhana (*Bivariate Correlation*) hasilnya menunjukkan taraf nilai signifikansi 0,000 yang berarti $0,000 < 0,05$. Jadi dapat dikatakan bahwa terdapat korelasi antara media sosial TikTok dan tingkat literasi digital pada pengguna TikTok gen Z di DKI Jakarta. Pada *Pearson Correlation* yang diperoleh dari data tersebut sekitar 0,689 berada pada interval 0,60-0,799 yang artinya hubungan media sosial TikTok dengan tingkat literasi digital pada pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta terdapat korelasi yang kuat dan positif.
2. Berdasarkan perhitungan menggunakan skor interval dalam variabel Y yaitu Tingkat literasi digital dapat dinyatakan bahwa tingkat literasi digital pengguna TikTok Gen Z di DKI Jakarta yaitu tingkat *function consuming* sekitar 85.56%, *function prosuming* sekitar 74,87%, *critical consuming* 72.63% dan *critical prosuming* sekitar 75.80%.

REFERENSI

- Atika et al. (2020) 'Eksistensi Motif Batik Klasik Pada Generasi Z', *Jurnal Teknologi Busana Dan Boga*, 8(2), 141–144. <https://doi.org/10.15294/teknobuga.v8i2.29047>
- Cahyono Anang (2016) 'Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia', *Proquest*, 9(1), 140. <https://journal.unita.ac.id/index.php/publiciana/article/view/79>
- Gilster, P. (1997) *Digital Literacy*. Wiley Computer Pub.
- Japelidi.id (2023, n.d.) *Digital Competency Scale*. <https://dcs.japelidi.id/>
- Jian Xi Teng (2018) *Digital literacy and beyond*.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika (2021) *Status Literasi Digital di Indonesia 2021*. Kominfo.go.id.
- Lemeshow (1997) *Besar sample dalam penelitian kesehatan*. Universitas Gajah Mada Press.
- Ramadhan, M. (2021) 'Jakarta Jadi Kota Nomor 4 Paling Banyak Dilihat di Tiktok', *Kompas*. <https://www.kompas.com/wiken/read/2021/10/09/094500081/jakarta-jadi-kota-nomor-4-paling-banyak-dilihat-di-tiktok?page=all>.
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif Kuantitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Zhang, Z. (2020) 'Infrastructuralization of TikTok: transformation, power relationships, and platformization of video entertainment China', *Sage Journals*, 43(2), 16. <https://doi.org/10.1177/0163443720939452>